



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
DE CHIMBOTE**

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA CAPACITACIÓN LABORAL
PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA
INVERSIONES MI CASERITO DEL DISTRITO DE HUACHO,
2023**

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

AUTOR

AGUIRRE FERNANDEZ, JUSCELYNO

ORCID: 0009-0007-5640-0897

ASESORA

ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE-PERÚ

2023



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0232-061-2023 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **19:15** horas del día **11** de **Agosto** del **2023** 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
Mgr. ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTA DE MEJORA DE LA CAPACITACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA INVERSIONES MI CASERITO DEL DISTRITO DE HUACHO, 2023**

Presentada Por :
(0811111072) **AGUIRRE FERNANDEZ JUSCELYNO**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **15**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciado 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

Mgr. ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA
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: PROPUESTA DE MEJORA DE LA CAPACITACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA INVERSIONES MI CASERITO DEL DISTRITO DE HUACHO, 2023 Del (de la) estudiante AGUIRRE FERNANDEZ JUSCELYNO, asesorado por ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 5% 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, 28 de Setiembre del 2023

Mg. Roxana Torres Guzmán
Responsable de Integridad Científica

DEDICATORIA

A nuestro Dios todo poderoso, por ser mi fiel amigo, por darme fuerzas en los momentos que más necesitaba, dándome sabiduría y más ganas de triunfar.

A mis padres: pilares fundamentales en mi vida, quienes me han sabido guiar por el camino del bien, dándome todo su amor, comprensión y confianza en los momentos difíciles, y por su apoyo incondicional, que me han dado hasta el día de hoy.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|---|------|
| Caratula..... | I |
| Jurado..... | II |
| Índice de Contenidos..... | V |
| Lista de tablas | VII |
| Lista de figuras | VIII |
| Resumen | IX |
| Abstracts | X |
| I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO..... | 6 |
| 2.1 Antecedentes | 6 |
| 2.2. Bases teóricas..... | 22 |
| 2.3 Hipótesis (en caso que aplique) | 33 |
| III. METODOLOGÍA..... | 34 |
| 3.1 Tipo y Diseño de Investigación, Nivel | 34 |
| 3.2 Población y Muestra | 36 |
| 3.3 Variables. Definición y Operacionalización | 37 |
| 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información | 38 |
| 3.5 Método de análisis de datos | 39 |
| 3.6 Aspectos Éticos..... | 39 |
| IV. RESULTADOS | 42 |
| V. DISCUSIÓN..... | 57 |
| VI. CONCLUSIONES..... | 76 |
| VII. RECOMENDACIONES | 78 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 79 |
| ANEXOS | |
| Anexo 01. Matriz de Consistencia | 86 |
| Anexo 02. Instrumento de recolección de información..... | 87 |
| Anexo 03. Validez del instrumento..... | 90 |

| | |
|--|----|
| Anexo 04. Confiabilidad del instrumento..... | 96 |
| Anexo 05. Formato de Consentimiento Informado..... | 97 |
| Anexo 06. Documento de aprobación..... | 98 |
| Anexo 07. Evidencias de ejecución (declaración jurada, base de datos)..... | 99 |

LISTA DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Características de la capacitación laboral en la microempresa Inversiones Mi CASERITO Huacho,2023..... | 42 |
| Tabla 1.1 Características de la capacitación laboral en la microempresa Inversiones Mi CASERITO Huacho,2023..... | 45 |
| Tabla 2. Características de la Atención al cliente en la microempresa Inversiones Mi CASERITO Huacho,2023..... | 48 |
| Tabla 2.2 Características de la Atención al cliente en la microempresa Inversiones Mi CASERITO Huacho,2023..... | 51 |
| Plan de Mejora | 68 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. Características de la capacitación laboral en la microempresa Inversiones Mi CASERITO Huacho,2023..... | 44 |
| Figura 1.1. Características de la capacitación laboral en la microempresa Inversiones Mi CASERITO Huacho,2023..... | 47 |
| Figura 2. Características de Atención al cliente en la microempresa Inversiones Mi CASERITO Huacho,2023. | 50 |
| Figura 2.2. Características de Atención al cliente en la microempresa Inversiones Mi CASERITO Huacho,2023. | 53 |

RESUMEN

En la investigación titulada propuesta de mejora de la capacitación laboral para la atención al cliente en la microempresa inversiones mi caserito, Huacho, 2023 Se tuvo como objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de la capacitación laboral para la atención al cliente en la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho, 2023. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo- de propuesta, diseño no experimental- de corte transversal, se tuvo como población a 10 trabajadores, a quienes se les empleó un cuestionario conformado por 20 preguntas, asignando la técnica de la encuesta, llegando a obtener los siguientes resultados relevantes: El 60% de los trabajadores indicó que la empresa siempre brinda conocimientos sobre los tipos de aprendizaje, El 50% de los trabajadores manifestó que requieren de algún tipo de conocimiento el 60% de los colaboradores manifestaron que la empresa no cuenta con el plan de capacitación, El 50% de los trabajadores mencionaron que algunas veces le brindaron manual de procedimiento, el 60% de los trabajadores casi siempre han solucionado los problemas que se presentaron en su trabajo, El 50% de los trabajadores de la empresa indico que siempre tienden a planificar las actividades antes de ejecutar, El 60% de los trabajadores de la empresa manifestó que algunas veces el jefe no le brinda charla motivacional antes de iniciar las actividades, El 90% de los trabajadores indicaron que siempre interactúan con los clientes. Se concluyó que la que la mayoría de los trabajadores indicaron que siempre los dueños de las empresas fortalecen conocimientos sobre tipos de aprendizajes, la mayoría de los colaboradores manifestaron que la empresa no cuenta con el plan de capacitación, la mayoría de los trabajadores indicaron que los colaboradores siempre solucionan los reclamos de los clientes.

Palabras clave: Capacitación laboral, clientes, Microempresa

ABSTRACT

In the investigation entitled proposal for the improvement of job training for customer service in the micro-enterprise investments mi caserito, Huacho, 2023 The general objective was: Establish a proposal for the improvement of job training for customer service in the micro-enterprise investments mi caserito in the district of Huacho, 2023. The research was quantitative, descriptive-proposal level, non-experimental-cross-sectional design, the population was 10 workers, who were used a questionnaire consisting of 20 questions, assigning the survey technique, reaching the following relevant results: 60% of the workers indicated that the company always provides knowledge about the types of learning, 50% of the workers stated that they require some type of knowledge on 60 % of the employees stated that some companies do not have a training plan, 50% of the workers mentioned that sometimes they were given a procedure manual, 60% of the workers have almost always solved the problems that arose at work 50% of the company's workers indicated that they always tend to plan activities before executing. 60% of the company's workers stated that sometimes the boss does not give them a motivational talk before starting the activities, 90% of the workers indicated that they always interact with customers. It was concluded that the majority of the workers indicated that companies always strengthen knowledge about types of learning, the majority of the collaborators stated that the company does not have a training plan, the majority of the workers indicated that the collaborators always solve customer cl

Keywords: job training, clients, Microenterprise

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Las micro y pequeñas empresas (MYPE), Se desenvuelven en un medio cambiante; caracterizado por los avances tecnológicos, cambios políticos, sociales y económicos, estos cambios afectan a las empresas por ello las organizaciones tienen que plantear medidas tales como planes de capacitaciones a su personal y atención al cliente para poder sobrevivir en el mercado.

Según las cifras de Enaho, en 2021, las mypes representaron el 96% de las empresas en nuestro país y emplearon un 43% de la PEA, Según cifras de la Sunat, la informalidad de las mypes ascendió al 86%, un 1.6 puntos porcentuales por encima de lo registrado en 2020. Por otro lado, entre las características de las mypes que influyen en el desempeño de sus negocios, se tiene, el 81.7% de los trabajadores son familiares del dueño del negocio; el 87.1% de sus trabajadores no se encuentra afiliado a ningún sistema pensionario y tan solo el 1.7% cuenta con seguro social; y un 19.3% de trabajadores labora más de 40 horas a la semana y un 3.6%, más de 60 horas no obstante, aún queda mucho por mejorar en materia de formalización, lo que va de la mano, entre otras cosas, con acciones correctas y oportunas de los distintos niveles de gobierno para impulsar la productividad de las mypes. (Comex, 2021)

Así mismo analizando en nivel exterior se pudo observar que las microempresas en el continente europeo constituyen el 99 % de todas las empresas de la Unión Europea ellos emplean aproximadamente 100 millones de personas, lo que son una fuente esencial de espíritu empresarial. las empresas europeas están pasando por momentos críticos las ventas han bajado y las empresas no están capacitando a sus trabajadores estos aspectos llevara a las empresas a pérdidas económicas, para poder crecer y generar utilidades las empresas necesitan el apoyo del gobierno en temas de capacitación del personal. (Polluveer, 2023)

También América Latina y el Caribe son una de las regiones más afectadas, por la crisis de la pandemia desafortunadamente muchas de estas empresas enfrentan dificultades que afectan su crecimiento, hoy en día existen diferentes errores dentro de la organización tales como la falta de capacitación laboral, enfoque de capacitación y capacitación para el desarrollo de habilidades en las ventas, esto ha generado muchos problemas en las empresas en su rentabilidad y capacidad de solvencia. (Polluveer, 2023)

En México, Estudio sobre Demografía de los Negocios - EDN 2020, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía estima que, de los 4.9 millones de establecimientos micro, pequeños y medianos que existían al inicio de la pandemia, sobrevivieron 3.9 millones, poco más de un millón cerraron sus puertas definitivamente. Las pymes en México enfrentan problemas muy serios a consecuencia de que muchos de los dueños de las pequeñas empresas no están brindando capacitación a sus empleados en temas de atención al cliente, técnicas de ventas, comunicación, las empresas tienen nuevos desafíos ante la transición hacia la nueva normalidad, es decir, para subsistir en el mercado deben reinventarse y adoptar diversas estrategias para lograrlo. (Heredia & Leyva, 2022)

En el Perú, las MYPES aportan el 24% de PBI nacional, considerados como uno de los mayores sectores para el crecimiento económico, de cada 100 puestos de trabajo, el 85 son generados por éstas. el sector intensivo en mano de obra que genera la principal fuente de empleo es representando el 99.8% de estas empresas. Además, que entre 50% y 60% de las MYPES son formales. En nuestro país aunque el sector empresarial se ha mostrado optimista para contratar más personal en el último trimestre del año, la escasez de profesionales calificados para cubrir las vacantes que se necesitan se ha convertido en uno de los principales problemas, En la actualidad,

el 35% de empresas locales tiene dificultades para hallar al personal adecuado para sus operaciones; mientras que, a nivel global, la cifra de la escasez de talento se eleva a 69%, el mayor porcentaje registrado en 15 años y que se repite en los dos últimos trimestres del 2021. El 80% de los que planean contratar luchan por encontrar el talento con las habilidades blandas y técnicas necesarias. Los empleadores se han enfocado en tres incentivos fundamentales para atraer nuevos profesionales: capacitación, flexibilidad y mejores salarios. El problema de la escasez de personal calificado que enfrentan actualmente las empresas de nuestro país solo será resuelto con una mayor inversión en el rubro de la capacitación laboral. (Macera, 2022)

Las pymes en Áncash son el segmento empresarial más afectado por la pandemia, pues cerca de seis mil micro y pequeñas empresas formales dejaron de operar en el 2020. Las microempresas son las que sostiene la economía de Áncash y así lo ratifican sus más de 46 mil negocios que tiene registrados la dirección regional de desarrollo empresarial de ministerio de la producción con sede en Chimbote. De esa cantidad el 70% se dedica al rubro del comercio como restaurantes, ventas de abarrotes o cualquier otro tipo de artículos, Actualmente las empresas locales siguen teniendo problemas por la mala atención que suelen brindar a sus clientes el cual ocasiona que reciban quejas o reclamos mensualmente, mayormente estos problemas se dan por distintos factores, ya sea por la falta de capacitación al personal de ventas y por el poco interés que tiene el gerente en planificar. es importante que los microempresarios apliquen una gestión de calidad que les permita tener en orden todos sus procesos y actividades, también deben de capacitar a sus colaboradores para que estén preparados ante los cambios constantes que se suele dar.

En la actualidad, la capacitación es una necesidad en el mundo laboral, sobre todo por los constantes cambios y el avance tecnológico que vemos día a día. Es muy importante que los profesionales y los dueños de las organizaciones planifiquen

capacitaciones en temas de atención al cliente, por lo que esto aportará a brindar bienestar para la empresa. Cuando una empresa no capacita apropiadamente a sus colaboradores, estos pueden tener dificultades para adaptarse y aplicar las últimas tecnologías en sus tareas, y su rendimiento podrá ser deficiente en comparación con aquellos más capacitados. (Comex, 2021)

Debido a lo mencionado anteriormente, se estableció como enunciado del problema de investigación: ¿Cuáles son las propuestas de mejora de la capacitación laboral para la atención al cliente en la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho, 2023?

Objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de la capacitación laboral para la atención al cliente en la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho, 2023.

Objetivos específicos:

Describir las características de la capacitación laboral en la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho, 2023.

Describir las características de atención al cliente en la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho, 2023.

Elaborar una propuesta de plan de mejora de la capacitación laboral para la atención al cliente en la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho, 2023.

La investigación propuesta busca, mediante la aplicación de teoría y los conceptos básicos de la capacitación laboral y atención al cliente, encontrar explicaciones a las situaciones de capacitación por instrucción, capacitación para el desarrollo, sujeto a los indicadores de tipo de aprendizaje, enfoque de capacitación, mejorar las habilidades y perfeccionar la atención al cliente, dentro de la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho, 2023. Ya que las empresas hoy en día necesitan entrenar a sus colaboradores para poder mejorar en atención al cliente.

El trabajo de investigación se justifica porque debido a la información que se presentó y desarrolló, se logró que los trabajadores de la empresa, comprendan lo importante que es el tema de atención al cliente, esto permitirá que implementen estrategias de comunicación interna para mejorar la interacción con sus clientes, ya que, con los cambios surgidos hoy en día, los clientes se han vuelto más cuidadosos a la hora de adquirir un producto o servicio. De igual manera con la ayuda que se le brindará al dueño de la empresa podrá implementar un plan de capacitación en temas de atención al cliente

Finalmente, el trabajo se justificó, de acorde al uso del cuestionario nos permitió conocer los resultados y interpretar de ello se planteó estrategias y la presente investigación más adelante valdrá como ejemplo y medio de información para todos los estudiantes administradores que deseen realizar una investigación relacionado a las variables de estudio con el fin de obtener su título de licenciado (a).

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Antecedentes internacionales

Variable 1: Capacitación Laboral

Quispe (2020), En su estudio Programa de capacitación para el desempeño laboral en el marco de la gestión del talento humano en la dirección de recaudación del gobierno autónomo municipal de la ciudad de el alto, de la Universidad Mayor de San Andrés Bolivia, tiene como objetivo general: Describir la situación del desempeño laboral del personal de la dirección de recaudaciones del GAMEA en función a la propuesta de un programa de capacitación del personal basado en conocimientos, destrezas y habilidades de desempeño laboral a través de los cursos modulares dentro del marco de la gestión del talento humano, La metodología que se utilizo fue exploratoria, correlacional, descriptivo, donde la muestra fue de 70 trabajadores a quienes se les aplico un cuestionario de 12 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados, el 60% de los encuestados indicaron que si tienen conocimientos sobre los tipos de aprendizaje, el 70% de los encuestados indicaron que la empresa cuenta con plan de capacitación, el 60% de los encuestados indicaron que al momento de ingresar a trabajar recibieron charla motivacional y orientación para su desempeño laboral y solo el 10% del personal afirma no haber recibido ninguna charla, El 70% del personal indica que no conoce el manual de funciones y solo el 30% afirma conocer, el 90% de los servidores públicos de la Dirección de Recaudaciones no conoce o no participan del programa de capacitación del personal y solo el 10% dice conocer, El 50% del personal considera importante los cursos de capacitación para mejorar el servicio en la Dirección de Recaudaciones, el 30% afirma a veces y el 20% no es importante. Finalmente se concluye que se ha logrado determinar las necesidades y requerimientos del personal de la Dirección de Recaudaciones, en base a los datos obtenidos del

cuestionario, que el personal de dicha Dirección expresa sus inquietudes en la importancia de un curso de capacitación para el personal.

Manrique & Rodriguez (2021) En su investigación: Propuesta de un modelo de capacitación metodológico para la concientización de los trabajadores del sector manufacturero en Colombia La investigación tuvo como objetivo proponer un modelo de capacitación metodológico para la toma de conciencia de los trabajadores del sector manufacturero en Colombia. La investigación es descriptiva precisamente por su alcance ya que se indagaron las normativas, aspectos legales y estudios que se han desarrollado frente a la concientización de los trabajadores respecto a sus riesgos labores, se utilizó el método analítico-sintético debido a que la investigación se encuentra orientada a analizar de manera individual diferentes variables como son los niveles de accidentalidad, la capacitación y las metodologías. En cuanto a los resultados obtenidos, el 60% indicaron que la capacitación sigue siendo una alternativa para gestionar la toma de conciencia de los trabajadores, el 55% dicen que no cuentan con manual de procedimientos, en conclusión el modelo propuesto representa este principio en cada una de sus cuatro etapas: Identificar, Planificar, Ejecutar y Analizar; y estas a su vez están constituida por fases que le permitirán al encargado de implementar el modelo, tener una guía para su puesta en marcha en la empresa. Uno de los aspectos más relevantes del modelo es que el encargado podrá tener un diagnóstico preliminar para conocer el nivel de cultura de sus trabajadores frente a la concientización y al finalizar el modelo podrá aplicar este mismo diagnóstico y de esta manera observar qué cambios comportamentales tuvieron los trabajadores participantes, así podrá detectar falencias, mejoras o tomar acciones a fin de continuar con el fortalecimiento de la concientización.

Camba & Paguay (2019), En su investigación Importancia de la estrategia de capacitación en el área comercial para el desarrollo de las pymes del cantón Milagro (Ecuador). El objetivo general fue importancia de la estrategia de capacitación en el área comercial para el desarrollo de las pymes del cantón Milagro, la metodología fue de tipo descriptiva. El resultado muestra que el 50% de los encuestados indicaron que no tienen ningún conocimiento sobre tipos de aprendizaje dentro de la empresa, el 89% de las organizaciones considera importante ejecutar una capacitación para impulsar el negocio, mientras el 7,5% cree que no es necesario recibir capacitación, tomando en cuenta que el 3,5% expresa que tal vez es importante capacitar. conclusiones se tuvo que la gestión de las pymes depende de varios factores para poder surgir como empresa y mantenerse en el mercado, por tal razón se propone ejecutar capacitaciones con financiamientos de empresas perteneciente al estado con el GAD municipal y entidades financieras con el propósito de poder mejorar y fortalecer el nivel de conocimientos de las empresas en el área comercial.

