



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**PROCESO DE CAPACITACIÓN PARA LA MEJORA
EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS EMPRESAS,
RUBRO ACTIVIDADES DE IMPRESIÓN Y
FOTOCOPIADO, AVENIDA PARDO, DISTRITO DE
CHIMBOTE 2023.**

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

AUTOR

PAZ GONZALES, FRANCISCO FERNANDO

ORCID: 0000-0002-9319-6537

ASESOR:

REINERIO ZACARIAS CENTURION MEDINA

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Chimbote – Perú

2023



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0255-061-2023 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **18:30** horas del día **14** 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
Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROCESO DE CAPACITACIÓN PARA LA MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS EMPRESAS, RUBRO ACTIVIDADES DE IMPRESIÓN Y FOTOCOPIADO, AVENIDA PARDO, DISTRITO DE CHIMBOTE 2023.**

Presentada Por :
(0111151257) **PAZ GONZALES FRANCISCO FERNANDO**

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

Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: PROCESO DE CAPACITACIÓN PARA LA MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS EMPRESAS, RUBRO ACTIVIDADES DE IMPRESIÓN Y FOTOCOPIADO, AVENIDA PARDO, DISTRITO DE CHIMBOTE 2023. Del (de la) estudiante PAZ GONZALES FRANCISCO FERNANDO, asesorado por CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 0% 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

LIMO VÁSQUEZ MIGUEL ANGEL

ORCID ID 0000 0002 7575 3571

Presidente

ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA

ORCID ID: 0000 0001 6079 2319

Miembro

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE

ORCID ID: 0000 0001 9140 3451

Miembro

REINERIO ZACARIAS CENTURIÓN MEDINA ORCID:

0000-0002-6399-5928

Asesor:

DEDICATORIA

A Dios, por iluminarme
en todo momento y no
dejarme vencer ante
nada.

A mi madre:

Helida Gonzales, por haberme dado la vida,
por cada consejo recibido, por el apoyo, por
ser quien siempre han estado conmigo, que es
incondicional, y siempre me daba palabra de
aliento, estuvo conmigo en cada momento de
mi vida, y no paro hasta verme hecho todo un
profesional.

A mis hermanos (a)

Carmen, Fabiola, julio y Giuliana
por haberme siempre guiado,
aconsejado en cada etapa de mi vida
son mi ejemplo a seguir en le
trascuro de mi vida gracias por
todo hermanos

AGRADECIMIENTO

A Dios: por haberme dado la vida, porque me escogió y me puso en el hogar correcto, por darme salud y las fuerzas necesarias para salir adelante y poder realizarme como profesional, ya que gracias a él tengo todo.

A mi madre, ya que es mi motor para seguir adelante, por inculcarme valores y gracias a ella que me apoyo en todo momento

A mi docente por compartir Sus conocimientos y experiencia, Por orientarme para poder desarrollar mi proyecto de investigación.

ÍNDICE GENERAL

1. Caratula.....	I
2. Acta de sustentación	II
3. Certificación de originalidad	III
4. Firma de jurado.....	IV
5. Dedicatoria	V
6. Agradecimiento.....	VI
7. Índice general.....	VII
8. Lista de tablas.....	IX
9. Lista de figuras.....	X
Resumen.....	XI
Abstracts.....	XII
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
II.MARCO TEÓRICO.....	5
2.1 Antecedentes.....	5
2.2 Base teórico	10
2.3 Hipótesis.....	23
III.METODOLOGÍA.....	24
3.1 Nivel, Tipo y Diseño de Investigación.....	24
3.2 Población y Muestra.....	25
3.3 Variable. Definición y Operacionalización.....	26
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	27
3.5 Método de análisis de datos.....	29
3.6 Aspecto Éticos.....	29
IV. RESULTADOS.....	31
IV. DISCUSIÓN	43
V. CONCLUSIÓN.....	46
VI. RECOMENDACIÓN	48
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA.....	57

ANEXOS.....	63
Anexo 01. Matriz de consistencia.....	63
Anexo 02. Instrumento de recolección de información.....	64
Anexo 03. Consentimiento Informado.....	66
Anexo 04. Confiabilidad de instrumento.....	80
Anexo 05. Formato de consentimiento informado.....	81
Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información.....	82
Anexo 07. Evidencia de ejecución.....	84

Lista de Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023... ..	29
Tabla 2. Características de las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado,avenida pardo, distrito de Chimbote 2023	30
Tabla 3. Características del Proceso de Capacitación en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023	31
Tabla 4 Características para la mejorar en la atención al cliente en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo,distrito de Chimbote 2023	32
Tabla 5. Plan de mejora del Proceso de Capacitación para la mejora en la atención al cliente en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo,distrito de Chimbote 2023... ..	33

Lista de Figuras

Figura 1. Edad.....	49
Figura 2. Género ...	49
Figura 3. Grado de instrucción	50
Figura 4. Cargo que desempeñan.....	50
Figura 5. Tiempo de permanencia en el rubro.....	51
Figura 6. Objetivo de creación.....	51
Figura 7. Crees que las capacitaciones u orientaciones que te han dado, podrán mejorar tus conocimientos y habilidades en tu puesto de trabajo.....	52
Figura 8 Ha recibido alguna vez algún curso de capacitación o aprendizaje formal dentro o fuera de la empresa.....	52
Figura 9. Tiene alguna dificultad en el trabajo lo consulta con sus compañeros o jefe inmediato Superior.....	53
Figura 10. Utiliza las Técnicas de procesos de capacitación.....	53
Figura 11. Establece prioridades ante las necesidades de sus clientes.....	54
Figura 12. Ha utilizado la técnica de atención al cliente.....	54
Figura 13. Es puntual y responsable con su horario de trabajo	55
Figura 14. Muestra siempre actitudes valorativas y amables al momento de recibir un cliente...	55
Figura 15. El cliente muestra con frecuencia la satisfacción y agradecimiento por la atención recibida	56
Figura 16. Establece prioridades ante las necesidades de sus clientes.....	56

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características del proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023. La investigación es de diseño no experimental, transversal, descriptivo. Para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 11 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 17 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: 63.64% tiene entre 31 a 50 años de edad, el 72.73% son de género Masculino, el 72.73 tiene el cargo que desempeñan de dueños. El 36.36% tiene la minoría tiene un grado de instrucción secundaria, Ha recibido alguna vez algún curso de capacitación o aprendizaje formal dentro o fuera de la empresa?, el 54,55% ha respondido a veces Utiliza las Técnicas de procesos de capacitación, el 63.64% El cliente muestra con frecuencia la satisfacción y agradecimiento por la atención recibida, el 72.73% ha respondiendo a veces, el 72,73% ha respondido a veces Ha utilizado la técnica de atención al cliente. La investigación concluye que el a mayoría de los trabajadores ponen en practicas la atención al cliente, pero no tiene mucho conocimiento de los procesos de capacitación

Palabras clave: Atención al cliente, Capacitación, Micro empresas.

SUMMARY

The present investigation had as a general objective: To determine the characteristics of the training process for the improvement of customer service in micro-enterprises, printing and photocopying activities, Avenida Pardo, Chimbote district, 2023. The investigation is of design not experimental, transversal, descriptive. To collect the information, a sample population of 11 micro and small companies was used, to whom a questionnaire of 17 questions was applied through the survey technique, obtaining the following results: 63.64% are between 31 and 50 years of age. age, 72.73% are male, 72.73 have the position they hold is owners. 36.36% have the minority have a secondary education degree, have you ever received a training course or formal learning inside or outside the company?, 54.55% have responded sometimes Use the Techniques of training processes, the 63.64% The client frequently shows satisfaction and appreciation for the attention received, 72.73% have responded sometimes, 72.73% have responded sometimes They have used the customer service technique. The investigation concludes that most of the workers practice customer service, but do not have much knowledge of the training processes.

Keywords: Customer service, Training, Micro companies

I. Planteamiento del problema

1.1 Descripción del problema

En la actualidad, las empresas desempeñan un papel fundamental en el desarrollo de un país. Estas empresas no solo generan una gran cantidad de empleos, sino que también contribuyen a la reducción de la pobreza y mejoran la calidad de vida de aquellos que no tienen empleo estable. A pesar de estos datos alentadores, muchas de estas empresas enfrentan dificultades para mantener un crecimiento constante. Esto se debe a que la gran mayoría de las empresas no implementan constante en sus colaboradores es por ello no logran captar la atención de los clientes.

A nivel internacional, específicamente en Chile, los resultados de la Tercera Encuesta Longitudinal, indican que, de un total de 7.267 empresas, el 63,9% de las empresas consideradas grandes llevan a cabo programas de capacitación. En contraste, solamente el 8,2% de las pequeñas y medianas empresas (pymes) implementan este tipo de capacitación. Además, se observa que solo el 52,5% de los trabajadores en empresas han recibido capacitación, mientras que el 41,1% restante no ha obtenido ningún proceso formativo. Es relevante destacar que la clasificación del tamaño de las empresas se realiza en función del número de empleados, dividiéndolas en tres categorías distintas: grandes (52,4% de las empresas encuestadas), pymes (40,7%), y microempresas (6,9%) (Arellano & Schuster, 2019).

En México, las empresas invierten menos en capacitación de personal que otros países, en promedio las empresas destinan el 2% del costo su nómina, pero el problema está en que las organizaciones consideran esto como un gasto y no como una inversión, sólo 6% de las empresas capacitan, lo cual significa que la visión de futuro que requiere el país se encuentra seriamente limitada. Las grandes compañías, que son las que tienen estrategias más desarrolladas, casi en su totalidad están incorporadas a programas de capacitación constante, pero las Pymes (pequeñas y medianas empresas) cuentan con una subutilización de la capacitación ya que sólo el 1% utiliza la capacitación como valor agregado. (Grego, 2019).

De manera similar en España, las micro empresas son responsables de una gran parte de la productividad y empleo. Sin embargo, se observa que la mayoría de ellas enfrentan dificultades y fracasan, principalmente debido a la falta de una capacitación basada en la atención al cliente. Esto se debe a que los empleadores

Suelen desconocer los datos del sector en el que desean operar, no analizan a su competencia y no se esfuerzan por mejorar la calidad de sus servicios. Por lo tanto, es fundamental realizar un estudio de mercado previo y elaborar un plan de negocio realista que nos permita comprender los aspectos clave del negocio y presentarlo a posibles inversores (fariñas,2019).

En Grecia, superar la crisis, renacer de las tormentas, aprender de los errores, son conceptos recurrentes en el universo emprendedor. Detectar las oportunidades en momentos difíciles es hasta una condición que define al ser emprendedor, ya que los obstáculos y los posibles errores son inexorables a un con planificación y planes de negocio perfectos. Grecia es hoy el ejemplo más emblemático de un país que intenta salir de una de las peores crisis económicas de su historia y que está afectando directamente a un ecosistema de emprendimientos y startups sobresalientes en el viejo continente. Muchos están detectando nuevos nichos de negocio y muchos buscan la forma de salir a flote. Ese es el objetivo de los startups y de los emprendimientos del país helénico. Intentan sobrevivir. Desde la Asociación Helenica de Startups, su miembro y fundador vicepresidente, Panos Zamanis, destaca que la recesión tuvo el esperado efecto negativo en las empresas, pero fue una enorme oportunidad para los startups. Existen nuevos emprendedores griegos enfocados en crear productos y servicios competitivos que pueden venderse en el mundo (Ytuarte, 2015).

Las micros y pequeñas empresas (MYPEs) representan unidades económicas conformadas por individuos naturales o entidades jurídicas, cuyo propósito consiste en emprender actividades relacionadas con la extracción, transformación, productividad, comercialización de bienes o prestación de servicios. Estas entidades desempeñan un papel trascendental en el progreso socioeconómico de nuestra nación, constituyendo la principal fuente generadora de empleo y un relevante agente catalizador del mercado. (Montoya, 2017).

En Ayacucho, las empresas la tienen un problema con la atención al cliente en el servicio no se practica comúnmente y es un tema muy importante ya que no se debe dejar de lado porque los consumidores son cada vez más exigentes al momento de la compra cuando adquieren un producto y/o servicio. Por el cual, las empresas se ven en la necesidad en capacitar a su personal o innovar procesos para mantener satisfechos a los consumidores.

En Chimbote, Hoy en día, ante la situación de generar empleos surgen con más fuerza las micro y pequeñas empresas, lo cual tienen gran relevancia en la economía de cada país, sim

embargo estas tienen dificultades de crecimiento por mencionar unos de sus problemas la falta de brindar una adecuada atención al cliente, lo cual se da en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos. La importancia de que la gestión de calidad exista en las micro y pequeñas empresas radica en que todo emprendedor debe realizar una gestión eficiente y eficaz en su negocio además alcanzar la calidad depende del representante y sus trabajadores, ofrecer un servicio de calidad que marque la diferencia entre los demás competidores, los empresarios tienen que adaptarse a los nuevos cambios y romper paradigmas para seguir compitiendo en el mercado tan amplio que existe hoy en día, utilizando como una de las herramientas para mejorar la atención al cliente. A diario a muchos empresarios sus clientes los abandonan debido a una mala atención como por ejemplo una de las tantas frases de un cliente insatisfecho es “La persona que atiende es muy seria, parece que está molesta, contesta mal”, pierden la preocupación de brindar un mejor servicio a sus clientes como consecuencia bajan sus ventas, bajan sus ganancias van perdiendo fuerzas frente a sus competidores (lecca,2019)

En el distrito de Chimbote, provincia del santa, donde se llevó a cabo el trabajo de investigación, existen empresas dedicadas al rubro de impresión y fotocopiado, la cual enfrentan problemas de Procesos de capacitación. Los encargados de administrar estas empresas tienen conocimiento en capacitación, pero no lo implementa en su negocio debido a la falta de capacitación de sus colaboradores y la escasa capacidad profesional. (Trujillo & Vera, 2019)

Antes esta situación, surge la pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características del proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023? Además, se realizará las preguntas específicas: Cuáles son las características de los representantes de las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023, Cuáles son las Características de las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023. Cuáles son las Características del Proceso de Capacitación en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023. Cuáles son las Características para la mejorar en la atención al cliente en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023.

Asimismo, este estudio cuenta con una justificación teórica, la cual fue esencial al momento de analizar los diversos significados de atención al cliente y procesos de capacitación están a la expectativa, aquellas que posibilitan el rápido desarrollo del emprendimiento en lapsos de tiempo reducido, además resulta sumamente relevante familiarizarse y comprender a fondo los deseos y necesidades de los consumidores.

Por este modo se justifica de forma práctica, dado que tiene como objetivo determinar las características de la atención al cliente y procesos de capacitación que vaya relacionado con los representantes de las micro empresas de actividades de impresiones y fotocopiado, con metas que mayormente van acorde con el aumento de ingresos económicos, haciendo posible el establecimiento de metas que ofrezcan al negocio la habilidad y capacidad para determinar la visión del establecimiento.

La justificación metodológica, ya que el análisis se llevo a cabo con la finalidad de lograr las metas de estudio establecidas con anterioridad, a su vez, se usó la encuesta como técnica y una serie de preguntas como herramientas para que esta investigación sea empleada como antecedentes en el futuro.

El cual tiene como objetivo general: Determinar las características del proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023. De allí se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las características de los representantes de las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023, Determinar las características de las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023. Describir las características del Proceso de Capacitación en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023. Determinar las características para la mejorar en la atención al cliente en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Internacionales

(Ordoñez, 2019), en su tesis “*Diseño de un modelo estratégico para el plan de capacitación del personal técnico de Diebold Nixdorf*”, de la Escuela de Administración de la Pontificia Universidad Católica de Chile, estableció El objetivo del proyecto fue diseñar un Modelo de Formación Estratégico para los técnicos de reparación y mantenimiento de la empresa Diebold Nixdorf, que se dedica a la venta y servicio post-venta de cajeros automáticos. Para esto, se realizó el diagnóstico estratégico, encontrándose que existía una baja participación de recursos humanos en la toma de decisiones de la empresa, sobre todo en temas del área operacional que agrupa a los técnicos. Posteriormente, se revisó la descripción del cargo de técnico, se realizaron entrevistas y observaciones directas al trabajo y a la capacitación que reciben los técnicos, encontrándose serias deficiencias en la preparación, ejecución y actividades posteriores a la capacitación. Entonces, se eligió el modelo de formación ADDIE que se compone de las etapas de Análisis, Diseño, Desarrollo, Implementación y Evaluación. Luego se desarrollaron formularios y check lists para cada una de las etapas del modelo, además de dejar una planificación hecha para un curso. Finalmente, se elaboró un Plan Comunicacional dirigido a todos los stakeholders que se verán afectados por este cambio. Todos estos productos fueron entregados al jefe de Recursos Humanos y al Gerente de Operaciones, para su aplicación en una prueba piloto, logrando de esta manera que el área de Recursos Humanos aporte directamente al negocio

Álvarez, freire, y Gutiérrez (2017) en su trabajo de investigación titulada: *capacitación y su impacto en la productividad laboral de las empresas chilenas, de la universidad de concepción de chile*. El objetivo de este estudio fue evaluar el impacto de la capacitación en la productividad laboral de empresas chilenas mediante una metodología descriptiva, los resultados concluyeron que la capacitación no tuvo un efecto significativo en la productividad laboral, lo que difiere de la mayoría de la literatura previa que esperaba un impacto positivo y significativo, en contraste, un estudio realizado en Perú indico que la capacitación si tiene impacto positivo en la productividad laboral de las empresas , sin embargo, esta efectividad se ve mermada debido al alto nivel de rotación laboral en el país. Donde los empleados se capacitan y

luego cambian de empresas debido a la reforma laboral.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Sánchez (2021) con la investigación titulada *el plan de capacitación en atención al cliente para mejorar la eficiencia operativa del banco de crédito agencia real plaza – Chiclayo 2019*. En la universidad señor de Sipán, específicamente en la facultad de ciencias empresariales en Pimentel, Perú, se llevó a cabo una investigación con el objetivo de implantar un plan de capacitación en atención al cliente para mejorar la eficiencia operativa del banco de crédito- real plaza en Chiclayo. El diseño de esta investigación fue pre experimental y de tipo descriptiva – aplicativo. Los resultados indicaron que los procedimientos principales de atención al cliente en el banco de crédito – real plaza en Chiclayo estaba adecuados por la eficiencia de los trabajadores, especialmente en ventanilla , con un índice de insatisfacción del 50% es decir, por debajo del 100% por lo tanto, se vio la necesidad de realizar mejoras, específicamente en la atención brindada por los colaboradores, así mismo , se evaluó la eficiencia operativa de los colaboradores del banco y se encontró que el 10 % se encontraba en un nivel pésimo, el 33% en un nivel regular y el 57% en un nivel bueno. Tras aplicar el plan de capacitación, la eficiencia operativa de la agencia ascendió a un 86% en un nivel bueno.

