

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**
INTERNACIONALES

“CAPACITACIÓN AL PERSONAL Y SU EFECTO
EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA
EMPRESA PROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y
FORMACIÓN DOCENTE E.I.R.L., TRUJILLO,
2022”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autoras:

Blanca Katherine Arce Castillo

Laura Magnolia Anticona

Asesor:

Mg. Haydee Roxana Alvarado Lavado

<https://orcid.org/0000-0002-3328-8528>

Trujillo - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Omar Fabricio Maguiña Rivero	17821620
	Nombre y Apellidos	N.º DNI

Jurado 2	Víctor Gaspar Cuadra Jiménez	17806851
	Nombre y Apellidos	N.º DNI

Jurado 3	José Roberto Huamán Tuesta	17814526
	Nombre y Apellidos	N.º DNI

DEDICATORIA

Con todo mi cariño y amor a mi madre Blanca Castillo por apoyarme a ser mejor cada día, a mi padre Mauro Arce que desde el cielo me protege, a mis hermanos Rosalinda y Víctor por motivarme a cumplir mis objetivos, a mi novio Ronald Laredo por ser mi soporte y compañero de vida.

Blanca Katherine Arce Castillo

Dedicado a mis padres, quienes con su amor y dedicación me han siempre apoyado incondicionalmente y motivado a cumplir mis metas. A mi hermana, por ser mi apoyo y mi mejor amiga, y a esas personas especiales que con su amistad, amor y cariño me acompañaron a cumplir esta meta tan anhelada.

Laura Magnolia Anticona

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por permitirnos estar aquí, a nuestra universidad, la Universidad Privada del Norte, quien fue nuestra alma mater, y a nuestra asesora, Mg Haydee Alvarado, quien con su paciencia, dedicación e indicaciones contribuyó al desarrollo de esta investigación.

Blanca Katherine Arce Castillo y Laura Magnolia Anticona

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
INDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
1.1. Realidad problemática	9
1.2. Formulación del problema	17
1.3. Objetivos	17
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	19
CAPÍTULO III: RESULTADOS	24
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	30
REFERENCIAS	36
ANEXOS	41

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Nivel de la percepción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022.</i>	24
Tabla 2 <i>Nivel de la expectativa del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022.</i>	24
Tabla 3 <i>Nivel de la lealtad del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022.</i>	24
Tabla 4 <i>Cronograma de capacitación</i>	26

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Nivel de la percepción del cliente después de capacitar al personal en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022.</i>	28
Figura 2 <i>Nivel de la expectativa del cliente después de capacitar al personal en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022.</i>	28
Figura 3 <i>Nivel de la lealtad del cliente después de capacitar al personal en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022.</i>	29

RESUMEN

Esta investigación se da ya que existe la necesidad de determinar el efecto de la capacitación al personal con la satisfacción del cliente, para la mejora continua de los procesos de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., y darle validez a la existencia de la correlación que existe entre el desarrollo y aplicación de la capacitación con la satisfacción de los clientes.

El objetivo general fue determinar el efecto de la capacitación al personal en la satisfacción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022.

La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo, nivel de la investigación correlacional- explicativo y diseño de investigación experimental.

Los resultados que se obtuvieron permiten validar la hipótesis, que manifiesta que la capacitación al personal afecta significativamente en la satisfacción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., ya que posterior a la capacitación al personal, el nivel de satisfacción del cliente pasó de ser regularmente malo a ser regularmente bueno.

En conclusión, si no se capacita al personal, se corren distintos riesgos con un impacto negativo de que los clientes no se encuentren satisfechos con el servicio que brinda la empresa.

PALABRAS CLAVES: capacitación; satisfacción; cliente;

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Hoy en día, existen innumerables empresas en todo el mundo que ofrecen productos y servicios ilimitados para todas las necesidades y bolsillos. El cliente aprecia que el producto/servicio que obtiene está en las condiciones de calidad esperadas ya un precio razonable. Sin embargo, valora más la calidad de la atención que recibe.

América Retail (2022), la comunidad del retail y consumo masivo con sede en Santiago de Chile, en su reciente artículo web sobre los desafíos de las empresas educativas para impactar en el mercado laboral, afirma que el 78% de los empleadores de más de 100 empresas encuestadas en el país, considera que el mismo personal a su cargo no está suficientemente capacitado, y más del 80 % de los empresarios piensan que los aspirantes no tienen las habilidades blandas y técnicas requeridas, lo que afecta las contrataciones en las empresas.

Además de una reforma importante, como la ley de creación de universidades de la Sunedu, el sector educativo nacional también se ha visto afectado por la pandemia del COVID 19. Con esta reforma, un tercio de las universidades que existían en el 2014 no se licenciaron por no cumplir condiciones básicas de calidad. Además, la pandemia obligó a las instituciones educativas a impartir en primera instancia clases virtuales, debiendo así de respetar normas de excelencia.

Según el diario peruano El Comercio (2022), Jorge Mori, fundador de CAPPES y exdirector del SIIESU, cree que la pandemia ha ayudado a quitar algunos prejuicios contra la educación virtual, pero ahora hay que garantizar su calidad. De hecho, el estudio, en el que participaron 61 rectores y autoridades de universidades públicas y privadas, concluyó

que el número actual de programas a distancia e híbridos licenciados por la Sunedu (422) “no responde al potencial que existe en un escenario postpandemia”.

Es fundamental que el personal de las diferentes instituciones educativas cuente con las herramientas y habilidades necesarias para enfrentar los nuevos desafíos que deja la pandemia, brindar una educación de calidad, ya sea presencial o virtual, y mantener una comunicación frecuente con los estudiantes.

Sin embargo, ya desde antes de la pandemia, muchas instituciones educativas no tenían la infraestructura y las herramientas para brindar servicios de instrucción mínimos aceptables.

Según el CE 2018, solo el 22% del total de aulas en los espacios públicos de La Libertad se encuentran en buen estado, frente al 26% registrado en 2017. A nivel provincial, Trujillo, Sánchez Carrión y Virú tienen la mayor proporción de provincias con buenas condiciones de aula, con más del 26%. En Pataz y Chepén, en cambio, es menos del 15 por ciento.

Como afirma el diario Trujillo La Industria (2019), el problema de la educación no se debe a la falta de recursos económicos, ya que los gobiernos locales y regionales solo ejecutan la mitad del presupuesto asignado cada año. La solución pasa por contratar a personas más cualificadas y competentes encargadas de elaborar más documentos técnicos para el sector educativo.

El área académica de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L. presenta numerosas fallas en realizar el proceso de matrícula de los postulantes y no desarrolla correctamente su trabajo en la actualidad, ya que son numerosas las quejas por parte de los estudiantes de no recibir un trato adecuado y comprometido por parte del

personal del área académica. Las trabajadoras no responden a las dudas/consultas de los matriculados y no hacen el debido seguimiento a los matriculados. La empresa no realiza capacitaciones periódicas al personal sobre atención al cliente y sobre los procesos de labor en el área académica.

Como respaldo del trabajo de investigación, se presentan antecedentes nacionales e internacionales:

Parra y Rodríguez (2015) tuvieron como objetivo hacer una revisión sobre la capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones. Diseño de la investigación, documental. Los resultados de la revisión determinaron que la capacitación es una de las mejores inversiones en recursos humanos y una de las principales fuentes de bienestar de los empleados y de la empresa, es por ello que las organizaciones y las personas deben ver la capacitación como una inversión beneficiosa a largo plazo para lograr sus objetivos. En conclusión, la educación y la capacitación son herramientas esenciales para la planificación, desarrollo y evaluación de los procesos de calidad en la búsqueda de la satisfacción del cliente y el logro de los resultados de la empresa.

Bonilla et al. (2018) tuvieron como objetivo determinar la importancia de la capacitación en el rendimiento del personal administrativo. Como población todo el personal administrativo y trabajadores. En resultados, sobre los cursos dictados en 2016, 30 cursos fueron los planeados y 26 se llevaron a cabo eficazmente. Del total de planes de capacitación sólo se tuvo un alcance del 86%, dejando fuera o en calidad de cursos no-ejecutados el 14%. En conclusión, los ejecutivos que realizan programas de formación deben enfocarse principalmente en el desarrollo de los recursos humanos, para que puedan ser más competitivos a la hora de decidir sobre las vacantes laborales o las oportunidades de promoción que genera la universidad dentro de su estructura.

Salazar (2019) tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre capacitación docente e innovación pedagógica. Diseño de la investigación no experimental, tipo descriptivo-correlacional. La población estuvo constituida por 36 docentes. Como resultado, el 50% de los docentes calificó las variables del nivel de formación docente como bueno, el 33% como insuficiente y el 17% como normal. En conclusión, se identificó una relación significativa entre la formación docente y la innovación pedagógica en las escuelas de educación primaria y se verificó con el estadístico t de estudiantes.

Álvarez (2021) tuvo como objetivo establecer el nivel de incidencia del modelo de desempeño de educación superior en la satisfacción del alumnado. Diseño de investigación no experimental de corte transversal y correlacional. La muestra de la investigación lo conformaban 1191 estudiantes matriculados entre los periodos 2014 – 2018. Entre los hallazgos principales se encontraron que los alumnos tuvieron una buena calificación según su percepción de la calidad del servicio. En conclusión, se puede afirmar que el nivel de la percepción de calidad de servicio educativo del modelo desempeño educación superior incide positivamente en la satisfacción del alumnado.

Echaiz (2021) tuvo como objetivo establecer la relación que existe entre las expectativas estudiantiles y el nivel de satisfacción con la calidad educativa. Diseño de investigación no experimental, descriptivo y correlacional. La muestra de la investigación la conformaban 274 alumnos. Entre los hallazgos principales se encontraron que los niveles de acuerdo o desacuerdo con la expectativa de los servicios académicos presenta una calificación “fuertemente de acuerdo” y “de acuerdo” con 39% y 34% respectivamente. En conclusión, se puede afirmar que las expectativas son directamente proporcionales a la satisfacción del alumnado en lo que respecta a cada servicio académico que brinda la casa de estudios.

Zambrano et al. (2019) tuvieron como objetivo adaptar, aplicar y calcular la consistencia interna (i.e., confiabilidad) del instrumento de Jacqueline (2006). La técnica fue la encuesta que fue aplicada a 757 alumnos de un instituto de educación superior de Ecuador. Sobre el nivel de satisfacción del cliente con cada servicio universitario desde la perspectiva estudiantil, en una universidad de Ecuador, llegando a concluir que cada usuario está insatisfecho con cualquier factor asociado a cada servicio de la universidad, por lo que demandaron de forma inmediata revertir lo hallado.

Jiménez y Zeta (2020) tuvieron como objetivo definir las variables que determinan la calidad percibida y establecer la relación con la satisfacción y lealtad de los estudiantes de Administración, en universidades peruanas. La población está compuesta por 528 alumnos de universidad privada y 599 de pública. Los resultados señalan que el nivel de satisfacción de los estudiantes, explica en forma significativa a la lealtad afectiva, comportamental y cognitiva. A mayor satisfacción de los clientes percibida sobre los servicios brindados, mayor es la lealtad que ellos manifiestan hacia la empresa.