Variable 2: Atención al cliente

Callisaya & Mamani (2019), En su estudio sistema de capacitación basado en competencias para incrementar las ventas, de la Universidad Mayor de San Andrés Bolivia, tiene como objetivo general: Elaborar un sistema de capacitación basada en competencias, dirigida al área operativa de almacenes, encargados de tienda y ventas, que permita incrementar las ventas de la empresa., La metodología que se utilizo fue exploratoria, correlacional, descriptivo, donde la muestra fue de 28 empleados a quienes se les aplico un cuestionario de 17 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados que un 57,1% Algunas veces tienen la capacidad de resolución de una situación o un problema, un 17.9% en ocasiones, el 17.9% casi siempre, mientras que un 3,6% siempre tiene la capacidad de resolución de problemas y un 3.6% no cuentan con la capacidad de

resolución de problemas, El 39.3% afirma que algunas veces adoptan esta competencia, mientras que un 21.4% no demuestran tener la capacidad para comprender la realidad de la empresa, un 21.4% no planifican las actividades antes de ejecutar, y el 17.9% aplica en ocasiones esta competencia, El 42,9% de los encuestados expresó que solo algunas veces tienen la capacidad de dar una buena orientación al cliente, mientras que el 32,1% menciona que casi siempre da una buena orientación, y un 25% en ocasiones, Finalmente se concluye que con los resultados obtenidos se tiene claro elaborar la Propuesta de un Sistema de Capacitación Basados en Competencias que será una herramienta fundamental que el personal del área obtenga y conozca una serie de competencias el cual facilitara y ayudara a generar nuevas habilidades y técnicas para el desarrollo exitoso de las ventas y negociaciones con los clientes externos e internos de la empresa La Salvadora Hnos. SRL.

Aguirre (2021), En su investigación atención al cliente en minimarket D'MANU de la ciudad de BABAHOYO. de la universidad técnica de BABAHOYO, tiene como objetivo general: es analizar el servicio de atención al cliente que brinda el Minimarket D'MANU de la ciudad de Babahoyo, para saber cuáles son las problemáticas que se generan dentro del mismo, La metodología que se utilizo fue cuantitativo, descriptivo, donde la muestra fue de 15 empleados a quienes se les aplico un cuestionario de 8 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados que un 20% de los trabajadores indicaron que ocasionalmente reciben capacitaciones para una buena atención al cliente y nunca un 80%, el 20% están de acuerdo que se implemente estrategias para mejorar la atención al cliente y un 80% totalmente de acuerdo, el 80% de los trabajadores indicaron que es muy importante recibir las sugerencias del cliente y el 20% manifestaron poco importante, el 100% de los empleados indicaron que es muy importante que la empresa cuenta con un manual para un mejor desarrollo de actividades, el 42%

de los encuestados indicaron que si utilizan técnicas de venta durante la atención al cliente. Finalmente se concluye que la falta de estrategias de fidelización y los continuos problemas con el servicio al cliente han hecho que el número de consumidores disminuya significativamente en los últimos meses, independientemente de la ventaja competitiva que tiene el Minimarket “D’MANU en precio y variedad de productos igual requiere brindar una solución a los problemas en su atención al cliente para que así mejore mucho más su productividad.

Cardenas & Yessid (2019), en su tesis. Formulación de acciones de mejora en Atención al cliente aplicando las normas ISO 9001:2015 y el modelo serviqual del banco comercial, sede Bogotá. La presente tesis tuvo como objetivo general: Formular acciones de mejora en el área de atención al cliente aplicando las normas ISO 9001; la metodología de la investigación fue cuantitativo, con el nivel de investigación descriptivo, técnica utilizada fue la encuesta, con el instrumento de cuestionario, muestra 100 usuarios del Banco Continental de Colombia-sede Bogotá, plantea las siguientes conclusiones: Se tomó una muestra de una población de 100 usuarios del banco Comercial, donde se evidencia que el 35 % de los vinculados al banco, deduce que el servicio prestado por el área de servicio al cliente es aceptable, un 32 % que es insuficiente, un 22% deficiente y un 11 % dice que es sobresaliente. El 48% indicaron que tienen la capacidad de planificar las actividades antes de ejecutar y otro 52% tiene la capacidad de solucionar los reclamos.

Antecedentes Nacionales

Variable 1: Capacitación Laboral

Torres (2022), En su investigación la capacitación para mejorar las ventas de la tienda marcimex del distrito de Chulucanas el objetivo general fue: Comprobar las características de la capacitación para mejorar las ventas en la tienda Marcimex en el distrito de Chulucanas año, 2022, para ello se desarrolló el trabajo con un diseño no experimental, corte transversal y de nivel descriptivo, en una población de 10 trabajadores de la tienda Marcimex del distrito de Chulucanas, a quienes se ejecutó técnica de la encuesta, se tuvo como herramienta el cuestionario, estaba conformado por 16 preguntas, consiguiendo los siguientes resultados: El 60% manifestaron que han mejorado sus conocimientos y habilidades al ser capacitados, el 50% de los encuestados indicaron que no recibieron capacitaciones de temas actualizados, el 99% no obtuvo ningún incentivo u elogio por su buen desempeño laboral, el 40% están preparados para atender a los clientes, el 70% de los encuestados refiere que la capacitación si contribuye a mejorar sus habilidades y destrezas, el 40% de los encuestados manifestaron que no se sienten preparados para brindar una buena atención al cliente, el 50% de los encuestados indicaron que si aplicaron algunas técnicas de venta, el 55% indicaron que el dueño de la empresa promueve mejoras dentro sus empresa. Se concluye que la mayor parte de los trabajadores perciben estancamiento en el ámbito profesional, la capacitación es fundamental para estar al corriente de los cambios que se generan en las empresas, además requieren técnicas de ventas, de la cual es un problema constante que requiere solución, todos estos aspectos tienen una importancia vital para la existencia de la empresa.

Tejeda (2021), En su investigación caracterización del desempeño laboral para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, tuvo como objetivo general: Determinar las Características del Desempeño Laboral para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas, la metodología de investigación fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño Transversal no experimental, el instrumento utilizado fue el cuestionario el cual consta de 26 preguntas, los resultados obtenidos fueron los siguientes, el 100% de los encuestados mencionaron que la técnica del trabajo en equipo ayuda a mejorar el rendimiento laboral, el 100% de encuestados mencionaron que a veces toman en cuenta las opiniones o quejas recibidas, el 66.70% indicó que si reciben motivación y charla antes de iniciar las actividades, el 50% de los encuestados indicaron que la empresa tenga como política el plan de capacitaciones. Se concluye que la propuesta de mejora, debe estar enfocada en mejorar las características del desempeño laboral con respecto al desenvolvimiento, capacidad laboral, y eficacia, para ello se implementara programa de capacitaciones y se realizara retroalimentaciones después de cada capacitación con la finalidad de que los trabajadores logren los objetivos de la empresa, y se le motivara con incentivos de bono.

Sulca (2021), En su trabajo de investigación capacitación del personal en las micro y pequeñas empresas caso icproic s.a.c., distrito ayacucho, 2020, Esta investigación tuvo como objetivo general describir las características de la capacitación del personal en las micro y pequeñas empresas caso Icproic S.A.C, La metodología empleada fue tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental. Se tomó como muestra a 07 trabajadores de la empresa Icproic S.A.C. La técnica y el instrumento utilizado es cuestionario respectivamente. Los resultados fueron, el 50% de los encuestados indicaron que siempre requieren de algún tipo de conocimiento, el 43% de los encuestados manifestó que siempre es

importante el aprendizaje para el logro y el desarrollo de la empresa, el 71% de los encuestados manifestó que casi siempre el comportamiento y actitud del trabajador es importante para una mejor atención al cliente, el 72% de los encuestados manifestó que siempre es importante la personalidad del trabajador para la atención al cliente, el 46% indicaron que casi siempre motivan antes de iniciar las actividades. Conclusión, la capacitación de los trabajadores de la empresa Iaproic, S.A.C, del distrito de Ayacucho, es sumamente necesario y primordial, debido a que el personal puede desarrollar sus conocimientos, habilidades y destrezas, de esta manera lograr el cumplimiento de los objetivos laborales y empresariales a su vez desempeñándose de manera eficaz en su entorno de actividades y brindar una mejor calidad de servicio al cliente en la empresa Iaproic S.A.C.

Variable 2: Atención al cliente

Zevallos (2021), En su investigación caracterización de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro minimarket del distrito de Chimbote, 2019, El objetivo general fue identificar características de la atención al cliente como factor relevante en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, la investigación fue del tipo descriptivo nivel cuantitativo, diseño no experimental–transversal, se escogió una muestra poblacional de 26 microempresas, se utilizó la técnica de la encuesta, donde se obtuvo los siguientes resultados, el 76% de los encuestados manifestó que si conoce el termino de atención al cliente, el 84% de los encuestados indicaron que el trabajador brinda buena atención al comprador por lo cual el cliente siempre regresa al establecimiento, el 80% de los encuestados indicaron que si tienen buena comunicación con su jefe, el 69% de los encuestados indicaron que no informan a sus jefes sobre las quejas recibidas por los clientes, el 61% de los

encuestados manifestó que gracias a la capacitación realizada por la empresa han brindado buena atención al cliente, el 55% de los encuestados indicaron que para brindar una buena atención requieren de algún tipo de conocimientos, el 50% de los encuestados indicaron que tienen la facilidad de comunicación con los clientes. Se llegó la conclusión que la atención al cliente es la herramienta más relevante que pueden usar, esto hará que aumente la atención al cliente y será recomendada a sus amigos y familiares por la buena atención que existe en la empresa.

Reyes (2023), En su Investigación la atención al cliente como herramienta de gestión para mejorar las ventas en las micro y pequeñas del distrito de santa, año 2022, la investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la atención al cliente como herramienta de gestión para mejorar las ventas en las micro y pequeñas empresas del Distrito de Santa año 2022, El Diseño de investigación descriptivo, transversal - no experimental, para la investigación se utilizó 16 micro y pequeñas empresas, el cual se aplicó un cuestionario de 9 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los resultados, el 30% tiene poco conocimiento en atención al cliente, el 45% algunas veces ha tenido dificultad en atención al cliente, el 90% considera que si es importante la atención al cliente, el 90% considera que establece una buena comunicación con su jefe, el 80% muestra conocimiento de los servicios que ofrecen, el 60% no argumenta de manera coherente y eficiente las respuestas a sus dudas. Llegando a la conclusión la mayoría de los encuestados afirman que 50% tienen poco conocimiento en atención al cliente, el 45% de los representantes de las mypes algunas veces han tenido dificultades para la atención al cliente, el 80% no verifican su satisfacción después de haber realizado el servicio.

Berrocal (2023), en su tesis capacitación del personal para mejorar la calidad en atención al cliente en la micro empresa de provincia de cañete año, 2022. tuvo como objetivo general: Determinar cuáles son las principales características de la Capacitación del personal para mejorar la calidad en atención al cliente en la Micro Empresa, se utilizó una investigación de nivel descriptivo, el diseño de la investigación fue no experimental – transversal. Se utilizó una población muestral de una Mype a quien se le aplicó un cuestionario de 9 preguntas a través de la encuesta obteniendo los siguientes resultados, el 50% de los encuestados manifestó que las capacitaciones realizadas por la empresa le aseguran que el cliente está satisfecho, el 50% de los encuestados indicaron que la comunicación es importante, el 58% de los encuestados indicaron que el jefe le brinda charla motivacional antes de iniciar las actividades, el 75% de los encuestados indicaron que la capacitación que le brindaron le ayudan a brindar una mejor calidad de atención al cliente, el 50% de los encuestados consideran que tener comprensión y trato cortez hacia el cliente es de suma importancia para las ventas dentro de la organización, se concluye que la empresa no brinda una excelente calidad de atención al cliente, las trabajadoras son conscientes de que hace falta una extensa capacitación para mejorar la relación con el cliente.

Antecedentes Regionales

Variable 1: Capacitación Laboral

Mendoza (2022), en su investigación propuesta de mejora de capacitación y desempeño laboral en la microempresa, tuvo como objetivo general: identificar la propuesta de mejora de la capacitación y desempeño laboral en la microempresa. La metodología fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo- de propuesta. Para el recojo de información se identificó una población y una muestra de 25 trabajadores de la microempresa, a quienes se le aplicó un cuestionario de 17 enunciados por medio de la encuesta, encontrándose

los siguientes resultados: el 52% de los trabajadores mencionaron casi nunca reciben instrucción alguna para desempeñarse en su área de trabajo, el 56% casi nunca se encuentran motivados haciendo sus labores diarias en la empresa mientras el 40% de los trabajadores casi nunca hace uso óptimo de los recursos cuando efectúan sus labores diarias, el 36% manifestaron que casi nunca la empresa innova frecuentemente en los productos que ofrece, el 50% manifestaron que las capacitaciones recibidas ayudaron a mejorar en su trabajo. Se concluye con respecto a la capacitación y el desempeño laboral, se pudo apreciar que el tema mencionado no es muy bueno dentro de la empresa, ya que no existe conocimiento alguno por parte de los trabajadores sobre el reglamento interno; así mismo, los colaboradores no toman iniciativa para realizar sus labores y no muestran actitud positiva para cumplir con sus labores respectivas.

Pintado (2021), En su investigación Plan De Capacitación Para Mejorar El Desempeño Laboral Del Personal De La Cooperativa De Servicios Múltiples Aprocassi - 2018 El presente plan de investigación tiene por objetivo general proponer un plan de capacitación para mejorar el desempeño laboral en la cooperativa de servicios múltiples Aprocassi, identificando las necesidades de capacitación para enfocarnos directamente a mejorar y evaluar para dar mejores resultados en beneficio de la cooperativa, el tipo de investigación es cuantitativa y descriptiva. El diseño de investigación del proyecto fue experimental-propositivo, La población del proyecto de investigación estuvo conformada por las 30 personas que vienen prestando servicios como personal administrativo de la cooperativa, asimismo la técnica que se utilizó es la encuesta que está conformado y formulado por 18 preguntas estandarizadas y estructuradas para conocer las opiniones y actividades del personal administrativo. Como resultado de la encuesta se obtuvo que el 70% afirma que el jefe inmediato promueve desarrollo en la organización y el 76% no les han impartido ningún tipo de

capacitación, el 50% afirman haber estado presentes en algunas capacitaciones que se han venido dando a fin de reforzar sus conocimientos y habilidades como también ayudarlos como profesionales a mejorar sus funciones laborales, manteniendo un mejor ritmo de trabajo y un mejor desempeño laboral, asimismo el 100% de los trabajadores considera que le gustaría que la empresa invierta en cursos de capacitación preocupándose siempre por las necesidades de superación de cada uno de sus trabajadores a fin de lograr sus objetivos y metas propuestos aduciendo también que la comunicación y el compañerismo que tienen es muy buena, creando un clima laboral satisfactorio que facilita el trabajo y mejora su entorno laboral.

Mendez (2019), En su investigación titulada Gestión de recursos humanos y desempeño laboral en el minimarket Viva Pecsá, Chilca - 2019. El objetivo fue establecer la relación entre la gestión de recursos humanos y el desempeño laboral de los colaboradores del minimarket Viva Pecsá, en Chilca. El tipo de investigación fue descriptivo no experimental, diseño descriptivo-correlacional, la muestra fueron 80 colaboradores, el muestreo fue censal, el instrumento fue el cuestionario. Los resultados muestran una correlación positiva de nivel moderado bajo entre la gestión de recursos humanos y desempeño laboral. Se halló además que, el porcentaje mayor de gestión de recursos humanos es de nivel muy bajo y que el 17.51% de la muestra presenta un nivel alto, el 58% indicaron que la capacitación ayuda fortalecer capacidades al colaborador, se concluye que la empresa necesita ejecutar capacitación a su personal en temas relacionados a la venta.

Variable 2: Atención al cliente

Segura (2022), En su investigación gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de la provincia del santa, 2022, tuvo como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas. La investigación fue de tipo cuantitativo con un diseño no experimental – transversal – descriptivo, se tomó como muestra 7 micro y pequeñas empresas para realizar dicha investigación, la información se obtuvo a través de la técnica del encuesta. Se obtuvo los siguientes resultados, el 42.86% de los encuestados tiene poca iniciativa para realizar sus labores, el 60% de encuestados siempre informan a su jefe sobre las técnicas ejecutadas, el 42.85% de los encuestados confirman que la falta de capacitaciones es factor para una mala atención, el 45.45% de los encuestados respondieron que la fidelización de sus clientes es un resultado de dar un buen servicio, se concluye que los dueños de las empresas si tienen conocimiento del termino de atención al cliente esto demuestra que los gerentes tienen que brindar los conocimientos a los empleados.

Gastiaburu (2019), En su investigación: Nivel De Satisfacción Del Cliente Con Respecto A Un Supermercado De Trujillo - 2019 El presente trabajo de investigación se elaboró con el objetivo de determinar el nivel de satisfacción del cliente con respecto a un Supermercado de Trujillo, 2017. Se realizó una investigación de diseño no experimental, tipo transversal, descriptivo, teniendo como muestra a los 87 clientes de la empresa, los instrumentos de medición aplicados fueron cuestionarios, utilizando el modelo Servqual el cual se basa en la medición de la calidad de servicio mediante las expectativas de los clientes usando cinco dimensiones; fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía, y elementos tangibles. Los resultados fueron presentados en tablas estadísticas con valores porcentuales, donde se observa las correlaciones de la satisfacción del

cliente, de las cuales se denota un nivel alto de satisfacción ya que las dimensiones elementos tangibles y capacidad de repuesta se encuentran en un nivel alto con un 52,6% y 52.2% respectivamente. En conclusión, los porcentajes se relacionan con los objetivos estratégicos que persiguen las empresas de Supermercados como es el de incrementar la satisfacción del cliente y ser una marca reconocida a nivel nacional.

Romero (2021), en su investigación caracterización de la atención al cliente para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios: rubro minimarket caso malambo – Huaura, 2020, tuvo como objetivo identificar las características de la atención al cliente para la gestión de la calidad, se utilizó una metodología de investigación descriptiva de nivel cuantitativa y con diseño de corte transversal no experimental. La población estuvo conformada por 01 MYPE, fundado en la muestra de las variables de Atención al Cliente y Gestión de la Calidad por 86 clientes, se empleó la técnica de la encuesta utilizando como instrumento un cuestionario de 08 ítems. El 70% de los encuestados indicaron que están satisfechos con la capacitación, el 60% de los encuestados indicaron que si informan a su jefe sobre las técnicas ejecutadas durante las ventas, el 50% de los encuestados indicaron que tienen la capacidad de absolver dudas y reclamos de los clientes, el 90% de los encuestados indicaron que si brindan un trato amable al clientes, el 77% de los encuestados indicaron que si informan a su jefe sobre las quejas recibidas, en conclusión podemos decir que al describir la atención al cliente, se analizó en los encuestados y se puede apreciar un importante porcentaje del 80% que se encuentran satisfechos con la atención brindada por el personal en el Minimarket Malambo, debido a que encuentran un buen trato de amabilidad cuando los clientes se apersonan a realizan sus compras, ya que el cliente siempre va buscar una buena atención para poder satisfacer sus necesidades.