(Cruz R., 2021), en su tesis: “Capacitación laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro carpintería de madera: caso Kechwka Contratistas Generales S.A.C., distrito Ayacucho, 2021, de la facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Tiene como La presente investigación tuvo como objetivo identificar las características de la capacitación laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro carpintería de madera: caso Kechwka Contratistas Generales S.A.C., distrito Ayacucho, 2021. La población de estudio estuvo conformada por los 10 trabajadores de la empresa Kechwka Contratistas Generales S.A.C. El tipo de investigación fue aplicada, de nivel descriptivo y de diseño no experimental. Se utilizó la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento para la recolección de datos. De los resultados obtenidos de la encuesta a los trabajadores de la empresa Kechwka Contratistas Generales S.A.C. se obtiene que, con respecto a los conocimientos de los trabajadores, la debilidad es que la gran mayoría de trabajadores no conoce el protocolo sanitario para prevenir el Covid. Asimismo, con respecto al desarrollo de habilidades y actitudes se percibe que la mayoría de los trabajadores si conocen esos temas. Como conclusión

general se observa que la mayoría de trabajadores si conocen temas con respecto a desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes, pero de todas maneras hay un porcentaje cercano al 20 % que necesitan capacitaciones en esos tres ámbitos y de esa manera mejorar la productividad y competitividad de la carpintería.

Ocaña (2017) en la investigación realizada titulada *Gestión de calidad en atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, año 2016*, el objetivo general fue describir las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en este tipo de empresas, Los resultados obtenidos mostraron que el 57,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tenía una edad promedio entre 30 y 50 años, el 78,6% eran de género femenino, el 42,9% eran técnicos, el 42,9% tenían entre 1 a 5 años de experiencia en el mercado, el 92,9% eran formales y el 92,9% tenía de 1 a 5 trabajadores, así mismo, el 45,7% tenía como objetivo generar ganancias. En cuanto a la gestión de calidad en atención al cliente, el 100% de los encuestados conocían técnicas relacionada con esta área, el 64,3% de ellos utilizaron la técnicas del benchmarking para asegurar que la gestión de calidad estuvo enfocada en el cliente, mientras que el 35,7% aplico otras técnicas de gestión, En cuanto a la comunicación interna, el 64,3% de los encuestados informaba a veces los empleadores sobre las indicaciones para la mejora continua del servicio, Es importante destacar que la totalidad de los encuestados de las micros y pequeñas empresas estudiadas estaba familiarizados con técnicas de gestión en atención al cliente.

2.1.3 Antecedentes locales

Lecca (2019) en su investigación titulada: *atención al cliente como factor relévente de la gestión de calidad y plan de mejora en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2019*. Realizo un estudio: no experimental, transversal, descriptiva, la muestra incluyo 10 micro y pequeñas empresas a la cual se aplicó un cuestionario estructurado de 17 preguntas mediante la técnica encuesta, los resultados obtenidos revelaron que el 60% de los encuestados tenían entre 31 a 50 años, y El 70% era de género femenino, asimismo, El 50 de los encuestados poseía un ardo de instrucción secundaria y el 50% se desempeñaba como representante o administrador, el 90% de las empresas tenía de 1 a 5 trabajadores, y el

100% menciono que las personas que trabajaban con ellos no eran familiares, el objetivo principal de la creación de estas empresas fue generar ganancias, se observó que el 80% de los encuestados no concia el termino de gestión de calidad, y el 70% menciono no conocer ninguna técnica relacionada con la gestión de calidad, sin embargo, el 100% de los encuestado menciono que creían que la gestión de calidad contribuirá a mejorar el rendimiento de su negocio, por otro lado, el 70% de los encuestados menciono conocer el termino de atención al cliente y el 60% considera que la atención al cliente era fundamental para que los cliente regresaran a su establecimiento, además , el 100% afirmó que la atención a cliente permitía el posicionamiento de su empresa en el mercado, en conclusión sugiere que las micros y pequeñas empresas deben implementar nuevas estrategias y mejorar su gestión para alcanzar el éxito y mejorar la satisfacción del cliente

Vasallo (2017) llevo a cabo una investigación titulada *gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*, el objetivo general fue determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en dicha empresa, los resultados revelaron que la mayoría de los encuetados de la mypes el 69%, tenían edades entre 31 y 50 años, 62% eran de género masculino, la mayoría 54% tenían un grado de instrucción superior no universitaria, y el 77% eran dueños de las empresas, asimismo, la mayoría de ellos desempeñaban su cargo durante 7 años a más 69% y tenía una permanencia en el rubro de 7 años o más 85%, el 69% tenia de 1 a 5 empleadores, el 62% de las empresas empleaban a familiares en su negocios, el estudio también indico que todas las mypes tenían como objetivo generar ganancias y que el 92% de los encuestados conocía el termino gestión de calidad. El 100% de ellos estaban familiarizado con la técnica de atención al cliente, al que el 61,5% menciono tener un aprendizaje lento para implementar la gestión de calidad, el 92% afirmo que esta contribuía a mejora el rendimiento del negocio y a alcanzar las metas y objetivos establecidos, en cuento en la atención al cliente el 100% de los encuestados afirmo conocer su importancia para que los cliente regresen al establecimiento, y el 54% considero que brindaba una buena atención el 62% ellos opino que la mala atención se debe a una mala organización de los trabajadores además, el 100% de los encuestados considero que su empresa era eficiente al atender y dar soluciones a los reclamos de los cliente y todo ellos creían que la atención al cliente

permitía el posicionamiento de sus empresas en el mercado, en conclusión, la mayoría de los encuestados de las mypes se encontraba en el rango de edad de 31 a 50 años y eran género masculino, también destacaron tener un grado de educación superior no universitaria y por ser dueños de la empresa, la gestión de calidad en atención al cliente fueron consideradas factores fundamentales para mejorar el rendimiento del negocio y alcanzar los objetivos empresariales.

Vásquez (2017) realizó una investigación titulada *gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, Chimbote, 2016*, con el objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector de pollerías en el distrito de Chimbote, en el año 2016, los resultados obtenidos mostraron que el 75% de los encuestados de las empresas tenían edades comprendidas entre los 31 y 50 años, el 66,7% eran de género masculino y el 75,5% tenía educación superior universitaria, además, el 50% tenía más de 7 a 10 años de experiencia en el rubro, mientras que el 83,3% de las micro y pequeñas empresas tenía de 1 a 5 empleados, el estudio reveló que el 58,3% de las mypes estaban aplicando una gestión de calidad, y el 75% manifestó que una atención de calidad contribuía al aumento de las ventas, sin embargo, el 66,7% de los encuestados de las empresas señaló que pocas veces atendían y daban soluciones a los reclamos de los clientes, en conclusión la mayoría de los encuestados de las mypes tenían entre 31 a 50 años de edad, era de género masculino y tenían educación superior universitaria, aunque la mayoría consideraba que la amabilidad era lo más importante para la atención al cliente y creía que brindar una atención de calidad contribuía al aumento de las ventas.

2.2 Bases teóricas

Variable 1 procesos de capacitación

Sucesiones diseñadas para capacitar a los empleados de una organización en un abordaje estructurado y sistemático de las metas, mientras los involucrados profundizan y adquieren conocimiento sobre uno o más temas específicos, entre ellos pedagógicos, filosóficos, sociales y evaluativos, con apoyo teórico y referentes, dirigidos en la adquisición de habilidades de empleabilidad de los empleados (Orozco, 2017).

Proceso de capacitación

Chiavenato (2017) menciona que la capacitación es el proceso o actividad sistemática programada mediante el cual se repasa al personal para que desempeñe sus funciones asignadas en forma eficiente y eficaz.

El interés principal de la capacitación y desarrollo es adelantarse a los cambios y responder en forma proactiva. Los cambios obligan a salir de un nivel a otro, por consiguiente, influye en los trabajadores, grupos y en organizaciones. Los gestores de cambio, los gerentes y expertos que participan en las capacitaciones tienen que comprender las dificultades relacionadas con este y las formas de aceptarlo. Las personas deben ser conscientes de la urgencia de cambiar y de las posibles consecuencias de no hacerlo. Necesitan desarrollar y esto puede requerir de una capacitación adicional.

Concepto de la capacitación

El ser humano es uno de los recursos más importantes para una empresa, actualmente las organizaciones vienen prestando mucha atención al desarrollo y promoción de talentos, creando una plataforma para el personal a través de la construcción de una organización de aprendizaje. Debiéndose apostar por un concepto orientado a los recursos humanos para alentar a cada persona a desafiar las capacidades individuales, motivando el estudio del personal, para lograr construir una empresa de marca que permita acumular logros y obtener valor atrayendo, uniendo y cultivando talentos (Edwpue, 2019).

Cros (2018) “capacitación micro empresa se ha convertido en un valor agregado para el desarrollo de la organización” (p.1)

El rol y la finalidad de la capacitación es buscar la mejora de las habilidades profesionales del personal estableciendo un sistema para el desarrollo profesional, garantizando que el personal adquiera la adaptación y la ejecución requeridas por el ajuste estratégico de la organización, y luego proporcionar recursos humanos adecuados e integrando para el largo plazo de la compañía, desarrollo de plazo.

Shaun (2020) señalo que la capacitación es un acción sistemática, planeada y permanente cuya intención es preparar, desarrollar e integrar a los recursos humanos al proceso operativo de la empresa a través de la entrega de conocimiento, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias (p.31).

La finalidad de las capacitaciones es mejorar el desempeño de los colaboradores en sus actuales y futuros cargos y adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno. Por lo tanto, para lograr establecer una adecuada capacitación también es elemental recurrir a técnicas modernas de entrenamiento y una de ellas es el coaching, la cual permitirá establecer mediciones cuantitativas como es la generación de rentabilidad que debe impactar en las empresas, (Shaun, 2020).

Diferencia entre el trabajador capacitado y no capacitado

Robbins y Coulter (2018) Se observa una notable disparidad entre un trabajador que ha recibido capacitación desde el inicio de su empleo y aquel que no lo ha hecho. El primero realiza sus labores siguiendo los estándares y políticas de la empresa con un margen de error reducido. Por lo tanto, es crucial que las organizaciones analicen esta comparación y destinen recursos a aquellas prácticas que produzcan resultados más favorables.

Capacitado	No capacitado
<ul style="list-style-type: none"> • Creativo • Buen empleo • Eficiencia y eficacia • Bienestar personal y familiar 	<ul style="list-style-type: none"> • Rutinario • No hay empleo • Ineficiencia • Vida frustrada

Silupu (2016) nos dice que la Mype son unidades económicas constituidas por

personas jurídicas o así mismos naturales que tienen una actividad legal y tienen un rol que cumplen con sus obligaciones fiscal, estaría inscritas a RUC y así mismo tiene una modalidad de pago de tributos por ingresos derivados a una renta de tercera categoría correspondiendo a las personas jurídicas o naturales.

Necesidades de la capacitación

Diagnosticar e identificar las necesidades para capacitar es el primer paso del proceso, ya que es importante no equivocarse en términos de capacitación inadecuada que genere costo irregulares nivel organizacional (Chiavenato, 2017).

Análisis de toda la organización: se identifica las direcciones departamento en los que será conveniente realizar la capacitación, en este caso, es necesario tomar en cuenta los alcances y estrategias de las empresas, así como los impactos previstos que tendrá en la empresa.

Análisis de tarea y procesos: se centra en las personas específicas plateadas por las preguntas, es decir par quien y que tipo de formación se necesita; también establecer comparaciones específicas basadas en sus resultados frente a las expectativas de la organización.

Técnicas aplicadas dentro de los procesos de capacitación

Existen innumerables formas de formación, pero una forma de capacitación prevalece sobre la demás, en cuyo caso, según (robbins y coulter, 2018).

Las formas saben basarse en varios pilares de influencia al proceso de formativo, es decir:

- Habilidades destinadas a capacitar o educar a los empleados
- Habilidades centradas en las relaciones.
- Habilidades para mejorar las habilidades de resolución de problemas.

Según robbins y coulter (2018) señalan que par a realizar la capacitación de debe comenzar por desarrollar un plan de gestión paso a paso e identificar la importación del rol profesional de capacitador y mensajero en los niveles para poder identificar necesidad de la empresa.

Dimensiones de proceso de capacitación

Capacitación por aprendizaje Informal

Se da cuando los colaboradores aprenden en el puesto de trabajo, y generalmente no lo consiguen con planes de capacitaciones establecidos, sino a través de medios informales como labores junto a sus colegas, es decir, todo lo que “aprenden” proviene de la colaboración de otros empleados; la capacitación por aprendizaje informal es donde se adquieren conocimientos en cualquier situación.

(Piélagos, 2018), señala: Señala que el aprendizaje impartido es el producto final de un procedimiento cuyo resultado es un trabajador hábil en su puesto de trabajo a corto y largo plazo

Indicadores

El aprendizaje informal es el nombre que tiene el aprendizaje que no cuenta con una estructura y que difiere mucho del tradicional y formal, como en un salón de clases. El aprendizaje informal no establece un programa de aprendizaje con inicio y fin predeterminado; este se da de acuerdo a las necesidades contingentes de los usuarios quienes consultan fuentes de conocimiento para resolver problemas puntuales o tomar decisiones de forma inmediata (Aprendizaje 360, 2019)

Capacitación por instrucción: Se da de manera directa, en su mayoría se imparte en el mismo horario de trabajo, se aplica para enseñar a colaboradores en el puesto actual que ocupan, la capacitación puede darse por un supervisor o compañero de trabajo que cuente con la suficiente experiencia.

(Moreno & Osorno, 2017), indican que, la técnica más usada en la capacitación por instrucción es la conferencia, ya que tiene varias ventajas tales como, presentar conocimientos de manera directa, rápida y sencilla a numerosos grupos. La capacitación por instrucción en su mayoría incluye tres partes: presentar al aprendiz hechos, preguntas o problemas, permitir que responda y proporcionar retroalimentación.

Capacitación para el desarrollo de habilidades:

Esta capacitación está direccionada hacia la capacidad de:

- Resolver problemas, donde se brinda actividades de razonamiento y alternativas

de solución ante una contingencia. Se habilita a las personas para la realización y operación de las tareas, por ejemplo, el manejo de equipos, herramientas o maquinarias.

Habilidades interpersonales, una capacitación indispensable para mejorar la capacidad de escuchar, comunicarse y formar equipos; una capacitación puede cambiar actitudes negativas por favorables, la capacitación permite que el colaborador adquiera conciencia de las relaciones y mejore la sensibilidad a los demás, ya sean clientes o colegas.

Indicadores

El trabajo en equipo: es un enfoque colaborativo que involucra a dos o más individuos que trabajan juntos para alcanzar un objetivo común” (Johnson, 2019).

Variable 2 Atención al cliente

Concepto

Chamorro (2018) comenta que la atención al cliente es una responsabilidad de la empresa que implica proporcionar todos sus productos y servicios de manera que el cliente quede completamente satisfecho con la calidad y presentación de lo que ha recibido. Como Chamorro (2018) dice que es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes

En la actualidad, la atención al cliente se ha convertido en un factor clave que marca la diferencia entre productos y servicios que comparten características similares. Es decir, aunque tu negocio pueda enfrentar una fuerte competencia o imitaciones, el éxito radicará en la capacidad de ofrecer una atención al cliente que cumpla eficientemente como un factor distintivo durante el proceso de compra.

Claves para mejorar atención al cliente

Según Chamorro (2018) nos dice que se tiene que tener en cuenta varios puntos para lograr el éxito en los clientes:

1. El cliente es lo primero: Es una prioridad, pero casi debería ser repetido como un amuleto por toda la organización, y especialmente por los trabajadores ligados al servicio de atención al cliente.

2. Escuchar, escuchar y escuchar: Escuchar de manera activa significa que el receptor se prepara para escuchar, se concentra en aquello que dice el emisor y que está listo para proporcionar respuestas.

3. Transmitir una imagen: Es importante transmitir una imagen ligada a algunos valores como los siguientes: Confianza, diligencia y profesionalidad, credibilidad, amabilidad y simpatía.

4. Actuar: No consiste tan sólo en escuchar al cliente de manera activa y cortés sino también en seguir el procedimiento para solventar el problema. Es decir, tomar nota de su necesidad, incidencia o petición y resolverla. Además, esta actuación debe ser: Ágil, simple y eficiente.