Saavedra (2018) tuvo como objetivo determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción del cliente. Enfoque cuantitativo, nivel correlacional, diseño no experimental y de corte transversal. La población está compuesta por 92 clientes de la institución educativa. Los resultados de la encuesta muestran una correlación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. En conclusión, la calidad del servicio es regular, con una relación baja pero significativa con la satisfacción del cliente ($\rho = 0,339$) y ($p = 0,001$).

Tejada y Salazar (2019) tuvieron como objetivo determinar la correlación entre los niveles de satisfacción y lealtad del alumno. Enfoque cuantitativo, diseño no experimental, de tipo correlacional. Se considera una población de 350 estudiantes. Como resultado, los

estudiantes tuvieron una muy buena aceptación de los servicios que brinda la universidad, con un 11% de estudiantes insatisfechos con los servicios y un 36% de estudiantes satisfechos. En conclusión, encontramos una satisfacción razonablemente buena, y para que esta perdure se trabajará identificando puntos de baja satisfacción para revertir los resultados.

Las bases teóricas del presente trabajo de investigación sostienen los puntos a continuación:

Chiavenato (2007) afirma que la capacitación es un proceso educativo de corta duración, aplicado de manera sistemática y organizada, a través del cual las personas adquieren conocimientos y desarrollan habilidades y destrezas a partir de unos objetivos fijados. El objetivo de la formación es ayudar a los empleados de todos los niveles a alcanzar los objetivos de la empresa brindándoles la oportunidad de adquirir los conocimientos, las prácticas y los comportamientos que requiere la organización.

Dessler (2015) explica que las etapas correspondientes al proceso de capacitación están dadas en:

- Diagnóstico de necesidades: Identificar las fortalezas, debilidades, habilidades, conocimientos y actitudes específicas para desarrollar el trabajo con la finalidad de mejorar el rendimiento y la productividad. Establecer metas para el contenido del plan con programa de capacitación formal.
- Validación: se eliminan los defectos del programa y se presenta la capacitación frente a un público representativo reducido.
- Ejecución: enfoque en la presentación del conocimiento y las habilidades, además del contenido de la capacitación. Luego se desarrolla la capacitación a los trabajadores.

- Evaluación: Valorar los feedback, el aprendizaje, el comportamiento y/o los resultados de los aprendices. Se determina el éxito o fracaso del programa.

Para la segunda variable, satisfacción al cliente, los fundamentos teóricos de respaldo son los siguientes:

Kotler (2001) define la satisfacción al cliente como el sentimiento de felicidad o decepción que experimenta una persona al comparar el rendimiento o los resultados percibidos de un producto con sus expectativas.

Salvador (2008) considera las necesidades del cliente como un aspecto central del servicio, y esas necesidades se convertirán en percepciones. La calidad del servicio es el resultado de una comparación entre las percepciones y otro pilar importante, las expectativas que generan los consumidores antes de consumir un bien/servicio. Al combinar adecuadamente estas variables, el resultado final es el nacimiento de una conexión entre el consumidor y la marca que brinda el producto/servicio deseado. Luego hay otro factor a considerar, la lealtad.

Finalmente se identifican tres principales dimensiones para la variable objeto de análisis:

- Dimensión 1: Percepción del cliente

Setó (2004) considera que, dada la importancia de la satisfacción del consumidor para las estrategias de marketing, este es un parámetro que ha sido estudiado desde una perspectiva académica y por muchos profesionales en el campo. La percepción de un cliente sobre el valor o el rendimiento que puede tener un producto o servicio, que puede estar basado en sus necesidades, preferencias, gustos, mentalidad, opiniones de otros, etc. Debemos identificar los atributos más importantes que de ser negativos afectan la percepción

del consumidor: rapidez del servicio, comunicación recíproca, trato adecuado y resolución de dudas/consultas. Las personas actúan y reaccionan en función de sus percepciones, y no son los hechos reales los que influyen en su comportamiento y hábitos, sino lo que los consumidores piensan del servicio.

- Dimensión 2: Expectativas del cliente

Setó (2004) afirma que la fidelidad del cliente depende fundamentalmente de su satisfacción y de cómo esa satisfacción se relaciona con las expectativas. Las expectativas del cliente se convierten en confianza proyectada, promesas cumplidas y beneficios obtenidos. Todo cliente tiene la esperanza de obtener una buena atención en la empresa a la que acude, ya sea porque otro cliente le había comentado o por el servicio que había recibido anteriormente.

- Dimensión 3: Lealtad del cliente

Según Setó (2004) los clientes leales siempre han sido importantes para el éxito a largo plazo de una empresa, pero en el entorno más competitivo de hoy, el sentido de pertenencia es más importante y está más amenazado que nunca. Hoy en día, el cliente tiene que sentir satisfacción por el servicio, casi todas las empresas corren un riesgo cada vez mayor de que los clientes acudan a la competencia. Al mismo tiempo, las empresas están intensificando sus esfuerzos para competir por los mismos nuevos clientes, lo que aumenta el costo de adquirir clientes y reduce la eficiencia de esos esfuerzos de adquisición. Se debe enfatizar la importancia del cliente.

Se presentan a continuación las justificaciones de este trabajo de investigación:

Justificación Teórica: La presente investigación se realiza con el propósito de aportar el conocimiento existente sobre la correlación del efecto de la capacitación al personal de

una empresa con la satisfacción del cliente. Los resultados del estudio podrán sistematizarse en el previo diagnóstico del nivel de satisfacción de los clientes y sucesivamente el diseño de la capacitación al personal de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., donde se estaría demostrando que existe correlación entre la capacitación al personal con la satisfacción de los clientes.

Justificación Práctica: Esta investigación se da ya que existe la necesidad de determinar el efecto de la capacitación al personal con la satisfacción del cliente, para la mejora continua de los procesos de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., y darle validez a la existencia de la correlación que existe entre el desarrollo y aplicación de la capacitación con la satisfacción de los clientes.

1.2. Formulación del problema

Problema General:

¿Cuál es el efecto de la capacitación al personal en la satisfacción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022?

1.3. Objetivos

Objetivo General:

Determinar el efecto de la capacitación al personal en la satisfacción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022

Objetivos específicos:

Diagnosticar nivel de satisfacción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022.

Elaborar la capacitación al personal en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L. Trujillo, 2022

Determinar el efecto de la capacitación al personal en la percepción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L, Trujillo, 2022

Determinar el efecto de la capacitación al personal en la expectativa del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L, Trujillo, 2022

Determinar el efecto de la capacitación al personal en la lealtad del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L, Trujillo, 2022

1.4. Hipótesis

Hipótesis general:

La capacitación al personal afecta de manera significativa en la satisfacción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022.

Hipótesis específicas:

El nivel de satisfacción del cliente afecta de manera significativa a la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022.

Elaborar la capacitación afecta de manera significativa al personal en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022

La capacitación al personal afecta de manera significativa en la percepción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L, Trujillo, 2022

La capacitación al personal afecta de manera significativa en la expectativa del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L, Trujillo, 2022

La capacitación al personal afecta de manera significativa en la lealtad del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L, Trujillo, 2022.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

El tipo de investigación según el enfoque es cuantitativo según Sánchez (2019), enfoque cuantitativo se centran en recopilar datos para probar hipótesis, estudian los hechos de un fenómeno, tienen poco interés en el estado subjetivo del sujeto, se basan en mediciones numéricas, conteos y el uso frecuente de estadísticas para establecer patrones de comportamiento de una población en función de una teoría.

De acuerdo a Hernández et al. (2014) el enfoque cuantitativo "utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías" (p. 4).

Asimismo, se determinó que el nivel de investigación es correlacional-explicativa.

La investigación correlacional tiene como objetivo estudiar la relación entre dos variables, cómo se afectan entre sí, pero no pretenden explicar la causalidad. La correlación no implica causa. (Rojas, 2020).

Pereyra (2020) nos menciona que la investigación explicativa tiene como objetivo precisar las causas de hechos, circunstancias o fenómenos que son objeto de estudio. Se centra en la búsqueda del porqué se da un hecho, en qué condiciones se manifiesta y la eventual relación existente entre las variables.

Los métodos de investigación localizan y delimitan un problema, permiten recolectar datos importantes para generar hipótesis que posteriormente sean probadas o respaldadas. De esta forma se pueden tomar las decisiones más acordes al caso de estudio (Guevara et al., 2020).

Por otro lado, el diseño de investigación es experimental, para Badii et al. (2007), el propósito del diseño experimental es determinar si hay una diferencia en los resultados entre los diferentes tratamientos del experimento, y si hay una respuesta positiva o negativa,

encontrar la diferencia. Un diseño experimental es un proceso cuya principal característica es la verificación cuantitativa de la relación causal de una variable con otra, lo que implica manipulación o control de la variable independiente, para lo cual se establece un plan de acción que puede establecerse por etapas, como una intervención. o una forma horizontal de establecer parámetros de rango. En el diseño experimental, las variables independientes representan tratamientos, factores, condiciones o intervenciones que los investigadores manipulan y/o controlan para la prueba. En la investigación se desarrolló un diseño pre experimental, aplicamos un pre y post cuestionario en un solo grupo o muestra en estudio, cuyo nivel de control es mínimo. Según Hernández (2014) normalmente es utilizado como un primer acercamiento al problema de investigación en la realidad.

Según Arias (2006), una población es un grupo de individuos que comparten características comunes y son objeto de investigación. La población puede ser finita o infinita y está limitada por los objetivos y las preguntas de la investigación. En la presente investigación la población está conformada por 2,100 estudiantes de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L.

Según Hernández (2014), menciona que “la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectan datos y que tiene que definirse o determinarse de ante mano con precisión” (p,21). Para poder determinar la muestra, utilizaremos una fórmula para calcular el muestreo en una población finita.

$$N = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q} \quad N = \frac{2100 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.05^2 * (2100 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95} \quad N = 71 \text{ estudiantes}$$

Donde:

N= Total de la población
Z_α=1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
p= proporción esperada (en este caso 5% =0.05)
q= 1-p (en este caso 1-0.05=0.95)
d= precisión (en su investigación use un 5%)

El resultado determinado es una muestra de 71 estudiantes de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L.

Para identificar la muestra se establecieron los siguientes criterios de inclusión y exclusión:

Se incluyeron en la muestra los estudiantes de las 11 carreras profesionales y las 4 aulas por horarios del 1er a 6to ciclo que existen actualmente. Así mismo, se incluyó a los estudiantes que dejaron de estudiar o no se matricularon por diversos motivos,

Se excluyeron las aulas que desarrollan sus clases en la sede de Trujillo por ser una cantidad minoritaria y se consideraron las aulas que desarrollan sus clases en la sede de Moche que es la sede central y que representan la mayor cantidad de estudiantes.