Antecedentes Locales

Variable 2: Atención al Cliente

Patricio (2022), en su investigación propuesta de mejora de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro bodegas en la ciudad de Aija, 2022, la investigación tuvo como objetivo general: Establecer propuesta de mejora de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro bodegas en la ciudad de Aija, 2021. La investigación fue de diseño no experimental- transversal- de propuesta, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 15 representantes de las micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 93.30% siempre se preocupan por la opinión de los clientes. El 40% de los trabajadores indicaron que siempre aplican alguna técnica de venta. El 87% de los encuestados afirman que si interactúan con los clientes durante la atención. El 53% siempre dan prioridad a sus clientes anteponiéndolos a cualquier otra tarea que tengan. El 40% algunas veces se capacitan para otorgar una mejor atención a sus clientes. El 86% siempre brinda una atención personalizada a sus clientes. El 66% algunas veces creen que los clientes se sienten satisfechos con la información que en las bodegas se les brinda. El 66% siempre brindan una solución inmediata frente a los reclamos de los clientes respetando un protocolo de atención. Se concluye que la mayoría de los encuestados consideran que los clientes siempre acuden a su bodega por la buena imagen que muestran, y por la buena atención que les brindan, sin embargo, algunas veces falta implementar capacitaciones por falta de dinero, que ayuden a brindar una atención de calidad.

Calero (2019), en su investigación la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro minimarkets ubicado en el distrito de Chosica, 2018. El objetivo de la investigación es determinar las principales características que tiene la gestión de calidad en la atención al cliente rubro minimarkets en el distrito de Chosica 2018. La muestra se encuentra dirigida a 12 micro y pequeñas empresas MYPES, se les aplicó un cuestionario de 24 preguntas cerradas en forma de encuesta; obteniendo de estas los siguientes resultados: el 67% de los encuestados indicaron que el trato amable hacia el clientes es importante, el 67% de los encuestados indicaron que si tienen capacidad de respuesta ante cualquier duda de los clientes, el 58% manifestaron que la comunicación es fluida con los clientes, el 42% de los encuestados indicaron que siempre escuchan las opiniones de los clientes. se concluye: Que las empresas en el distrito de Chosica, les falta mejorar la infraestructura de la empresa, la atención rápida y el trato amable, los cuales no constituyen sus fortalezas, por lo cual tienen muy en cuenta tener capacitaciones para llegar a mejorar estos aspectos.

Guevara (2020), en su investigación la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro minimarkets en la urbanización palmeras del distrito de los olivos, lima metropolitana, año 2018, el objetivo de la investigación tuvo como propósito establecer las características principales de la gestión de calidad bajo el enfoque de Atención al cliente en la micro y pequeñas empresas. La investigación fue de tipo descriptivo cuantitativo no experimental y de corte trasversal. Los resultados son: el 33% de los encuestados indicaron que si recogen sugerencias y reclamos del cliente para mejorar su nivel de servicio, 73% de los encuestados indicaron que se ha diseñado y se sigue un protocolo de atención al cliente, el 40% de los encuestados manifestó que aveces en su negocio promueve una cultura de buen

servicio, el 40% de los encuestados indicaron que capacitar al personal es un gasto.

2.2. Bases teóricas

Variable 1: Capacitación laboral

Pereyra (2020), La capacitación laboral es uno de los procedimientos de personal utilizado por muchas organizaciones para el logro de sus fines organizativos. Pueden dirigirse hacia objetivos intermedios, como mejora de la calidad o reducción de accidentes y obtención de nuevos conocimientos. A la capacitación se le hapreciado como una herramienta del sistema de mejora continua ya que forma parte del proceso, no sólo de desarrollo de personal, sino del desarrollo y crecimiento de la organización en la que el individuo trabaja. La capacitación alcanza ahora todas las actividades que van, desde la adquisición de una sencilla habilidad motriz, hasta el desarrollo de un conocimiento técnico complejo, la dotación de actitudes administrativas muy elaboradas, y la evolución de actitudes referentes a problemas sociales complicados y discutibles.

La capacitación laboral va relacionado directamente con el recurso humano de toda la organización por lo que a través de la capacitación el recurso humano obtiene la habilidad que podría marcar la diferencia por ello las empresas logran el éxito, los ejecutivos y dueños de la organizaciones se preocupan por planificar, para ejecutar planes de capacitación y desarrollo del talento humano, de aquí que, muchos de los problemas de una compañía son problemas de personal y por lo regular, no son atendidos hasta que hacen crisis, o cuando ya no es posible postergarlos. Si se quiere desarrollar una organización que pueda crear valor a largo plazo irremediamente hay que enfocarse en la gente, que crezcan y se desarrollen a la par con la organización. (Chiavenato, 2020)

Dimensión 1: capacitación por instrucción

La capacitación por instrucción es un proceso donde participan los líderes o los responsables los cuales comparten conocimientos y los participantes o los presentes son los que adquieren conocimientos, también es el proceso de difusión del conocimiento y las necesidades del trabajador para desarrollar sus habilidades, enfocándose en los conocimientos, habilidades, dominios emocionales según sea necesario, provocando cambios de comportamiento planificados y orientados a objetivos en él para beneficiar mejor el desempeño laboral. (Sanchez & Martinez, 2020).

Indicadores

a) Tipo de aprendizaje.

El aprendizaje grupal es de vital importancia porque la unidad fundamental de aprendizajes en las empresas modernas no es el individuo, sino el equipo. Si los equipos no aprenden, la organización no puede aprender, el aprendizaje en equipos es el proceso de alinearse y desarrollar la capacidad de un equipo para crear los resultados que sus miembros realmente desean. Se construye sobre la disciplina de desarrollar una visión compartida. También se construye sobre el dominio personal, pues los equipos talentosos están constituidos por individuos talentosos. (Alles, 2019)

b) Enfoque de capacitación.

El enfoque de capacitación está sustentado en la Teoría de Sistemas, que considera que todas sus partes o combinación de ellas, se complementan y relacionan entre sí de forma integrada e interrelacionada y que, en su conjunto forma una totalidad como sistema. El enfoque sistémico de capacitación, que fundamenta al Modelo, significa una manera de ver y comprender la realidad o una parte importante de ella, en términos de identificación de su estructura y componentes, características relevantes,

interacciones, objetivos y medio ambiente; elementos que resultan vitales para comprender el Modelo Sistémico de Capacitación, cuya instrumentación y desarrollo representa para las administraciones tributarias, diferentes niveles de oportunidad para su desenvolvimiento organizacional. (Alles,2019).

Dimensión 2: capacitación para el desarrollo de habilidades

Las actividades de capacitación y desarrollo de habilidades tienen el potencial de alinear a los empleados de una empresa con sus estrategias corporativas. Algunos beneficios estratégicos posibles de la capacitación y el desarrollo incluyen la satisfacción de los empleados, el mejoramiento de la moral, una tasa de retención más alta, una tasa de rotación más baja, una mejora en las contrataciones, el aumento en las utilidades y la invaluable consecuencia de que los empleados satisfechos producen clientes satisfechos. Desarrollo de habilidades: sobre todo, las habilidades, las destrezas y los conocimientos que están directamente relacionados con el desempeño del puesto presente o de posibles funciones futuras. Se trata de una capacitación orientada directamente hacia las tareas y las operaciones que serán realizadas. Si un trabajador no realiza adecuadamente sus funciones o actividades en su puesto, o no cuenta con los conocimientos, habilidades y aptitudes que se requieren, se debe precisar en forma cuantificable, en qué medida no se cumple con dichos requerimientos. Las técnicas e instrumentos que se elijan para evaluar el desempeño del trabajador deben ser los adecuados a fin de obtener la información conveniente para diseñar las estrategias a seguir en la capacitación. (Chiavenato, 2020).

Indicadores

a) Mejorar

se busca generalmente mejorar de actitudes negativas de los colaboradores para convertirlas en otras más favorables, como aumentar la motivación o desarrollar la sensibilidad del personal de gerencia y de supervisión en cuanto a los sentimientos y las reacciones de las personas. Puede involucrar la adquisición de nuevos hábitos y actitudes, sobre todo en relación con los clientes o usuarios como en el caso de la capacitación de vendedores, cajeros o técnicas de ventas. (Chiavenato, 2020)

b) Perfeccionar

las personas deben contribuir de manera constructiva en todo, desde la forma de asegurar la calidad de los productos hasta la de mejorar los procesos de la organización. Por lo tanto, deben estar en condiciones de poder utilizar un conjunto de técnicas; por ejemplo, analizar situaciones, cuestionar, tratar de conocer lo que no comprenden y pensar creativamente para generar opciones. El objetivo es hacer que la actitud de aprender a aprender sea parte natural de la forma en que las personas piensan y se comportan en el trabajo. El conocimiento de las personas es un activo intangible; por ello, ya no son ahora consideradas un costo en el balance patrimonial, sino una parte integrante del capital intelectual. (Chiavenato,2020).

Variable 2: Atención al Cliente

Atención al cliente es el conjunto de actuaciones mediante las cuales una organización empresarial gestiona la relación con sus clientes actuales o potenciales, antes o después de la compra del producto, y cuyo fin último es lograr en él un nivel de satisfacción lo más alto posible. Una organización orientada a los clientes suele centralizar la relación con estos en un área

específica y especializada de la empresa. Dicha área se suele denominar departamento de atención al cliente. El departamento de atención al cliente tiene como principales objetivos observar el comportamiento del cliente y mantener una relación directa con él para poder resolver cualquier incidencia o reclamación que puede tener. (Ariza & Ariza, 2022).

Dimensión 1: importancia de atención al cliente.

La construcción de un servicio al cliente de excelencia exige de estrategias que lo lleven a un mejoramiento continuo al identificar y definir aquellos momentos de contacto con el cliente que valoran y dan un nivel de satisfacción, una de ellas es el liderazgo en el servicio al cliente en virtud de que este a partir de los líderes se constituyen en el pilar que guía y dirige las organizaciones para que estas pueden tener una planeación, ejecución y control acorde a las necesidades del usuario. (Murillo, 2020).

Indicadores

a) Capacidad

Los líderes, los colaboradores y las compañías orientadas al servicio deben creer en las capacidades y competencias que tienen y que poseen sus colaboradores en especial su líder para el logro de los objetivos de tal manera, que se logre el desarrollo e implantación de un programa o plan conducente a la obtención de resultados de excelencia. Por ello en las empresas se requiere de establecer un sistema de comunicación que sea multidireccional, con asignación de personal y dotación de las herramientas necesarias para la creación de una cultura del servicio además que contenga indicadores que permitan ejercer seguimiento y control en función de los planes implementados. (Murillo, 2020).

b) Comunicación

La comunicación humana, por tanto, es un proceso de interrelación entre dos o más personas, donde se transmite una información desde un emisor, que es capaz de codificarla en un código definido, hasta un receptor, que decodifica dicha información. Todo esto en un medio físico por el cual se logra transmitir, con un código en convención entre emisor y receptor, y en un contexto determinado. La comunicación interna es aquella comunicación que tiene lugar en el seno de una entidad y está formada por el conjunto de actividades dirigidas a los públicos internos de la empresa, es decir, empleados incluyendo a directivos, propietarios, representantes de trabajadores y comités de empresa. Sirve como canal de comunicación entre los miembros de la organización y su función es crear y mantener buenas relaciones con y entre los miembros de la organización. Uno de los elementos esenciales en la comunicación interna es la necesidad de que todos los públicos internos estén plenamente convencidos de que es necesario establecer canales de comunicación y respetar su uso, puesto que de ello se deriva el logro de los objetivos organizacionales y una mejora en muchos aspectos. Gestionar y utilizar las herramientas de comunicación interna de manera eficaz permite que, en el interior de una organización, todo el mundo conozca las razones por las que hace su trabajo y el modo de hacerlo. Asimismo, contribuye a que los públicos internos estén informados, motivados e integrados en la entidad, lo que favorece el logro de los objetivos marcados. (Fernandez, 2020).

Dimensión 2: satisfacción del servicio al cliente.

La satisfacción del cliente está formada por la acumulación de la experiencia del cliente con un producto o servicio. Exponen que esta percepción de la satisfacción del cliente no es una percepción estática en el tiempo, sino que la satisfacción del cliente recoge la experiencia adquirida con la compra y uso de un determinado producto o servicio hasta ese instante de tiempo. satisfacción del cliente identificando cuatro factores que afectaban a ésta. Dichos factores que sacian las preferencias, necesidades o valores personales son: aspectos esenciales del producto o servicio que los clientes esperan de todos los competidores de dicho producto o servicio, servicios básicos de apoyo como la asistencia al consumidor, un proceso de reparación en el caso de que se produzca una mala experiencia y la personalización del producto o servicio. la satisfacción del cliente es una función de la valoración de los clientes de la calidad del servicio, la calidad del producto y el precio. (Gil, 2020).

Indicadores

a) Técnica

Las técnicas corresponden a la gran habilidad que desarrollan los vendedores para interpretar un producto o servicio, de tal manera que sus características se traduzcan en bondades, beneficios, fortalezas y ventajas para sus clientes, además logra persuadirlo y motivarlo para realizar la compra en beneficio mismo del cliente comprador o consumidor. Por tal razón, las técnicas de ventas responden a un procedimiento debidamente ordenado y planeado. También podemos decir que las técnicas de ventas son todos aquellos instrumentos y herramientas que son utilizadas en la practicidad de las ventas y, a través de las cuales se puede motivar a la decisión de compra por parte de un cliente prospecto. Por tal razón las técnicas de ventas son denominadas

la caja de herramientas de los vendedores profesionales. Esta caja de herramientas sirve para definir los argumentos con los cuales el vendedor va desarrollando el proceso de la venta hacia la decisión de compra de los clientes prospectos. Es la manera como se empoderan y se manejan los argumentos, lo que puede finalmente desencadenar una compra. La Psicología, la Sociología y la habilidad de observar, es la base de las técnicas de ventas y son usadas por los vendedores más profesionales. Sin embargo, no es solo el saber las técnicas de ventas, es igualmente importante, el saber hacer, la habilidad en uso de las técnicas de ventas en el momento del contacto con los clientes, y para ellos es preciso la capacitación y el entrenamiento, lo cual, a través de la experiencia, llevará al vendedor al dominio del arte de las ventas. El dominio de las técnicas de ventas llevará al vendedor a relatar los beneficios y bondades de los productos, como si fueran historias que involucran a los clientes y los hace personajes principales, ya sea en una entrevista, una llamada telefónica, un correo electrónico o mediante herramientas como una página web, un catálogo, un folleto. Las técnicas suelen ser la caja de herramientas de los profesionales en ventas, con las cuales se ordenan los argumentos que permitan desencadenar una acción de compra en los clientes abordados. Es la experticia en el manejo de estos argumentos la que determina la acción compradora. La mayoría de las técnicas de venta están basadas en la Psicología, la Sociología y en la observación del trabajo de los mejores profesionales en ventas. (Gil, 2020).

b) Interacción

La interacción es la acción que ocurre entre dos o más personas u objetos, que está determinada por algún grado de reciprocidad. Quien vende debe ser feliz para transmitir energía positiva para el cliente. La realidad es simple. Un grupo de gente que no es feliz no logra resultados, especialmente en el área de ventas, tanto de productos como de servicios, siendo necesaria la imagen de los vendedores felices, para que se pueda transmitir bienestar a los clientes cuando entran en la tienda. Tenemos que desarrollar buen ánimo, alegría y tratar al cliente de forma espontánea, con voluntad, con placer, y que el placer sea algo natural, no artificial, el cliente siente la empatía, la percepción del cliente es muy fuerte y es obvio, que sólo los clientes bien tratados son los que volverán a la tienda. (Gil,2020).

Marco conceptual

Capacitación Laboral

La capacitación laboral es aquella actividad enfocada a la constante preparación y formación de nuestros recursos humanos. En este sentido, es una permanente, y planificada, actividad basada en la preparación del personal que va a desempeñar una determinada actividad laboral. 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. (Coll, 2021).

Atención al cliente

Atención al cliente, conocido también como servicio de atención al cliente es una herramienta de marketing, que se encarga de establecer puntos de contacto con los clientes, a través de diferentes canales, para establecer relaciones con ellos, antes, durante y después de la venta. Entre sus principales objetivos, se encuentran: garantizar que el producto o servicio llegue a su público objetivo, que sea usado de la forma correcta y que genere la satisfacción del cliente. Para lograr estos objetivos, es importante brindar apoyo, asesoría, orientación, instrucciones y todo aquello que facilite este proceso. El servicio es una ventaja competitiva cada vez más importante para las empresas, tanto grandes como pequeñas, que facilitan los negocios y priorizan las necesidades de sus clientes. (Lopez, 2020).

Micro y pequeñas empresas

Según Ministerio Trabajo (2023), Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. define a la Micro y pequeña empresa como aquella unidad económica creada ya sea por una persona natural o jurídica, la cual tiene por objetivo el desarrollo de diversas actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios; y que en la actualidad cumple una participación indiscutible dentro del marco laboral del país, ya que no solo es generadora de empleo sino también contribuye con el desarrollo socioeconómico de la zona en la que se ubica y ayuda en la reducción de pobreza en los países en desarrollo.

Venta de abarrotes

INEI (2023), según el código CIU nos indica que esta clase comprende la venta al por menor de gran variedad de productos entre los que predominan, sin embargo, los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco, como: actividades de venta al por menor de comercios que venden, además de su línea principal de productos alimenticios, bebidas o tabaco, varios otros tipos de productos, como prendas de vestir, muebles, aparatos, artículos de ferretería, cosméticos, etcétera.

2.3 Hipótesis (en caso que aplique)

La presente investigación titulada: Propuesta de mejora de la capacitación laboral para la atención al cliente en la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho, 2023, no cuenta con hipótesis puesto que es de nivel descriptivo, Maelgar (2020) Manifiesta que las hipótesis son explicaciones tentativas de un fenómeno investigado, la hipótesis son suposición o conjetura, de relación entre hechos o fenómenos, sujeta a comprobación.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y Diseño de Investigación, Nivel

El tipo de investigación

Es de tipo cuantitativo porque es un proceso sistemático y ordenado que se lleva a cabo siguiendo determinados pasos. La investigación cuantitativa considera que el conocimiento debe ser objetivo, y que este se genera a partir de un proceso deductivo en el que, a través de la medición numérica y el análisis estadístico inferencial, se prueban hipótesis previamente formuladas. Este enfoque se comúnmente se asocia con prácticas y normas de las ciencias naturales y del positivismo. Este enfoque basa su investigación en casos tipo, con la intención de obtener resultados que permitan hacer generalizaciones. Melgar (2020).