5. Hacer que el servicio de atención al cliente sea muy accesible: Esto es tanto para la accesibilidad de lugar o espacio como de tiempo. Acceder al servicio ha de ser un proceso fácil, mucho mejor si es multicanal (si el cliente puede llegar por teléfono, correo electrónico, de manera presencial, etc.) y con un horario de atención amplio.

6. Trabajar en equipo: Todo el departamento de atención al cliente ha de trabajar de manera cohesionada y cooperativamente, con el objetivo común de cumplir con las expectativas del cliente.

7. Contar con un buen sistema de control de la calidad: Contar con un buen sistema de control de calidad que, entre otras cosas, pueda valorar la satisfacción del cliente con el servicio y dar fe sobre posibilidades de mejora continua. 8. Cumplir con todo lo que se promete: De lo contrario tendremos clientes frustrados que perjudicarán nuestra reputación. En la actualidad el cliente tiene muchas vías de transmitir su frustración

¿Qué es la atención al cliente?

Según, Dasilva (2018), la atención al cliente es el servicio que una empresa brinda a sus clientes al momento de venderle un producto o servicio atender sus inquietudes, reclamos o pedidos y de venderle un producto o servicio. Algunos de los factores que influyen directamente en la calidad de servicio al cliente son:

Amabilidad: el cliente espera un trato agradable y servicial por parte de los empleados de un establecimiento. Se sentirá muy a gusto cuando le saluden con sonrisa sincera y le demuestren que están interesados en ayudarlo.

Atención personalizada: un servicio de atención personalizada toma en cuenta los gustos, preferencias y necesidades particulares de cada cliente. Por ejemplo, cuando se diseña un producto tomando en cuenta las necesidades y gustos de un cliente.

Rapidez en la atención: está relacionada con la rapidez con la que una empresa logra aclarar las inquietudes de un cliente, toma sus pedidos, realiza las entregas de los productos y resuelve las incidencias que se puedan presentar.

un espacio acogedor donde el cliente se siente a gusto. Se debe tomar en cuenta la decoración, el ambiente musical y la correcta iluminación.

Está comprobado que a toda persona le agrada el buen trato, más si vas algún establecimiento o empresa adquirir un servicio o producto lo que se espera es una adecuada atención a nuestros pedidos requeridos.

Atributos de las personas relacionadas con los clientes.

El trato que debe existir con el cliente debe ser diferencial y debe tener una finalidad; usualmente, algunas empresas enseñan a su colaborador un “spick de venta” que sirve como una guía que ayude a culminar u orientar una venta, como también otras manejan un flujograma con pasos de un proceso que conlleve convencer al cliente concluyendo así en una compra. Para generar y fomentar las buenas prácticas en la atención al cliente, es necesario considerar los siguientes atributos:

- **Confianza:** es cuando se tiene la tranquilidad y seguridad que las prestaciones del servicio prometido al cliente serán de manera precisa y en el tiempo acordado.

- Competencia: Nivel de conocimiento y habilidades para prestar el servicio de manera adecuada.
- Cortesía: Comportamiento amable y profesional por parte de las personas que atienden al cliente.
- Disponibilidad: Posibilidad del uso del servicio por parte de los clientes.
Accesibilidad: Facilidad de establecer contacto con el servicio de atención.
- Capacidad de comunicación: Uso de un lenguaje directo claro y comprensible por el cliente.

Según Villa (2014), se destacan diversos aspectos físicos en relación a la atención al cliente. En primer lugar, se menciona la importancia de la vestimenta, la cual debe ser adecuada, limpia y planchada. Además, se resalta la relevancia de la higiene personal, prestando atención a la limpieza facial y del cabello. Asimismo, se subraya la importancia de cuidar el aroma personal.

En cuanto a las características deseadas por el personal, Villa (2014) señala que es fundamental contar con conocimientos sobre las actividades de la empresa y habilidades apropiadas para brindar un servicio de calidad. También se destaca la necesidad de saber "venderse", es decir, transmitir profesionalismo, confianza, rapidez y agudeza. Además, se valoran cualidades como entusiasmo, honestidad, discreción, lealtad, capacidad para trabajar en equipo, empatía, asertividad y habilidades de comunicación efectiva.

Sin embargo, nosotras enfatizamos que la habilidad más importante que un colaborador debe tener es el dominio y manejo de la comunicación verbal y no verbal durante el encuentro con el cliente. Varios autores señalan que la comunicación verbal implica el uso de palabras habladas o escritas para transmitir el mensaje, y es crucial que sea coherente con la comunicación "oral".

Uno de los aspectos a considerar en la comunicación verbal es el volumen o la intensidad de la voz. Gritar produce sonidos desagradables y puede generar una mala experiencia para el cliente. Por otro lado, si el volumen de la voz es demasiado bajo, el cliente puede tener dificultades para escuchar y entender el mensaje. (Villa, 2014),

Dimensiones

contacto con el cliente

El contacto directo con el cliente es fundamental para cualquier negocio, y el sector servicio no escapa a esta necesidad. Saber qué preocupa, qué gusta, qué provoca rechazo y qué le es necesario, y saberlo directamente por la voz del cliente, es lo que más valor puede aportar a una compañía. Cualquier estrategia o decisión que se tome será mucho más acertada si se dispone de este tipo de información. (GONZÁLEZ, 2022)

Factores humanos

Según Ernesto. (2020). Uno de los factores que afecta el servicio al cliente es el estado de ánimo de los empleados, cuando tienen problemas familiares o personales y los llevan al lugar de trabajo, perdiendo el entusiasmo por sus labores y se desconcentran fácilmente

Factores que afectan la relación cliente-prestador de servicios

El objetivo fundamental de estas relaciones es el de mejorar la garantía de calidad y eliminar las insatisfactorias; condiciones existentes entre el comprador y el proveedor.

Cuanto más conozcamos a nuestros clientes, mejor atención podremos darles y estarán más satisfechos.

Hoy en día no se conforman con comprar productos, quieren que sepamos sus gustos, sus preferencias, sus últimas compras y así, ofrecerles algo más. No son solo datos. (Ernesto,2020).

Además, menciona que unos de los indicadores fundamentales para que una empresa pueda tener buenos resultados en la satisfacción del cliente y así mismo tener un buen servicio al cliente y a la vez tener un mejor desempeño laboral con actitudes de servicio positivos.

Indicadores

Satisfacción del cliente

Phillip Kotler citado por Gelsi M, (2019) define la satisfacción del cliente como el nivel del estado de animo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con unas experiencias, expresa que luego de la adquisición de un producto o servicio, el cliente experimenta uno de estos niveles o grado de satisfacción.

Kotler citado por (Reyes, S. 2019, p 17) afirma que un cliente puede experimentar diferentes grados de satisfacción. Si la actuación del producto no llega a complementar sus expectativas, el cliente estará satisfecho. Si la actuación esta a la altura de sus expectativas. Esta definición se ajusta perfectamente al concepto declarado en la norma iso 90000, donde se expresa que la satisfacción es la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus necesidades o expectativas establecida.

Si bien Kotler y Keller (2006), existen diversos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente.

Servicio al cliente

Según Humberto serna (2019) “el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos”. (p.19.)

De acuerdo a lo anterior se puede decir que el servicio al cliente es de gran importancia para la empresa ya que por medio de esta herramienta aseguran la fidelidad de los clientes a la empresa y busca que sus 5 necesidades sean satisfechas a su totalidad, generando la permanencia de los clientes actuales y conquistando a nuevos clientes potenciales.

Según Anónimo (2020) el servicio al cliente ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que mientras más exista, los clientes tienen mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es aquí donde radica dicha importancia de irlo perfeccionando y adecuando a las necesidades de los clientes, ya que estos mismo son quienes tendrán la última palabra para decidir.

Desempeño laboral

Faria (2020) el desempeño de cada individuo se define como el resultado de su comportamiento frente al contenido de su cargo, sus atribuciones, sus tareas, actividades o “in- actividades”; este depende de un proceso de mediación o regulación entre él y la empresa. La empresa está colocada como el medio donde el individuo satisface o no sus necesidades y es de esa satisfacción o insatisfacción de necesidades

que dependerá su motivación en la tarea, su dedicación al trabajo, su productividad, eficiencia y eficacia.

El proceso de mediación o regulación implica percepciones, sentimientos, reacciones emocionales, relaciones y expectativas de satisfacción o insatisfacción de necesidades (Faria, 2020, p. 23).

Rocinaldo (2017) se define el desempeño laboral, como las acciones o comportamientos observados en los empleados que son relevantes en el logro de los objetivos de la organización.

Actitud de servicio

Según ramón (2015) La actitud de servicio corresponde a aquellas reacciones y expresiones que adoptamos al momento de atender, ayudar y aportar valor a los demás. Mediante una adecuada actitud de servicio las relaciones con los clientes y demás personas, se pueden desarrollar de forma efectiva y duradera; algo apropiado para el éxito comercial.

Pertenecer a la Ley Mype

El requisito para pertenecer a la ley mype tiene un solo paso y es de inscribirse en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE), esto se realiza a través de una página web del Ministerio de Trabajo, en donde se solicita su Registro Único de Contribuyente (RUC) y su clave SOL, asimismo debe de afiliar los datos del negocio y la de sus trabajadores, de la misma manera que hacen la modalidad de su contrato. Por último, debe de imprimir su inscripción mediante un documento virtual donde avale esto y verificarlo en el Ministerio de Trabajo después de 7 días (Emprendimiento, 2015).

Ley Mype

Es un estatuto que tiene el gobierno del Perú cuyo objetivo principal es poder promover el desarrollo de las micro y pequeñas empresas (MYPE), para que puedan llegar a concretarse. Por este motivo la ley mype les facilita una serie de beneficios tanto laboral como tributario para ayudar en el crecimiento y en el

aumento de empleos. Es por ello que la ley mype tuvo una modificación donde se acordó que dichas empresas podrán acceder al régimen especial, según el nivel de ventas que tengan y ya no por los trabajadores que tengan a su cargo. También nos dice que la ley mype declara como microempresas a aquellas que tienen como ventas anuales

un máximo de 577,500 soles y como pequeña empresa a las que venden entre 577,500 y 6,545.500 soles (Emprendimiento, 2015).

Características

Según la ley 30056 (2015) las micro y pequeñas empresas deben de reunir las siguientes características:

2. Microempresa: el número total de trabajadores debe de ser de uno hasta diez trabajadores, las ventas anuales hasta un monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
2. Pequeñas empresas: el número de trabajadores son hasta 100 trabajadores, las ventas anuales deben superar de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) hasta el monto de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
3. Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) hasta un monto máximo de 2300 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Importancia de las micro empresas

Por otro lado, las empresas son importantes para reducir los índices de pobreza y generar miles fuentes de empleo, así como lo establece el Ministerio de trabajo, las empresas brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que: Proporcionan abundantes puestos de trabajo. Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos. Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población. Son la principal fuente de desarrollo del sector privado. Mejoran la distribución del ingreso. (párr. 8)

Cabe mencionar que a pesar que este tipo de empresas actualmente están creciendo, son muchos los casos de fracaso, por ello es importante que el Estado intervenga con nuevas estrategias para que así se logre reducir los índices de desempleo y de pobreza.

2.3 Marco conceptual

Procesos de capacitación

La capacitación es el conjunto de actividades de enseñanza, que busca el mejoramiento de las capacidades personales y profesionales del personal de la empresa. En otras palabras, la capacitación tiene el objetivo de expandir los conocimientos, habilidades o aptitudes.

Proceso de capacitación: Es el inicio del proceso, donde se realizan los diagnósticos de cada área, buscando los puntos débiles a reforzar; logrando así la eficiente ejecución de la capacitación en el personal. (Grados, 2016)

Mypes

En el congreso de la República del Perú en su ley N°30056, establece que las Micro y pequeñas empresas están constituidas por una persona natural o jurídica, la cual tiene como objetivo principal poder desarrollar sus actividades en base al comercio, producción, extracción o de servicios, se establecen en función a distintas categorías en base a sus niveles de venta anual (Sánchez, 2018)

Actividad de Imprenta y fotocopiado

Es un establecimiento en donde puedes imprimir o fotocopiar cualquier archivo importante que necesite para un público en general, en su mayoría se enfocan en las decisiones del día a día para solucionar problemas que se presentan en la empresa y así puedan obtener la fidelización o clientes satisfechos.

Atención al cliente

Es un conjunto de funciones que cumplen las personas responsables de un lugar con el fin de que los clientes puedan sentirse satisfechos y puedan regresar al establecimiento. la atención al cliente desempeña un papel crucial en determinar la satisfacción de sus necesidades a largo plazo, así como en diferenciarse en el mercado y detectar nuevas necesidades u oportunidades.

En cuanto al aprendizaje, es un proceso mediante el cual se orienta al personal para ganar mayor seguridad en sus acciones, desarrollar empatía y cortesía en su comunicación diaria. Los métodos de personal se refieren a las diferentes formas de comunicación utilizadas, en las que prevalecerán los buenos modales y el uso de palabras mágicas o palabras de poder que generarán un impacto positivo en el cliente. (Chamorro, 2018)

2.3 HIPÓTESIS

Según el autor Zamora (2018) es aquello que el investigador está buscando y que será el nuevo conocimiento o también todo aquello que una vez concluido se podrá probar, ése resultado sigue siendo ciencia o conocimiento científico nuevo; por lo tanto, son suposiciones o predicciones que se hacen sobre los resultados de nuestra tesis, pero no toda investigación necesita hipótesis, como lo hace la investigación descriptiva, no los necesitan porque basta con hacer unas pocas preguntas de investigación.

En el presente trabajo de investigación titulado: Proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en las micro, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023. no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva de propuesta.

III. METODOLOGÍA

3.1 Nivel, Tipo y Diseño de investigación

el diseño de investigación fue no experimental, transversal, descriptivo.

No experimental

Fue no experimental: porque no se manipulo deliberadamente a la variable Proceso de capacitación en la atención al cliente, solo se presentó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificadores.

El diseño de la investigación fue no experimental García (2016), refiere que se realiza sin manipular variables intencionadamente. Los investigadores no sustituyen intencionadamente variables independientes. Los hechos se observan porque se muestran en texto real en determinados momentos, por lo tanto, primero se utiliza diseño de sección no experimental analizado y medido (p.116)

Transversal

Fue transversal: porque el estudio de investigación proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en la empresa, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023. se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin específicamente en año 2023.

El diseño de la investigación transversal según Monroy y Sánchez (2018) indica porque se recopila datos rápidamente. El objetivo es describir las variables y analizar su ocurrencia y correlación en un momento dado (p.102)

Descriptiva

la investigación fue descriptiva: porque solamente se describió las principales características proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en la empresa, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023.

Según Sánchez (2018) que la investigación descriptiva consiste en una caracterización de un hecho, de un fenómeno, de un individuo o grupo, con la finalidad de establecer su estructura, donde los resultados de la investigación descriptiva se ubican en nivel intermedio (p.107)

3.2 Población y muestra

Población

Se utilizó una población de 11 representantes de las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo del distrito de Chimbote, 2023.

Según Fresno (2019), estadísticamente, una población es un grupo de entidades limitadas o ilimitadas que comparten características comunes. La población es un factor muy importante en el proceso de investigación y está determinada por el número de componentes. Dependiendo de este número, la población puede ser limitada o infinita más de 30.000(p.105)

Muestra

Se utilizó una muestra 11 representantes de las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, 2023

Castañeda (2018) es un subconjunto de la población que está siendo estudiada. Representa la mayor población y se utiliza para sacar conclusiones de esa población. Es una técnica de investigación ampliamente utilizada en las ciencias sociales como una manera de recopilar información sin tener que medir a toda la población (p.13)

N	Nombre o razón social	Dirección	RUC
1	Matusgraf servicios multiples e.i.r.l.	Av. Jose pardo n° 1454 p.j. miramar bajo	20531610220
2	Distribuidora y servicios generales el ideal e.i.r.l	Av. Jose pardo n° 545 - 549 casco urbano	20445374513
3	Servicios graficos willy	Av. Jose pardo, Jr. Elias aguirre n° 541 interior 03 casco urbano	10715411224
4	Insugraf	Av. Jose pardo, Jr. Elias aguirre n° 541 interior 7 casco urbano	20532053723
5	Imprenta mi sarita	Av. Jose pardo, Jr. Elias aguirre n° 542 - casco urbano central	10429984586
6	J r negocios	Av. Jose pardo, Jr. Elias aguirre n° 552 casco urbano	10719365553
7	Creaciones y tarjetería a y b	Av. Jose pardo, Jr. Elias aguirre n° 582 casco urbano	10415191231
8	Centro comercial Mafer	Av. Jose pardo, 515	10329172681
9	Publimundo visual	Av. Jose pardo, Jr. Elias aguirre n° 582 interior 107 casco urbano	20602880703
10	Imprenta acuarella	Jr. Elias aguirre n° 594 interior 4 casco urbano	20531698054
11	Xpresion grafica	Jr. Ladislao espinar n°529 - int.06 - casco urbano	20569320624

3.3 Variable, Definición y Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERATIVA	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	CATEGORÍAS O VALORACIÓN
CAPACITACIÓN	Shaun (2020), Señala que la capacitación permite a los empleados ser más eficientes, mejorar sus conocimientos, conductas, habilidades y actitudes en el puesto de trabajo. Las capacitaciones deben ser formativas y diseñadas de acuerdo a la necesidad y objetivos de cada empresa.	Capacitación por instrucción	Reglamentos de la empresa	Likert	1. Nunca 2.Casi nunca 3.A veces 4.Casi siempre 5.siempre
			Manual de procedimientos		
		Capacitación Para desarrollo de habilidades	Trabajo en equipo		
			Empatía		
		Capacitación por aprendizaje Informal	Aprendizaje en la practica		
ATENCIÓN AL CLIENTE	Chamorro (2018), Señala que la atención al cliente es una responsabilidad de la empresa que implica proporcionar todos sus productos y servicios de manera que el cliente quede completamente satisfecho con la calidad y presentación de lo que ha recibido.	Contacto con el cliente	Satisfacción del cliente	Likert	1. Nunca 2.Casi nunca 3.A veces 4.Casi siempre 5.siempre
			servicio al cliente		
		Factor humano	Desempeño laboral		
			Actitud de servicio		

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de información

Se utilizó la técnica de la encuesta, la cual estuvo dirigida a los representantes de las empresas rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023. cuya finalidad fue recoger información necesaria para el trabajo de investigación. según Bernal (2018) este método es más apropiada y eficiente porque recopila los datos que necesita

El instrumento para recojo de datos será un cuestionario de 16 pregunta, los cuales 4 están dirigido las características de los representantes 2 sobre las características de las empresas y 10 ítems a las características de proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en las empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023. Según Bernal (2018) mecanismos mediante los cuales los investigadores recopilar y registran información, formularios, cuestionarios, escalas de opinión y listas de verificación.