Según Rodríguez & Burneo (2017) el método de investigación es hipotético deductivo cuyo objetivo es mejorar la calidad del conocimiento a través de una estructura muy precisa. Como primer punto identificar el problema, luego formular la hipótesis que explica el problema, examinar una o más consecuencias observadas de la hipótesis inicial y finalmente contrastar la hipótesis.

Según Bavaresco (2013) Las técnicas de recopilación de datos dan sentido a la investigación. Esto nos lleva a definir, comprender y estudiar el problema a través de las herramientas de elección, validando así la pregunta planteada. Para cada investigación se identifican las técnicas a utilizar y cada técnica determina los instrumentos que se utilizarán en el estudio.

Al tener enfoque cuantitativo, la herramienta de investigación serán dos cuestionarios tipo Likert enviados a los clientes de la empresa. Estos cuestionarios incluyen preguntas

específicas relacionadas con las variables estudiadas, así como preguntas representativas que definen el ítem.

Según Barrantes (2014), Las escalas de medida tipo Likert consisten en un conjunto de ítems, expresados en forma positiva o negativa, a los que responde el objeto de medida.

Para desarrollar una escala de Likert, se deben considerar algunos puntos.:

- Las afirmaciones se recomienda no exceder las 20 palabras y debe seguir un orden estándar y lógico.
- Las afirmaciones deben tener dirección favorable o desfavorable.
- Las preguntas y observaciones también se pueden utilizar para construir escalas.

En este caso, la validez se demuestra por el juicio de cuatro expertos en el tema que se encuentran calificados y brindan su aprobación para realizar la aplicación de la técnica propuesta. Los expertos que validaron el instrumento fueron: un metodólogo, un estadístico y dos profesionales de la carrera de administración.

Es el grado en que el instrumento produce resultados consistentes y coherentes. (Hernández et al. 2014). Se utilizó el Alfa de Cronbach en una prueba piloto con 25 alumnos, arrojando un resultado de 0,92. Esto demuestra que la confiabilidad del instrumento es alta.

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right] \quad \alpha = \frac{24}{24 - 1} \left[1 - \frac{144.24}{17.7472} \right] \quad \alpha = 0.92$$

Donde:

K: El número de ítems

S_i^2 = Sumatoria de Varianzas de los ítems

S_T^2 = Varianza de la suma de los ítems

α = Coeficiente de Alfa de Cronbach

El procedimiento para la elaboración de esta investigación tiene como finalidad analizar la correlación de dos variables las cuales son capacitación del personal y satisfacción

del cliente. En primer lugar, se contactó al gerente de la empresa para solicitar la autorización de poder utilizar la información y aplicar los instrumentos de esta investigación. Luego, se entrevistó a la encargada del área.

En segundo lugar, se aplicó un pre y post cuestionario a la muestra que está representada por los estudiantes de las carreras semipresenciales de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L. Los cuestionarios fueron enviados por las asesoras al WhatsApp de los grupos de alumnos de las carreras. Los resultados fueron recepcionados en un Excel del drive para posteriormente realizar el análisis.

Para el análisis de datos se utilizó el paquete estadístico SPSS25, el cual permite la recolección, organización, presentación, interpretación y análisis de la información obtenida durante la realización de los cuestionarios para poder responder las preguntas de investigación, objetivos e hipótesis. Se realiza un cruce de variables para contrastar las hipótesis de investigación y se comparan los resultados obtenidos con los trabajos citados, seguido de conclusiones y recomendaciones.

De acuerdo con los aspectos éticos, los principios establecidos por la Universidad Privada del Norte y teniendo en cuenta la vigencia de este estudio De acuerdo al principio respeto a las personas se aplica el consentimiento informado, se cumple debido a que se pidió autorización al gerente a través de su firma en la carta de autorización respaldando el uso de la información en la investigación. Para la recopilación de los datos prevaleció el anonimato. A cada participante del estudio se le dijo que su identidad se mantendría estrictamente confidencial. De acuerdo al principio de transparencia, todos los datos obtenidos de la presente investigación se informan con total transparencia sin indicios de plagio. Se aplicó la normativa APA en específico la 7ta edición, cada comentario o argumento de los autores mencionados en esta investigación.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1. Diagnosticar nivel de satisfacción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022.

Tabla 1

Nivel de la percepción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022.

Nivel	Clientes	Porcentaje
Mala	24	33.8
Regular	36	50.7
Buena	11	15.5
Total	71	100

Nota. Fuente: resultado de la encuesta satisfacción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L.

Tabla 2

Nivel de la expectativa del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022.

Nivel	Clientes	Porcentaje
Mala	27	38.0
Regular	32	45.1
Bueno	12	16.9
Total	71	100

Nota. Fuente: resultado de la encuesta satisfacción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L. elaborada del cuestionario.

Tabla 3

Nivel de la lealtad del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022.

Nivel	Clientes	Porcentaje
Mala	31	43.7
Regular	26	36.6
Buena	14	19.7
Total	71	100

Nota. Fuente: resultado de la encuesta satisfacción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L. elaborada gracias a la información recolectada del cuestionario.

3.2. Elaborar la capacitación al personal en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L. Trujillo, 2022

Tabla 4

Cronograma de capacitación

N°	TEMA	SUB TEMAS	OBJETIVO	METODOLOGÍA	EXPOSITOR	DURACIÓN	FECHA
1	Taller sobre el diagnóstico de la empresa.	Resultados obtenidos en la encuesta a los alumnos.	Dar a conocer la situación real del área académica, identificar problemas y dificultades. Con la finalidad de proponer mejoras que impacten de manera positiva en el desempeño de las asesoras.	Teórico	Encargada de área	8:00 a 10:00 am	01 de Agosto
2	Taller sobre el FODA de la empresa	Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas	Lograr una mejor visualización del diagnóstico interno y externo de la empresa, considerar ciertas debilidades que podrían no haber sido identificadas sin un diagnóstico interno.	Teórico	Encargada de área	10:00 a 11:30 am	01 de Agosto
3	Taller sobre aspectos generales de la empresa.	Misión Visión Valores	Desarrollar una cultura organizacional en la empresa, definir la estructura y los objetivos de una organización, así como su cultura, su papel en la sociedad y su forma de actuar ante cualquier decisión o problema.	Teórico	Encargada de área	11:30 a 1:00 pm	01 de Agosto
4	Taller sobre las actividades a realizar en el puesto.	Funciones de la asesora en el área académica	Determinar los deberes y las responsabilidades que deben asumir en su puesto de trabajo, siendo más equitativa y justa. Agiliza y aporta valor en la toma de decisiones en cuanto a: Definición de funciones, autoridad, responsabilidades y tareas	Teórico - Vivencial	Encargada de área	8:00 a 9:30 am	02 de Agosto
5	Taller de Importancia de la satisfacción al cliente.	Retención de clientes Diferenciación de la competencia	Encontrar oportunidades para mejorar el servicio. Evaluar a sus colaboradores y motivarlos a satisfacer al cliente	Teórico	Encargada de área	9:30 a 11 am	02 de Agosto

		Fidelización y recomendación					
6	Taller de tipos de cliente	Cliente Racional Cliente Reservado Cliente Indeciso Cliente Dominante Cliente Hablador Cliente Impaciente	Conocer, clasificar y empatizar con nuestros clientes o visitantes hará que nos adelantemos a las necesidades de estos, desarrollando un negocio viable y rentable. Tomar decisiones que mejoren la experiencia del cliente, aumenten la fidelidad y la retención de los clientes.	Teórico	Encargada de área	8:00 a 11 am	03 de Agosto
7	Taller sobre el proceso de atención al cliente.	Iniciar el contacto Obtener información Satisfacer la necesidad Cerrar la venta o programar seguimiento.	Conocer el proceso de atención al cliente para poder coordinar acciones y mostrar la manera cómo se logra producir de manera controlada una llamada. Promover la coherencia y mejorar el flujo de trabajo. Facilitar la formación y el para cumplir la visión de la empresa.	Teórico - Práctico	Encargada de área	8:00 a 11 am	04 de Agosto
8	Taller de comunicación: herramienta practica eficaz en la relación con los clientes.	Redes Sociales Correo electrónico Plataforma zoom	Lograr una comunicación efectiva entre la asesora y el estudiante, medir a detalle, y de forma sencilla, los alcances de la estrategia y hacer los ajustes que se requieran. Generar un diálogo entre el cliente y la empresa, abriendo la oportunidad de crear una comunidad digital de la marca	Teórico	Encargada de área	8:00 a 1:00 pm	05 de Agosto

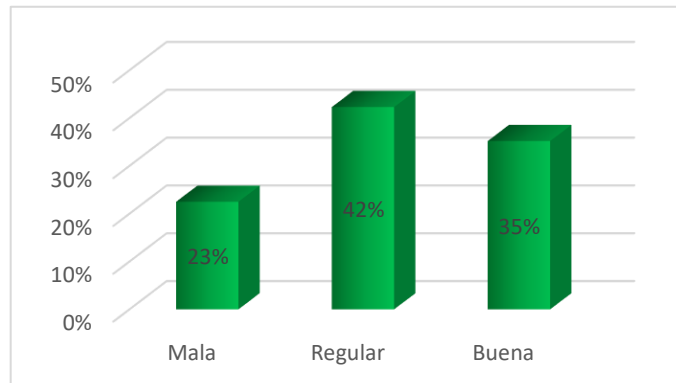
Nota: La técnica juego de roles se desarrolló el mismo día al término de la capacitación.

3.3. Determinar el efecto de la capacitación

al personal en la percepción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L, Trujillo, 2022.

Figura 1

Nivel de la percepción del cliente después de capacitar al personal en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022.

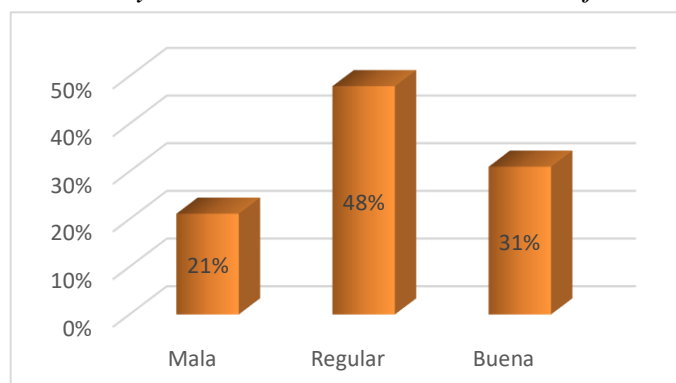


Nota. La información fue elaborada del resultado de la encuesta a los clientes después de capacitar al personal en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L.

3.4. Determinar el efecto de la capacitación al personal en la expectativa del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L, Trujillo, 2022.

Figura 2

Nivel de la expectativa del cliente después de capacitar al personal en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022.