- Se utilizó el tipo cuantitativo porque en el estudio de investigación: Propuesta de mejora de la capacitación laboral para la atención al cliente en la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho, 2023, se utilizó instrumentos de medición y evaluación.

Nivel de investigación

La investigación fue de nivel descriptivo este tipo de estudio busca únicamente describir situaciones o acontecimientos básicamente no está interesado en comprobar explicaciones, ni en probar determinadas hipótesis, ni en hacer predicciones. Con mucha frecuencia las descripciones se hacen por encuestas. (Monje, 2021).

- Se utilizó el nivel descriptivo en el estudio de investigación: Propuesta de mejora de la capacitación laboral para la atención al cliente en la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho, 2023, se describió las características primordiales de cada variable de estudio.

- Además, la investigación: Propuesta de mejora de la capacitación laboral para la atención al cliente en la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho, 2023 fue de propuesta porque se presentó un plan de mejora según los resultados.

Diseño de investigación

Esta investigación se encuentra dentro del diseño de campo No Experimental-Transversal.

No experimental

Salkind (2019), Nos menciona que son fenómenos, gestas, contextos o dominados en su próximo natural o situación, no serán estimulados intencionalmente por el investigador.

La investigación fue no experimental porque se realizó sin modificar las variables de estudio capacitación laboral para la atención al cliente, se observó y se presentó tal como se encontró dentro de la microempresa.

Transversal

El estudio transversal es un tipo de investigación que se centra en la observación y análisis de los datos recopilados de la muestra en un determinado período de tiempo (Melgar, 2020).

Fue de corte transversal por que la investigación: Propuesta de mejora de la capacitación laboral para la atención al cliente en la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho, 2023, se desarrolló en un periodo de tiempo.

3.2 Población y Muestra

Población

La población en investigación no se refiere siempre a la definición de tipo demográfico: conjunto de personas ubicadas en un área geográfica determinada, claramente definida, se pueden formar poblaciones estructurales de diferentes maneras. (Monje, 2021).

La población de la presente investigación del sector comercio, rubro venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco ubicada en Lima - Huaura – Huacho.

Estuvo constituido por:

En el estudio para ambas variables de capacitación laboral para la atención al cliente, la población estuvo compuesta por 10 trabajadores del rubro de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.

Muestra

la muestra se define como un conjunto de objetos y sujetos procedentes de una población; es decir un subgrupo de la población, cuando esta es definida como un conjunto de elementos que cumplen con unas determinadas especificaciones. De una población se pueden seleccionar diferentes muestras. (Monje, 2021).

- En esta investigación se empleó una muestra censal para ambas variables capacitación laboral y atención al cliente, ya que se consideró a la totalidad de la población debido a su pequeño tamaño, asimismo, estuvo conformado por los 10 trabajadores de la microempresa inversiones caserito.

3.3 Variables. Definición y Operacionalización

| variable | Definición operativa | Dimensiones | Indicadores | Escala de medición | Categorías o valoración |
|---------------------|---|--|-------------------------|--------------------|---|
| Capacitación | La capacitación es el proceso educativo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos. La capacitación por instrucción es un proceso de aprendizaje complejo sujeto a la influencia de infinidad de condiciones, aprendizaje es un concepto relacionado con la práctica, el refuerzo, la reiteración y el olvido. (Coll Morales, 2021). | Capacitación por instrucción | Tipo de aprendizaje | Likert | Siempre=5 Casi siempre=4 A veces=3 Casi nunca=2 Nunca=1 |
| | | | Enfoque de capacitación | | |
| | | Capacitación para el desarrollo de Habilidades | Mejorar | | |
| | | | Perfeccionar | | |
| Atención al Cliente | Atención a los clientes es conjunto de actuaciones mediante las cuales una empresa gestiona la relación con sus clientes actuales o potenciales, antes o después de la compra del producto y cuyo fin último es lograr un nivel de satisfacción al cliente lo más alto posible, las habilidades de atención que utiliza el vendedor son factores que inciden en una buena imagen empresarial. (Lopez, 2020). | Habilidades de atención al cliente | Capacidad | Likert | Siempre=5 Casi siempre=4 A veces=3 Casi nunca=2 Nunca=1 |
| | | | Comunicación | | |
| | | Satisfacción del servicio al cliente | Técnica | | |
| | | | Interacción | | |

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información

Técnica

La técnica que se utilizó en la presente investigación fue la encuesta, a los trabajadores de la microempresa inversiones mi caserito para la variable capacitación laboral y atención al cliente. expresa que ésta es la herramienta más utilizada en la mayoría de investigaciones, tiene la finalidad de recaudar datos referentes a las características, opiniones o expectativas. (Monje, 2021).

Instrumento

Para la recolección de los datos se utilizó al instrumento del cuestionario, el cual según Monje (2021), dice que es el listado de preguntas referentes al tema de investigación, en este caso capacitación laboral y atención al cliente. El objetivo de éste es recaudar información y datos para ser utilizados en las tabulaciones y así poder realizar la interpretación de resultados. Para la investigación el cuestionario fue un listado de 20 preguntas para ambas variables. La escala de medición fue de Likert De esta manera se llevó a cabo la investigación descriptiva con respecto a las variables estudiadas, así mismo la muestra fue no probabilística, se utilizó alfa de Cronbach, en la variable Capacitación Laboral el resultado salió 0.70287, lo que nos quiere decir el análisis de la consistencia que es muy confiable del instrumento, también en la variable Atención al cliente salió como resultado final 0.7379256, lo que nos quiere decir el análisis de la consistencia que es excelente confiabilidad del instrumento, de mismo modo el instrumento fue validado por tres expertos.

3.5 Método de análisis de datos

Monje (2021), El análisis de datos nos ayuda a elegir para qué usar los datos y cómo analizarlos, y también se refiere a dirigir los datos de la investigación a acciones específicas para sacar conclusiones precisas. Una vez recopilados los datos, se presentó en una tabla. Los datos antes mencionados se analizaron utilizando el método de análisis descriptivo.

Se utilizó el sistema Microsoft Windows 10, donde se utilizó el programa Microsoft Word 2013 y el programa Microsoft Excel 2013 para describir y organizar los datos recolectados, donde también se calculan las frecuencias y porcentajes de las tablas. Para evitar plagios y finalmente se utiliza Power Point para la presentación de la revista.

3.6 Aspectos Éticos

En la investigación se tuvo en cuenta el reglamento de integridad científica de la ULADECH católica:

- Protección a las personas: para esta investigación se desarrolló el protocolo del consentimiento informado, el mismo que fue aceptado por todas las personas que conforman la muestra de este estudio. A través del consentimiento informado se comunicó claramente el propósito de la investigación que consistió en describir las características de capacitación laboral y atención al cliente en esta empresa, así como se les informó que cada uno de ellos se pueden retirar en cualquier momento de la investigación, así mismo se les mencionó que los datos recolectados quedarán disponibles para futuras investigaciones. No se tuvo participantes menores de edad; el cuestionario estuvo diseñado para los trabajadores de la empresa, quienes dieron su aceptación por medio del consentimiento informado.

- Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: la presente investigación no tuvo contacto con el medio ambiente, ni con la biodiversidad, por lo tanto, no se hizo ningún daño al medio ambiente y no se generaron afectos adversos que alteren su existencia. Así la muestra del estudio fueron los trabajadores de la empresa.
- Libre participación y derecho a estar informado: antes del recojo de la información se solicitó expresamente con el consentimiento informado a cada participante, así mismo se le absolvieron oportunamente todas las dudas y consultas respecto a la investigación, las personas participantes en este proyecto fueron bien informados y tuvieron conocimiento sobre las finalidades y propósitos del proyecto; por lo que la participación fue libre y voluntaria sin ninguna presión.
- Beneficencia: la presente investigación por su naturaleza no presentó riesgo alguno ni para los participantes de la investigación ni para el investigador. En todo momento lo que se buscó es maximizar los beneficios en favor de la investigación, sin ir en contra de los derechos de los participantes ya que se priorizó el bienestar de los participantes, sin causar ningún daño ni afectar la integridad de estos.
- No maleficencia: Este principio se cumplió ya que durante todo el estudio a la microempresa inversiones mi caserito, se informó del propósito y el fin de la investigación buscando su aprobación, evitando así que el negocio se vea perjudicado de alguna manera.
- Justicia: en esta investigación todos los datos recopilados se realizaron con total transparencia y tomando medidas convenientes para así evitar que la información recopilada no llegue a prácticas injustas. Así mismo a todas las personas que participaron de esta investigación se les brindó el mismo trato de respeto y consideración, de igual forma se brindó toda información de aquello que solicitaron, ya que se centró en la justicia y equidad.

- Integridad científica: esta investigación se llevó a cabo con total transparencia, los datos de identidad de los participantes fueron confidenciales y anónimas. Fue fundamental obtener información verídica, por ello la investigación se realizó de manera correcta e íntegra, en función de las normas deontológicas de la administración; durante todo el proceso de la investigación se tuvo como prioridad el respeto, justicia y responsabilidad.

IV. RESULTADOS

Tabla 1.

Características de la capacitación laboral en la microempresa Inversiones Mi CASERITO Huacho,2023.

| Capacitación laboral | N | % |
|--|----|--------|
| Usted tiene conocimiento sobre tipos de aprendizaje | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 0 | 0.00 |
| Algunas Veces | 0 | 0.00 |
| Casi siempre | 4 | 40.00 |
| Siempre | 6 | 60.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Consideras que para tu trabajo requieres de algún tipo de conocimiento | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 0 | 0.00 |
| Algunas Veces | 0 | 0.00 |
| Casi siempre | 5 | 50.00 |
| Siempre | 5 | 50.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| La empresa cuenta con plan de capacitación | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 4 | 40.00 |
| Algunas Veces | 6 | 60.00 |
| Casi siempre | 0 | 0.00 |
| Siempre | 0 | 0.00 |
| Total | 10 | 100.00 |

Continua...

Tabla 1.

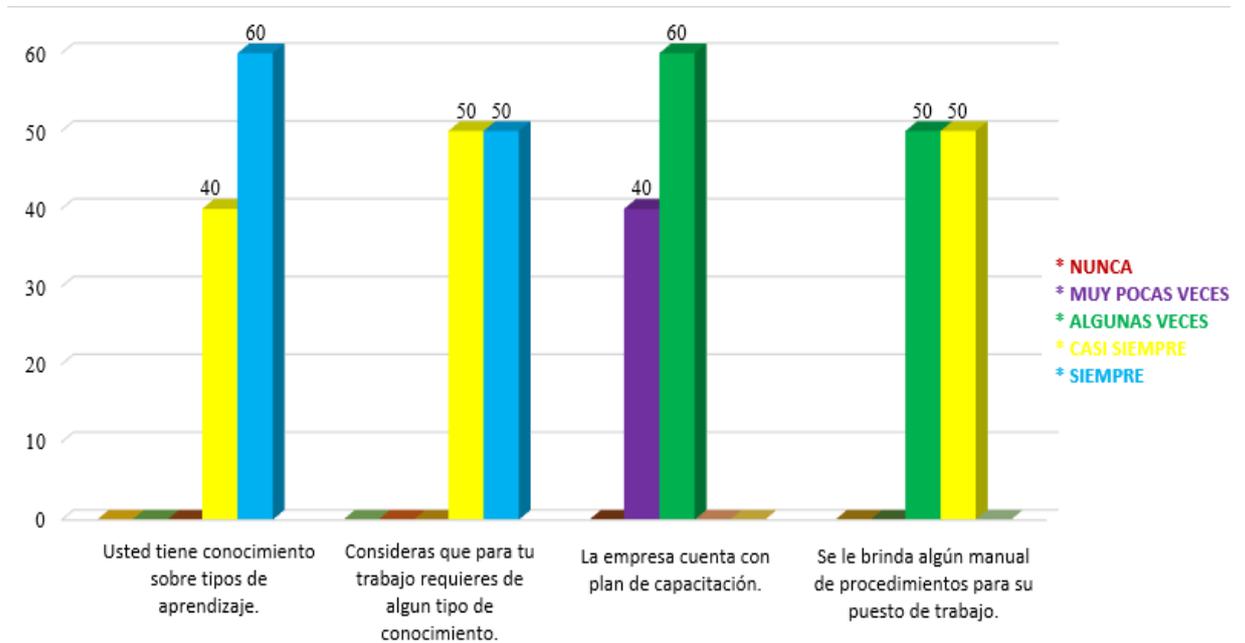
Características de la capacitación laboral en la microempresa Inversiones Mi CASERITO Huacho,2023.

| Capacitación laboral | N | % |
|---|----|--------|
| Se le brinda algún manual de procedimientos para su puesto de trabajo | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 0 | 0.00 |
| Algunas Veces | 5 | 50.00 |
| Casi siempre | 5 | 50.00 |
| Siempre | 0 | 0.00 |
| Total | 10 | 100.00 |

Nota. Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores de la microempresa mi CASERITO Huacho, 2023

Figura 1.

Características de la capacitación laboral en la microempresa Inversiones Mi CASERITO Huacho,2023.



Nota Tabla 1.

Interpretación.

El 60% de los trabajadores indicó que la empresa siempre brinda conocimientos sobre los tipos de aprendizaje, el 50% de los trabajadores manifestó que casi siempre requiere de algún tipo de conocimiento, el 60% de los colaboradores manifestaron que algunas veces la empresa no cuenta con el plan de capacitación, el 50% de los trabajadores mencionaron que algunas veces le brindaron manual de procedimiento para el puesto de trabajo.

Tabla 1

Características de la capacitación laboral en la microempresa Inversiones Mi CASERITO Huacho,2023.

| Capacitación laboral | N | % |
|--|----|--------|
| usted como colaborador siente que ha mejorado con las capacitaciones | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 3 | 30.00 |
| Algunas Veces | 4 | 40.00 |
| Casi siempre | 3 | 30.00 |
| Siempre | 0 | 0.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| la capacitación le ayuda a mejorar a solucionar los problemas que se presentan dentro de su trabajo | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 0 | 0.00 |
| Algunas Veces | 0 | 0.00 |
| Casi siempre | 6 | 60.00 |
| Siempre | 4 | 40.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Ud. considera que su jefe inmediato superior promueve la mejora dentro de la empresa | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 0 | 0.00 |
| Algunas Veces | 5 | 50.00 |
| Casi siempre | 5 | 50.00 |
| Siempre | 0 | 0.00 |
| Total | 10 | 100.00 |

Tabla 1

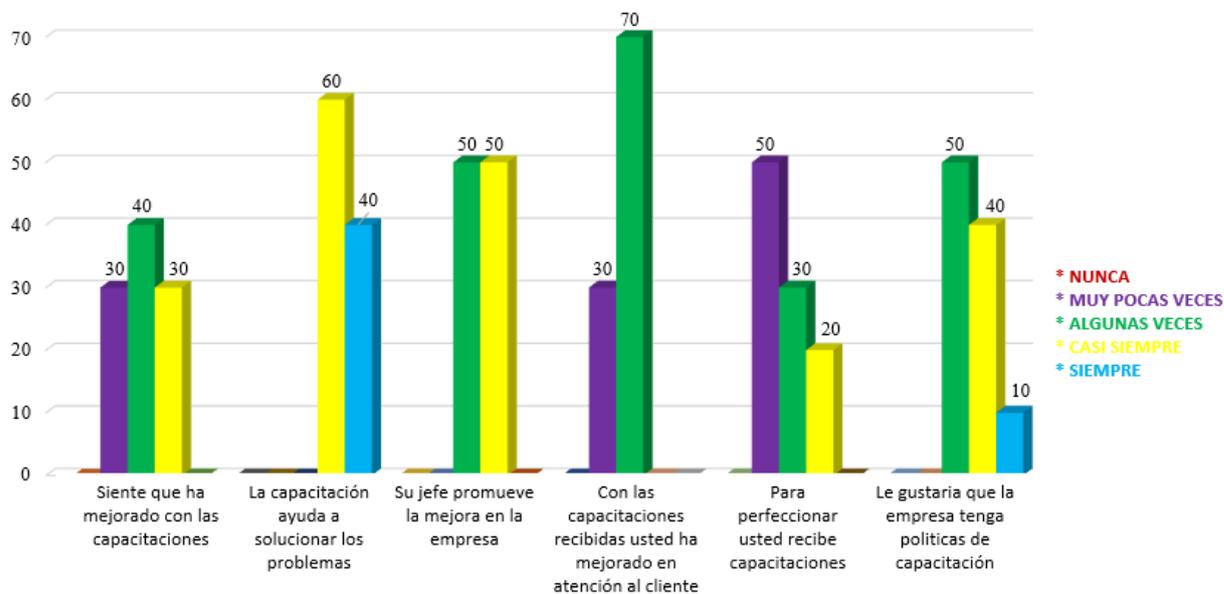
Características de la capacitación laboral en la microempresa Inversiones Mi CASERITO Huacho, 2023.

| Capacitación laboral | N | % |
|--|----|--------|
| con las ultimas capacitaciones recibidas usted como colaborador esta perfeccionando en atención al cliente | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 3 | 30.00 |
| Algunas Veces | 7 | 70.00 |
| Casi siempre | 0 | 0.00 |
| Siempre | 0 | 0.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Para perfeccionar en su labor usted recibe capacitaciones | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 5 | 50.00 |
| Algunas Veces | 3 | 30.00 |
| Casi siempre | 2 | 20.00 |
| Siempre | 0 | 0.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Le gustaría que inversiones mi caserito tenga como política, hacer capacitaciones | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 0 | 0.00 |
| Algunas Veces | 5 | 50.00 |
| Casi siempre | 4 | 40.00 |
| Siempre | 1 | 10.00 |
| Total | 10 | 100.00 |

Nota. Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores de la microempresa mi CASERITO Huacho, 2023

Figura 1

Características de la capacitación laboral en la microempresa Inversiones Mi CASERITO Huacho,2023.



Nota Tabla 1.

Interpretación

El 40% de los trabajadores indicaron que algunas veces han mejorado con las capacitaciones brindada por la empresa, el 60% de los trabajadores indicaron que casi siempre las capacitaciones han ayudado ha solucionar los problemas, el 50% de los trabajadores mencionaron que el jefe inmediato promueve la mejora en la organización, el 70% de los trabajadores indicaron que algunas veces con las capacitaciones recibidas han mejorado y brindaron una atención adecuada al cliente, el 50% de los encuestados indicaron que muy pocas veces reciben capacitaciones para perfeccionar en las ventas, el 50% de los trabajadores indicaron que algunas veces la empresa no tiene política de capacitaciones.

Tabla 2.