3.4 Método de análisis de datos

Suarez (2017) Técnicas que ayudan a responder preguntas formuladas, a definirse antes de recoger los datos (p.13). Después de obtener los datos, se elaboró un plan de análisis, por lo cual se realizó la tabulación de los resultados de acuerdo a cada una de las variables y teniendo en cuenta sus dimensiones, se calculó las frecuencias y porcentajes y se empleó el programa Microsoft Excel. Posteriormente se aplicó el análisis e interpretación de los datos recopilados, a través de la encuesta, también se utilizó el programa Microsoft Word para la redacción digital de trabajo de investigación, de la misma forma el programa PDF para presentar el trabajo de investigación final, asimismo se usó el programa Turnitin para verificar que no exista plagio en la investigación, finalmente se ejecutó el programa Power Point para la presentación de la ponencia.

3.5 Aspecto Ético

Los principios ético aplicados en la investigación pertenecen a la universidad católica los ángeles de Chimbote. Este principio son:

Principio de protección a las personas

En este estudio se elaboró un principio de protección personal, en este caso para los empleados rubro actividades de impresión y fotocopiados, avenida pardo del distrito de Chimbote, y se comunicó el consentimiento informado a las personas designadas, cuyo diligenciamiento es voluntario. Algunos colaboradores no accedieron a firmar, era necesario explicar los motivos de esta investigación, se informó que el documento se especificaba solo para confirmar la información de los colaboradores de la actividad de

impresión y fotocopiado en la avenida pardo, que la encuesta era informativa para futuras investigaciones en esta área, sus opiniones también fueron consideradas e informada sobre el cuestionario que llenaron para la recolección de datos.

Principio de cuidado del medio ambiente y biodiversidad: El estudio aplica el principio de cuidado del medio ambiente, que se preocupa tanto por el medio ambiente por la biodiversidad, por lo que al momento de la recolección de datos no se utilizaron recursos animales ni vegetales. Asimismo. No se alteró la biodiversidad porque solo en este estudio se contactó a los colaboradores de las actividadesde impresión y fotocopiado en la avenida pardo.

Principio de libre participación y derecho a estar informado: El estudio implementa los principio de libre participación y derecho a la información, en el cual los empleados de las actividades de impresión y fotocopiado en la avenida pardoson informados sobre la visión, propósito de la investigación científica y la razón de ser delas encuestas a los colaboradores, para así tener las oportunidad de aclarar su punto de vista, dudas y temores hacia el desarrollo de métodos efectivos, voluntarios, gratuitos y con su consentimiento para recolectar información.

Principio de beneficio y no maleficencia: La investigación científica se desarrolla con el fin de buscar mejorar el clima laboral el sector servicio rubro actividades de impresión y fotocopiado en la avenida Pardo, para lo cual se informó de la misma manera a los colaboradores, que la investigación una vez terminada podrá ser una fuente de información para los nuevos investigadores que elijan el rubro, así mismo se podrá dar a conocer los resultados a la organización.

Principio a la justicia: En la investigación se desarrolla el principio de justicia en el momento de que los colaboradores llenen de manera personal y de juicio propio las encuestas, el cual será llevado y aplicada en el Excel de manera transparente sin alterar algún dato para obtener los resultados de forma legítima, de esta manera no se verá reflejado el interés propio de los investigadores y serán resultados aplicados a la realidad de la empresa el horizonte.

Principio a la integridad científica: En la investigación se aplicó la integridad científica cuando se indicó y desarrollo la encuesta, para luego procesar toda la información en el programa y tener los resultados, de esta manera aplicar los métodos de recolección de información en nuestro marco teórico buscando varias validas, para una investigación competente, institución. (ULADECH,s.f.)

IV. RESULTADOS

Tabla 1.

Características de los representantes de las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023

Características de los representantes	Frecuencia	Porcentaje
Edad		
18 a 30 años	4	36.36
31 a 50 años	7	63.64
51 a más años	0	0.00
Total	11	100.00
Género		
Masculino	8	72.73
Femenino	3	27.27
Total	11	100.00
Grado instrucción		
Sin instrucción	3	27.27
Primaria	3	27.27
Secundaria	4	36.36
Superior no universitaria	1	9.09
Superior universitaria	0	0.00
Total	11	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	8	72.73
Administrador	3	27.27
Total	11	100.00

Nota. formulario aplicado a los representantes de las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023.

Tabla 2.

Características de las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023.

Características de las empresas	Frecuencia	Porcentaje
Tiempo de pertenencia de la empresa en el rubro		
0 a 3 años	0	0.00
4 a 6 años	7	63.64
7 a más años	4	36.36
Total	11	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancias	9	81.82
Subsistencias	2	18.18
Total	11	100.00

Nota. formulario aplicado a los representantes de las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023.

Tablas 3

Características del Proceso de Capacitación en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023.

Características de proceso de capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Crees que las capacitaciones u orientaciones que te han dado, podrán mejorar tus conocimientos y habilidades en tu puesto trabajo		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	2	18.18
Casi siempre	2	18.18
Siempre	7	63.64
Total	11	100.00
Ha recibido alguna vez algún curso de capacitación o aprendizaje formal dentro o fuera de la empresa		
Nunca	3	27.27
Casi nunca	2	18.18
A veces	6	54.55
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	11	100.00
Tiene alguna dificultad en el trabajo lo consulta con sus compañeros o jefe inmediato superior		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	1	9.09
Casi siempre	2	18.18
Siempre	8	72.73
Total	11	100.00
Utiliza la Técnicas de procesos de capacitación		
Nunca	3	27.27
Casi nunca	0	0.00
A veces	8	72.73
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	11	100.00
Ha recibido algún tipo de inducción al ingresar al trabajo		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	1	9.09
A veces	8	72.73
Casi siempre	2	18.18
Siempre	0	0.00
Total	11	100.00

Nota. formulario aplicado a los representantes de las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023.

Tabla 4

Características para la mejora en la atención al cliente en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023.

Características para la mejorar en la atención al cliente	Frecuencia	Porcentaje
Ha utilizado la técnica de atención al cliente		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	7	63.64
A veces	3	27.27
Casi siempre	1	9.09
Siempre	0	0.00
Total	11	100.00
Es puntual y responsable con su horario de trabajo		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	0	0.00
Casi siempre	3	27.27
Siempre	8	72.73
Total	11	100.00
Muestra siempre actitudes valorativas y amables al momento de recibir un cliente		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	11	100.00
Total	11	100.00
El cliente muestra con frecuencia la satisfacción y agradecimiento por la atención recibida		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	8	72.73
Casi siempre	3	27.27
Siempre	0	0.00
Total	11	100.00
Establece prioridades ante las necesidades de sus clientes		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	1	9.09
Casi siempre	8	72.73
Siempre	1	9.09
Total	11	100.00

Nota. formulario aplicado a los representantes de las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023

Tabla 5

Resumen de propuesta de mejora de procesos de capacitación para la mejora de atención al cliente en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito deChimbote, 2023.

Indicadores	Problemas encontrados	Causas del problema	Acción de mejora	Responsable	Presupuesto
Curso de capacitación o aprendizaje	La mayoría menciona que a veces ha recibido curso de capacitación dentro de la empresa.	Desinterés de los representantes en capacitarse y poder tener un mejor concepto del tema.	Implementar horas de capacitación a todos los empleados de la organización para que así pongan en práctica y adquieran experiencia en su labor diaria	propietario	S/.1,500.00
Técnicas de procesos de capacitación	La mayoría menciona que muy pocas veces utilizan las técnicas de procesos de capacitación.	No creen necesario el poder capacitarse para poder aplicar la técnica de procesos de capacitación.	Designar un personal responsable con experiencia y conocimiento en la tarea asignada.	propietario	S/.1,300.00
Establece prioridades ante las necesidades de sus clientes	La mayoría indica que a veces establece prioridades de los clientes.	No consideran necesario priorizar las atenciones al cliente y esto no permite la fidelización de ellos.	La Gerencia, debe evaluar a todo el personal que labora en el área para así puedan cumplir con los objetivos en la atención al cliente	propietario	S/1,200.00
Técnica de atención al cliente	La mayoría indica que casi nunca utilizan la técnica de atención al cliente.	Al no estar capacitados los representantes, no pueden orientar a sus trabajadores.	Orientar al personal para poner en práctica las técnicas de atención al cliente ya que de esta manera puede facilitar el trato de cliente y trabajador.	propietario	S/1,200.00

PLAN DE MEJORA

1. Datos Generales

Nombre o razón social: Centro comercial e impresión y fotocopiado Mafer

Dirección: Av. José Pardo - N° 569 – 573.

Nombre del representante: Maria elena electo velasquez

2. Misión:

Brindamos un servicio especializado en la presentación de artes gráficas que satisfaga las necesidades de impresión en cuanto a calidad y rapidez, eficiencias que nuestros clientes requieran, apoyándonos en la excelencia de capital humano y tecnología de vanguardia.

3. Visión

Ser reconocidos como una empresa de artes gráficas con los más altos estándares de calidad a nivel nacional, ofreciendo los mejores servicios, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes.

4. Objetivos Empresariales

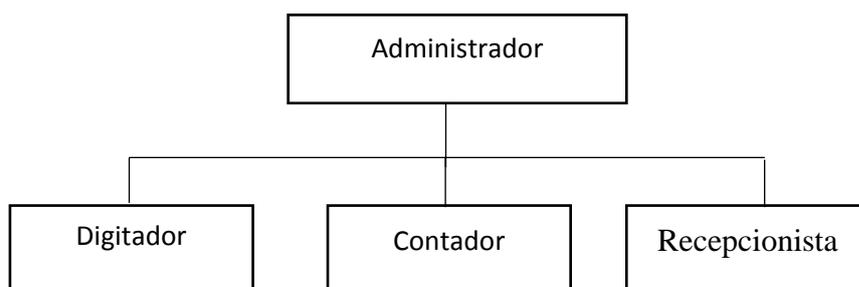
La impresión y fotocopiado es un establecimiento abierto a todo público que está comprometido en satisfacer las necesidades de los usuarios referente a todo tipo de producción sobre imágenes en papel, garantizándonos con un buen servicio y así mismo brindamos los siguientes servicios empresariales:

- ✓ Posicionar la empresa en el mercado como uno de los mejores que brinda servicios de calidad.
- ✓ Mejorar la atención al cliente con buenos tratos
- ✓ Satisfacción del cliente
- ✓ Elevar el nivel de presentación del establecimiento

5. Servicios

La imprenta y fotocopiado se dedica a cubrir servicios de textos e imágenes sobre papel con un alto sistema de impresión y servicios editoriales.

Organigrama de la empresa



6.1 Descripción de funciones

Cargo	Administrador
Perfil	*Tener estudios universitarios y/o técnicos. *Tener experiencia mínima de un año en el área de trabajo.
Funciones	*Liderar dentro de su grupo de trabajo, asignar roles tales que pueda satisfacer la necesidad de los clientes. * Rendir cuentas de la gestión realizada dentro de la organización.

Cargo	Contador
Perfil	*Licenciado en Contabilidad. *Experiencia en labores contables.
Funciones	* Se encarga de los ingresos y egresos de la empresa.

Cargo	Digitador
Perfil	*Experiencia en diseños gráficos. *Tener experiencia en sistemas. *Tener experiencia en el manejo de herramientas Microsoft office.
Funciones	* Se encarga de los diseños y marketing de la empresa * Atención al público. *Manejo de sistema informático.

Cargo	Recepcionista
Perfil	*Tener vocación de servicio. * Tener un lenguaje fluido.
Funciones	*Tener contactos con los clientes y trabajadores de la empresa. * Crear un ambiente acogedor.

6.2 Diagnóstico Empresarial

<p>MATRIZ FODA</p>	<p>FORTALEZAS F1: Conocimiento en le rubro F2: Posee más disposición de máquinas de alta tecnología. F3: Combinación de alta calidad y bajos precios.</p>	<p>DEBILIDADES D1: Escaso presupuesto en la publicidad. D2: Personal no apto para el puesto D3: Poca habilidad comunicativa</p>
<p>OPORTUNIDADES O1: Mano de obra de bajo costo. O2: Precio elevado de la competencia. O3: Gran concentración de oficinas en la zona. O4: Formar alianzas estratégicas con imprentas</p>	<p>F.O. F1, F3, O1, O2, O3: Fidelización de los clientes para generar más ingresos. F2, F3, O4: Rapidez en el servicio.</p>	<p>D.O. *F1, F2, O1, O2: Contratar más personal y capacitarlos para que puedan satisfacer las necesidades de los clientes.</p>
<p>AMENAZA A1: Competencia en el mercado. A2: Nuevos competidores que ofrezcan servicios sustitutos A3: Las empresas poseen maquinas propias y eso hace que tengamos reducción en los ingresos.</p>	<p>F.A. *F1, F2, F3, A1, A3: Innovación en las impresiones, promocionando las 3D y Laser.</p>	<p>D.A. *D1, D2, A1, A3: Invertir en maquinarias, innovando nuevos métodos de impresión y fotocopiado. D1, D2, D3, A1, A2, A3: Asesorar a cada uno de los trabajadores para ampliar sus conocimientos, ofrecer promociones para atraer más clientes.</p>

7.- Indicadores de gestión

Indicadores	Evaluación de los Indicadores dentro de la Empresa
Curso de capacitación o aprendizaje	La mayoría menciona que a veces ha recibido curso de capacitación dentro de la empresa.
Técnicas de procesos de capacitación	La mayoría menciona que muy pocas veces utilizan las técnicas de procesos de capacitación.
Establece prioridades ante las necesidades de sus clientes	La mayoría indica que a veces establece prioridades de los clientes
Técnica de atención al cliente	La mayoría indica que casi nunca utilizan la técnica de atención al cliente.

8.- Problemas

Indicadores	Problemas	Surgimiento del problema
Curso de capacitación o aprendizaje	La mayoría menciona que a veces ha recibido curso de capacitación dentro de la empresa.	Desinterés de los representantes en capacitarse y poder tener un mejor concepto del tema.
Técnicas de procesos de capacitación	La mayoría menciona que muy pocas veces utilizan las técnicas de procesos de capacitación.	No creen necesario el poder capacitarse para poder aplicar la técnica de procesos de capacitación.
Establece prioridades ante las necesidades de sus clientes	La mayoría indica que a veces establece prioridades de los clientes.	No consideran necesario priorizar las atenciones al cliente y esto no permite la fidelización de ellos.
Técnica de atención al cliente	La mayoría indica que casi nunca utilizan la técnica de atención al cliente.	Al no estar capacitados los representantes, no pueden orientar a sus trabajadores.

9.- Establecer soluciones

9.1.- Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Curso de capacitación o aprendizaje	La mayoría menciona que a veces ha recibido curso de capacitación dentro de la empresa.	Implementar horas de capacitación a todos los empleados de la organización para que así pongan en práctica y adquieran experiencia en su labor diaria
Técnicas de procesos de capacitación	La mayoría menciona que muy pocas veces utilizan las técnicas de procesos de capacitación.	Designar un personal responsable con experiencia y conocimiento en la tarea asignada.
Establece prioridades ante las necesidades de sus clientes	La mayoría indica que a veces establece prioridades de los clientes.	La Gerencia, debe evaluar a todo el personal que labora en el área para así puedan cumplir con los objetivos en la atención al cliente
Técnica de atención al cliente	La mayoría indica que casi nunca utilizan la técnica de atención al cliente.	Orientar al personal para poner en práctica las técnicas de atención al cliente ya que de esta manera puede facilitar el trato de cliente y trabajador.

9.2.- Estrategias que se deseen implementar

Nº	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Implementar horas de capacitación a todos los empleados de la organización para que así pongan en práctica y adquieran experiencia en su labor diaria	La mayoría menciona que a veces ha recibido curso de capacitación dentro de la empresa.	3 meses	Trabajadores capacitados, mas eficiente con la confianza necesaria que se requiere para resolver los problemas que se presenten.	Fomentar la participación y el intercambio de opiniones en reuniones crea confianza y valoración entre los trabajadores
2	Designar un personal responsable con experiencia y conocimiento en la tarea asignada.	La mayoría menciona que muy pocas veces utilizan las técnicas de procesos de capacitación.	2 meses	Designar a trabajadores más competentes en el mercado.	Mantener un alto nivel de conocimientos y estrategias para asegurar la mejora continua en la organización
3	La Gerencia, debe evaluar a todo el personal que labora en el área para así puedan cumplir con los objetivos en la atención al cliente	La mayoría indica que a veces establece prioridades de los clientes.	2 meses	Trabajadores productivos para mejorar la rentabilidad.	Evaluar el desempeño de cada trabajador con pruebas para ver mejores resultados
4	Orientar al personal para poner en práctica las técnicas de atención al cliente ya que de esta manera puede facilitar el trato de cliente y trabajador.	La mayoría indica que casi nunca utilizan la técnica de atención al cliente.	3 meses	Trabajadores capacitados para desarrollar una buena técnica para la mejora de atención al cliente y tener mejores resultados.	Reunir al personal paracapacitarlos constantemente, para que así los subordinados resuelvan dificultades con facilidad.