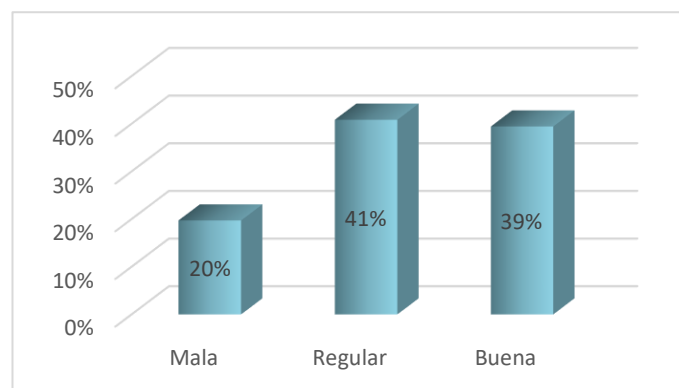


Nota. La información fue elaborada del resultado de la encuesta a los clientes después de capacitar al personal en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L.

3.5. Determinar el efecto de la capacitación al personal en la lealtad del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L, Trujillo, 2022.

Figura 3

Nivel de la lealtad del cliente después de capacitar al personal en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022.



Nota. La información fue elaborada del resultado de la encuesta a los clientes después de capacitar al personal en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Discusión

Los resultados que se obtuvieron permiten validar la hipótesis, que manifiesta que la capacitación al personal afecta significativamente en la satisfacción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L, ya que, ya que posterior a la capacitación al personal, el nivel de satisfacción del cliente pasó de ser regularmente malo a ser regularmente bueno.

Es considerado como una primordial limitación, el factor externo por los problemas que se dan en la capacitación a distancia que fue producto de la pandemia, permitiendo que no se efectúe de manera presencial. Sin embargo, sabiendo que el problema se ha logrado detectar en años anteriores, podemos considerar que este factor no es trascendente para incidir considerablemente en los resultados.

Al diagnosticar el nivel de satisfacción del cliente, se consideró como limitación la demora en la obtención de los cuestionarios resueltos por la muestra, ya que los estudiantes, ya sea por falta de tiempo o problemas de conectividad, no lograban ingresar rápidamente al enlace del cuestionario. En el estudio se identificó que la percepción es regular con un 50.7% y mala con un 33.8%; asimismo el nivel de expectativa del cliente es regular con un 45.1% encuestados y mala con un 38.0 %; y en lo que respecta el nivel de lealtad es mala con un 43.7% y regular con un 36.6%. Por lo tanto, consideramos indicar que en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente no hay un nivel de satisfacción buena por parte de los clientes. En este aspecto, guarda semejanza con el estudio de Zambrano et al. (2019) donde la mayoría de clientes está insatisfecho con cualquier factor asociado a cada servicio de la universidad, por lo que demandaron de forma inmediata revertir lo hallado. Asimismo, concuerda la investigación de Saavedra (2018) que refiere que la calidad del

servicio es regular, con una relación baja pero significativa con la satisfacción del estudiante de una institución educativa.

La implicancia práctica de este estudio, se encuentra referida a las aportaciones relacionados con la calidad de servicio y la satisfacción al cliente, ya que, nos conlleva de poseer y ofrecer una buena imagen con nuestros clientes, de otra manera, permite obtener un mejoramiento y alivios de cada problema presentado actualmente dentro y fuera de la empresa.

En elaborar la capacitación al personal para mejorar el servicio al cliente, la limitación que hubo fue la coordinación de los horarios de la capacitación con la encargada de área, para que no se vea afectada la productividad de las asesoras participantes. Además, demoras en la conectividad a la plataforma Zoom, en la cual se dictaron los talleres.

Se armó un cronograma de capacitación que consta de 8 talleres que refiere al diagnóstico de la empresa, análisis FODA de la empresa, aspectos generales de la empresa, actividades a realizar en el puesto, importancia de la satisfacción del cliente, tipos de cliente, proceso de atención al cliente y, por último, taller de comunicación. Todo esto, fue elaborado con el propósito de brindar información relevante para guiar a cada colaborador a una calidad de servicio para la obtención de información anticipada y así la capacitación logre cubrir ciertas limitaciones que tengan hacia la atención del cliente.

Al ser consultados al personal acerca de la capacitación que han recibido sobre satisfacción del cliente, ellos respondieron que no han recibido y que solo les brindaron capacitaciones netamente del programa de carreras semipresenciales como: duración del proceso de matrícula, proceso de pago de pensiones, cambios de carreras o de horario, entre otros. En ese sentido, según el estudio de Chiavenato (2007) habla de que la capacitación debería estar vinculada la necesidad del cliente y al puesto actual del personal para de lograr

un mejoramiento en su habilidad y competencia en relación al desempeño de labores que realiza. Esto genera un aprendizaje muy bueno para el comportamiento de la persona, lo que implica desarrollar nuevas habilidades, actitudes y competencia.

La implicancia teórica para esta investigación, están referidas en optar medidas de mejoramiento de la capacitación del personal y cada aspecto tomado, llevando a cabo un análisis de forma detallada de cada autor cuya teoría se encuentren enfocados en solucionar cada problema visto en la empresa.

La principal limitación que se presentó al determinar el efecto de la capacitación al personal en las 3 dimensiones de la satisfacción al cliente, fue la organización de la información obtenida del pre y post cuestionario, para su posterior tabulación y elaboración de los resultados.

En determinar el efecto de la capacitación al personal en la percepción del cliente, se observa que el nivel de la percepción del cliente después de capacitar al personal es regular con un 42% y buena con un 35%. lo cual permite indicar que en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente hay una percepción regularmente buena por parte de los clientes; por ello, se percibe que la capacitación al personal influye de manera positiva en la percepción del cliente. En tal sentido, guarda relación con el estudio de Álvarez (2021) quien determina que el nivel de la percepción de calidad de servicio educativo del modelo desempeño educación superior incide positivamente en la satisfacción del cliente; en relación con eso, Salvador (2008) nos afirma que se convierte cada necesidad del cliente en un aspecto central para el servicio, además si se toma en cuenta que estas necesidades al final se convertirán en cada percepción del cliente.

En determinar el efecto de la capacitación al personal en la expectativa del cliente, se describe que el nivel de la expectativa del cliente después de capacitar al personal es

regular con un 48% y buena con un 31%; lo cual permite indicar que en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente hay una expectativa regularmente buena por parte de los clientes. Por lo tanto, la capacitación al personal influye de manera positiva en la expectativa cliente. En ese marco, presenta semejanza con la investigación de Echaiz (2021) quien describe que el nivel la expectativa de los servicios académicos presenta una calificación buena respectivamente, logrando afirmar que las expectativas son directamente proporcionales a la satisfacción del cliente en lo que respecta a cada servicio académico que brinda la casa de estudios; en base a esto, Salvador (2008) nos comenta que la fidelidad del cliente depende fundamentalmente de su satisfacción y de cómo esa satisfacción se relaciona con las expectativas. Las expectativas del cliente se convierten en confianza proyectada, promesas cumplidas y beneficios obtenidos.

Al determinar el efecto de la capacitación al personal en la lealtad del cliente, el nivel de la lealtad del cliente después de capacitar al personal es regular con un 41% y buena con un 39%; lo cual permite indicar que en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente hay una lealtad regularmente buena por parte de los clientes. Por ello, se percibe que la capacitación al personal influye de manera positiva en la lealtad del cliente. En este aspecto, guarda relación con la investigación de Jiménez y Zeta (2020) donde señalan que el nivel de satisfacción de los estudiantes, explica en forma significativa a la lealtad afectiva, comportamental y cognitiva del cliente hacia la empresa; a mayor satisfacción de los clientes percibida sobre los servicios brindados, mayor es la lealtad que ellos manifiestan hacia la empresa.

Conclusiones

Se diagnosticó que la capacitación al personal afecta de manera significativa en la satisfacción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente

E.I.R.L, ya que, si no se capacita al personal, se corre distintos riesgos con un impacto negativo de que los clientes no se encuentran satisfechos con el servicio que brinda la empresa.

Se diagnosticó el nivel de satisfacción al cliente en la empresa, siendo el nivel de percepción malo en un 33.8% y regular en 50.7%. El nivel de expectativa malo en 38% y regular en 45%, y el nivel de lealtad malo en un 43.7% y regular en un 36.6%.; lo cual permite indicar que, antes de la capacitación, en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente había una percepción regularmente mala por parte de los clientes.

Se elaboró la capacitación al personal para mejorar el servicio al cliente, a través de un cronograma de capacitación que consta de 8 talleres que refiere al diagnóstico de la empresa, análisis FODA de la empresa, aspectos generales de la empresa, actividades a realizar en el puesto, importancia de la satisfacción del cliente, tipos de cliente, proceso de atención al cliente y, por último, taller de comunicación. Esto generó un aprendizaje muy bueno para el comportamiento de la persona, lo que implica desarrollar nuevas habilidades, actitudes y competencias.

Se determinó que la capacitación al personal tuvo efecto positivo en la percepción del cliente, ya que el nivel de la percepción del cliente después de capacitar al personal es regular con un 42% y buena con un 35%.; lo cual permite indicar que en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente hay una percepción regularmente buena por parte de los clientes

Se determinó que la aplicación de capacitación al personal tuvo efecto positivo en la expectativa del cliente. El nivel de la expectativa del cliente después de capacitar al personal es regular con un 48% y buena con un 31%; lo cual permite indicar que en la empresa

Programa de Capacitación y Formación Docente hay una expectativa regularmente buena por parte de los clientes

Se determinó que la aplicación de capacitación al personal tuvo efecto positivo en la lealtad del cliente. El nivel de la lealtad del cliente después de capacitar al personal es regular con un 41% y buena con un 39%; lo cual permite indicar que en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente hay una lealtad regularmente buena por parte de los clientes.

REFERENCIAS

- Álvarez, R. (2021). Evaluación del nivel de satisfacción del estudiante respecto al servicio educativo bajo el enfoque del modelo HEdPERF en las universidades públicas que integran la Alianza Estratégica de la Universidad Peruana y que implementaron el mecanismo de licenciamiento. *Revista de Investigación Industrial Data*, 24(1), 23-47. <https://dx.doi.org/10.15381/idata.v24i1.17749>.
- Arias, F. (2006). El proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. Caracas, Editorial Episteme
- Badii, M., Castillo, M., Rodríguez, A., Wong, A., & Villalpando, P. (2007). Diseños experimentales e investigación científica. <http://eprints.uanl.mx/12482/1/A5.pdf>
- Barrantes, R. (2014). Investigación: Un camino al conocimiento, Un enfoque Cualitativo, cuantitativo y mixto. San José, Costa Rica: EUNED.
- Bavaresco, A. (2013). Proceso metodología de la investigación: Como hacer un diseño de investigación. <https://gsosa61.files.wordpress.com/2015/11/proceso-metodologico-en-la-investigacion-bavaresco-reduc.pdf>
- Bonilla, D.; Macero, R. y Mora, E. (2018). La importancia de la capacitación en el rendimiento del personal administrativo de la Universidad Técnica de Ambato. *Revista Conrado*, 14(63), 268-273. <http://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>
- Campaña, M. (2019, 12 de marzo). Solo el 22% de las escuelas públicas en La Libertad están en buen estado. *La Industria*. <https://www.ipe.org.pe/portal/solo-el-22-de-escuelas-publicas-en-la-libertad-estan-en-buen-estado/>
- Chiavenato, I. (2009). Comportamiento organizacional: la dinámica del éxito en las organizaciones (2^a ed.).