Características de Atención al Cliente laboral en la microempresa Inversiones Mi CASERITO Huacho,2023.

| Atención al cliente | N | % |
|---|----|--------|
| Usted tiene la capacidad de planificar las actividades antes de ejecutar | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 0 | 0.00 |
| Algunas Veces | 0 | 0.00 |
| Casi siempre | 5 | 50.00 |
| Siempre | 5 | 50.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| usted tiene la capacidad de solucionar los reclamos del cliente | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 0 | 0.00 |
| Algunas Veces | 0 | 0.00 |
| Casi siempre | 4 | 40.00 |
| Siempre | 6 | 60.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Usted tiene la facilidad de comunicación con los clientes | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 0 | 0.00 |
| Algunas Veces | 0 | 0.00 |
| Casi siempre | 5 | 50.00 |
| Siempre | 5 | 50.00 |
| Total | 10 | 100.00 |

Continua...

Tabla 2.

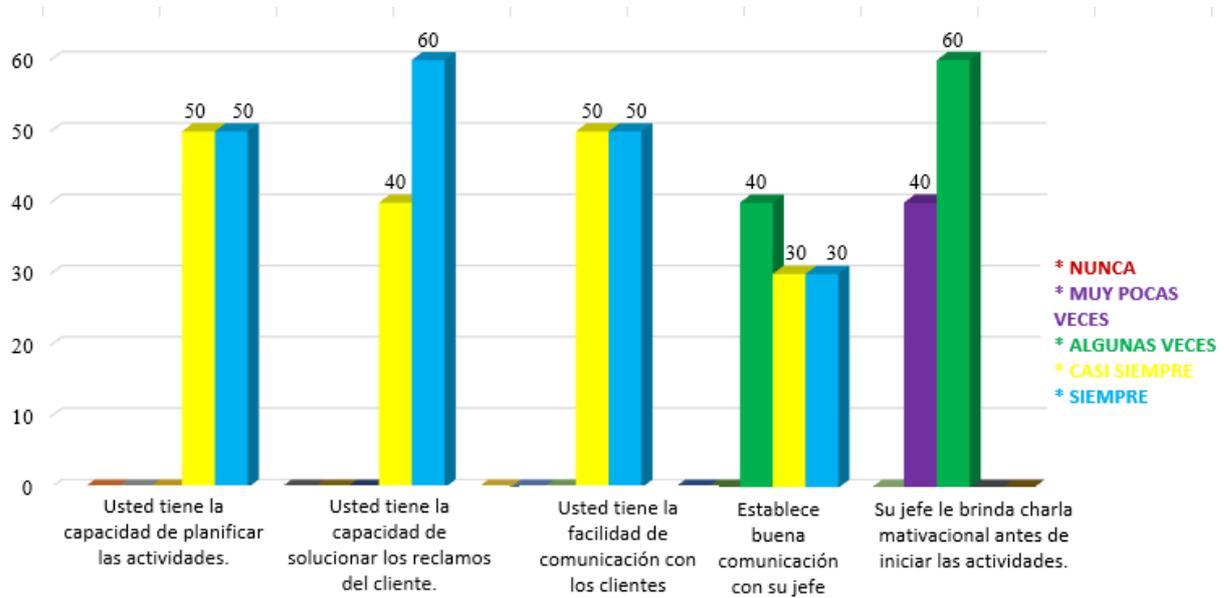
Características de Atención al Cliente laboral en la microempresa Inversiones Mi CASERITO Huacho,2023.

| Atención al cliente | N | % |
|--|----|--------|
| Como colaborador usted establece una buena comunicación con su jefe | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 0 | 0.00 |
| Algunas Veces | 4 | 40.00 |
| Casi siempre | 3 | 30.00 |
| Siempre | 3 | 30.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| su jefe inmediato le brinda charla motivacional antes de iniciar las actividades | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 4 | 40.00 |
| Algunas Veces | 6 | 60.00 |
| Casi siempre | 0 | 0.00 |
| Siempre | 0 | 0.00 |
| Total | 10 | 100.00 |

Nota. Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores de la microempresa mi CASERITO Huacho, 2023

Figura 2.

Características de Atención al Cliente laboral en la microempresa Inversiones Mi CASERITO Huacho,2023.



Nota Tabla 2.

Interpretación

El 50% de los trabajadores de la empresa indicaron que siempre tienden a planificar las actividades antes de ejecutar, el 60 de los colaboradores siempre solucionan los reclamos de los clientes, el 50% indicaron que tienen la facilidad de comunicación con los clientes, el 40% de los trabajadores indicaron que no establecen buena comunicación con su jefe , el 60 de los trabajadores de la empresa manifestó que algunas veces el jefe no brinda ninguna charla motivacional antes de iniciar las actividades.

Tabla 2.

Características de Atención al Cliente laboral en la microempresa Inversiones Mi CASERITO Huacho,2023.

| Atención al cliente | N | % |
|--|----|--------|
| Usted informa a su jefe inmediato sobre sus técnicas ejecutadas | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 0 | 0.00 |
| Algunas Veces | 2 | 20.00 |
| Casi siempre | 6 | 60.00 |
| Siempre | 2 | 20.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Aplica alguna técnica de venta al momento de ofrecer algún producto | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 0 | 0.00 |
| Algunas Veces | 2 | 20.00 |
| Casi siempre | 4 | 40.00 |
| Siempre | 4 | 40.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Informa a su jefe sobre las quejas recibidas por parte del cliente | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 1 | 10.00 |
| Algunas Veces | 1 | 10.00 |
| Casi siempre | 5 | 50.00 |
| Siempre | 3 | 30.00 |
| Total | 10 | 100.00 |

Continua...

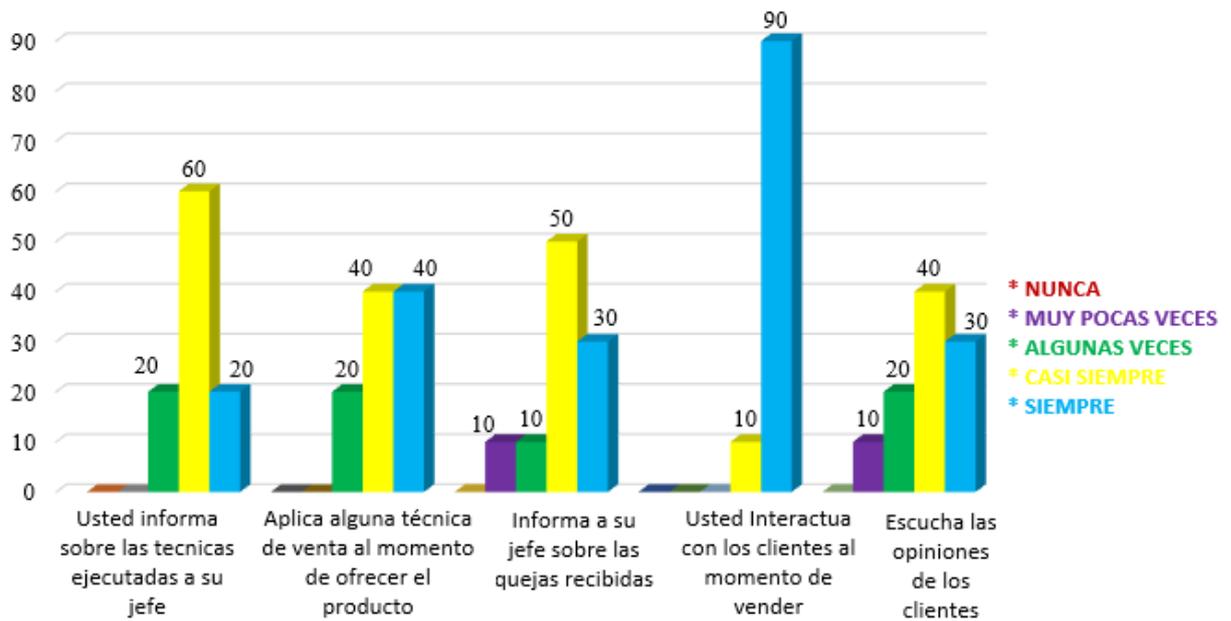
Tabla 2.

Características de Atención al Cliente laboral en la microempresa Inversiones Mi CASERITO Huacho,2023.

| Propuesta de mejora satisfacción al cliente | N | % |
|---|----|--------|
| Usted como colaborador interactúa con los clientes | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 0 | 0.00 |
| Algunas Veces | 0 | 0.00 |
| Casi siempre | 1 | 10.00 |
| Siempre | 9 | 90.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Usted como colaborador escucha las opiniones de los clientes | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 1 | 10.00 |
| Algunas Veces | 2 | 20.00 |
| Casi siempre | 4 | 40.00 |
| Siempre | 3 | 30.00 |
| Total | 10 | 100.00 |

Nota. Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores de la microempresa mi CASERITO Huacho, 2023

Figura 2
Características de Atención al Cliente laboral en la microempresa Inversiones Mi CASERITO Huacho,2023.



Nota Tabla 2.

Interpretación.

El 60% de los colaboradores de la empresa indicaron que casi siempre informan a su jefe inmediato sobre las técnicas empleadas en la empresa, el 40% de los colaboradores indicaron que casi siempre aplica alguna técnica de venta al momento de ofrecer un producto, el 50% de los trabajadores indicaron que casi siempre informan a su jefe sobre las quejas recibidas por parte del cliente, el 90% de los trabajadores indicaron que siempre interactúan con los clientes, el 40% de los trabajadores indicaron que casi siempre escuchan las opiniones de los clientes.

Tabla 3.

Propuesta de mejora de la capacitación laboral para la atención al cliente en la micro empresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho, 2023.

| variables | Indicadores | Problemas encontrados | Causas del problema | Consecuencias de los problemas | Acciones de mejora | Responsable | Presupuesto |
|--------------|-------------------------|--|--|---|---|-------------|-------------|
| capacitación | Tipo de aprendizaje | El 50% de los trabajadores mencionaron que casi siempre la empresa requiere de conocimientos para la atención al cliente | -No brinda inducción a los nuevos trabajadores -No cuenta con manual de funciones | - Alta rotación del personal. - Mal imagen de la empresa - Perdida del cliente. | - la empresa debe tener plan de inducción para el nuevo personal. - Planificar para la inducción al personal | Gerencia | S/. 500 |
| | Enfoque de capacitación | el 60% de los colaboradores manifestaron que algunas veces no | -No tiene plan de capacitación. -Falta de visión empresarial. | -Personal sin capacitación esto genera mala atención al cliente | -Elaborar plan de capacitación cada tres meses. | Gerencia | S/.1000 |

| | | | | | | | |
|---------------------|-----------|---|--|--|--|----------|---------|
| | | cuenta con el plan de capacitación | | | | | |
| | | el 50% de los trabajadores mencionaron que algunas veces no le brindaron manual de procedimiento | -Falta de manual de procedimientos y funciones. -El trabajador no sabe sus funciones. | -Mala atención al cliente. -El trabajador no sabe donde acudir para la atención al cliente. | -Elaboración de manual de procedimientos y funciones | Gerencia | S/.1500 |
| Atención al cliente | Capacidad | El 50% de los trabajadores de la empresa indico que casi siempre tienden a planificar las actividades antes de ejecutar | -Mal información a los clientes. | -Falta de planificación y organización. | -Elaboración de plan estratégico a mediano plazo. | Gerencia | S/.1500 |

| | | | | | | | |
|--|--|--|---|--|--|----------|--------|
| | | El 60% de los trabajadores de la empresa manifestó que algunas veces el jefe no le brinda charla motivacional antes de iniciar las actividades | -Trabajadores desmotivados. -Desinterés en el trabajo. -Pocas ventas. | -Mala atención al cliente. -Pocas ventas. | -Fomentar Pausas activas durante horas de labor. | Gerencia | S/.100 |
|--|--|--|---|--|--|----------|--------|

V. DISCUSIÓN

Tabla 1

Características de la Capacitación Laboral para la Atención al Cliente en la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho,2023

Conocimiento sobre tipos de aprendizaje: El 60% de los trabajadores encuestados indicaron que siempre tienen conocimientos sobre tipos de aprendizaje, (Tabla 1) estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizada por Quispe (2020), señalo que el 60% de los encuestados indicaron que si tienen conocimiento en tipos de aprendizaje, pero contrasta con los resultados encontrados por Camba & Paguay (2019), Señalo que el 50% de los trabajadores indicaron que no tienen ningún conocimiento sobre tipos de aprendizaje. Esto demuestra que la mayoría los trabajadores si tienen conocimientos previos sobre el rubro de las ventas ya que esto garantizaría tener colaboradores eficientes y eficaces lo cual permitiría tener un valor agregado para la empresa.

Consideras que para tu trabajo requieres de algún tipo de conocimiento: El 50% de los trabajadores encuestados indicaron que casi siempre requieren algún tipo de conocimientos, (Tabla 1), estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizada por Sulca (2021), Señalo que el 50% de los trabajadores requieren de algún tipo de conocimiento, también coinciden con los resultados Zevallos (2021), Señalo que el 55% de los encuestados mencionaron que si requieren de algún tipo de conocimiento para brindar una atención. Esto demuestra que la mayoría relativa de los trabajadores necesitan o requieren algún tipo de conocimientos para poder empezar a laborar en el área de ventas, si los trabajadores cuentan con algún tipo de conocimiento garantizarían una labor adecuada dentro de la empresa.

La empresa cuenta con plan de capacitación: El 60% de los trabajadores encuestados mencionaron que algunas veces la empresa no cuenta con un plan de capacitación, (Tabla 1) estos resultados contrastan con lo encontrado en la investigación realizada por Quispe (2020), Señalo que el 70% de los trabajadores indicaron que la empresa cuenta con plan de capacitación. Esto demuestra que la mayoría de las empresas necesitan tener un plan de capacitación, tener un plan de capacitación permite a la organización a que sus colaboradores estén entrenados y que tengan formación para el desarrollo de sus actividades.

Brinda algún manual de procedimientos para su puesto de trabajo: El 50% de los trabajadores encuestados mencionaron que algunas veces la empresa no le brinda algún manual de procedimientos para su puesto de trabajo, (Tabla 1) estos resultados contrastan con lo encontrado en la investigación Quispe (2020), Señalo que el 70 % de los trabajadores indicaron que no conoce el manual de funciones y procedimientos. También contrastan con los resultados de Aguirre (2021), Señalo que el 100% de los trabajadores indicaron que es muy importante que la empresa cuente con un manual para un mejor desarrollo de actividades. Esto demuestra que la mayoría de las empresas necesitan tener manual de procedimientos para el puesto de trabajo, viendo estos resultados los dueños y gerentes de la empresa deben de planificar y elaborar manual de procedimientos ya que este es una herramienta de gran utilidad para la organización y también para el colaborador al colaborador le permitirá saber sus funciones al detalle.

Siente que ha mejorado con las capacitaciones recibidas: El 40% de los trabajadores encuestados mencionaron que algunas veces han mejorado en su desempeño con las capacitaciones recibidas dentro de la empresa, (Tabla 1) estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizada por Torres (2022), Señalo que el 60 % de los trabajadores indicaron que han mejorado sus conocimientos y habilidades al recibir capacitaciones, también los resultados Quispe (2020), Señalo que el 50 % de los encuestados indicaron que con las capitaciones

recibidas han mejorado. Esto demuestra que la mayoría de las empresas necesitan brindarle talleres de capacitación a los colaboradores para que día a día mejoren y tengan la capacidad de respuesta ante los clientes.

La capacitación le ayuda a solucionar los problemas que se presentan dentro de su trabajo: El 60% de los trabajadores encuestados mencionaron que casi siempre las capacitaciones le han ayudado a solucionar los problemas que se presenta dentro de la empresa, (Tabla 1) estos resultados contrastan con lo encontrado en la investigación realizada por Torres (2022), Señalo que el 40% de los trabajadores indicaron que la capacitación ayuda a que estén preparados para solucionar problemas. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores mencionan que la capacitación es de vital importancia por lo que ayuda a solucionar problemas, como la capacitación es un mecanismo de obtener conocimientos a través de talleres que van enfocado a cada área esto le permite al trabajador nutrirse de nuevos conocimientos y herramientas.

Su jefe inmediato promueve la mejora dentro de la empresa: El 50% de los trabajadores encuestados mencionaron que algunas veces el jefe inmediato promueve la mejora dentro de la empresa, (Tabla 1) estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizada por Torres (2022), Señalo que el 55 % de los trabajadores afirmaron que el jefe inmediato promueve desarrollo en la organización. También coincide con la investigación de Pintado (2021), Señala que el 70% de los encuestados manifestaron que el jefe inmediato promueve desarrollo en la organización. Esto demuestra que la mayoría relativa de los trabajadores mencionan que el jefe inmediato superior si promueven la mejora de la empresa, todo personal vinculado a la empresa tiene que tener el compromiso y también tiene que identificarse con la empresa para así poder promover la mejora de la empresa, si el jefe o el colaborador no tiene compromiso con la empresa la organización no tendrá los resultados esperados.

Con las últimas capacitaciones recibidas usted como colaborador esta perfeccionando en atención al cliente: El 70% de los trabajadores encuestados mencionaron que algunas veces con las últimas capacitaciones están perfeccionando en atención al cliente, (Tabla 1) estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizada por Sulca (2021), Señalo que el 71% de los trabajadores manifestó que las capacitaciones recibidas siempre han ayudado a mejorar el comportamiento y actitud del personal, estos resultados contrastan con la investigación de Pintado (2021), Señalo que el 76 % de los trabajadores afirmaron que no recibieron ningún tipo de capacitaciones. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores mencionan que las últimas capacitaciones recibidas han sido fructíferas. Por ello los planes de capacitación son de gran utilidad y también la empresa debe identificar las debilidades del trabajador para así poder enfocarse y brindarle capacitación en temas relacionados al colaborador.

Para perfeccionar en su labor usted recibe capacitaciones: El 50% de los trabajadores encuestados mencionaron que Muy pocas veces reciben capacitaciones para perfeccionar, (Tabla 1) estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizada por Pintado (2021), Señalo que el 50% de los trabajadores afirman haber recibido capacitaciones que se han venido dando a fin de reforzar sus conocimientos y habilidades, también coinciden con los resultados de Mendoza (2022), Señalo que el 50% indicaron que con las capacitaciones recibidas han perfeccionado. Esto demuestra que la mayoría relativa de los trabajadores mencionan que, si reciben capacitaciones para perfeccionar en su ámbito laboral, toda capacitación es de mucha importancia porque permite al trabajador obtener conocimiento y esto poner en práctica ayudara al trabajador a mejorar su desempeño laboral y también esto ayudara a la empresa a mejorar sus ingresos por que toda organización depende del capital humano.

Le gustaría que inversiones mi caserito tenga como política, hacer capacitaciones: El 50% de los trabajadores encuestados indicaron que algunas veces necesitan que la empresa tenga como política de desarrollar capacitaciones, (Tabla 1) estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizada por Tejada (2021), Señalo que el 50% de los encuestados indicaron que la empresa si tenga como política de ejecutar las capacitaciones. Esto demuestra que la mayoría relativa de las empresas necesitan tener como política de desarrollar capacitaciones para fortalecer el capital humano dentro de la organización.