9.3.- Recursos para la implementación de estrategias

Nº	Estrategias	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Fomentar la participación y el intercambio de opiniones en reuniones crea confianza y valoración entre los trabajadores.	Representante o Dueño	S/. 1,500.00 mensuales.	Local de la empresa, materiales, equipo de trabajo y tiempo.	3 meses
2	Mantener un alto nivel de conocimientos y estrategias para asegurar la mejora continua en la organización.	Representante y Personal de atención.	S/. 1,300.00 mensuales.	Local, materiales y tiempo.	2 meses
3	Evaluar el desempeño de cada trabajador con pruebas para ver mejores resultados.	Representante o Dueño	S/1,200.00 mensuales.	Materiales, equipo y tiempo.	2 meses
4	Reunir al personal para capacitarlos constantemente, para que así los subordinados resuelvan dificultades con facilidad.	Representante o Dueño	S/1,200.00 mensuales.	Materiales, equipo y tiempo.	3 meses

10.- Cronograma de actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	Enero – Diciembre
1	Fomentar la participación y el intercambio de opiniones en reuniones crea confianza y valoración entre los trabajadores.	01-01-2023	30-06-2023	
2	Mantener un alto nivel de conocimientos y estrategias para asegurar la mejora continua en la organización.	01-01-2023	30-08-2023	
3	Evaluar el desempeño de cada trabajador con pruebas para ver mejores resultados.	01-01-2023	30-12-2023	
4	Reunir al personal para capacitarlos constantemente, para que así los subordinados resuelvan dificultades con facilidad	01-01-2023	30-06-2023	

IV. DISCUSIÓN

Respecto a la tabla 1

Características de los representantes de las micro empresas

Edad: El 64% tienen de 31 y 50 años de edad, (Tabla 1) estos resultados coinciden con Lecca (2019), quien determina que el 60 % de los representantes tienen entre 31 a 50 años, de igual manera coinciden en el resultado con Vasallo (2017), quien indica que el 69% de los representantes de las empresas, tienen de 31 a 50 años, de igual manera coincide con Ocaña (2017), quien manifiesta que el 57% de los representantes de las empresas tienen edad promedio entre 30 a 50 años, asimismo con Vásquez (2017), ya que el 75% de sus representantes tienen de 31-50 años de edad. Esto demuestra que los representantes en su mayoría son personas adultas, que logra tener experiencia en el rubro y a la vez son capaces de desarrollarse dentro del mercado.

Género: El 73% de los representantes son de género masculino, estos resultados coinciden con Vasallo (2017), que indica que el 62% de los representantes de las micro empresas son de sexo masculino, estos resultados coinciden con Vásquez (2017), quien determina que el 67% de los representantes son de sexo masculino, pero contrastan con Lecca (2019), ya que determina que el 70 % son de género femenino, asimismo contrastan, también con Ocaña (2017), ya que el 79% es de género femenino. Esto demuestra que los representantes de las impresiones y fotocopiado en su mayoría son de género masculino, teniendo conocimiento, a la vez técnicas y estrategias para mantenerse en el rubro.

Grado de instrucción: El 36% de los representantes tiene como grado de instrucción secundaria, estos resultados coinciden con Lecca (2019), quien indica que el 50 % poseen un grado de instrucción secundario, estos resultados coinciden con Vasallo (2017), ya que el 54% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen grado de instrucción superior no universitaria, también contrastan con Ocaña (2017), ya que el 76% tienen estudio superior universitario. Según este estudio podemos observar que la mayoría de los empleadores de impresión y fotocopiado no tiene el grado universitario así mismo buscan adquirir nuevas oportunidades y conocimiento para que puedan aplicarlo en la empresa y crecer como persona y a la vez en su centro de labor.

Cargo que desempeña: El 73% de los representantes ocupan cargo de dueños, estos resultados coinciden con Vasallo (2017), quien determina que el 77% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños, pero a la vez contrastan con Lecca (2019), ya que el 50 % ocupa cargo de administradores. Lo que significa que los dueños se encargan en ver por la empresa son responsables en la venta del producto y también ayudan en la atención al cliente.

Respecto a la tabla 2

Características de las micro empresas

Tiempo de permanencia: El 64% de los representantes tienen tiempo de permanencia en la empresa de 4 a 6 años, estos resultados coinciden con Vasallo (2017), determina que el 85 % de las micro y pequeñas empresas tiene de 7 años a más de permanencia en el rubro. Nos da entender que son empresa con mayor tiempo en el negocio, pero igual se mantiene y genera competitividad con otras mypes del mismo rubro, con servicio de calidad que se puedan ofrecer a los clientes.

Objetivo de creación: El 82% de los representantes tienen como objetivo de creación generar ganancia, estos resultados coinciden con Lecca (2019), ya que el 100 % menciona que el objetivo de creación fue para generar ganancias, asimismo coinciden con Vasallo (2017), ya que el 100% de las microempresas encuestadas respondieron su objetivo de creación es generar ganancia, también coinciden con Ocaña (2017), ya que el 45.7% tienen como objetivo generar ganancia. Nos da entender que lo principal de una empresa es general ganancias de ver sus ventas, ingreso y egresos para si poder tener otro local y también comprar mas maquinarias para la empresa que el arma principal.

Respecto a la tabla 3

Características de Procesos de capacitación

Creer que las capacitaciones u orientaciones que te han dado, podrán mejorar tus conocimientos y habilidades en tu puesto de trabajo: el 63.64% siempre considera que recibir capacitación podría mejorar sus conocimientos y habilidades, este resultado se asemeja con (Cruz R, 2021), quien indica, para asegurar el cumplimiento de los objetivos es preciso el uso de capacitaciones constantes que permitan la optimización de la empresa, también con (Ordoñez, 2019), quien pudo encontrar que en el entrenamiento de vendedores de ventas del sector electrodomésticos, era preciso el reforzamiento de habilidades blandas.

¿Ha recibido alguna vez algún curso de capacitación o aprendizaje formal dentro o fuera de la empresa?, el 54.55% siempre consideran que alguna vez recibieron curso de capacitación o aprendizaje dentro o fuera de la empresa. este resultado se asemeja con (Moreno & Osorno, 2017), quien indica que capacitar a su personal antes de ingresar a su centro de labor podría mejorar sus habilidades en el servicio, también con (Johnson, 2019), quien pudo encontrar que la enseñanza es una fuente para soluciones.

¿Tiene alguna dificultad en el trabajo lo consulta con sus compañeros o jefe inmediato superior?, el 72.73% siempre consideran que cuando tiene alguna dificultad en el trabajo consultan jefe superior o compañeros. este resultado se asemeja con (García, 2019), quien indica

que los problemas de las empresas se resuelven en equipo.

¿utiliza la Técnicas de procesos de capacitación?, el 72.73% a veces consideran que utilizan la técnica de proceso de capacitación, este resultado se asemeja con (Moreno y Osorno, 2017), quien indica que la técnica mas usada para capacitar a su personal es mediante la conferencia. También con (Aprendizaje, 2019), quien indica la técnica grupa aporta mucho para solucionar problemas en la empresa que se encuentren.

Respecto a la tabla 4

Características de atención al cliente

¿Ha utilizado la técnica de atención al cliente?, el 63.64% casi nunca consideran que utilizan las técnicas de atención al cliente, este resultado se asemeja con (chamorro, 2018), la técnica es importante para dar soluciones al cliente. También con (Gonzales, 2022) quien indica que la técnica es para dar soluciones o técnicas de empatizar con el cliente.

¿Muestra siempre actitudes valorativas y amables al momento de recibir un cliente?, el 100% siempre considera que muestras siempre actitudes valorativas y amables con el cliente, este resultado se asemeja con (Gelsi. M, 2019), quien indica que la importancia de la valoración al momento que se recibe al cliente. También con (Reyes, 2019), quien indica que trato al cliente define la satisfacción al cliente en el servicio que brinda.

¿El cliente muestra con frecuencia la satisfacción y agradecimiento por la atención recibida? El 72.73% a veces considera que los clientes muestran satisfacción y agradecimiento por la atención recibida, este resultado se asemeja con (Humberto, 2019), quien indica que Cuántas veces ha manifestado el cliente su satisfacción y agradecimiento por la atención brindada, también con (anonimo,2022), Existen factores específicos que parecen influir en la frecuencia con la que el cliente muestra su satisfacción y gratitud por la atención recibida.

V. CONCLUSIONES

Según objetivo específico 1, La mayoría de las personas son mayores, tienen más experiencia en su labor de trabajo o en la empresa que tiene. Lo cual la mayoría son de género masculino. La mayoría de los representantes lo cual tienen el grado de instrucción de secundaria haciendo que la empresa tenga conocimiento con mayor presentación. La mayoría son personas que desempeñan es de dueño que tiene mucho interés en posicionar su negocio y asimismo conocer las necesidades del mercado o cliente.

Según objetivo específico 2, La mayoría de los representantes encuestados brindan información acerca de su estado en la empresa a lo cual se obtuvo lo importante, la permanencia de la empresa es de 4 a 6 años lo cual está en crecimiento en lo que va ofreciendo sus productos, la mayoría de la creación de la empresa es generar ganancias lo cual que todo están en mente de surgir mucho más y así podamos tener otra empresa tal vez con otro rubro que más necesitamos.

Según objetivo específico 3, ¿Crees que las capacitaciones u orientaciones que te han dado, podrán mejorar tus conocimientos y habilidades en tu puesto de trabajo?, el 63,64% ha respondido Siempre, el resultado de esta pregunta permite identificar que los trabajadores puedan mejorar sus conocimientos y habilidades en bien de la empresa.

¿Ha recibido alguna vez algún curso de capacitación o aprendizaje formal dentro o fuera de la empresa?, el 54,55% ha respondido a veces, esta pregunta nos muestra que los trabajadores de la empresa no están lo suficientemente capacitados por ende es que tienen dificultades en el desarrollo laboral.

¿Cuándo Ud. tiene alguna dificultad en el trabajo lo consulta con sus compañeros o jefe inmediato superior?, el 72,73% ha respondido Siempre, esta pregunta muestra que en la organización promueve el trabajo en equipo, este resultado se debe tomar como una fortaleza ya que se sabe que el trabajo en equipo dentro de una organización ayuda al cumplimiento de objetivos.

¿Ud. Utiliza las Técnicas de procesos de capacitación?, el 72,73% ha respondido a veces, esta pregunta muestra que las técnicas de proceso de capacitación es una base fundamental para el desarrollo de los trabajadores y para la mejora de la empresa.

¿Ha recibido algún tipo de inducción al ingresar al trabajo?, el 72,73% ha respondido a veces, esta pregunta muestra que no todas las empresas capacitan de manera adecuada a

los trabajadores cuando están por iniciar laborales dentro de la organización, lo cual les hace un poco complicado al principio del trabajo.

Según objetivo específico 4, ¿Ha utilizado la técnica de atención al cliente?, el 63.64% ha respondido casi nunca, esta pregunta muestra que la mayoría de trabajadores no pone en práctica técnicas fundamentales para atender al cliente, esto quiere decir que por ese motivo no consiguen la fidelización de ellos y no hacen crecer la empresa.

¿Es puntual y responsable con su horario de trabajo?, el 72,73% ha respondiendo siempre, esta pregunta muestra que la mayoría de los trabajadores son serios con su trabajo y están poniendo empeño en su laboral cotidiana, esto hace que la empresa se beneficie y muestre buena imagen.

¿Muestra siempre actitudes valorativas y amables al momento de recibir un cliente?, el 100% ha respondiendo siempre, esta pregunta muestra que todos los trabajadores están demostrando los buenos valores que ya traen desde casa y lo aplican en su labor diaria, esto hace que los clientes lleven una buena imagen de la empresa y sea favorable.

¿El cliente muestra con frecuencia la satisfacción y agradecimiento por la atención recibida?, el 72.73% ha respondiendo a veces, esta pregunta muestra en muchas ocasiones por más empeño que ponga el trabajador, para muchos clientes es indiferente, pero hace que el trabajador sea más empeñoso para que con el día a día vaya mejorando su atención.

¿Establece prioridades ante las necesidades de sus clientes?, el 72,73% ha respondiendo casi siempre, esta pregunta muestra que la mayoría de los trabajadores priorizan las necesidades de los clientes, y así puedan poner en practica las habilidades y se desempeñen de manera correcta.

VI. RECOMENDACIONES

Realizar un análisis exhaustivo de la atención al cliente para poder identificar las fortalezas y debilidades que tenga los empleados de la empresa y así puedan desarrollar y mejorar la atención al cliente

Crear programa de capacitación adaptados a las necesidades de ellos ya sea mediante talleres, charlas, capacitaciones en línea, etc. Esto permitirá diseñar un plan de capacitación adecuado y personalizado

Brindar atención al cliente estableciendo protocolos que permitan al personal poder demostrar sus habilidades y destrezas para con los clientes, de esta manera podemos obtener la fidelización de ellos y así permitirá a la micro empresa posicionarse en el mercado brindando los mejores servicios de calidad

FIGURAS

Objetivo específico 1: Determinar las características de los representantes las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023.

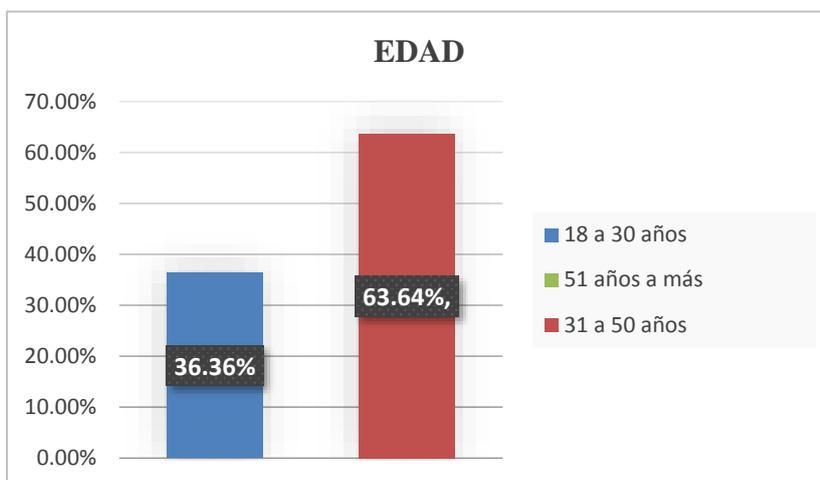


Figura 1 Rango de Edad

Fuente. Tabla 1

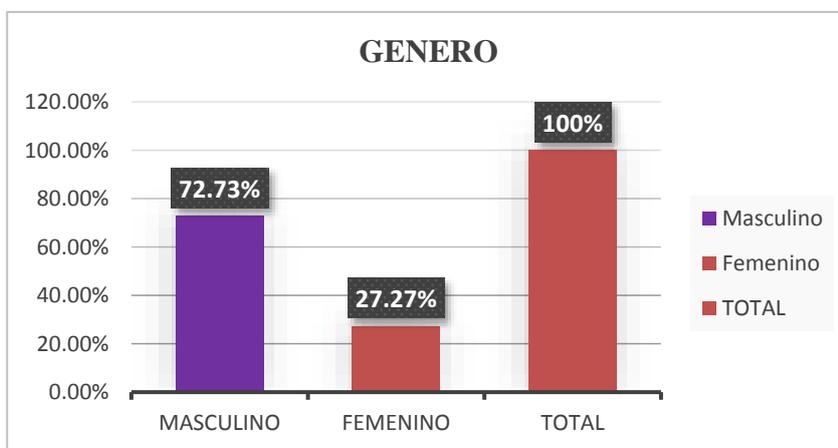


Figura 2. Genero

Fuente. Tabla 1

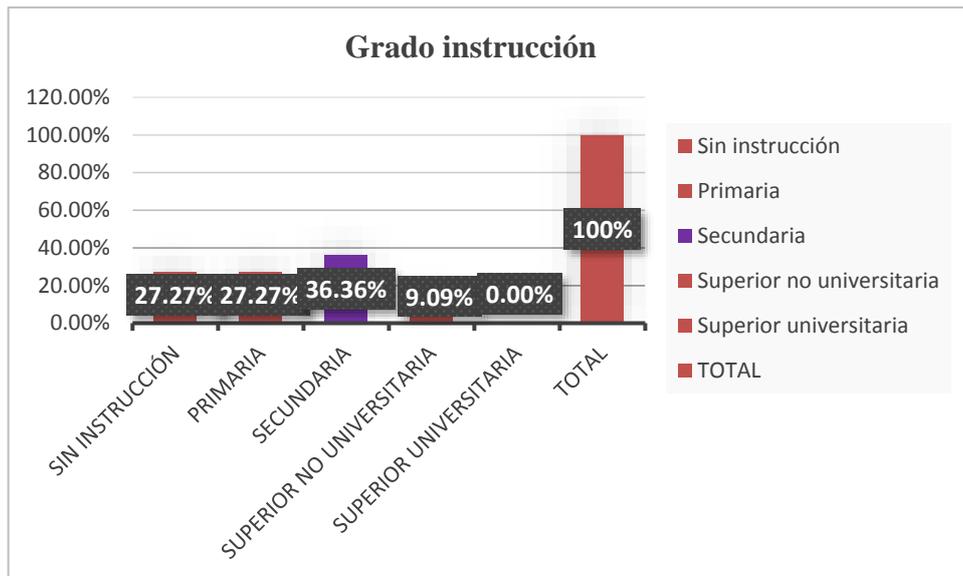


Figura 3. Grado instrucción

Fuente. Tabla 1

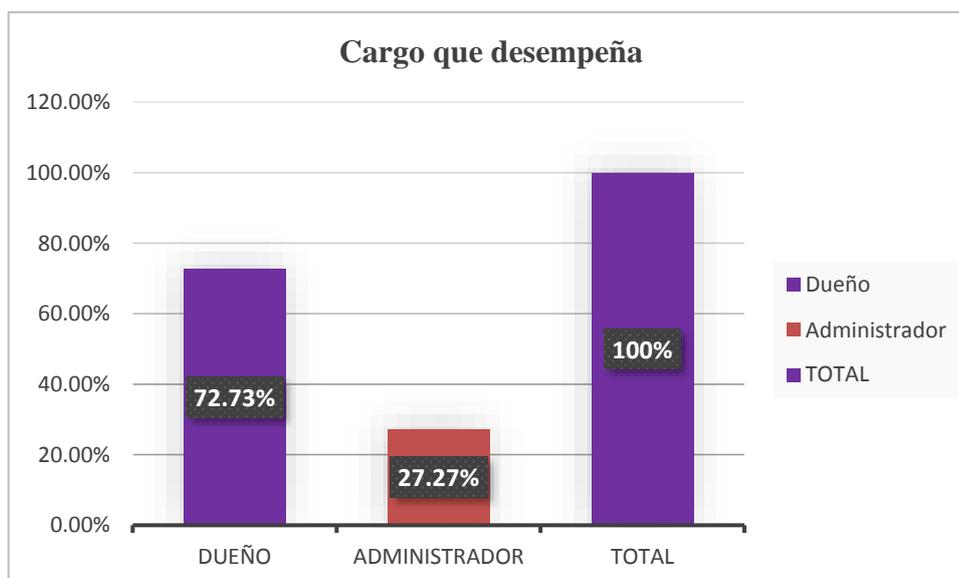


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente: Tabla 1

Objetivo específico 2: Determinar las características de las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023.

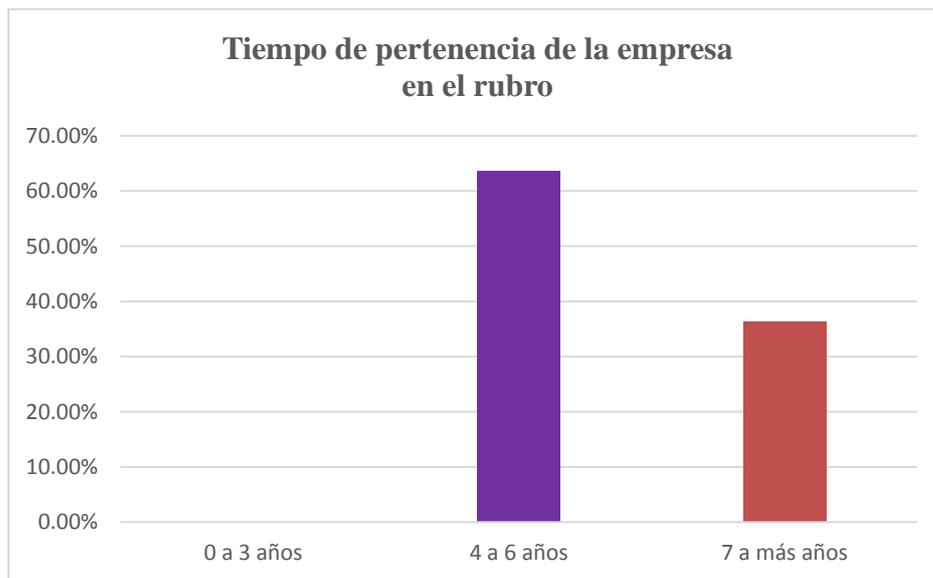


Figura 5. *Tiempo de pertenencia de las empresas en el rubro*

Fuente. Tabla 2

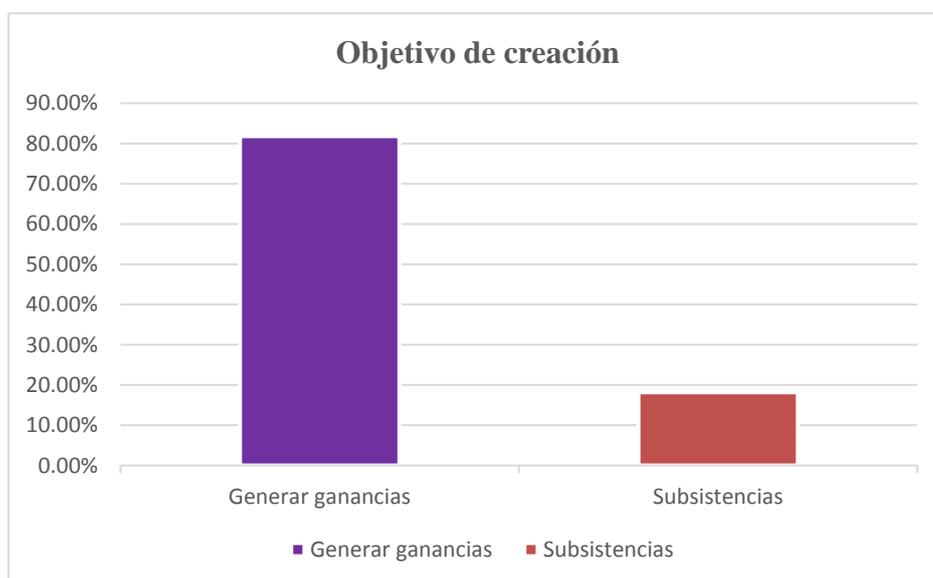


Figura 6: *Objetivo de creación*

Fuente. Tabla 2

Variable: Procesos de capacitación

Objetivo específico 3: Describir las características del Proceso de Capacitación en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023.

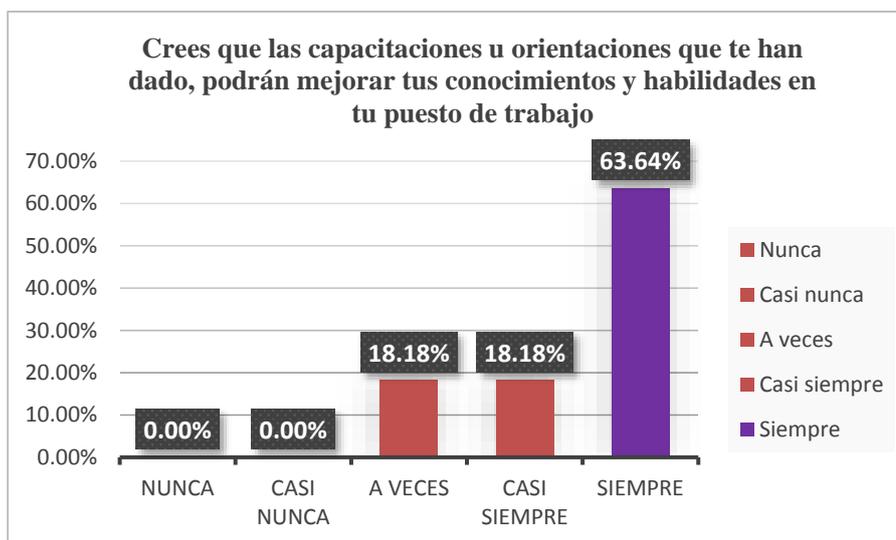


Figura 7. *Crees que las capacitaciones u orientaciones que te han dado, podrán mejorar tus conocimientos y habilidades en tu puesto de trabajo*

Fuente. Tabla 3

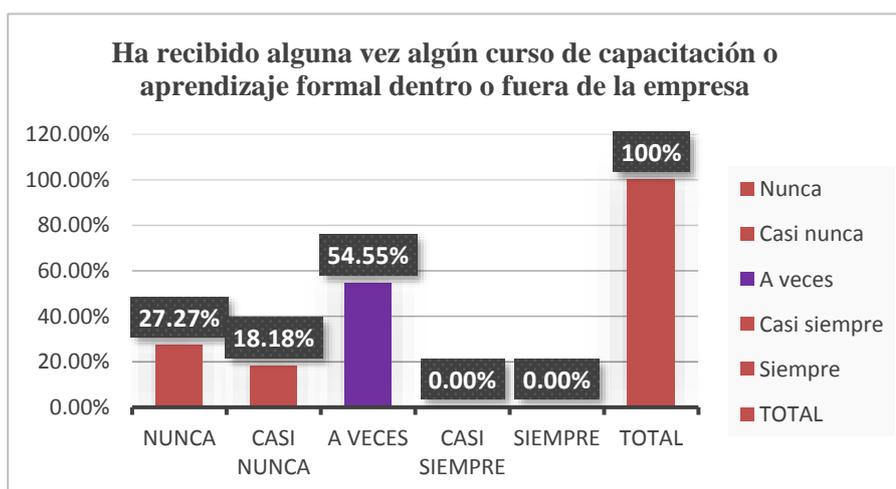


Figura 8. *Ha recibido alguna vez algún curso de capacitación o aprendizaje formal dentro o fuera de la empresa*

Fuente. Tabla 3

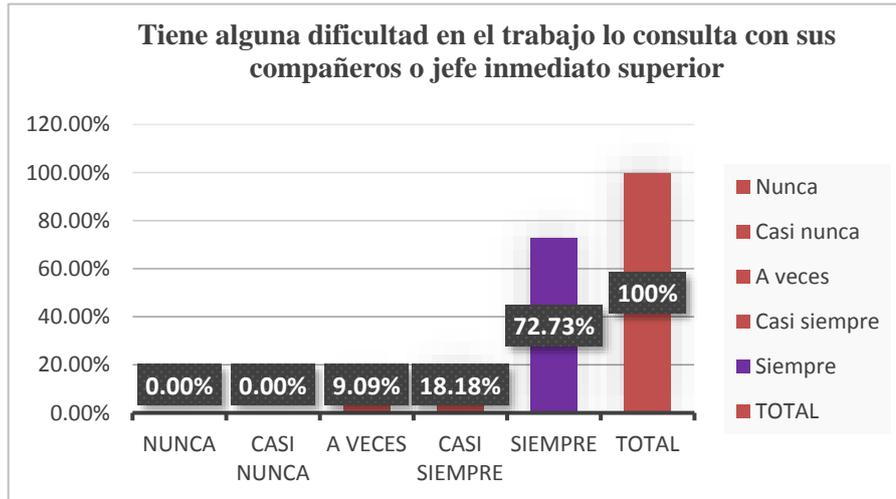


Figura 9. *Tiene alguna dificultad en el trabajo lo consulta con sus compañeros o jefe inmediato superior*

Fuente. Tabla 3

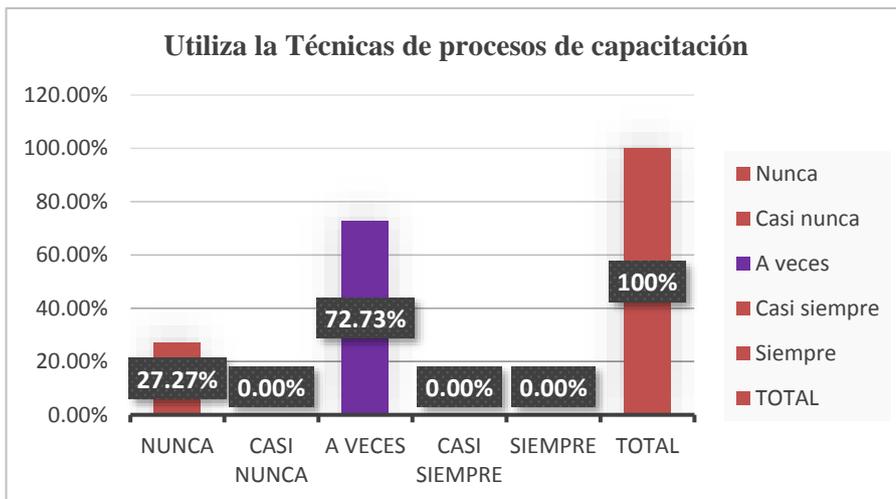


Figura 10. *Utiliza la Técnicas de procesos de capacitación*

Fuente. Tabla 3

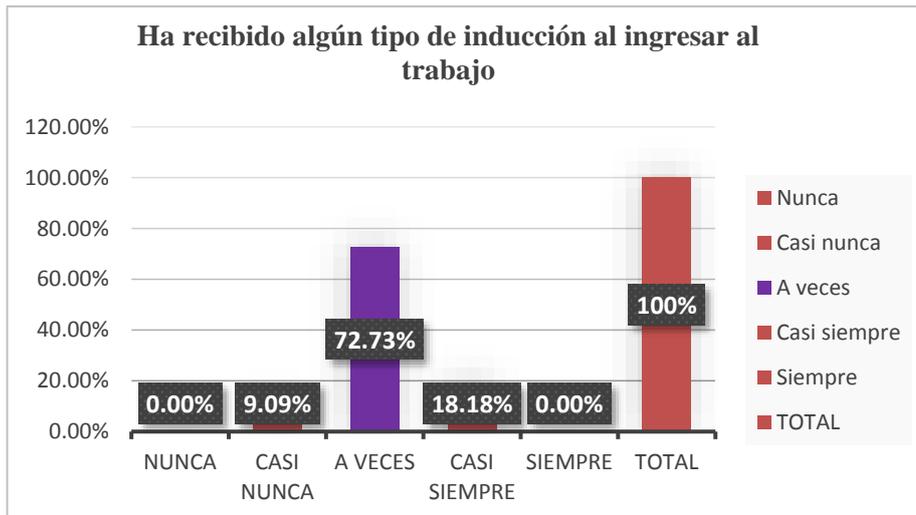


Figura 11. *Ha recibido algún tipo de inducción al ingresar al trabajo*

Fuente. Tabla 3

Variable: Atención al cliente

Objetivo específico 4: Describir las características para la mejorar en la atención al cliente en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023.

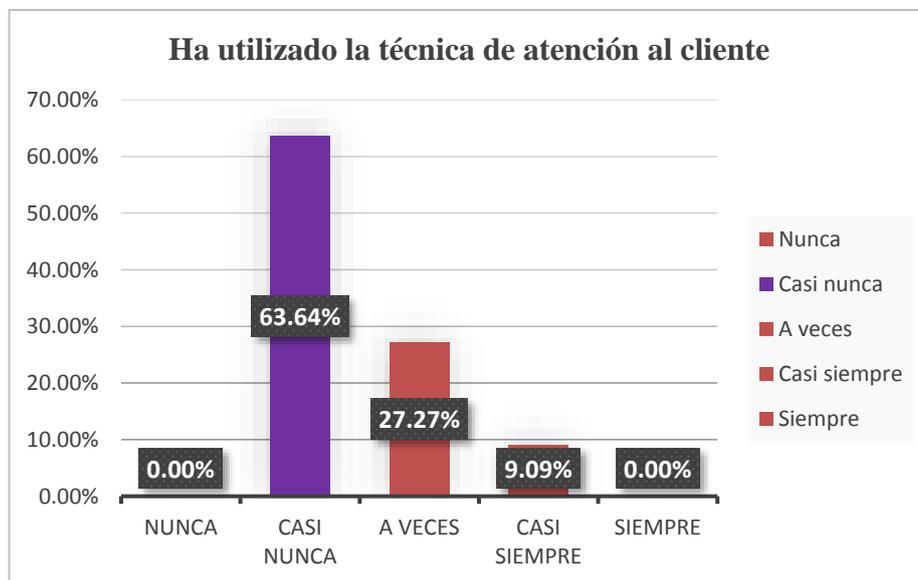


Figura 12. *Ha utilizado la técnica de atención al cliente*

Fuente. Tabla 4

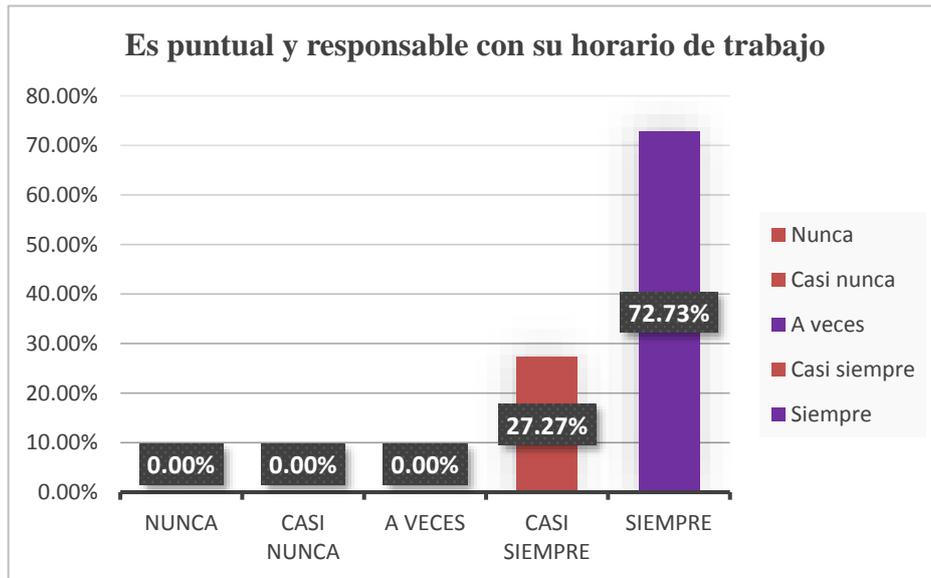


Figura 13. *Es puntual y responsable con su horario de trabajo*

Fuente. Tabla 4

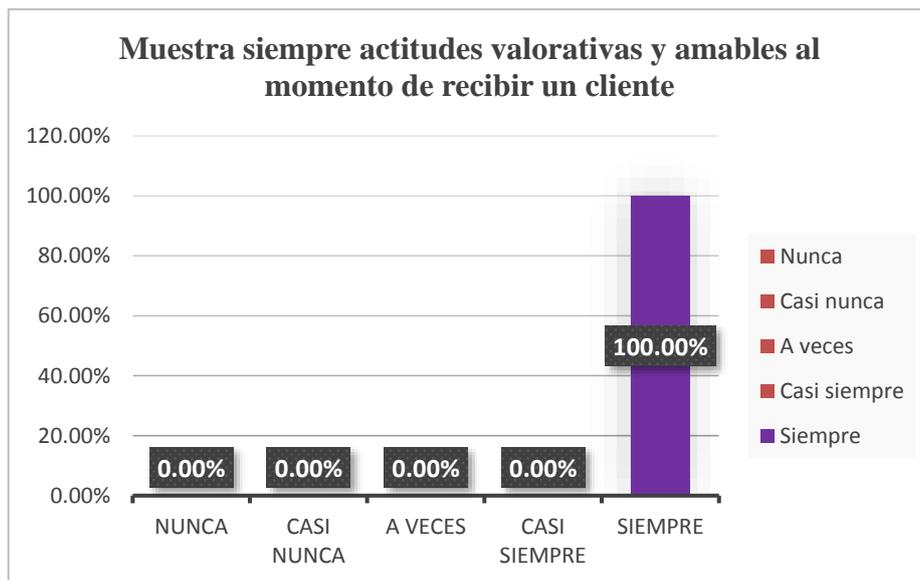


Figura 14. *Muestra siempre actitudes valorativas y amables al momento de recibir un cliente*