Tabla 2

Características de la Capacitación Laboral para la Atención al Cliente en la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho,2023.

Usted tiene la capacidad de planificar las actividades antes de ejecutar: El 50% de los trabajadores encuestados indicaron que casi siempre tienen la capacidad de planificar las actividades antes de ejecutar, (Tabla 2) estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizada por Cárdenas & Yessid (2019), Señalo que el 48% de los trabajadores tiene la capacidad de planificar las actividades antes de ejecutar, estos resultados contrastan con la investigación de Callisaya & Mamani (2019), Señalo que el 21% no tienen la capacidad de planificar las actividades antes de ejecutar. Esto demuestra que la minoría de los trabajadores tienen la capacidad de planificar las actividades antes de ejecutar, para lo cual el jefe inmediato debe de tomar acciones de dar confianza y brindarle talleres de capacitación de atención al cliente para que el colaborador mejore en sus actividades.

Usted tiene la capacidad de solucionar los reclamos del cliente: El 60% de los trabajadores encuestados indicaron que siempre solucionan los reclamos del cliente, (Tabla 2) estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizada por Cárdenas & Yessid (2019), Señalo que el 52% de los trabajadores tiene la

capacidad de solucionar los reclamos del cliente, también en la investigación de Callisaya & Mamani (2019), Señalo que el 57,1% manifestaron que algunas veces tienen la capacidad de resolución de problemas. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores tienen la capacidad solucionar los reclamos de los clientes, el cliente es la persona más importante en el negocio por que dependerá de ello los ingresos para la empresa por ello un trabajador que soluciona los reclamos de los clientes es de mucha importancia para la empresa este colaborador soluciona reclamos gracias a las capacitaciones recibidas por parte de la empresa.

Usted tiene la facilidad de comunicación con los clientes: El 50% de los trabajadores encuestados indicaron que casi siempre tienen la facilidad de comunicación con los clientes, (Tabla 2) estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizada por Calero (2019), Señalo que el 58% de los trabajadores tiene la facilidad de comunicación con los clientes, también coinciden con la investigación de Zevallos (2021), Señalo que el 50% de los encuestados indicaron que tienen la facilidad de comunicación con los clientes. Esto demuestra que la mayoría relativa de los trabajadores tienen la facilidad de comunicación con los clientes, la cordialidad, amabilidad y facilidad de comunicación con los clientes es el primer paso para una buena atención al cliente, porque la primera impresión es la clave para el cliente por lo que generara confianza.

Cómo colaborador usted establece una buena comunicación con su jefe: El 40% de los trabajadores encuestados indicaron que algunas veces establecen una buena comunicación con su jefe, (Tabla 2) estos resultados contrastan con lo encontrado en la investigación realizada por Zevallos (2021), Señalo que el 80% de los trabajadores que si establecen una buena comunicación con su jefe, también en la investigación de Reyes (2023), Señalo que el 90% de los trabajadores mantienen buena comunicación con su jefe. Esto demuestra que en la investigación realizada en inversiones mi Caserito que la minoría de los trabajadores no establece una buena comunicación con su jefe, la comunicación con el jefe inmediato es de vital

importancia si no hay buena comunicación entre el jefe y el colaborador esto afectara a la empresa en el área de ventas se tiene que tener una comunicación fluida para poder atender al cliente.

Su jefe inmediato le brinda charla motivacional antes de iniciar las actividades:

El 60% de los trabajadores encuestados indicaron que algunas veces le brindan charla motivacional antes de iniciar las actividades, (Tabla 2) estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizada por Quispe (2020), Señalo que el 60% de los trabajadores si reciben charlas motivacionales antes de iniciar las actividades, también coinciden con la investigación realizada por Berrocal (2023), Señalo que el 58% de los encuestados indico que si reciben las charlas antes de iniciar las actividades. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores si reciben charlas motivacionales antes de iniciar las actividades, la motivación antes de las actividades es el motor fundamental para un colaborador esto ayudara al trabajador a sentirse importante dentro de la empresa.

Usted informa a su jefe inmediato sobre sus técnicas ejecutadas: El 60% de los trabajadores encuestados indicaron que casi siempre informan a su jefe inmediato sobre las técnicas utilizadas, (Tabla 2) estos resultados contrastan con lo encontrado en la investigación realizada por Segura (2022), Señalo que el 60% de los trabajadores si informan a su jefe inmediato sobre las técnicas ejecutadas durante la venta, también en su investigación Romero (2021), señalo el 60% de los encuestados indicaron que si informan a su jefe sobre las técnicas utilizadas. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores si informan a su jefe sobre sus técnicas ejecutadas, las técnicas que se utilizan durante las ventas son de mucha importancia por que permite ejecutar una atención de calidad y esto genera confianza a los clientes.

Aplica alguna técnica de venta al momento de ofrecer algún producto: El 40% de los trabajadores encuestados indicaron que casi siempre aplica alguna técnica de venta al momento de ofrecer algún producto, (Tabla 2) estos resultados coinciden

con lo encontrado en la investigación realizada por Patricio (2022), Señalo que el 40% de los trabajadores si aplican alguna técnica de venta al momento de ofrecer algún producto, también coinciden con la investigación de Aguirre (2021), Señalo que el 42% indicaron que siempre utilizan las técnicas de venta. Esto demuestra que la minoría de los trabajadores si aplican técnica de venta al momento de ofrecer algún producto.

Informa a su jefe sobre las quejas recibidas por parte del cliente: El 50% de los trabajadores encuestados indicaron que casi siempre informan a su jefe sobre las quejas recibidas por parte del cliente, (Tabla 2) estos resultados contrastan con lo encontrado en la investigación realizada por Guevara (2020), Señalo que el 33% de los trabajadores si informan a su jefe sobre las quejas recibidas por parte del cliente, también contrastan en la investigación de Romero (2021), Señalo que el 77% de los encuestados indicaron que si informan a su jefe sobre las quejas recibidas. Esto demuestra que la mayoría relativa de los trabajadores no informan a sus jefes sobre las quejas recibidas por parte del cliente.

Usted como colaborador interactúa con los clientes: El 90% de los trabajadores encuestados indicaron que siempre interactúan con los clientes, (Tabla 2) estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizada por Patricio (2022), Señalo que el 87% de los trabajadores interactúan con los clientes. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores interactúan con los clientes, la comunicación con los clientes es de mucha importancia en un negocio por que depende mucho de ello.

Usted como colaborador escucha las opiniones de los clientes: El 40% de los trabajadores encuestados indicaron que casi siempre escucha las opiniones de los clientes, (Tabla 2) estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizada por Gastiaburu (2019), Señalo que el 40% de los trabajadores escuchan las opiniones de los clientes, también en su investigación de Calero (2019), Señalo que el 42% de los encuestados indicaron que los trabajadores escuchan las opiniones

de los clientes. Esto demuestra que la minoría de los trabajadores escuchan las opiniones de los clientes.

PLAN DE MEJORA PARA LA MICROEMPRESA INVERSIONES MI CASERITO
HUACHO, 2023.

1. Datos generales:

Nombre o razón social: INVERSIONES MI CASERITO S.R.L

Dirección: Huacho

Nombre del representante: Dueño de la Empresa

2. Visión

Ser reconocida como la empresa líder en el rubro de las ventas de abarrotes a precios módicos estar siempre disponibles en atención a nuestros clientes en la zona norte de Huacho.

3. Misión

Ser una empresa exitosa que contribuya al desarrollo económico, mejorando la calidad de vida a través de la comercialización de abarrotes al por mayor y menor.

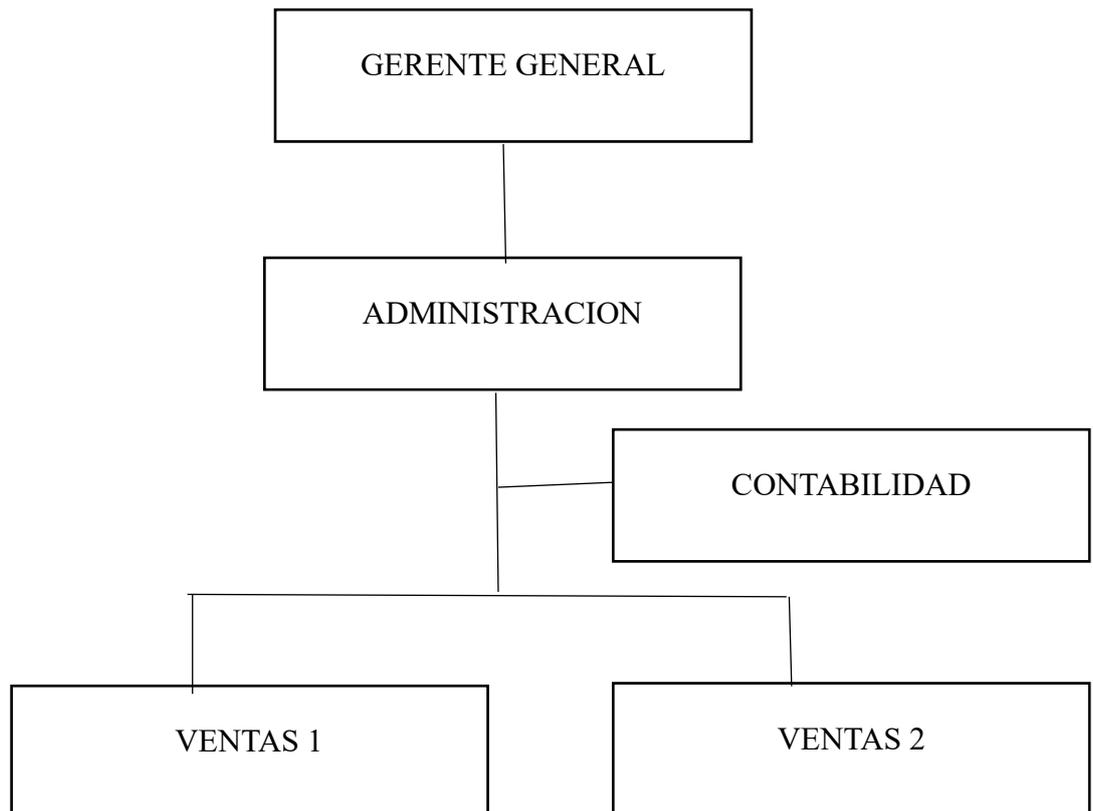
4. Objetivos:

- Mejorar continuamente la atención que se le brinda al cliente, con un trato personalizado cada uno de ellos.
- Conocer las estrategias que emplea la organización
- Elaborar y presentar estrategias para mejorar dicha empresa.

5. Productos y/o servicios:

La microempresa inversiones mi Caserito S.R.L. se dedica a la venta por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.

6. Organigrama de la empresa



6.1 Descripción de funciones

| Cargo | Gerente general |
|------------------|--|
| Perfil | Estudios universitarios en administración Encargado de controlar la contabilidad de la empresa, registros contables, |
| Funciones | Ejecución de todas las otras funciones, pensando siempre no solo en el cumplimiento de objetivos de los inversionistas sino también en las necesidades y preferencias del cliente. |

| Cargo | Administrador |
|------------------|---|
| Perfil | <ul style="list-style-type: none">- Título en administración- Experiencia mínima de 2 años.- Conocimientos en ventas. |
| Funciones | <ul style="list-style-type: none">- Planificar las actividades de la empresa.- Conocer y evaluar los procesos del servicio.- Capacitación a los colaboradores constantemente.- Diseñar estrategias que ayuden al crecimiento de la empresa |

| Cargo | Contador |
|------------------|---|
| Perfil | <ul style="list-style-type: none"> - Titulado en contabilidad. - Experiencia mínima de 3 años en contabilidad. - Conocimientos en manejo de planillas, flujo de caja, presupuestos |
| Funciones | <ul style="list-style-type: none"> - Diseña, gestiona y ejecuta las estrategias económicas y financieras de una empresa. - Interpreta la información contable para el planeamiento, el control y la toma de decisiones. - Administra e identifica los riesgos financieros en las organizaciones. |

| Cargo | Ventas 1 y 2 |
|------------------|---|
| Perfil | <ul style="list-style-type: none"> - Superior técnico, especialidad en ventas - Experiencia mínima de 1 a 2 años con actitudes, habilidades. - Conocimientos en ventas, trabajo en equipo. |
| Funciones | <ul style="list-style-type: none"> - Venta, atención al cliente. - Cuadrar caja de las ventas diarias. |

7. Diagnostico empresarial.

| ANÁLISIS DE FODA | Oportunidades | Amenazas |
|--|---|--|
| | | <ol style="list-style-type: none"> 1 Alianzas estratégicas con grandes y medianos empresas 2 crecimiento de la inversión privada 3 Expansión de mercados a nivel nacional |
| Fortalezas | ESTRATEGIAS FO | ESTRATEGIAS FA |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Productos de buena calidad 2. Penetración a nivel nacional 3. Buena atención al cliente 4. Excelente posición financiera 5. Precios bajos | <ul style="list-style-type: none"> - Tiene alianzas con empresa privada para que marca crezca y este en casi todo el ciudad de Huacho. (O1, O3, F2,) - Compite en el mercado con un producto de calidad y a un precio ligeramente menor que a competencia. (O1, F2, F4) | <ul style="list-style-type: none"> - Factores sociales y la crisis económica y las posibles alzas precios podría hacer que el precio de abarrotes y quite una fortaleza que es bajos precios. (A2, F4) |
| Debilidades | ESTRATEGIAS DO | ESTRATEGIAS DA |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Infraestructura pequeña | <p>La infraestructura es pequeña no permite expandirse en el mercado local. (D1,03)</p> | <p>La infraestructura pequeña, factores podría ser un problema que amenaza con la reputación de marca de la empresa. (A2, D1, A3)</p> |

8. Indicadores de una buena gestión.

| Indicadores | Evaluación de indicadores de la microempresa inversiones mi Caserito S.R.L |
|-------------------------|--|
| Tipo de aprendizaje | <ul style="list-style-type: none"> -No brinda inducción a los nuevos trabajadores -No cuenta con manual de funciones |
| Enfoque de capacitación | <ul style="list-style-type: none"> -No tiene plan de capacitación. -Falta de visión empresarial. |
| Capacidad | <ul style="list-style-type: none"> -Falta de manual de procedimientos y funciones. -El trabajador no sabe sus funciones. |
| | <ul style="list-style-type: none"> -Mal información a los clientes. |
| | <ul style="list-style-type: none"> -Trabajadores desmotivados. -Desinterés en el trabajo. -Pocas ventas. |

9. Problemas.

| Indicadores | Problemas | Causas del problema |
|-------------------------|--|--|
| Tipo de aprendizaje | El 50% de los trabajadores mencionaron que casi siempre la empresa requiere de conocimientos para la atención al cliente | -No brinda inducción a los nuevos trabajadores -No cuenta con manual de funciones |
| Enfoque de capacitación | el 60% de los colaboradores manifestaron que algunas veces no cuenta con el plan de capacitación | -No tiene plan de capacitación. -Falta de visión empresarial. |
| Capacidad | el 50% de los trabajadores mencionaron que algunas veces no le brindaron manual de procedimiento | -Falta de manual de procedimientos y funciones. -El trabajador no sabe sus funciones. |
| | El 50% de los trabajadores de la empresa indico que casi siempre tienden a planificar las actividades antes de ejecutar | -Mal información a los clientes. |
| | El 60% de los trabajadores de la empresa manifestó que algunas veces el jefe no le brinda charla motivacional antes de iniciar las actividades | -Trabajadores desmotivados. -Desinterés en el trabajo. -Pocas ventas. |

10. Establecer soluciones.

10.1. Establecer acciones de mejora

| Indicadores | Problemas | Acciones de mejora |
|-------------------------|--|---|
| Tipo de aprendizaje | El 50% de los trabajadores mencionaron que casi siempre la empresa requiere de conocimientos para la atención al cliente | - la empresa debe tener plan de inducción para el nuevo personal. - Planificar para la inducción al personal |
| Enfoque de capacitación | el 60% de los colaboradores manifestaron que algunas veces no cuenta con el plan de capacitación | -Elaborar plan de capacitación cada tres meses. |
| Capacidad | el 50% de los trabajadores mencionaron que algunas veces no le brindaron manual de procedimiento | -Elaboración de manual de procedimientos y funciones |
| | El 50% de los trabajadores de la empresa indico que casi siempre tienden a planificar las actividades antes de ejecutar | -Elaboración de plan estratégico a mediano plazo. |
| | El 60% de los trabajadores de la empresa manifestó que algunas veces el jefe no le brinda charla motivacional antes de iniciar las actividades | |

11. Recursos para la implementación.

| Nº | Estrategias | Recursos Humanos | Recursos económicos | Recursos tecnológicos | Tiempo |
|----|---|---------------------------------|---------------------|--------------------------------------|---------|
| 1 | - la empresa debe tener plan de inducción para el nuevo personal. - Planificar para la inducción al personal | Gerente general y Administrador | S/. 1000 | Internet Computadora proyector | 4 meses |
| 2 | -Elaborar plan de capacitación cada tres meses. | Gerente general y Administrador | S/.1500 | Internet Computadora proyector | 4 meses |
| 3 | -Elaboración de manual de procedimientos y funciones | Gerente general y Administrador | S/.1500 | Internet Computadora proyector | 4 meses |
| 4 | -Elaboración de plan estratégico a mediano plazo. | Gerente general y Administrador | S/.1500 | Internet Computadora proyector | 4 meses |

VI. CONCLUSIONES

Respecto al primer objetivo específico, se llegó a la conclusión Que la mayoría de los trabajadores indicó que la empresa siempre brinda conocimientos sobre los tipos de aprendizaje, la mayoría de los colaboradores manifestaron que la empresa no cuenta con el plan de capacitación, la mayoría relativa de los trabajadores manifestó que casi siempre requiere de algún tipo de conocimiento, la mayoría relativa de los trabajadores mencionaron que algunas veces le brindaron manual de procedimiento y la minoría de los trabajadores que casi siempre le brindaron manual de procedimientos y funciones. La mayoría de los trabajadores indicaron que algunas veces no han perfeccionado, también la mayoría de los trabajadores indicaron que casi siempre han solucionado los problemas que se presentaron en su trabajo, la mayoría relativa de los trabajadores mencionaron que el jefe inmediato promueve la mejora en la organización, la minoría de los trabajadores indicaron que algunas veces han mejorado con las capacitaciones brindado por la empresa.