Fuente. Tabla 4

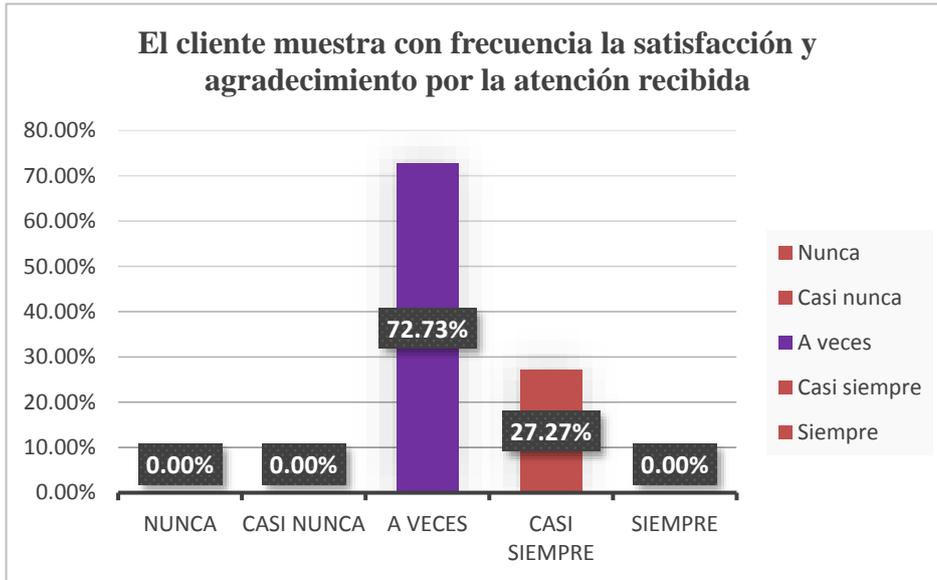


Figura 15. *El cliente muestra con frecuencia la satisfacción y agradecimiento por la atención recibida*

Fuente. Tabla 4

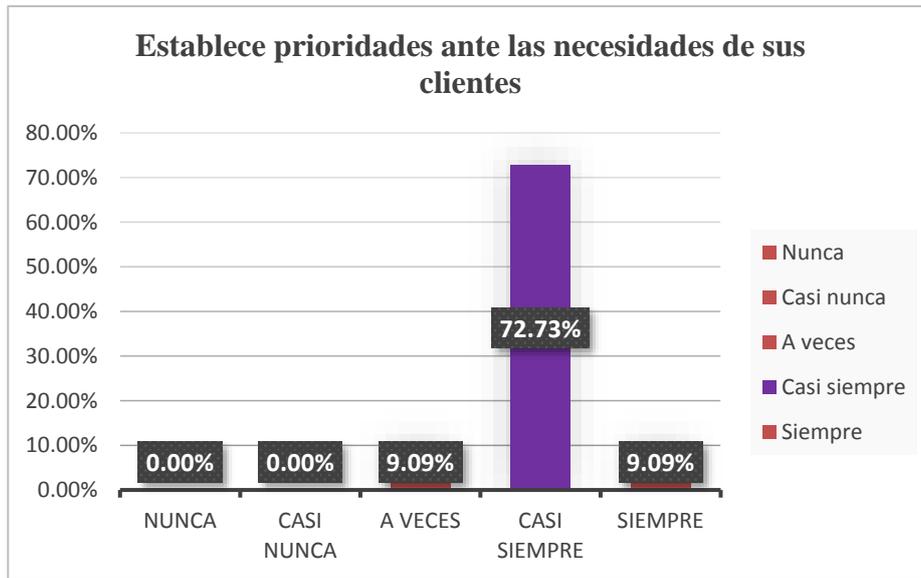


Figura 16. *Establece prioridades ante las necesidades de sus clientes*

Fuente. Tabla 4

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, B., Freire, D., & Gutiérrez, B. (2017). *Capacitación y su impacto en la productividad laboral de las empresas chilenas*. Universidad de Concepción de Chile, Chile. Recuperado de <http://repositorio.udec.cl/bitstream/11594/2495/3/%C3%81lvarez%20%20Freire%20-%20Guti%C3%A9rrez.pdf>
- Arellano, P., & Schuster, T. (2019). *Informe de resultados: Empleo y capacitación*. Ministerio de Economía Fomento y Turismo, Unidad de Estudios. Recuperado de <http://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2015/07/Informe-de-resultados-empleo-y-capacitaci%C3%B3n.pdf>
- Anónimo (2020). *La importancia de Brindar un buen Servicio al Cliente*. Recuperado el 01 de mayo de 2020, de la fuente: <http://www.crecenegocios.com/la-importancia-de-brindar-un-buen-servicio-al-cliente/>
- Cruz, R. (2021) *Capacitación laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro carpintería de madera: caso Kechwka Contratistas Generales S.A.C., distrito Ayacucho, 2021* recopilado de <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/22695>
- Cros (2018). *capacitación empresarial se ha convertido en un valor agregado para el desarrollo de la organización* recuperado de <https://www.ifadesa.com/post/la-capacitaci%C3%B3n-de-los-empleados-por-qu%C3%A9-agrega-valor-a-las-empresas#:~:text=La%20formaci%C3%B3n%20se%20convierte%20en,y%20recursos%20a%20la%20organizaci%C3%B3n>
- Chamorro, S. (2018) *La importancia de contar con buenos sistemas de gestión de calidad*. Recuperado de: <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/importancia-contar-con-buenos-sistemas-gestión-calidad>
- Chiavenato (2017) *capacitación es el proceso o actividad sistemática* recuperado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.ciat.org/Biblioteca/AreaTematicas/AdministracionTributaria>
- DaSilva, K. (2018). *El concepto de servicio al cliente*. Recuperado de: <https://www.cuidatudinero.com/13083358/el-concepto-de-servicio-al-cliente>
- Ernesta, S. (2020). *Factores que afectan la relación cliente-prestador de servicios*. Recuperado de <https://slideplayer.es/slide/3979461/>
- Emprendimiento (2015). *Acceda a los beneficios de la Ley MYPE*. Recuperado de: <https://destinonegocio.com/pe/emprendimiento-pe/acceda-a-los-beneficios-de-la-ley-mype/>
- Edwpue, (2019). *La Importancia de los Recursos Humanos* Recopilado de <https://www.eoi.es/>

- Fariñas, G. (2019). “*Teoría de la atención al cliente, Definición, etapas y tipos*”. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/teoria-definicion-etapas-ytipos/>
- Faria, F. (2020). *Desarrollo organizacional. Enfoque integral*. Limusa. Recuperado de [https://revistasacademicas.ucol.mx/index.php/commerciumpius/article/view/638/893#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Chiavenato%20\(2000\)%2C%20se,la%20que%20cuenta%20una%20organizaci%C3%B3n.](https://revistasacademicas.ucol.mx/index.php/commerciumpius/article/view/638/893#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Chiavenato%20(2000)%2C%20se,la%20que%20cuenta%20una%20organizaci%C3%B3n.)
- García (2016), diseño no experimental recuperado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf
- Gelsi, m (2019) en su investigación titulado *satisfacción al cliente y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercado*. Recopilado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS3832.pdf
- Greco, R. (2019). *Invierten poco en capacitación*. *Boletín Infomail*: (10 de septiembre 2019). Recuperado de: <http://www.boletininfomail.com/2019/03/invierten-poco-en-capacitacin.html>.
- Grados, (2016), *las dimensiones de proceso de capacitación* recuperado de <https://www.gestiopolis.com/dimension-estrategica-de-la-capacitacion-en-la-empresa/>
- González, H. (2022). “*La nueva Iso 9001: 201*”. Recuperado de: <https://calidadgestion.wordpress.com/tag/principios-de-gestion-de-calidad/>
- Humberto G. (2019). *Servicio al cliente. Una nueva visión: clientes para siempre*. 3R Editores. Recuperado de Chrome extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/591/ENSAYO_DIPLOMADO_.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Humberto%20serna%20(2006)%20%E2%80%9C,expectativas%20de%20sus%20clientes%20externos%E2%80%9D.
- Johnson, (2019) *aprendizaje* recuperado de Chrome extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.ucm.es/data/cont/docs/1626-2019-03-15-JOHNSON%20El%20aprendizaje%20cooperativo%20en%20el%20aula.pdf
- Lecca (2019). *Atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el casco urbano de la ciudad de Chiclayo, 2019*. Recuperado de: <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/14653>

- Montoya, (2017). *Las micros y pequeñas empresas MYPEs* recopilado de <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/4768>
- Moreno & Osorno, (2017), *Capacitación de personal y la administración del cambio* recopilado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://repositorio.unan.edu.ni/9592/1/17715.pdf>
- Monroy y Sánchez (2018) *Diseño de estudios transversales* recuperado de <https://accessmedicina.mhmedical.com/content.aspx?bookid=1721§ionid=115929954>
- Ocaña, K. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, año 2016*. Recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/25455>.
- Ordoñez, (2019), *Diseño de un modelo estratégico para el plan de capacitación del personal técnico de Diebold Nixdorf* recopilado de <https://repositorio.uc.cl/handle/11534/27427>
- Orozco, (2017). *Análisis de roles de trabajo en equipo* Recopilado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/5449/jarg1de1.pdf>
- Pielago, (2018), *el aprendizaje impartido es el producto*, recopilado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/22282/Pi%C3%A9lago_FER.pdf
- Ramón, A (2015) *actitud en el servicio y sentido de la responsabilidad* recuperado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<http://capacitacion.cmicvictoria.org/wp-content/uploads/2015/07/2015-GU%C3%8DA-ACTITUD-EN-EL-SERVICIO-Y-SENTIDO-DE-LA-RESPONSABILIDAD.compressed.pdf>
- Robbins, S., & Coulter, M. (2018). *Administración. México: Pearson*. Recuperado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/[https://escuelajudicial.cjf.gob.mx/Concursos/2022/Administradores/Bibliografía/Autores/Anexo%209.%20Stephen%20P.%20Robbins_%20Mary%20K.%20Coulter%20-%20Administraci%C3%B3n-Pearson%20Educaci%C3%B3n%20\(2017\)_repaired.pdf](https://escuelajudicial.cjf.gob.mx/Concursos/2022/Administradores/Bibliografía/Autores/Anexo%209.%20Stephen%20P.%20Robbins_%20Mary%20K.%20Coulter%20-%20Administraci%C3%B3n-Pearson%20Educaci%C3%B3n%20(2017)_repaired.pdf)
- Rocinaldo, A,(2017) *en su investigación: Desempeño Laboral en la Empresa Chavín de Huantar, 2017* . recuperado de . <http://repositorio.usanpedro.edu.pe/handle/USANPEDRO/13501>.
- Sánchez, Á. (2021). *El plan de capacitación en atención al cliente para mejorar la eficiencia operativa del Banco de Crédito Agencia Real Plaza - Chiclayo 2019*. Tesis para licenciado. Universidad Señor de Sipán, Pimentel. ¿Obtenido de

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7973/S%C3>.

- Silupu (2016) obligaciones fiscales, estaría inscritas a RUC recuperado de <:///C:/Users/HP/Downloads/23595-Texto%20del%20art%C3%ADculo-92783-1-10-20210413.pdf>
- Shaun (2020) *un acción sistemática, planeada y permanente cuya intención es preparar*, recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/5885/588563773012/html/>
- Trujillo, A., & Vera, J. (01 de 02 de 2019). El Papel de la Calidad del Servicio del Restaurante como Antecedente de la Lealtad del Cliente. Obtenido de The Role of the Restaurant's Service Quality as Antecedent of the Customer Loyalty: https://www.researchgate.net/publication/28320559_El_Papel_de_la_Calidad_del_Servicio_del_Restaurante_como_Antecedente_de_la_Lealtad_del_Cliente
- Vásquez, R. (2017) Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pannería, Chimbote, año 2016. Recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/9877>.
- Vasallo (2017), *Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Agencias Movistar Móvil, casco urbano del distrito de Chimbote*, 2016 recopilado de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/3258>
- Villa (2014) *señala que es fundamental contar con conocimientos sobre las actividades de la empresa y habilidades apropiadas para brindar un servicio de calidad*. Recuperado de Chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4485/Gonzales%20Guevara%20Robinson%20Vladimir.pdf?sequence=1>.
- Ytuarte, (2015). emprender para superar la crisis recopilado de <https://www.ambito.com/edicion-impresa/grecia-emprender-superar-la-crisis-n3904563>
- Zamora (2018) predicción e hipótesis recopilado de <https://online-tesis.com/prediccion-e-hipotesis/>

Anexo 01. Matriz de consistencia

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología
<p>Problema General: ¿Cuáles son las principales características del proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023?</p> <p>Problema específico: -¿Cuáles son las características de los representantes de las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023? - ¿Cuáles son las Características de las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023? - ¿Cuáles son las Características del Proceso de Capacitación en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023? - ¿Cuáles son las Características para la mejorar en la atención al cliente en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023?</p>	<p>Objetivo general: Determinar las principales características de proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023</p> <p>Objetivos específicos -Describir las características de los representantes de las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023? - Identificar las Características de las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023? - Determinar las Características del Proceso de Capacitación en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023? - Determinar las Características para la mejorar en la atención al cliente en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023? -Elaborar un Plan de mejora según resultados de la investigación de las micro empresas sector servicio rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023.</p>	<p>Según el autor Zamora (2018) es aquello que el investigador está buscando y que será el nuevo conocimiento o también todo aquello que una vez concluido se podrá probar, ése resultado sigue siendo ciencia o conocimiento sobre los resultados de nuestra tesis, pero no toda investigación necesita hipótesis, como lo hace la investigación descriptiva, no los necesitan porque basta con hacer unas pocas preguntas de investigación.</p>	<p>Variable 1 -Procesos de capacitación Dimensiones -Instrucción -Desarrollo de habilidades -Aprendizaje Informal</p> <p>Variable 2 -Atención al cliente Dimensiones -Contacto con el cliente -Factor humano</p>	<p>Tipo: cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental Transversal Población: 11 Mypes Muestra: 11 Mypes Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Estructurado</p>

Anexo 02 Instrumento de recolección de información



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INENIERIA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de la investigación titulada: **Proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023** para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración. Se le agradece anticipadamente por la información que usted proporcione estimado colaborador.