Respecto al segundo objetivo específico se llegó a la conclusión que la mayoría de los colaboradores siempre solucionan los reclamos de los clientes, de mismo modo la mayoría de los trabajadores de la empresa manifestó que algunas veces el jefe no le brinda charla motivacional antes de iniciar las actividades, la mayoría relativa de los trabajadores de la empresa indico que siempre tienden a planificar las actividades antes de ejecutar y la minoría de los trabajadores indicaron que no establecen buena comunicación con su jefe. La mayoría de los colaboradores de la empresa indicaron que casi siempre informan a su jefe inmediato sobre las técnicas empleadas en la empresa, de mismo modo la mayoría de los trabajadores indicaron que siempre interactúan con los clientes la mayoría relativa de los trabajadores indicaron que casi siempre informan a su jefe sobre las quejas recibidas por parte del clientela minoría

de los trabajadores indicaron que casi siempre escuchan las opiniones de los clientes y la minoría siempre escuchan las opiniones de los clientes.

Con relación al tercer objetivo específico, que es la elaboración de una propuesta de mejora, se concluyó que las dificultades que se encontró fueron cuatro problemas que afectan el crecimiento de la empresa, entre ellos la mayoría de los trabajadores indicaron que la empresa no cuenta con plan de capacitaciones, tampoco la empresa cuenta con manual de puestos, y algunos empleados indicaron que con las capacitaciones recibidas no has sido adecuadas, tampoco el jefe inmediato brinda charla motivacional antes de iniciar las actividades. De acuerdo lo mencionado se logró realizar un plan de mejora con la única finalidad de resolver los problemas encontrados en la microempresa inversiones mi caserito.

VII. RECOMENDACIONES

Implementar un plan de capacitación acorde a la realidad de la empresa ya que va ser de mucha importancia por lo que el plan de capacitación va ayudar a mejorar las debilidades de los trabajadores esto va conllevar que el colaborador va poner empeño de lo aprendido en las capacitaciones que se van a desarrollar.

Implementar y elaborar manual de procedimientos para cada puesto de la empresa lo cual ayudara a que los trabajadores van a tener conocimiento de sus funciones y obligaciones, ya que el manual es una herramienta de gran ayuda para reconocer los cargos y funciones dentro de la organización y debe de ser actualizado de acorde a la necesidad de la empresa.

Desarrollar una comunicación fluida entre el jefe inmediato y el trabajador esto ayudara a romper los paradigmas, esto conllevara una buena relación entre jefe y el colaborador, también tener mucho en cuenta la atención al cliente por lo que la empresa depende del cliente.

Desarrollar charla motivacional antes de iniciar las actividades del día esto ayudara a que los empleados tengan la plena seguridad de desempeñar sus tareas y actividades de las ventas, como sugerencia podemos decir también que es importante a que el trabajador tenga pausas activas durante la jornada laboral.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alles, M. A. (2019). Formación, Capacitación, Desarrollo - Volumen 1. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Formaci%C3%B3n_Capacitaci%C3%B3n_Desarrollo_Volu/keH4DwAAQBAJ?hl=es&gbpv=0
- Alvarado Fernandez, Y. D. (2021). “Comercialización De Productos Alimenticios Ofertados Por El Minimarket Carola SRL. Y Su Influencia En La Satisfacción De Los Clientes Del Distrito Samuel Pastor, Provincia De Camaná – Arequipa 2017”. AREQUIPA: UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS.
- Ariza Ramirez, F. J., & Ariza Ramirez, J. M. (2022). Información Y Atención Al Cliente. Recuperado el 07 de JUNIO de 2023, de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448196813.pdf>
- Berrocal Borjas, L. C. (2023). CAPACITACIÓN DEL PERSONAL PARA MEJORAR LA CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICRO EMPRESA DE CAÑETE AÑO, 2022. Cañete: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/32863/BOUTIQUE_CALIDAD_BERROCAL_BORJAS_LESLY_CAROLINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Boñon Silva, C. E., Morales Alva, E. A., & Morales Arevalo, F. F. (2022). Gestión de Procesos y la Satisfacción del Cliente en Minimarket en Trujillo. trujillo: digital object.
- Calero Espinoza, R. (2019). LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DEL RUBRO MINIMARKETS UBICADO EN EL DISTRITO DE CHOSICA, 2018. . Lima: Universidad Católica Los Angeles De Chimbote.

- Camba Rocha, W. A., & Paguay Lema, A. J. (2019). Importancia de la estrategia de capacitación en el área comercial para el desarrollo de las PYMES del cantón Milagro. ECUADOR: UNIVERSIDAD ESTATAL EL MILAGRO. Obtenido de <https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4925/1/2.%20%20IMPORTANCIA%20DE%20LA%20ESTRATEGIA%20DE%20CAPACITACION%20EN%20EL%20%20AREA%20COMERCIAL.pdf>
- Cardenas, J. D., & Yessid Muete, R. (2019). Formulación De Acciones De Mejora Del Servicio De Atención al Cliente Aplicando Las Normas ISO 9001:2015 E ISO 14001:2015 Y El Modelo Serviquil Del Banco Comercial, Sede Bogotá. BOGOTA: UNIVERSIDAD CORPORATIVA DE COLOMBIA. Obtenido de <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/5fd64765-edf5-4343-99cb-73f8464a18b2/content>
- Cerna Ruiz, M. A. (2019). Calidad del servicio y la fidelización de los clientes en el minimarket Rosita E.I.R.L. CALLAO: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO. Obtenido de chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/46430/Serna_RMAV-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chiavenato, I. (2020). Gestión del talento humano: el nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Gesti%C3%B3n_del_talento_humano_el_nuevo_pap/XeaszQEACAAJ?hl=es
- Coll Morales, F. (2021). Capacitación Laboral. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/capacitacion-laboral.html>
- Comex, P. (2021). Las micro y pequeñas empresas en el Perú resultados en 2021. Perú: comex Perú. Recuperado el 5 de mayo de 2023, de <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-comexperu-001.pdf>

Fernandez Torres, M. J. (2020). Atención al cliente, consumidor y usuario. Obtenido de <https://www.sintesis.com/data/indices/9788413570006.pdf>

Flores Navarro, V. G. (2020). "Calidad De Servicio Y Ventas De Las Empresas De Abarrotes En El Distrito De Pillco Marca-2020. HUANUCO: UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS. Obtenido de https://repositorio.uap.edu.pe/jspui/bitstream/20.500.12990/10242/1/Tesis_calidad.Servicio.Ventas_empresas.Abarrotes_distrito%20Pillcomarca_Hu%C3%A1nuco.pdf

Gastiaburu Esqueche, E. A. (2019). "Nivel De Satisfacción Del Cliente Con Respecto A Un Supermercado De Trujillo - 2017". TRUJILLO: UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE.

Gil Lopez, J. V. (2020). Fundamentos De Atencion Al Cliente. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/COMT004PO_Fundamentos_de_atenci%C3%B3n_al_cliente/VGzoDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=libros+satisfaccion+del+cliente+pdf+gratis+2020&printsec=frontcover

Guevara Huarhuachi, M. (2020). LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DEL RUBRO MINIMARKETS EN LA URBANIZACIÓN PALMERAS DEL DISTRITO DE LOS OLIVOS, LIMA METROPOLITANA, PERIODO 2018. Lima: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

Heredia Bustamante, J., Aguilar Bustamante P. & Leyva Carreras. (26 de ENERO de 2022). PRINCIPALES DESAFIOS DE LAS PYMES FRENTE A LA CRISIS PROVOCADA POR LA PANDEMIA DE COVID-19. MEXICO, MEXICO, MEXICO. Obtenido de <https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RDIASF/article/view/438>

INEI. (2023). INEI. PERU. Obtenido de https://proyectos.inei.gob.pe/CIIU/frm_lista_notas.asp?wc_cod=4630

- Lopez Salas, S. (2020). Atencion Al Cliente, Consumidor Y Usuario. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Atenci%C3%B3n_al_cliente_consumidor_y_usuario/jpzODwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=definicion+atencion+al+cliente+segun+autores&printsec=frontcover
- Macera, D. (2022). La crisis de las mypes en el Perú. LIMA. Obtenido de <https://peru21.pe/economia/la-crisis-de-las-mypes-en-el-peru-noticia/>
- Manrique Viasus, L. V., & Rodriguez Cifuentes, Y. T. (2021). Propuesta de un modelo de capacitación metodológico para la concientización de los. BOGOTA: Universidad ECCI.
- Melgar Gavilan, J. (2020). Metodología De La Investigación 2020. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/342752082_METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_2020
- Mendez Ruiz, E. G. (2019). Gestión De Recursos Humanos Y Desempeño Laboral En El Minimarket Viva Pecs-Chilca, Cañete, Lima - 2019. 2019: UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL PERU. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/2265/Mendez%20Ruiz%2c%20Edurne%20Ghillem.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mendoza Alvites, L. R. (2022). PROPUESTA DE MEJORA DE CAPACITACIÓN Y DESEMPEÑO LABORAL EN LA MICROEMPRESA , DISTRITO AYACUCHO, 2022 . Chimbote: Universidad Catolica Los Angeles De Chimbote.
- Monje Alvarez, C. A. (2021). Metodologia De Investigacion.
- Montero Rivera, A. L. (2020). La Calidad Del Servicio Y Su Influencia En La Satisfacción Del Cliente En El Supermercado Plaza Vea Del Distrito De Tacna, Año 2020. TACNA: UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA. Obtenido de <chrome->

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1838/Montero-Rivera-Alicia.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Murillo Moreno, L. (2020). Fundamentos De Servicio Al Cliente. Obtenido de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/3523/93%20FUNDAMENTOS%20DE%20SERVICIO%20AL%20CLIENTE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ordoñez Marca, J. I. (2019). Diseño de un modelo estratégico para el plan de capacitación del personal técnico de Diebold Nixdorf Chile. CHILE: UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE. Obtenido de <https://repositorio.uc.cl/handle/11534/27427>

Osorio Osorio, M. (2021). “Diseño de un modelo de calidad de servicio al cliente y servicio postventa en Soriana Mercado S.A. de C.V. Tuxpan, Veracruz”. VERACRUZ: INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR DE ALAMO TEMAPACHE. Obtenido de <https://rinacional.tecnm.mx/bitstream/TecNM/4174/1/14%20MARIBEL%20OSORIO%20OSORIO%20tesis.pdf>

Patricio Colonia, M. L. (2022). PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO BODEGAS EN LA CIUDAD DE AIJA, 2021. Huaraz: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/26318/ATENCIÓN_DE_CALIDAD_CLIENTE_PATRICIO_COLONIA_MARTIN_LENIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pereyra, L. E. (2020). Capacitación en administración II (módulo II). Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Capacitaci%C3%B3n_en_administraci%C3%B3n_II_m%C3%B3duloII/pfs8EAAAQBAJ?hl=es&gbpv=0

Pincay Morales, Y. M., & Parra Ferie, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. ECUADOR: Pontificia

Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de
file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-
GestionDeLaCalidadEnElServicioAlClienteDeLasPYMES-7539747.pdf

Pintado Gonzaga, K. J. (2021). Plan De Capacitación Para Mejorar El Desempeño Laboral Del Personal De La Cooperativa De Servicios Múltiples Aprocassi - 2018. LIMA: UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN.

Polluveer, K. (30 de MAYO de 2023). EUROPARL. Obtenido de
<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/es/sheet/63/las-pequenas-y-medianas-empresas>

Reyes Valuis, L. S. (2023). LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN PARA MEJORAR LAS VENTAS EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO AÑO 2022. Chimbote: Universidad Católica los Angeles de Chimbote.

Romero Grados, C. A. (2021). CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS: RUBRO MINIMARKET CASO MALAMBO – HUAURA, 2020. Chimbote: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Obtenido de
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/30720/ATENCIÓN_AL_CLIENTE_ROMERO_%20GRADOS_%20CARMEN_%20AMELIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rupay Castro, M. C. (2019). Capacitación Del Personal Y El Desempeño Laboral En Los Colaboradores De La Empresa Tiendas Del Mejoramiento Del Hogar S.A. Chorrillos - 2019. LIMA: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERU.

Salkind. (2019). Métodos De Investigación. MEXICO.

- Sanchez Mediola, M., & Martinez, G. A. (2020). Evaluación del y para EL Aprendizaje: instrumentos y estrategias. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/EVALUACI%C3%93N_del_y_para_EL_APRENDIZAJE_in/SYXZDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=0
- Santillan Ruiz, J. P., & Contreras Reyes, A. M. (2022). “Relación Entre Capacitación Y Productividad En Los Trabajadores Del Área Comercial De La Empresa IDECAP-Trujillo 2022”. LIMA: UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE.
- Segura Viera, M. N. (2022). GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE LA PROVINCIA DEL SANTA, 2022. Chimbote: Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/30390/ATENCIÓN_CALIDAD_SEGURA_VIERA_MADELEY_NATALI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Silva Vasquez, D. E. (2021). Calidad De Servicio Y Fidelización Del Cliente En El Rubro Alimentos Del Mercado Particular Gonzales Prada, Surquillo-2021. LIMA: UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL PERU.
- Sulca Illaconza, B. L. (2021). CAPACITACIÓN DEL PERSONAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS : CASO ICPROIC S.A.C., DISTRITO AYACUCHO, 2020. Ayacucho: Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/31042/CAPACITACION_PERSONAL_SULCA_ILLACONZA_BETIZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Tejeda Luyo, B. K. (2021). CARACTERIZACIÓN DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO EN EL RUBRO POLLERÍA, CASO: RODRIGO’S, SAN VICENTE, CAÑETE, 2020. Cañete: Universidad Catolica los Angeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/33434/DESEMPEÑO>

_CALIDAD_TEJEDA_LUYO_BRENDA_KAROLINA.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Torres Villegas, R. E. (2022). La Capacitacion Para Mejorar Las Ventas De La Tienda Marcimex Del Distrito De Chulucanas Año 2022. CHIMBOTE: UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE.

Trabajo, M. D. (07 de JUNIO de 2023). Micro Y Pequeña Empresa. Perú, Perú, Perú. Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2248797/guia_micro_pequena_empresa.pdf

Valencia Beltran, D. N. (2019). Caracterización Del Financiamiento, Capacitación Y Rentabilidad En Los Micro Y Pequeñas empresas Del Rubro De Compra Y Venta De Abarrotes Del Mercado Santa Bárbara De La Ciudad De Juliaca 2019. JULIACA: UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE.

Vargas Fernandez, G. H., & Limay Mendoza, J. V. (2021). “Comportamiento del consumidor y calidad de servicio en un supermercado de Los Olivos, 2021”. LIMA: UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DEL PERU.

Zevallos Custodio, L. O. (2021). CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO MINIMARKET DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2019. Huaraz: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/33750/ATENCION_AL_CLIENTE_ZEVALLOS_CUSTODIO_LESLIE_ODELY.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de Consistencia

Título: Propuesta de mejora de la capacitación laboral para la atención al cliente en la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho, 2023.

| FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES | METODOLOGÍA |
|--|--|--|---|---|
| <p>Problema general: ¿cómo es la propuesta de mejora de la capacitación laboral para la atención al cliente en la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho, 2023?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>Variable 1: Capacitación Laboral</p> <p>¿Cómo son las características de capacitación laboral en la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho, 2023?</p> <p>Variable 2: Atención al Cliente</p> <p>¿Cómo son las características de atención al cliente en la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho, 2023?</p> | <p>Objetivo general</p> <p>¿Cuál es la propuesta de mejora de la capacitación laboral para la atención al cliente en la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho, 2023?</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Variable 1: Capacitación Laboral</p> <p>Describir las características de capacitación laboral en la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho, 2023</p> <p>Variable 2: Atención al Cliente</p> <p>Describir las características de atención al cliente en la microempresa inversiones mi caserito del distrito de Huacho, 2023</p> | <p>no cuenta con hipótesis puesto que es de nivel descriptivo, la hipótesis son suposición o conjetura, de relación entre hechos o fenómenos, sujeta a comprobación, Melgar, (2020).</p> | <p>Variable 1</p> <p>Capacitación Laboral</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacitación por instrucción - Capacitación para el desarrollo de Habilidades <p>Variable 2</p> <p>Atención al Cliente</p> <p>Dimensiones</p> <p>Importancia de atención al cliente</p> <p>Satisfacción del servicio al cliente</p> | <p>Tipo de Inv: cuantitativo</p> <p>Nivel de Inv: descriptivo</p> <p>Diseño de Inv: no experimental transversal</p> <p>Población y muestra: la población será los 10 trabajadores de la empresa</p> <p>Técnica: encuesta</p> <p>Instrumento: cuestionario</p> |

Anexo 02. Instrumento de recolección de información



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Saludos cordiales, lo invito a participar en esta encuesta realizada por un estudiante de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, perteneciente a la escuela profesional de administración. Sus respuestas ayudarán a la recolección de datos para la investigación denominada: PROPUESTA DE MEJORA DE LA CAPACITACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA INVERSIONES MI CASERITO DEL DISTRITO DE HUACHO, 2023. La información recopilada es de carácter confidencial y académico. Por favor marque con un aspa la respuesta que usted considere. Gracias por participar.

Cuestionario dirigido a los clientes

| Nunca (1) | Muy pocas veces (2) | Algunas veces (3) | Casi Siempre (4) | Siempre (5) |
|---|---------------------|---|------------------|-------------|
| I. DATOS GENERALES | | | | |
| 1. Edad años cumplidos 2. Sexo a. Masculino b. Femenino | | 3. Grado de Instrucción a. Primaria (completa) (incompleta) b. Secundaria (completa) (incompleta) c. Sup. No Univ. (completa) (incompleta) d. Sup. Univ. (completa) (incompleta) | | |
| VARIABLE 1: CAPACITACION LABORAL | | | | |

| DIMENSION 1: CAPACITACION POR INSTRUCCIÓN-(Tipo de Aprendizaje, Enfoque de Capacitación) | | | | | |
|--|--|--------------|--|--|--|
| N° | PREGUNTAS | ALTERNATIVAS | | | |
| 1 | ¿usted tiene conocimiento sobre tipos de aprendizaje? | | | | |
| 2 | ¿Consideras que para tu trabajo requieres de algún tipo de conocimiento? | | | | |
| 3 | ¿La empresa cuenta con plan de capacitación? | | | | |
| 4 | ¿Se le brinda algún manual de procedimientos para su puesto de trabajo? | | | | |
| DIMENSION 2: CAPACITACION PARA EL DESARROLLO DE HABILIDADES-(Mejorar, Perfeccionar) | | | | | |
| 5 | ¿usted como colaborador siente que ha mejorado con las capacitaciones recibidas? | | | | |
| 6 | ¿la capacitación con ejemplos de alternativas de solución le ayuda a mejorar a solucionar los problemas que se presentan dentro de su trabajo? | | | | |
| 7 | ¿Ud. considera que su jefe inmediato superior promueve la mejora dentro de la empresa? | | | | |
| 8 | ¿con las ultimas capacitaciones recibidas usted como colaborador esta perfeccionando en atención al cliente? | | | | |
| 9 | ¿para perfeccionar en su labor usted recibe capacitaciones? | | | | |
| 10 | ¿Le gustaría que INVERSIONES MI CASERITO tenga como política, hacer capacitaciones? | | | | |
| VARIABLE 2: ATENCION AL CLIENTE | | | | | |
| DIMENSION 1: HABILIDADES DE ATENCION AL CLIENTE-(Capacidad, Comunicación) | | | | | |
| 11 | ¿Usted tiene la capacidad de planificar las actividades antes de ejecutar? | | | | |
| 12 | ¿usted tiene la capacidad de solucionar los reclamos del cliente? | | | | |
| 13 | ¿usted tiene la facilidad de comunicación con los clientes? | | | | |
| 14 | ¿Cómo colaborador usted establece una buena comunicación con su jefe? | | | | |
| 15 | ¿su jefe inmediato le brinda charla motivacional antes de iniciar las actividades? | | | | |

| DIMENSION 2: SATISFACCION DEL SERVICIO AL CLIENTE-(Técnica, Interacción) | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| 16 | ¿Usted informa a su jefe inmediato sobre sus actividades y técnicas ejecutadas? | | | | |
| 17 | ¿Aplica alguna técnica de venta al momento de ofrecer algún producto? | | | | |
| 18 | ¿usted como colaborador informa (interactúa) a su jefe sobre las quejas recibidas por parte del cliente? | | | | |
| 19 | ¿Usted como colaborador interactúa con los clientes? | | | | |
| 20 | ¿Usted como colaborador escucha las opiniones de los clientes? | | | | |

Anexo 03 validez del instrumento.