Instrucción

A continuación, se le presentara una serie de preguntas las cuales deberá responder marcando con una (x) la respuesta que considere conveniente. No existe repuesta “correcta” o “incorrectas”, solo se solicita honestidad y sinceridad de acuerdo a su contextualización, se guardara absoluta reserva. De antemano se le agradece por tomarse el tiempo para cooperar con el estudio:

I. Referente a las características de los representantes de las micro empresas

1- Edad

- 1.- 18 a 30 años
- 2.- 31 a 50 años
- 3.- 51 años a más

3.- Grado instrucción

- 1.- Sin instrucción
- 2.- Primaria
- 3.- Secundaria
- 4.- Superior no universitaria
- 5.- Superior universitaria

2.- Genero

- 1.- Masculino
- 2.- Femenino

4.- Cargo que desempeña

- 1.- Dueño
- 2.- Administrador

II. Referente a las Características de las micro empresas.

5.- Tiempo de pertenencia de la empresa

- 1.- 0 a 3 años
- 2.- 4 a 6 años
- 3.- 7 a más años

6.- Objetivo de creación

- 1.- Generar ganancias
- 2.- Subsistencias

Escala valorativa

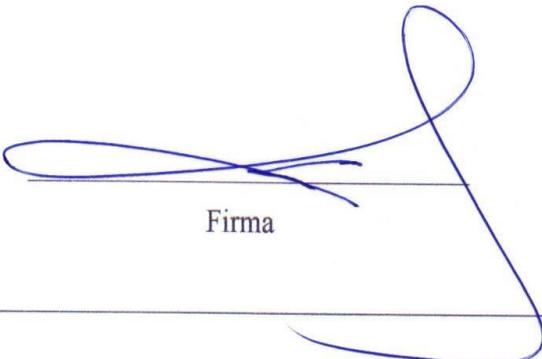
NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

N	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
PROCESOS DE CAPACITACIÓN Y ATENCION AL CLIENTE						
7	¿Crees que las capacitaciones u orientaciones que te han dado, podrán mejorar tus conocimientos y habilidades en tu puesto de trabajo?					
8	Utiliza la técnica de capacitación					
9	¿Ud. ha recibido alguna vez algún curso de capacitación o aprendizaje formal dentro o fuera de la empresa?					
10	¿Cuándo Ud. tiene alguna dificultad en el trabajo lo consulta con sus compañeros o jefe inmediato superior?					
11	¿Ud. cree que existe buena relación entre trabajadores?					
12	¿Ud. ha recibido algún tipo de inducción al ingresar al trabajo?					
13	¿Es puntual y responsable con su horario de trabajo?					
14	¿Muestra siempre actitudes valorativas y amables al momento de recibir un cliente?					
15	Utiliza la técnica de atención al cliente					
16	¿El cliente muestra con frecuencia la satisfacción y agradecimiento por la atención recibida?					
17	¿Establece prioridades ante las necesidades de sus clientes?					

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 03. Validez del instrumento

Ficha de Identificación de Experto 1

<p>Ficha de identificación del Experto para proceso de validación</p> <p>Nombres y Apellidos: ARMANDO CHERO FERNANDEZ</p> <p>N° DNI / CE: 32796706</p> <p>Edad: 60 Años</p> <p>Teléfono / Celular: 981254120</p> <p>Email: acherof@hotmail.com</p>
<p>Título Profesional: Licenciado en Administración</p> <p>Grado Académico: Maestría: _____ Doctorado: X</p> <p>Especialidad: Comercialización, Finanzas, Auditoría y Patrimonio.</p> <p>Institución que labora: Municipalidad Provincial del Santa</p>
<p>Identificación del Proyecto de investigación o Tesis</p> <p>Título: Proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en las empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023.</p> <p>Autor: Paz Gonzales francisco Fernando</p> <p>Programa académico: Escuela de Administración</p>
<p> Firma</p> <p> Huella Digital</p>

CARTA DE PRESENTACIÓN

Dr: Armando Chero Fernandez

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

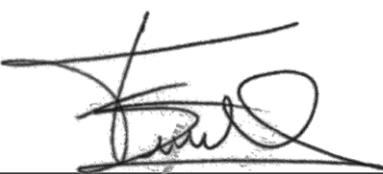
Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunión con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Paz Gonzales Francisco Fernando egresado del programa académico de la Escuela de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: “Proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en las empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023.” y envié a Ud. El expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

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

Atentamente,



Firma de estudiante

DNI: 75514182

FICHA DE VALIDACIÓN

TÍTULO: Proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distritode Chimbote 2023.

	PROCESOS DE CAPACITACION	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No Cumple	Cumple	No Cumple	
	Capacitación por instrucción							
	Técnica de proceso de capacitación	x		x		x		
	¿Crees que las capacitaciones u orientaciones que te han dado, podrán mejorar tus conocimientos y habilidades en tu puesto de trabajo?	X		X		X		
	¿Ud. ha recibido alguna vez algún curso de capacitación o aprendizaje formal dentro o fuera de la empresa?	X		X		X		
	Capacitación Para desarrollo de habilidades							
	¿Ud. cree que existe buena relación entre trabajadores?	X		X		X		
	¿Cuándo Ud. tiene alguna dificultad en el trabajo lo consulta con sus compañeros o jefe inmediato superior?	X		X		X		
	Capacitación por aprendizaje Informal							
	¿Ud. ha recibido algún tipo de inducción al ingresar al trabajo?	X		X		X		
	ATENCION AL CLIENTE							
	Técnicas de atención al cliente	x		x		x		
	Desempeño laboral							
	¿Es puntual y responsable con su horario de trabajo?	X		X		X		
	Actitud de servicio							

Ficha de Identificación de Experto 2

Ficha de identificación del Experto para proceso de validación Nombres y Apellidos: William Honorio Cueva Valverde N° DNI / CE: 19027931 Edad: 72 años Teléfono / Celular: 957728413 Email: william_cv02@hotmail.com	
Título Profesional: Licenciado en educación primaria Grado Académico: Maestría: Docencia Universitaria Doctorado: Doctor en Gestión y Ciencias de la Educación Especialidad: Educación primaria Institución que labora: Universidad San Pedro	
Identificación del Proyecto de investigación o Tesis Título: Proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en las empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023. Autor: Paz Gonzales francisco Fernando Programa académico: Escuela de Administración	
 Firma	 Huella digital

CARTA DE PRESENTACIÓN

Doctor: William Honorio Cueva Valverde

Presente.

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

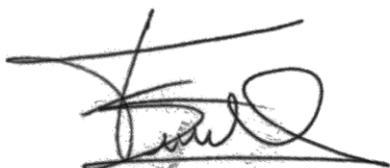
Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunión con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Paz Gonzales Francisco Fernando egresado del programa académico de la Escuela de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: “Proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en las empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023.” y envié a Ud. El expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

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

Atentamente,



DNI: 75514182

FICHA DE VALIDACIÓN

TÍTULO: Proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distritode Chimbote 2023.

	PROCESOS DE CAPACITACION	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No Cumple	Cumple	No Cumple	
	Capacitación por instrucción							
	Técnica de proceso de capacitación	x		x		x		
	¿Crees que las capacitaciones u orientaciones que te han dado, podrán mejorar tus conocimientos y habilidades en tu puesto de trabajo?	X		X		X		
	¿Ud. ha recibido alguna vez algún curso de capacitación o aprendizaje formal dentro o fuera de la empresa?	X		X		X		
	Capacitación Para desarrollo de habilidades							
	¿Ud. cree que existe buena relación entre trabajadores?	X		X		X		
	¿Cuándo Ud. tiene alguna dificultad en el trabajo lo consulta con sus compañeros o jefe inmediato superior?	X		X		X		
	Capacitación por aprendizaje Informal							
	¿Ud. ha recibido algún tipo de inducción al ingresar al trabajo?	X		X		X		
	ATENCION AL CLIENTE							
	Técnica de atención al cliente	x		x		x		
	Desempeño laboral							
	¿Es puntual y responsable con su horario de trabajo?	X		X		X		
	Actitud de servicio							

¿Muestra siempre actitudes valorativas y amables al momento de recibir un cliente??	X		X		X		
Satisfacción del cliente							
¿El cliente muestra con frecuencia la satisfacción y agradecimiento por la atención recibida??	X		X		X		

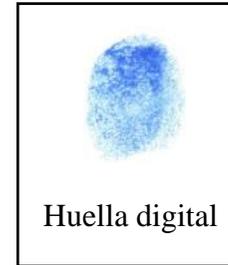
Recomendaciones: Ninguna

Opinión de experto: Aplica (x) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr. William Honorio Cueva Valverde DNI: 19027931



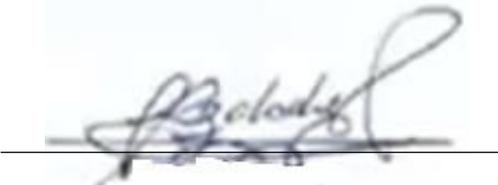
Firma



Huella digital

Ficha de Identificación de Experto 3

CARTA DE PRESENTACIÓN

Ficha de identificación del Experto para proceso de validación Nombres y Apellidos: Carmen Rosa Azabache Arquino N° DNI / CE: 31676693 Edad: 60 Teléfono / Celular: 9664062272 Email: carmenazabache9@hotmail.com	
Título Profesional: Licenciado en Administración Grado Académico: Maestría: <input checked="" type="checkbox"/> Doctorado: <input type="checkbox"/> Especialidad: Maestría en Gestión Empresarial Institución que labora: Universidad Nacional “Santiago Antúñez de Mayolo” – UNASAM	
Identificación del Proyecto de investigación o Tesis Título: Proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en las empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023. Autor: Paz Gonzales francisco Fernando Programa académico: Escuela de Administración	
 Firma	 Huella Digital

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister: Carmen Rosa Azabache Arquino

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

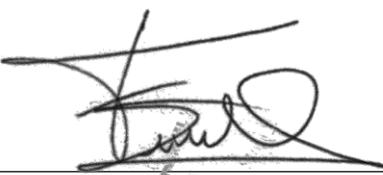
Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunión con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Paz Gonzales Francisco Fernando egresado del programa académico de la Escuela de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: “Proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en las empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023.” y envié a Ud. El expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

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

Atentamente,



Firma de estudiante

DNI: 75514182

FICHA DE VALIDACIÓN

TÍTULO: Proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en las micro empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distritode Chimbote 2023.

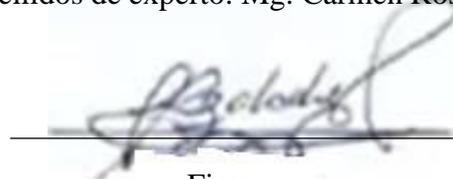
	PROCESOS DE CAPACITACION	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No Cumple	Cumple	No Cumple	
	Capacitación por instrucción							
	Técnica de proceso de capacitación	x		x		x		
	¿Crees que las capacitaciones u orientaciones que te han dado, podrán mejorar tus conocimientos y habilidades en tu puesto de trabajo?	X		X		X		
	¿Ud. ha recibido alguna vez algún curso de capacitación o aprendizaje formal dentro o fuera de la empresa?	X		X		X		
	Capacitación Para desarrollo de habilidades							
	¿Ud. cree que existe buena relación entre trabajadores?	X		X		X		
	¿Cuándo Ud. tiene alguna dificultad en el trabajo lo consulta con sus compañeros o jefe inmediato superior?	X		X		X		
	Capacitación por aprendizaje Informal							
	¿Ud. ha recibido algún tipo de inducción al ingresar al trabajo?	X		X		X		
	ATENCION AL CLIENTE							
	Técnicas de atención al cliente	x		x		x		
	Desempeño laboral							
	¿Es puntual y responsable con su horario de trabajo?	X		X		X		
	Actitud de servicio							

¿Muestra siempre actitudes valorativas y amables al momento de recibir un cliente??	X		X		X		
Satisfacción del cliente							
¿El cliente muestra con frecuencia la satisfacción y agradecimiento por la atención recibida??	X		X		X		

Recomendaciones:.....

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

Nombres y Apellidos de experto: Mg. Carmen Rosa Azabache Arquino DNI: 31676693



Firma



Huella digital

Anexo 4: Confiabilidad del instrumento

PRUEBA PILOTO PARA VERIFICAR LA CONFIBILIDAD DEL INSTRUMENTO

COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS EMPRESA DE LA ACTIVIDADES DE IMPRESIÓN Y FOTOCOPIADO

	it 1	it 2	it 3	it 4	it 5	it 6	it 7	it 8	it 9	it 10	it 11	it 12	it 13	it 14	It15	It16	It17	SUMA
suj 1	2	2	3	2	3	4	1	1	1	3	4	1	1	2	3	4	4	41
suj 2	3	1	3	2	2	3	1	4	1	3	4	1	1	2	4	3	3	41
suj 3	3	2	3	2	2	3	1	4	1	3	4	1	1	2	4	3	2	41
suj 4	3	2	5	2	5	3	1	4	1	3	4	1	1	2	4	3	4	48
suj 5	3	2	3	2	3	3	2	4	2	3	4	1	2	3	5	3	1	46
suj 6	3	2	4	2	3	2	2	4	2	2	1	2	2	3	5	4	2	45
suj 7	3	2	4	2	2	2	2	4	2	2	1	2	2	3	1	3	5	42
suj 8	2	2	2	1	3	5	2	4	2	2	1	2	2	3	2	2	3	40
suj 9	2	1	4	1	3	4	2	4	2	2	1	2	2	3	2	5	2	42
suj 10	1	2	5	1	2	4	2	5	2	1	1	2	2	3	2	5	1	41
suj 11	2	1	5	2	3	5	2	5	2	1	1	2	2	3	1	3	4	44
Varianza	0.43	0.20	0.93	0.20	0.69	0.98	0.23	1.69	0.23	0.56	2.23	0.25	0.23	0.23	2.00	0.79	1.60	

Símbolo Sumatorio	
α : ALFA =	0.74
N° ITEMS =	17
VARIANZA DE ITEMS =	11.554
VARIANZA TOTAL =	5.967

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	confiabilidad nula
0.54 a 0.59	confiabilidad baja
0.60 a 0.65	confiable
0,66 a 0.71	muy confiable
0.72 a 0.99	excelente confiabilidad
1	confiabilidad perfecta

Anexo 05. Formato de Consentimiento informado



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 PROCESO DE CAPACITACIÓN PARA LA MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS EMPRESAS, RUBRO ACTIVIDADES DE IMPRESIÓN Y FOTOCOPIADO, AVENIDA PARDO, DISTRITO DE CHIMBOTE 2023 y es dirigido por Paz Gonzales Francisco Fernando, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Determinar las características del proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en las empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote, 2023.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 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 celular: 921356151. Si desea, también podrá escribir al correo fernandopazgonzales1@gmail.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: Maria Elena Electro Velosquez

Fecha: 19/07/2023

Correo electrónico: Maria16@Hotmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma manuscrita]

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACION – ULADECH CATOLICA

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

Chimbote 19 de julio de 2023



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Sra. María Elena Electo Vásquez

CENTRO COMERCIAL MAFER IMPRECIÓN Y FOTOCOPIADO

Presente. -

De mi consideración: Yo, Paz Gonzales Francisco Fernando, identificado Dni 75514182 ante Ud. respetuosamente me presento y expongo:

Que actualmente cursando para obtener el título de licenciado en administración en la Universidad católica los ángeles de Chimbote, solicito a Ud. de la manera más comedido, se considere la petición de efectuar una encuesta de 14 preguntas en la empresa de la investigación titulada: Proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en las empresas, rubro actividades de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023

A lo cual solicito su consentimiento y aprobación para que usted proporcione.

Con saludos cordiales y a tiempo de agradecerle su atención a esta solicitud, aprovecho la oportunidad para reiterarle mi más alta consideración y estima

Atentamente.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Paz Gonzales Francisco', is written over a horizontal line.

Paz Gonzales francisco

DNI 75514182

Carta de autorización de uso de información de la micro empresa

Yo María elena electo Vásquez en mi calidad de representante de la micro empresa Centro comercial Mafer. Con R.U.C. N° 10329172681, celular: 952522608, ubicado en la ciudad de Chimbote, Perú.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN

Al joven Bach. Paz Gonzales Francisco Fernando con DNI N° 75514182 egresado de la carrera profesional de administración que utilice la siguiente información de la empresa

Ingreso a nuestros representantes, para realizar la encuesta a colaboradores – publicar resultados.

Con la facultad de que pueda desarrollar su trabajo de investigación profesional para obtener el grado de título profesional.


Representante

Anexo 07. Evidencia de ejecución



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Declaración jurada

Yo, Paz Gonzales Francisco Fernando con DNI: 75514182, en calidad de investigador y responsable de la realización de encuestas de investigación titulado: Proceso de capacitación para la mejora en la atención al cliente en las empresas, rubro actividad de impresión y fotocopiado, avenida pardo, distrito de Chimbote 2023, solemnemente declaro y afirmo lo siguiente:

Que las encuestas de investigación de tesis realizadas en la empresa centro comercial impresión y fotocopiado Mafer fueron llevadas a cabo de manera veraz, imparcial y objetiva, con el fin de obtener información precisa y relevante para el desarrollo de la investigación.

Que se solicitó y obtuvo el permiso de la dueña de la empresa, María Elena Electo Velásquez, para realizar las encuestas en el centro comercial impresión y fotocopiado Mafer, Ruc 10329172681 y que estas fueron tomadas con su total consentimiento y apoyo.

Que todos los datos recopilados a través de las encuestas fueron registrados y procesados de manera adecuada, garantizando la confidencialidad y la privacidad de los participantes, de acuerdo con las normativas y regulaciones vigentes en materia de protección de datos.

Que los resultados obtenidos a partir de las encuestas reflejan fielmente la percepción de los participantes en relación a los temas abordados en la investigación de tesis.

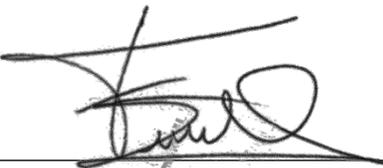
Que no se realizaron modificaciones ni manipulaciones en los datos recopilados, preservando la integridad y autenticidad de la información obtenida durante el proceso de encuestas.

Que asumo la responsabilidad por la veracidad y precisión de los datos recopilados en las encuestas de investigación de tesis, así como de los resultados obtenidos y presentados

en el informe final de la investigación.

En virtud de lo anteriormente expuesto, firmo la presente declaración jurada, comprometiéndome a cumplir con los principios éticos y profesionales que rigen la investigación científica, así como a respetar y salvaguardar la confidencialidad de la información obtenida durante las encuestas.

Fecha: 19/07/2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Paz Gonzales Francisco', is written over a horizontal line.

Paz Gonzales Francisco

DNI: 75514182