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. Datos generales:

1.1. **Apellidos y nombres del informante (experto):** Fernando Rimac Chávez

1.2. **Grado académico:** Magister en Administración Pública

1.3. **Profesión:** Licenciado en Administración

1.4. **Institución donde labora:** Independiente

1.5. **Cargo que desempeña:** Gestión de empresas

1.6. **Denominación de instrumento:** Cuestionario

1.7. **Autor del instrumento:** AGUIRRE FERNANDEZ JUSCELYNO

1.8. **Carrera:** Administración

II. VALIDACION:

Ítems correspondientes al instrumento I VARIABLE: CAPACITACION LABORAL

| Nº de ítem | Validez de contenido | | Validez de constructo | | Validez de criterio | | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
| | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable | | El ítem contribuye a medir el indicador planteado | | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas | | |
| | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| DIMENSION 1: CAPACITACION POR INSTRUCCIÓN-(Tipo de Aprendizaje, Enfoque de Capacitación) | | | | | | | |
| ¿usted tiene conocimiento sobre tipos de aprendizaje? | X | | X | | X | | |
| ¿Consideras que para tu trabajo requieres de algún tipo de conocimiento? | X | | X | | X | | |
| ¿La empresa cuenta con plan de capacitación? | X | | X | | X | | |
| ¿Se le brinda algún manual de procedimientos para su puesto de trabajo? | X | | X | | X | | |
| DIMENSION 2: CAPACITACION PARA EL DESARROLLO DE HABILIDADES-(Mejorar, Perfeccionar) | | | | | | | |
| ¿usted como colaborador siente que ha mejorado con las capacitaciones recibidas? | X | | X | | X | | |
| ¿la capacitación con ejemplos de alternativas de solución le ayuda a mejorar a solucionar los problemas que se presentan dentro de su trabajo? | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | |
|--|---|--|---|--|---|--|--|
| ¿Ud. considera que su jefe inmediato superior promueve la mejora dentro de la empresa? | X | | X | | X | | |
| ¿con las últimas capacitaciones recibidas usted como colaborador está perfeccionando en atención al cliente? | X | | X | | X | | |
| ¿para perfeccionar en su labor usted recibe capacitaciones? | X | | X | | X | | |
| ¿Le gustaría que INVERSIONES MI CASERITO tenga como política, hacer capacitaciones? | X | | X | | X | | |
| 2 VARIABLE: ATENCION AL CLIENTE | | | | | | | |
| DIMENSION 1: HABILIDADES DE ATENCION AL CLIENTE-(Capacidad, Comunicación) | | | | | | | |
| ¿Usted tiene la capacidad de planificar las actividades antes de ejecutar? | X | | X | | X | | |
| ¿usted tiene la capacidad de solucionar los reclamos del cliente? | X | | X | | X | | |
| ¿usted tiene la facilidad de comunicación con los clientes? | X | | X | | X | | |
| ¿Cómo colaborador usted establece una buena comunicación con su jefe? | X | | X | | X | | |
| ¿su jefe inmediato le brinda charla motivacional antes de iniciar las actividades? | X | | X | | X | | |
| DIMENSION 2: SATISFACCION DEL SERVICIO AL CLIENTE-(Técnica, Interacción) | | | | | | | |
| ¿Usted informa a su jefe inmediato sobre sus actividades y técnicas ejecutadas? | X | | X | | X | | |
| ¿Aplica alguna técnica de venta al momento de ofrecer algún producto? | X | | X | | X | | |
| ¿usted como colaborador informa (interactúa) a su jefe sobre las quejas recibidas por parte del cliente? | X | | X | | X | | |
| ¿Usted como colaborador interactúa con los clientes? | X | | X | | X | | |
| ¿Usted como colaborador escucha las opiniones de los clientes? | X | | X | | X | | |

APROBADO: SI

Mgtr. Fernando Rímac Chávez

DNI:71263211

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. Datos generales:

1.1. Apellidos y nombres del informante (experto): Adela Espinoza Asencios

1.2. Grado académico: Magister en Administración Pública

1.3. Profesión: Licenciada en Administración

1.4. Institución donde labora: Independiente

1.5. Cargo que desempeña: Gestión de empresas

1.6. Denominación de instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: AGUIRRE FERNANDEZ JUSCELYNO

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACION:

Ítems correspondientes al instrumento 1 VARIABLE: CAPACITACION LABORAL

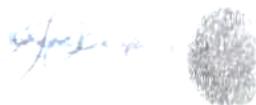
| N° de ítem | Validez de contenido | | Validez de constructo | | Validez de criterio | | Observaciones |
|---|---|----|---|----|---|----|---------------|
| | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable | | El ítem contribuye a medir el indicador planteado | | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas | | |
| | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| DIMENSION 1: CAPACITACION POR INSTRUCCIÓN-(Tipo de Aprendizaje, Enfoque de Capacitación) | | | | | | | |
| ¿usted tiene conocimiento sobre tipos de aprendizaje? | X | | X | | X | | |
| ¿Consideras que para tu trabajo requieres de algún tipo de conocimiento? | X | | X | | X | | |
| ¿La empresa cuenta con plan de capacitación? | X | | X | | X | | |
| ¿Se le brinda algún manual de procedimientos para su puesto de trabajo? | X | | X | | X | | |
| DIMENSION 2: CAPACITACION PARA EL DESARROLLO DE HABILIDADES-(Mejorar, Perfeccionar) | | | | | | | |
| ¿usted como colaborador siente que ha mejorado con las capacitaciones recibidas? | X | | X | | X | | |
| ¿la capacitación con ejemplos de alternativas de solución le ayuda a mejorar a solucionar los problemas que se presentan dentro de su | X | | X | | X | | |

| | | | | | | |
|--|---|--|---|--|---|--|
| trabajo? | | | | | | |
| ¿Ud. considera que su jefe inmediato superior promueve la mejora dentro de la empresa? | X | | X | | X | |
| ¿con las ultimas capacitaciones recibidas usted como colaborador esta perfeccionando en atención al cliente? | X | | X | | X | |
| ¿para perfeccionar en su labor usted recibe capacitaciones? | X | | X | | X | |
| ¿Le gustaría que INVERSIONES MI CASERITO tenga como política, hacer capacitaciones? | X | | X | | X | |
| 2 VARIABLE: ATENCION AL CLIENTE | | | | | | |
| DIMENSION 1: HABILIDADES DE ATENCION AL CLIENTE-(Capacidad, Comunicación) | | | | | | |
| ¿Usted tiene la capacidad de planificar las actividades antes de ejecutar? | X | | X | | X | |
| ¿usted tiene la capacidad de solucionar los reclamos del cliente? | X | | X | | X | |
| ¿usted tiene la facilidad de comunicación con los clientes? | X | | X | | X | |
| ¿Cómo colaborador usted establece una buena comunicación con su jefe? | X | | X | | X | |
| ¿su jefe inmediato le brinda charla motivacional antes de iniciar las actividades? | X | | X | | X | |
| DIMENSION 2: SATISFACCION DEL SERVICIO AL CLIENTE-(Técnica, Interacción) | | | | | | |
| ¿Usted informa a su jefe inmediato sobre sus actividades y técnicas ejecutadas? | X | | X | | X | |
| ¿Aplica alguna técnica de venta al momento de ofrecer algún producto? | X | | X | | X | |
| ¿usted como colaborador informa (interactúa) a su jefe sobre las quejas recibidas por parte del cliente? | X | | X | | X | |
| ¿Usted como colaborador interactúa con los clientes? | X | | X | | X | |
| ¿Usted como colaborador escucha las opiniones de los clientes? | X | | X | | X | |

APROBADO: SI

Mgtr. Adela Espinoza Asencios

DNI:44731104



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. Datos generales:

1.1. Apellidos y nombres del informante (experto): Nora Macedo de Paz

1.2. Grado académico: Magister en Administración Pública

1.3. Profesión: Licenciado en Administración

1.4. Institución donde labora: Independiente

1.5. Cargo que desempeña: Gestión de empresas

1.6. Denominación de instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: AGUIRRE FERNANDEZ JUSCELYNO

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACION:

Ítems correspondientes al instrumento I VARIABLE: CAPACITACION LABORAL

| N° de ítem | Validez de contenido | | Validez de constructo | | Validez de criterio | | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
| | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable | | El ítem contribuye a medir el indicador planteado | | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas | | |
| | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| DIMENSION 1: CAPACITACION POR INSTRUCCIÓN-(Tipo de Aprendizaje, Enfoque de Capacitación) | | | | | | | |
| ¿usted tiene conocimiento sobre tipos de aprendizaje? | X | | X | | X | | |
| ¿Consideras que para tu trabajo requieres de algún tipo de conocimiento? | X | | X | | X | | |
| ¿La empresa cuenta con plan de capacitación? | X | | X | | X | | |
| ¿Se le brinda algún manual de procedimientos para su puesto de trabajo? | X | | X | | X | | |
| DIMENSION 2: CAPACITACION PARA EL DESARROLLO DE HABILIDADES-(Mejorar, Perfeccionar) | | | | | | | |
| ¿usted como colaborador siente que ha mejorado con las capacitaciones recibidas? | X | | X | | X | | |
| ¿la capacitación con ejemplos de alternativas de solución le ayuda a mejorar a solucionar los problemas que se presentan dentro de su trabajo? | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | |
|--|---|--|---|--|---|--|--|
| ¿Ud. considera que su jefe inmediato superior promueve la mejora dentro de la empresa? | X | | X | | X | | |
| ¿con las últimas capacitaciones recibidas usted como colaborador está perfeccionando en atención al cliente? | X | | X | | X | | |
| ¿para perfeccionar en su labor usted recibe capacitaciones? | X | | X | | X | | |
| ¿Le gustaría que INVERSIONES MI CASERITO tenga como política, hacer capacitaciones? | X | | X | | X | | |
| 2 VARIABLE: ATENCION AL CLIENTE | | | | | | | |
| DIMENSION 1: HABILIDADES DE ATENCION AL CLIENTE-(Capacidad, Comunicación) | | | | | | | |
| ¿Usted tiene la capacidad de planificar las actividades antes de ejecutar? | X | | X | | X | | |
| ¿usted tiene la capacidad de solucionar los reclamos del cliente? | X | | X | | X | | |
| ¿usted tiene la facilidad de comunicación con los clientes? | X | | X | | X | | |
| ¿Cómo colaborador usted establece una buena comunicación con su jefe? | X | | X | | X | | |
| ¿su jefe inmediato le brinda charla motivacional antes de iniciar las actividades? | X | | X | | X | | |
| DIMENSION 2: SATISFACCION DEL SERVICIO AL CLIENTE-(Técnica, Interacción) | | | | | | | |
| ¿Usted informa a su jefe inmediato sobre sus actividades y técnicas ejecutadas? | X | | X | | X | | |
| ¿Aplica alguna técnica de venta al momento de ofrecer algún producto? | X | | X | | X | | |
| ¿usted como colaborador informa (interactúa) a su jefe sobre las quejas recibidas por parte del cliente? | X | | X | | X | | |
| ¿Usted como colaborador interactúa con los clientes? | X | | X | | X | | |
| ¿Usted como colaborador escucha las opiniones de los clientes? | X | | X | | X | | |

APROBADO: SI

Mgtr. Nora Macedo De Paz

DNI:46502167

Anexo 04. Confiabilidad del instrumento

| VARIABLE : CAPACITACION LABORAL | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|------|
| | Item 1 | Item 2 | Item 3 | Item 4 | Item 5 | Item 6 | Item 7 | Item 8 | Item 9 | Item 10 | SUMA |
| sujeto 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 24 |
| sujeto 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 23 |
| sujeto 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 25 |
| sujeto 4 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 5 | 2 | 1 | 3 | 2 | 23 |
| sujeto 5 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 34 |
| sujeto 6 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 26 |
| sujeto 7 | 4 | 5 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 33 |
| sujeto 8 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 19 |
| sujeto 9 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 30 |
| sujeto10 | 5 | 3 | 1 | 4 | 3 | 3 | 5 | 2 | 4 | 2 | 32 |
| VARIANZA | 0.8 | 0.96 | 0.65 | 1.01 | 0.6 | 0.61 | 1.01 | 1.49 | 0.84 | 0.44 | |

| | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-----------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Σ (símbolo sumatoria) | | | | | | | | | | | |
| α (Alfa) = | 0.7028785 | $\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$ | | | | | | | | | |
| K (Número de Items) = | 10 | | | | | | | | | | |
| Vi (Varianza de cada Items) = | 8.41 | | | | | | | | | | |
| Vt (Varianza Total) = | 22.89 | | | | | | | | | | |

CONCLUSION:

En la variable "Capacitación Laboral" se encuestó a 10 trabajadores de Inversiones Mi Caserito, de lo cual según la fórmula alfa de Cronbach, salió como resultado final **0.70288**, lo que nos quiere decir el análisis de la consistencia que es muy confiable del instrumento.

| VARIABLE : ATENCION AL CLIENTE | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|------|
| | Item 1 | Item 2 | Item 3 | Item 4 | Item 5 | Item 6 | Item 7 | Item 8 | Item 9 | Item 10 | SUMA |
| sujeto 1 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 33 |
| sujeto 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 34 |
| sujeto 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 31 |
| sujeto 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| sujeto 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 40 |
| sujeto 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 41 |
| sujeto 7 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 5 | 2 | 3 | 3 | 30 |
| sujeto 8 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 40 |
| sujeto 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 44 |
| sujeto10 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 33 |
| VARIANZA | 0.25 | 0.85 | 0.25 | 0.65 | 1.41 | 0.56 | 0.76 | 1.04 | 0.69 | 0.61 | |

| | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-----------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Σ (símbolo sumatoria) | | | | | | | | | | | |
| α (Alfa) = | 0.7379256 | $\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$ | | | | | | | | | |
| K (Número de Items) = | 10 | | | | | | | | | | |
| Vi (Varianza de cada Items) = | 7.07 | | | | | | | | | | |
| Vt (Varianza Total) = | 21.05 | | | | | | | | | | |

CONCLUSION:

En la variable "Atención al cliente" se encuestó a 10 trabajadores de Inversiones Mi Caserito, de lo cual según la fórmula alfa de Cronbach, salió como resultado final **0.7379256**, lo que nos quiere decir el análisis de la consistencia que es excelente confiabilidad del instrumento.

Anexo 05. Consentimiento Informado



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA CAPACITACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA INVERSIONES MI CASERITO DEL DISTRITO DE HUACHO, 2023 y es dirigido por Juscelyno Aguirre Fernández, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar la PROPUESTA DE MEJORA DE LA CAPACITACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA INVERSIONES MI CASERITO DEL DISTRITO DE HUACHO, 2023.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

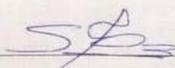
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del número telefónico 950639666. Si desea, también podrá escribir al correo j_2080_1@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

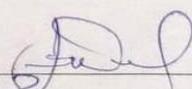
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: RICARDO DAVID SARMIENTO DOMINGUEZ

Fecha: 18/05/2023

Correo electrónico: David.2000@hotmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

CIEI VERSION 001

Aprobado 24-07-2020

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



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Carta N° 001 - 2023-ULADECH CATÓLICA

Sr (a). *SARMIENTO DOMINGUEZ RICARDO DAVID*

Presente. -

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, JUSCELYNO AGUIRRE FERNANDEZ, con código de matrícula N°0811111072, de la Carrera Profesional de Administración, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota, virtual o presencial el proyecto de investigación titulado: PROPUESTA DE MEJORA DE LA CAPACITACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA INVERSIONES MI CASERITO DEL DISTRITO DE HUACHO, 2023, durante los 04 meses de ejecución de la investigación del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución. En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,



JUSCELYNO AGUIRRE FERNANDEZ
DNI. N° 46134332

Recibí 15/05/2023



DNI: 41963124



Anexo 07. Evidencias de ejecución (Declaración jurada)

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Juscelyno Aguirre Fernández, identificado (a) con DNI 46134332, con domicilio real en (Calle, Av. Jr.) Mariscal Revoredo S/N, Distrito Huachis, Provincia Huari, Departamento Ancash.

DECLARO BAJO JURAMENTO,

En mi condición de (estudiante/bachiller) Bachiller con código de estudiante 0811111072 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 PROPUESTA DE MEJORA DE LA CAPACITACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA INVERSIONES MI CASERITO DEL DISTRITO DE HUACHO, 2023.

Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad

Chimbote, 22 de Julio de 2023



Firma del estudiante/bachiller

DNI 46134332



Huella Digital

Aspectos Administrativos

Cronograma de actividades

| CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|---|----------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|--------|---|---|---|
| N° | Actividades | Año 2023 | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Mayo | | | | Junio | | | | Julio | | | | Agosto | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Elaboración del Proyecto | x | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Revisión del proyecto por el jurado de investigación | | x | x | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación | | | x | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Exposición del proyecto al Jurado de Investigación | | | | x | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Mejora del marco teórico y Metodológico | | | | | x | | | | | | | | | | | |
| 6 | Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos | | | | | | x | | | | | | | | | | |
| 7 | Elaboración del consentimiento informado (*) | | | | | | | x | | | | | | | | | |
| 8 | Recolección de datos | | | | | | | | x | | | | | | | | |
| 9 | Presentación de resultados | | | | | | | | | x | | | | | | | |
| 10 | Análisis e Interpretación de los resultados | | | | | | | | | | x | | | | | | |
| 11 | Redacción del informe preliminar | | | | | | | | | | | x | | | | | |
| 12 | Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación | | | | | | | | | | | | x | | | | |