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento_organizational._La_dina_mica_en_las_organizaciones..pdf

Dessler, G. (2015). Administración de recursos humanos. Pearson.

Setó, D. (2004). De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente.

Hernández, R. (2014). Metodología de la investigación. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Echaiz, C. (2021). Expectativas estudiantiles y el nivel de satisfacción con la calidad educativa de la Universidad Nacional de Huancavelica. [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional de Huancavelica]. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/9058/cayllahua_yu.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

González, V. (2022, 01 de junio). Desafíos de la academia para impactar en el mercado laboral. *América Retail*. <https://www.america-retail.com/opinion/desafios-de-la-academia-para-impactar-en-el-mercado-laboral/>

Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro Molina, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 4(3), 163-173. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)

Hernández, R, Fernández, C., & Baptista, P, (2014). Metodología de la investigación. <https://www.esup.edu.pe/wpcontent/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20BaptistaMetodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

- Jiménez, R., y Zeta, A. (2020). Calidad del servicio, satisfacción y lealtad de estudiantes universitarios peruanos. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(51), 292-301. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1788/1784>
- Mata, Luis (2019). Diseño de investigaciones con enfoque cuantitativo de tipo no experimental. <https://investigaliacr.com/investigacion/disenos-de-investigaciones-con-enfoque-cuantitativo-de-tipo-no-experimental/>
- Parra-Penagos, C., y Rodríguez-Fonseca, F. (2016). La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 6(2), 131–143. <https://doi.org/10.19053/20278306.4602>
- Pereyra, G. (2022, 29 de mayo). ¿Cuál es el futuro de la educación superior luego de dos años de pandemia? *El Comercio*. <https://elcomercio.pe/lima/sucesos/cual-es-el-futuro-de-la-educacion-superior-luego-de-dos-anos-de-pandemia-sunedu-universidades-clases-a-distancia-clases-presenciales-retorno-a-las-aulas-minedu-noticia/>
- Pereyra, L. (2020). Metodología de la investigación. <https://books.google.com.pe/books?id=x9s6EAAAQBAJ&pg=PA23&dq=investigaci%C3%B3n+explicativa&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjcf7uzeD5AhUyF7kGHY0PByQ4ChDoAXoECAMQAg#v=onepage&q=investigaci%C3%B3n%20explicativa&f=false>
- Philip, K. (2001). Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación, implementación y control. (8ª ed.). <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/DIRECCION-DE-MERCADOTECNIA-PHILIP-KOTLER.pdf>

Rodriguez, J., Burneo, K. (2017). Metodología de la investigación.

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/15956328-07d8-4ea1-9661-e0bb86039f8b/content>

Rojas, M. (2020). Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada

incoherente nomenclatura y clasificación.
<https://www.redalyc.org/comocitar.ou?id=63638739004>

Saavedra, V. (2018). La calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente en una institución educativa de Trujillo, 2016. [Tesis de Maestría, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/21749>.

Salazar, A. (2019). Capacitación docente e innovación pedagógica en la escuela de educación básica "Veinticuatro de Mayo", Milagro, Guayas, Ecuador, 2018. [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33792/Salazar_VAD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Salvador, C. (2008). Calidad de servicios: el camino hacia la fidelidad del consumidor. <https://books.google.com.pe/books?id=CoNuAIj2X3oC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Sánchez, F. A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>

Soret, I., & Giménez, E. (2013). Previsión de ventas y fijación de objetivos. <https://books.google.com.pe/books?id=uMrx3aZtUIwC&printsec=frontcover&dq=Previsi%C3%B3n+de+ventas+y+fijaci%C3%B3n+de+objetivos&hl=es->

419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Previsi%C3%B3n%20de%20ventas%20y%20fijaci%C3%B3n%20de%20objetivos&f=false

Tejada, J. & Salazar, N. (2019). Correlación entre los niveles de satisfacción y lealtad del alumno de la Universidad Privada Leonardo da Vinci Trujillo, 2017. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/6922/Tejada_Ruiz_Roberto_Juan_y_Salazar_Chavez_Ninoshka.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Zambrano, J., Loachamín, M., Pilco, M. y Pilco, W. (2019). Cuestionario para medir la importancia y satisfacción de los servicios universitarios desde la perspectiva estudiantil. *Revista Ciencia UNEMI*, 12 (30), 35-45. <https://www.redalyc.org/journal/5826/582661249004/html/>

ANEXOS

TÍTULO: “CAPACITACIÓN AL PERSONAL Y SU EFECTO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA PROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN DOCENTE E.I.R.L. TRUJILLO, 2022”

AUTORAS: ARCE CASTILLO BLANCA KATHERINE; MAGNOLIA ANTICONA LAURA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA	
<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es el efecto de la capacitación al personal en la satisfacción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar el efecto de la capacitación al personal en la satisfacción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>La capacitación al personal afecta de manera significativa en la satisfacción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022.</p>	<p>Variable independiente:</p> <p>CAPACITACIÓN AL PERSONAL</p>	<p>Tipo de Investigación:</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Nivel de la Investigación: Correlacional-explicativo</p> <p>Diseño de Investigación: Experimental</p> <p>Técnicas:</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumentos:</p> <p>Cuestionario</p>	<p><u>3. Población:</u></p> <p>2,100 estudiantes de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L.</p> <p><u>4. Muestra:</u></p> <p>71 estudiantes de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L.</p> <p>(Nivel de confianza: 95%) (Margen de error: 5%)</p>
<p>Problema específico 1</p> <p>¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022?</p>	<p>Objetivo específico 1</p> <p>Diagnosticar nivel de satisfacción del cliente de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022.</p>	<p>Hipótesis Especifica 1</p> <p>El nivel de satisfacción del cliente afecta de manera significativa a la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022. (baja o intermedia)</p>			
<p>Problema específico 2</p> <p>¿De qué manera se elabora la capacitación al personal en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022?</p>	<p>Objetivo Específico 2</p> <p>Elaborar la capacitación al personal en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L. Trujillo, 2022</p>		<p>Variable dependiente:</p>		

<p align="center">Problema específico 3</p> <p>¿Cuál es el efecto de la capacitación al personal en la percepción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022?</p>	<p align="center">Objetivo Específico 3</p> <p>Determinar el efecto de la capacitación al personal en la percepción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L, Trujillo, 2022</p>	<p align="center">Hipótesis Específica 2</p> <p>La capacitación al personal afecta de manera significativa en la percepción del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L, Trujillo, 2022</p>	<p align="center">SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</p>		
<p align="center">Problema específico 4</p> <p>¿Cuál es el efecto de la capacitación al personal en la expectativa del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022?</p>	<p align="center">Objetivo Específico 4</p> <p>Determinar el efecto de la capacitación al personal en la expectativa del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L, Trujillo, 2022</p>	<p align="center">Hipótesis Específica 3</p> <p>La capacitación al personal afecta de manera significativa en la expectativa del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L, Trujillo, 2022</p>			
<p align="center">Problema específico 5</p> <p>¿Cuál es el efecto de la capacitación al personal en la lealtad del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., Trujillo, 2022?</p>	<p align="center">Objetivo Específico 5</p> <p>Determinar el efecto de la capacitación al personal en la lealtad del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L, Trujillo, 2022</p>	<p align="center">Hipótesis Específica 4</p> <p>La capacitación al personal afecta de manera significativa en la lealtad del cliente en la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L, Trujillo, 2022</p>			

ANEXO N°2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

TÍTULO: "CAPACITACIÓN AL PERSONAL Y SU EFECTO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA PROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN DOCENTE E.I.R.L. TRUJILLO, 2022"					
AUTORAS: ARCE CASTILLO BLANCA KATHERINE; MAGNOLIA ANTICONA LAURA					
Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
V. Independiente Capacitación al personal	Según Chiavenato (2001) "La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos."	La capacitación se desarrolla a través de un taller de la duración de una hora. La capacitación se dirige a las 10 trabajadoras del área de admisión de la empresa "Programa de capacitación y formación docente E.I.R.L."	D1: Análisis Según Dessler (2015) es identificar las fortalezas, debilidades, habilidades, conocimientos y actitudes específicas para desarrollar el trabajo con la finalidad de mejorar el rendimiento y la productividad.	-Identificar fortalezas / debilidades del ámbito laboral -Identificar contenido del plan	Nominal
			D2: Validación Para Dessler (2015) se eliminan los defectos del programa y se presenta la capacitación frente a público representativo reducido.	-Presentación del plan a los empleados	
			D3: Ejecución Dressler (2015) afirma que es el enfoque en la presentación del conocimiento y las habilidades, además del contenido de la capacitación. Luego se desarrolla la capacitación a los trabajadores.	-Desarrollo de la capacitación a los trabajadores	

			D4: Evaluación Para Dressler (2015) es valorar los feedback, el aprendizaje, el comportamiento y/o los resultados de los aprendices. Se determina el éxito o fracaso del programa.	- Resultados	
V. Dependiente Satisfacción del cliente	Philip Kotler (2001) define la satisfacción del cliente como "la sensación de placer o decepción de una persona que resulta de comparar el rendimiento o resultado percibido de un producto frente a sus expectativas"	Valoración de los consumidores sobre sus experiencias de compra del servicio a través de la aplicación de una encuesta. La aplicación en tiempo real de las mediciones permite conocer los comentarios de estos sobre los puntos conflictivos durante el proceso	D1: Percepción del cliente Setó (2004) considera que las personas actúan y reaccionan en función de sus percepciones, y no son los hechos reales los que influyen en su comportamiento y hábitos, sino lo que los consumidores piensan del servicio.	-Rapidez del servicio	Ordinal Escala de Likert
				Comunicación recíproca	
				Resolución de dudas/conflictos	
				Trato adecuado por parte del personal	
				Promesas cumplidas	
				Beneficios recibidos	
	Confianza proyectada				
		D2: Expectativa del cliente Setó (2004) considera que las expectativas del cliente se convierten en confianza proyectada, promesas cumplidas y beneficios obtenidos.	Satisfacción por el servicio		
		D3: Lealtad del cliente Según Setó (2004) las empresas están intensificando sus esfuerzos para competir por los mismos nuevos clientes, lo que aumenta el costo de adquirir clientes y reduce la eficiencia de esos esfuerzos de adquisición. Se debe enfatizar la importancia del cliente.	Sentido de pertenencia		

ANEXO N°3: MATRIZ DE INSTRUMENTOS V.1

TÍTULO: "CAPACITACIÓN AL PERSONAL Y SU EFECTO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA PROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN DOCENTE E.I.R.L. TRUJILLO, 2022"			
AUTORAS: ARCE CASTILLO BLANCA KATHERINE; MAGNOLIA ANTICONA LAURA			
VARIABLE	DIMENSION	INDICADOR	ITEMS
V. Independiente Capacitación al personal	Análisis	-Identificar fortalezas / debilidades del ámbito laboral -Identificar contenido del plan	Análisis de los resultados obtenidos en la primera encuesta realizada a los estudiantes
	Validación	-Presentación del plan a los empleados	Presentación del cronograma de actividades mediante la plataforma zoom

	Ejecución	-Desarrollo de la capacitación a los trabajadores	<p>Taller sobre el diagnóstico de la empresa.</p> <p>Taller sobre el FODA de la empresa</p> <p>Taller sobre la misión, visión y valores de la empresa.</p> <p>Taller sobre las actividades a realizar en el puesto.</p> <p>Taller de Importancia de la satisfacción al cliente.</p> <p>Taller de tipos de cliente</p> <p>Taller sobre el proceso de atención al cliente.</p> <p>Taller de comunicación: herramienta practica eficaz en la relación con los clientes.</p>
	Evaluación	-Resultados de la capacitación	Role Play

ANEXO N°4: MATRIZ DE INSTRUMENTOS V.2

TÍTULO: “CAPACITACIÓN AL PERSONAL Y SU EFECTO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA PROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN DOCENTE E.I.R.L. TRUJILLO, 2022”			
AUTORAS: ARCE CASTILLO BLANCA KATHERINE; MAGNOLIA ANTICONA LAURA			
VARIABLE	DIMENSION	INDICADOR	ITEMS
V. Dependiente Satisfacción del cliente	Percepción del cliente	-Rapidez del servicio	1,2,3
		-Comunicación recíproca	4,5
		-Trato adecuado por parte del personal	6,7,8,9
		-Resolución de dudas/conflictos	10,11
	Expectativa del cliente	-Promesas cumplidas	12,13,14
		-Beneficios recibidos	15,16,17,18
		-Confianza proyectada	19,20,21
	Lealtad del cliente	-Satisfacción por el servicio	22,23
		-Sentido de pertenencia	24 y 25

ANEXO N°5: VALIDACIÓN DE EXPERTOS
INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: Mg. Ruíz Espinoza, Moisés Deelvis
- 1.2. Especialidad del validador: Licenciado en Matemática-Estadística
- 1.3. Cargo e institución donde labora: Docente en Universidad Católica de Trujillo.
- 1.4. Nombre del instrumento motivo de la validación: Encuesta Satisfacción del cliente
- 1.5. Autor del instrumento: Blanca Katherine Arce Castillo y Laura Magnolia Anticona

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 1	Regular 2	Bueno 3	Muy Bueno 4	Excelente 5
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Está expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Está adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir				X	
TOTAL					32	10

Coeficiente de valoración porcentual: C=

42

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Debe Aplicarse a la muestra de investigación.

Trujillo, 25 de Julio del 2022



Mg. Derivis Ruiz Espinoza
LIC. EN EDUCACIÓN SECUNDARIA
C.C. MATEMÁTICAS
M.Q. EN INVESTIGACIÓN
CPPe: 154806899

FIRMA DE EXPERTO

DNI: 48006899

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO:

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable de estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA: Muy adecuado / **BA=** Bastante adecuado / **A=** Adecuado / **PA=** Poco adecuado / **NA=** No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

ENCUESTA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE						
ITEMS	VALORACIÓN					OBSERVACIONES
	MA	BA	A	PA	NA	
PERCEPCIÓN DEL CLIENTE						
¿Reconoce quién es su asesora educativa al inicio de cada ciclo?		X				
¿Los plazos para la matricula, pensiones y fecha de exámenes fueron oportunamente informados por la asesora?		X				
¿Las asesoras del área académica de la universidad brindan atención rápida a sus consultas?	X					
¿La comunicación con las asesoras del área académica es recíproca?	X					
¿La atención por vía telefónica y/o WhatsApp de la asesora educativa es suficiente para apoyar mi labor académica?	X					
¿Ha tenido algún inconveniente con la asesora educativa, en este ciclo académico?		X				

¿Se llegó a resolver su inconveniente?	x					
¿Qué tan satisfecho se encontró Ud. con la solución brindada?	x					
¿Considera que recibió un buen trato por parte de las asesoras del área académica de la universidad?	x					
¿Las asesoras del área académica de la universidad han podido dar solución a sus dudas y consultas?	x					
¿La asesora educativa esta siempre dispuesta a ayudarle y disponible para atender?	x					
EXPECTATIVA DEL CLIENTE						
¿Se considera satisfecho por el servicio prestado por el área académica de la Universidad Católica de Trujillo?	x					
¿El servicio que brinda la asesora educativa es acorde a lo que esperaba?	x					
¿El área académica cumple con los tiempos establecidos para la entrega de los trámites solicitados?	x					
¿Qué tan satisfecho se encuentra Ud. con los servicios brindados por la asesora educativa?	x					
¿Por qué ha considerado esa calificación?		x				
¿La asesora educativa demuestra capacidad técnica suficiente para responder a las preguntas que le hace?	x					
¿La asesora educativa le comunica siempre el término de los trámites solicitados?	x					
¿La asesora educativa es empática con los problemas que se presentan en clases o de sus compañeros?	x					
¿Confía que la universidad capacita a las asesoras para su atención?	x					
¿El comportamiento de la asesora educativa le inspira confianza?	x					
LEALTAD DEL CLIENTE						

¿Se siente orgulloso de estudiar en la Universidad Católica de Trujillo?	X					
¿Valora los esfuerzos de la Universidad por mejorar su calidad educativa cada día?	X					
¿Ha desarrollado sentido de pertenencia hacia la Universidad Católica de Trujillo?	X					
¿Recomendaría o matricularía a algún familiar en la Universidad Católica de Trujillo?	X					

Trujillo, 25 de Julio del 2022

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Mg. Ruíz Espinoza Moisés Deelvis.



Mg. Deelvis Ruiz Espinoza
LIC. EN EDUCACIÓN SECUNDARIA
C.C. MATEMÁTICAS
MG. EN INVESTIGACIÓN
CPP# 154806899

FIRMA DE EXPERTO
DNI: 48006899

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: Dr. Ibáñez Gutiérrez. Gonzalo
- 1.2. Especialidad del validador: Licenciado en Educación. Dr. Psicología Infantil.
- 1.3. Cargo e institución donde labora: Docente metodólogo UCT.
- 1.4. Nombre del instrumento motivo de la validación: Encuesta Satisfacción del cliente
- 1.5. Autores del instrumento: Blanca Katherine Arce Castillo y Laura Magnolia Anticona

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 1	Regular 2	Bueno 3	Muy Bueno 4	Excelente 5
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Está expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Está adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir				X	
TOTAL					36	5

Coefficiente de valoración porcentual: C=

41

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Ningún aspecto modificar. SE DEBE APLICAR EL INSTRUMENTO

Trujillo, 25 de Julio del 2022



FIRMA DE EXPERTO
 Dr. Gonzalo Ibáñez Gutiérrez
 DNI N° 17924917

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO:

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable de estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA: Muy adecuado / **BA=** Bastante adecuado / **A=** Adecuado / **PA=** Poco adecuado / **NA=** No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

ENCUESTA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE						
ITEMS	VALORACIÓN					OBSERVACIONES
	MA	BA	A	PA	NA	
PERCEPCIÓN DEL CLIENTE						
¿Reconoce quién es su asesora educativa al inicio de cada ciclo?	x					
¿Los plazos para la matricula, pensiones y fecha de exámenes fueron oportunamente informados por la asesora?	x					
¿Las asesoras del área académica de la universidad brindan atención rápida a sus consultas?	x					
¿La comunicación con las asesoras del área académica es recíproca?	x					
¿La atención por vía telefónica y/o WhatsApp de la asesora educativa es suficiente para apoyar mi labor académica?	x					
¿Ha tenido algún inconveniente con la asesora educativa, en este ciclo académico?	x					

¿Se llegó a resolver su inconveniente?	x					
¿Qué tan satisfecho se encontró Ud. con la solución brindada?	x					
¿Considera que recibió un buen trato por parte de las asesoras del área académica de la universidad?	x					
¿Las asesoras del área académica de la universidad han podido dar solución a sus dudas y consultas?	x					
¿La asesora educativa esta siempre dispuesta a ayudarle y disponible para atender?	x					
EXPECTATIVA DEL CLIENTE						
¿Se considera satisfecho por el servicio prestado por el área académica de la Universidad Católica de Trujillo?	x					
¿El servicio que brinda la asesora educativa es acorde a lo que esperaba?	x					
¿El área académica cumple con los tiempos establecidos para la entrega de los trámites solicitados?	x					
¿Qué tan satisfecho se encuentra Ud. con los servicios brindados por la asesora educativa?	x					
¿Por qué ha considerado esa calificación?	x					
¿La asesora educativa demuestra capacidad técnica suficiente para responder a las preguntas que le hace?	x					
¿La asesora educativa le comunica siempre el término de los trámites solicitados?	x					
¿La asesora educativa es empática con los problemas que se presentan en clases o de sus compañeros?	x					
¿Confía que la universidad capacita a las asesoras para su atención?	x					
¿El comportamiento de la asesora educativa le inspira confianza?	x					
LEALTAD DEL CLIENTE						
¿Se siente orgulloso de estudiar en la Universidad Católica de Trujillo?	x					

¿Valora los esfuerzos de la Universidad por mejorar su calidad educativa cada día?	x					
¿Ha desarrollado sentido de pertenencia hacia la Universidad Católica de Trujillo?	x					
¿Recomendaría o matricularía a algún familiar en la Universidad Católica de Trujillo?	x					

Trujillo, 25 de Julio del 2022

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Dr. Ibáñez Gutiérrez, Gonzalo



FIRMA DE EXPERTO

DNI 17924917

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: Percy Escalante Rojas
- 1.2. Especialidad del validador: Mg. Economista
- 1.3. Cargo e institución donde labora: Docente UPN
- 1.4. Nombre del instrumento motivo de la validación: Encuesta Satisfacción del cliente
- 1.5. Autor del instrumento: Blanca Katherine Arce Castillo y Laura Magnolia Anticona

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 1	Regular 2	Bueno 3	Muy Bueno 4	Excelente 5
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Está expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación			X		
ACTUALIDAD	Está adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables			X		
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones			X		
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación			X		
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando			X		
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir				X	

TOTAL			15	20	
-------	--	--	----	----	--

Coeficiente de valoración porcentual: C=

35

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

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

Trujillo, 25 de Julio del 2022



FIRMA DE EXPERTO

DNI: 26698284

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO:

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable de estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA: Muy adecuado / **BA=** Bastante adecuado / **A=** Adecuado / **PA=** Poco adecuado / **NA=** No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

ENCUESTA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE						
ITEMS	VALORACIÓN					OBSERVACIONES
	MA	BA	A	PA	NA	
PERCEPCIÓN DEL CLIENTE						
¿Reconoce quién es su asesora educativa al inicio de cada ciclo?		X				
¿Los plazos para la matricula, pensiones y fecha de exámenes fueron oportunamente informados por la asesora?		X				
¿Las asesoras del área académica de la universidad brindan atención rápida a sus consultas?		X				
¿La comunicación con las asesoras del área académica es recíproca?		X				

¿La atención por vía telefónica y/o WhatsApp de la asesora educativa es suficiente para apoyar mi labor académica?		X				
¿Ha tenido algún inconveniente con la asesora educativa, en este ciclo académico?		X				
¿Se llegó a resolver su inconveniente?		X				
¿Qué tan satisfecho se encontró Ud. con la solución brindada?		X				
¿Considera que recibió un buen trato por parte de las asesoras del área académica de la universidad?		X				
¿Las asesoras del área académica de la universidad han podido dar solución a sus dudas y consultas?		X				
¿La asesora educativa esta siempre dispuesta a ayudarlo y disponible para atender?		X				
EXPECTATIVA DEL CLIENTE						
¿Se considera satisfecho por el servicio prestado por el área académica de la Universidad Católica de Trujillo?		X				
¿El servicio que brinda la asesora educativa es acorde a lo que esperaba?		X				
¿El área académica cumple con los tiempos establecidos para la entrega de los trámites solicitados?		X				
¿Qué tan satisfecho se encuentra Ud. con los servicios brindados por la asesora educativa?		X				
¿Por qué ha considerado esa calificación?		X				
¿La asesora educativa demuestra capacidad técnica suficiente para responder a las preguntas que le hace?		X				
¿La asesora educativa le comunica siempre el término de los trámites solicitados?		X				
¿La asesora educativa es empática con los problemas que se presentan en clases o de sus compañeros?		X				
¿Confía que la universidad capacita a las asesoras para su atención?		X				

¿El comportamiento de la asesora educativa le inspira confianza?		X				
LEALTAD DEL CLIENTE						
¿Se siente orgulloso de estudiar en la Universidad Católica de Trujillo?		X				
¿Valora los esfuerzos de la Universidad por mejorar su calidad educativa cada día?		X				
¿Ha desarrollado sentido de pertenencia hacia la Universidad Católica de Trujillo?		X				
¿Recomendaría o matricularía a algún familiar en la Universidad Católica de Trujillo?		X				

Trujillo, 25 de Julio del 2022

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Escalante Rojas Percy



FIRMA DE EXPERTO

DNI: 26698284

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: Mg. Ing. Luis Alfredo Mantilla Rodríguez
- 1.2. Especialidad del validador: Ing. Industrial
- 1.3. Cargo e institución donde labora: Docente Tiempo Completo, UPN
- 1.4. Nombre del instrumento motivo de la validación: Encuesta Satisfacción del cliente
- 1.5. Autor del instrumento: Blanca Katherine Arce Castillo y Laura Magnolia Anticona

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente ¹	Regular ²	Bueno ³	Muy Bueno ⁴	Excelente ⁵
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Está expresado de manera coherente y lógica					X
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					X
ACTUALIDAD	Está adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando					X
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir					X
TOTAL					12	35

Coeficiente de valoración porcentual: C=

47

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

Trujillo, 25 de Julio del 2022



FIRMA DE EXPERTO

DNI: 18066188

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO:

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable de estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA: Muy adecuado / **BA=** Bastante adecuado / **A=** Adecuado / **PA=** Poco adecuado / **NA=** No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

ENCUESTA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE						
ITEMS	VALORACIÓN					OBSERVACIONES
	MA	BA	A	PA	NA	
PERCEPCIÓN DEL CLIENTE						
¿Reconoce quién es su asesora educativa al inicio de cada ciclo?	X					
¿Los plazos para la matricula, pensiones y fecha de exámenes fueron oportunamente informados por la asesora?		X				
¿Las asesoras del área académica de la universidad brindan atención rápida a sus consultas?	X					
¿La comunicación con las asesoras del área académica es recíproca?	X					
¿La atención por vía telefónica y/o WhatsApp de la asesora educativa es suficiente para apoyar mi labor académica?		X				
¿Ha tenido algún inconveniente con la asesora educativa, en este ciclo académico?		X				
¿Se llegó a resolver su inconveniente?	X					

¿Qué tan satisfecho se encontró Ud. con la solución brindada?	X					
¿Considera que recibió un buen trato por parte de las asesoras del área académica de la universidad?	X					
¿Las asesoras del área académica de la universidad han podido dar solución a sus dudas y consultas?		X				
¿La asesora educativa esta siempre dispuesta a ayudarle y disponible para atender?	X					
EXPECTATIVA DEL CLIENTE						
¿Se considera satisfecho por el servicio prestado por el área académica de la Universidad Católica de Trujillo?		X				
¿El servicio que brinda la asesora educativa es acorde a lo que esperaba?	X					
¿El área académica cumple con los tiempos establecidos para la entrega de los trámites solicitados?	X					
¿Qué tan satisfecho se encuentra Ud. con los servicios brindados por la asesora educativa?		X				
¿Por qué ha considerado esa calificación?		X				
¿La asesora educativa demuestra capacidad técnica suficiente para responder a las preguntas que le hace?	X					
¿La asesora educativa le comunica siempre el término de los trámites solicitados?	X					
¿La asesora educativa es empática con los problemas que se presentan en clases o de sus compañeros?	X					
¿Confía que la universidad capacita a las asesoras para su atención?						
¿El comportamiento de la asesora educativa le inspira confianza?		X				
LEALTAD DEL CLIENTE						
¿Se siente orgulloso de estudiar en la Universidad Católica de Trujillo?	X					

¿Valora los esfuerzos de la Universidad por mejorar su calidad educativa cada día?		X				
¿Ha desarrollado sentido de pertenencia hacia la Universidad Católica de Trujillo?	X					
¿Recomendaría o matricularía a algún familiar en la Universidad Católica de Trujillo?	X					

Trujillo, 25 de Julio del 2022

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Luis Alfredo Mantilla Rodríguez



FIRMA DE EXPERTO
DNI: 18066188

ANEXO N°6: CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA



Yo **ELIAS INOCENCIO CAPELLAN VASQUEZ** identificado con DNI N°80247227, en mi calidad de **TITULAR GERENTE DE LA EMPRESA PROGRAMA DE CAPACITACION Y FORMACION DOCENTE E.I.R.L.**, con R.U.C N° 20601480345, ubicada en la ciudad de Trujillo.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

A la señorita **LAURA MAGNOLIA ANTICONA**, identificada con DNI N°63339495, egresada de la Carrera profesional de **ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES** que utilice la siguiente información de la empresa **PROGRAMA DE CAPACITACION Y FORMACION DOCENTE E.I.R.L.**:

- Información en general del área académica de Carreras Semipresenciales.
- Facilidad para la aplicación de cuestionarios a los alumnos.
- Facilidad para brindar capacitación a las asesoras del área.


Con la finalidad de que pueda desarrollar su Trabajo de Investigación, Tesis o Trabajo de suficiencia profesional para optar al grado de Bachiller, Maestro, Doctor o Título Profesional.

Recuerda que para el trámite deberás adjuntar también, el siguiente requisito según tipo de empresa:

- Vigencia de Poder. *(para el caso de empresas privadas).*
- ROF / MOF / Resolución de designación, u otro documento que evidencie que el firmante está facultado para autorizar el uso de la información de la organización. *(para el caso de empresas públicas)*
- Copia del DNI del Representante Legal o Representante del área para validar su firma en el formato.

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.

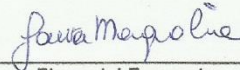
- Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o
 Mencionar el nombre de la empresa.



PROGRAMA DE CAPACITACIÓN
Y FORMACIÓN DOCENTE
Lic. Elias Capellan Vásquez

**Firma y sello del Representante Legal o
Representante del área
DNI: 80247227**

El Egresado/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.



**Firma del Egresado
DNI: 63339495**

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA



Yo **ELIAS INOCENCIO CAPELLAN VASQUEZ** Identificado con DNI 80247227, en mi calidad de **TITULAR GERENTE DE LA EMPRESA PROGRAMA DE CAPACITACION Y FORMACION DOCENTE E.I.R.L.**, con R.U.C N° 20601480345, ubicada en la ciudad de Trujillo.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

A la señorita **BLANCA KATHERINE ARCE CASTILLO**, identificada con DNI N°71466739, egresada de la Carrera profesional de ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES que utilice la siguiente información de la empresa PROGRAMA DE CAPACITACION Y FORMACION DOCENTE E.I.R.L.:

- Información en general del área académica de Carreras Semipresenciales.
- Facilidad para la aplicación de cuestionarios a los alumnos.
- Facilidad para brindar capacitación a las asesoras del área.

Con la finalidad de que pueda desarrollar su Trabajo de Investigación, Tesis o Trabajo de suficiencia profesional para optar al grado de Bachiller, Maestro, Doctor o Título Profesional.

Recuerda que para el trámite deberás adjuntar también, el siguiente requisito según tipo de empresa:

- Vigencia de Poder. *(para el caso de empresas privadas).*
- ROF / MOF / Resolución de designación, u otro documento que evidencie que el firmante está facultado para autorizar el uso de la información de la organización. *(para el caso de empresas públicas)*
- Copia del DNI del Representante Legal o Representante del área para validar su firma en el formato.

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.

- Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o
 Mencionar el nombre de la empresa.


 PROGRAMA DE CAPACITACIÓN
 Y FORMACIÓN DOCENTE
 Lic. Elías Capellan Vásquez
 GERENTE
**Firma y sello del Representante Legal o
 Representante del área
 DNI: 80247227**

El Egresado/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.


**Firma del Egresado
 DNI: 71466739**

CÓDIGO DE DOCUMENTO	COR-F-REC-VAC-05.04	NÚMERO VERSIÓN	07	PÁGINA	Página 1 de 1
FECHA DE VIGENCIA	21/09/2020				

ANEXO N°7: VIGENCIA DE PODER



ZONA REGISTRAL N° V - SEDE TRUJILLO
Oficina Registral de TRUJILLO



Código de Verificación:
39632758
Solicitud N° 2022 - 4501504
26/07/2022 12:40:36

REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS LIBRO DE EMPRESAS INDIVIDUALES DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

CERTIFICADO DE VIGENCIA

El servidor que suscribe, **CERTIFICA:**

Que, en la partida electrónica N° 11258174 del Registro de Personas Jurídicas de la Oficina Registral de TRUJILLO, consta registrado y vigente el **nombramiento** a favor de CAPELLAN VASQUEZ, ELIAS INOCENCIO, identificado con DNI. N° 80247227, cuyos datos se precisan a continuación:

DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL: PROGRAMA DE CAPACITACION Y FORMACION DOCENTE E.I.R.L.

LIBRO: EMPRESAS INDIVIDUALES DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

ASIENTO: A0001

CARGO: GERENTE

FACULTADES:

ARTÍCULO NOVENO.- EL GERENTE TIENE LA REPRESENTACION LEGAL, CIVIL COMERCIAL, JUDICIAL, FISCAL Y ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA Y EN ESPECIAL TIENE LAS SIGUIENTES ATRIBUCIONES:

1.- TENDRA LA PERSONERIA Y REPRESENTACION JURIDICA Y LEGAL DE LA SOCIEDAD PUDIENDO INICIAR Y/O CONTESTAR, Y SEGUIR HASTA SU CULMINACION Y EJECUCION TODO TIPO DE **PROCESOS JUDICIALES, COMERCIAL, CIVIL, CONSTITUCIONAL, PENAL, LABORAL, TRIBUTARIO; COACTIVO, NOTARIALES, ADMINISTRATIVOS**, ASI COMO INICIAR Y ACTUAR EN PROCEDIMIENTOS DE CONCILIACION EXTRAJUDICIAL Y JUDICIAL, DE ARBITRAJE, ENTRE OTROS, OTORGANDE LAS FACULTADES PREVISTAS EN LOS ARTICULOS 74 Y 75 DEL CODIGO PROCESAL CIVIL, INCLUYENDO A TODOS LOS ACTOS DE DISPOSICION DE DERECHOS SUSTANTIVOS Y TAMBIEN PARA INTERPONER DEMANDAS, RECONVENIR, CONTESTAR DEMANDAS Y RECONVENCIONES, DESISTIRSE DEL PROCESO Y DE LA PRETENSION, OTORGAR CONTRACAUTELA MEDIANTE CAUCION JURATORIA, ALLANARSE A LA PRETENSION, PRESTAR DECLARACION DE PARTE, RECONOCER DOCUMENTOS, COBRAR, Y RETIRAR DEPOSITOS O CONSIGNACIONES JUDICIALES, CONCILIAR, TRANSIGIR, SUSTITUIR O DELEGAR LA REPRESENTACION PROCESAL, PRESENTAR RECURSOS DE REPOSICION, APELACION, NULIDAD, CASACION, REVISION, QUEJA, CONSTITUCIONALIDAD, QUEDANDO INCLUIDAS LAS ATRIBUCIONES CUYOS ACTOS REQUIERAN DE PODER ESPECIAL EN EL CODIGO PROCESAL CIVIL, EL CODIGO PROCESAL PENAL, EL CODIGO DE PROCEDIMIENTOS PENALES, EL REGLAMENTO DE PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS, EL TEXTO UNICO ORDENADO DE LA LEY GENERAL DE MINERIA Y SU REGLAMENTO; EL CODIGO TRIBUTARIO, LA LEY DEL IMPUESTO A LA RENTA, LA LEY DEL IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO, LA LEY GENERAL DE HIDROCARBUROS Y SUS REGLAMENTO Y A LAS DEMAS QUE REGULEN LOS IMPUESTO INDIRECTOS Y DIRECTOS, LA LEY DE ADUANAS Y SU REGLAMENTO, LEY DE CONTRATACIONES Y ADQUISICIONES DEL ESTADO Y SU REGLAMENTO.

* CONCILIAR EXTRAJUDICIALMENTE Y DISPONER DEL DERECHO MATERIA DE CONCILIACION; Y TRANSAR EN CENTROS DE CONCILIACION PREVIO AL PROCESO JUDICIAL COMO MECANISMO ALTERNATIVO DE RESOLUCION DE CONFLICTOS.

* SOMETER A ARBITRAJE LAS PRETENSIONES CONTROVERTIDAS, INTERPONER MEDIDAS CAUTELARES EN EL PROCESO ARBITRAL, ASISTIR A LAS AUDIENCIAS, PRESTAR DECLARACIONES DE PARTE, INFORMAR ORALMENTE, SUSCRIBIR E IMPUGNAR LAUDO ARBITRAL, ASÍ COMO TAMBIÉN RENUNCIAR AL ARBITRAJE, DESIGNAR AL ÁRBITRO O ÁRBITROS Y/O INSTITUCIONES QUE HARÁN LAS FUNCIONES DE TRIBUNAL; PRESENTAR EL FORMULARIO DE SUMISIÓN CORRESPONDIENTE Y/O PACTAR LAS REGLAS A LAS QUE SE SOMETERÁ EL PROCESO CORRESPONDIENTE Y/O DISPONER LA APLICACIÓN DEL REGLAMENTO QUE TENGA ESTABLECIDO LA INSTITUCIÓN ORGANIZADORA, SI FUERA EL CASO; PRESENTAR ANTE EL ÁRBITRO O TRIBUNAL ARBITRAL LA

LOS CERTIFICADOS QUE EXTIENDEN LAS OFICINAS REGISTRALAS ACREDITAN LA EXISTENCIA O INEXISTENCIA DE INSCRIPCIONES O ANOTACIONES EN EL REGISTRO AL TIEMPO DE SU EXPEDICION (ART. 140° DEL T.U.O.DEL REGLAMENTO GENERAL DE LOS REGISTROS PUBLICOS APROBADO POR RESOLUCION N° 126-2012-SUNARP-SN)

LA AUTENTICIDAD DEL PRESENTE DOCUMENTO PODRÁ VERIFICARSE EN LA PÁGINA WEB [HTTPS://ENLINEA.SUNARP.GOB.PE/SUNARPWEB/PAGES/PUBLICIDADCERTIFICADA/VERIFICARCERTIFICADOLATERAL](https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/publicidadcertificada/verificarcertificadolateral) FACES EN EL PLAZO DE 90 DÍAS CALENDARIO CONTADOS DESDE SU EMISION.

REGLAMENTO DEL SERVICIO DE PUBLICIDAD REGISTRAL : ARTÍCULO 81 - DELIMITACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD. EL SERVIDOR RESPONSABLE QUE EXPIDE LA PUBLICIDAD FORMAL NO ASUME RESPONSABILIDAD POR LOS DEFECTOS O LAS INEXACTITUDES DE LOS ASIENTOS REGISTRALAS, INDICES AUTOMATIZADOS, Y TITULOS PENDIENTES QUE NO CONSTEN EN EL SISTEMA INFORMÁTICO.

Pag. 1 de 5



ZONA REGISTRAL N° V - SEDE TRUJILLO
Oficina Registral de TRUJILLO



Código de Verificación:
39632758

Solicitud N° 2022 - 4501504
26/07/2022 12:40:36

POSICIÓN DE LA SOCIEDAD, OFRECIENDO LAS PRUEBAS PERTINENTES; CONTESTAR LAS ALEGACIONES DE LA PARTE CONTRARIA Y OFRECER TODOS LOS MEDIOS PROBATORIOS ADICIONALES QUE ESTIME NECESARIO; CONCILIAR Y/O TRANSIGIR Y/O PEDIR LA SUSPENSIÓN Y/O DESISTIRSE DEL PROCESO ARBITRAL; SOLICITAR LA CORRECCIÓN Y/O INTEGRACIÓN Y/O ACLARACIÓN DEL LAUDO ARBITRAL; PRESENTAR Y/O DESISTIRSE DE CUALQUIERA DE LOS RECURSOS IMPUGNATORIOS PREVISTOS EN LA LEY GENERAL DE ARBITRAJE CONTRA LOS LAUDOS, Y PRACTICAR TODOS LOS DEMÁS ACTOS QUE FUERAN NECESARIOS PARA LA TRAMITACIÓN DE LOS PROCESOS, SIN RESERVA NI LIMITACIÓN ALGUNA.

2. REALIZAR TODO **TRAMITE ADMINISTRATIVO**, ANTE ENTIDADES PUBLICAS Y/O PRIVADAS, TALES COMO SUNAT, SUNAD, SUNARP, ESSALUD, ONP, PETT, COFOPRI, MUNICIPALIDADES MUNICIPIO, MINISTERIO DE TRABAJO, INDECOPI, DEFENSORIA DEL PUEBLO, GOBIERNOS REGIONALES Y LOCALES; POLICIA NACIONAL DEL PERU, PREFECTURA, SUBPREFECTURAS, TRIBUNAL CONSTITUCIONAL, ARBITROS Y TRIBUNAL ARBITRAL, CENTROS DE CONCILIACION; AFP; JURADO NACIONAL DE ELECCIONES, RENIEC, ONPE, EMPRESAS DE SERVICIOS DE AGUA, EMPRESAS DE SERVICIOS DE ELECTRICIDAD, TELEFONICA DEL PERU S.A, Y CUALQUIER OTRA EMPRESA DE SERVICIO DE TELEFONIA FIJA O CELULAR, Y DEMAS INSTITUCIONES PUBLICAS Y PRIVADAS, ESTANDO FACULTADO PARA INICIAR Y PROSEGUIR PROCESOS ADMINISTRATIVOS, INTERPONIENDO RECURSOS DE RECLAMACION, OPOSICION, RECONSIDERACION, APELACION Y QUEJA EN TODAS LAS INSTANCIAS; ASI COMO DESISTIRSE DE DICHS RECURSOS, DE CONFORMIDAD CON LO PRESCRITO EN LA LEY 27444, Y NORMAS ESPECIALES CONEXAS; CONCILIAR EXTRAJUDICIALMENTE Y TRANSAR EN CENTROS DE CONCILIACION PREVIO AL PROCESO JUDICIAL COMO MECANISMO ALTERNATIVO DE RESOLUCION DE CONFLICTOS; Y DISPONER DEL DERECHO MATERIA DE CONCILIACION, PRESENTANDO LOS RECURSOS NECESARIOS, Y DE SER NECESARIO INICIAR Y/O CONTESTAR O PROSEGUIR PROCESOS ADMINISTRATIVOS EN LOS QUE SE INCLUYA LOS PODERES ESPECIALES DE DEMANDAR, RECONVENIR, CONTESTAR DEMANDAS, DENUNCIAS Y RECONVENCIONES, PRESTAR DECLARACION DE PARTE, DESISTIRSE DEL PROCESO Y DE LA PRETENSION, ALLANARSE A LA PRETENSION, CONCILIAR, TRANSIGIR, PRESTAR CAUCION JURATORIA, SOMETER A ARBITRAJE LAS PRETENSIONES CONTROVERTIDAS EN EL PROCESO, SUSTITUIR O DELEGAR, LA REPRESENTACION PROCESAL, INTERPONER MEDIOS IMPUGNATORIOS; RECONOCER DOCUMENTOS, ABSOLVER POSICIONES; OFRECER CONTRACAUTELA.

3.- IGUALMENTE SE ENCUENTRA FACULTADO PARA REPRESENTAR A LA EMPRESA ANTE LOS JUZGADOS ESPECIALIZADOS, MIXTOS Y JUZGADOS DE PAZ LETRADOS, PUDIENDO PARTICIPAR EN NEGOCIACIONES COLECTIVAS Y SOBRE DERECHOS INDIVIDUALES DE TRABAJO, PRESENTANDO SOLICITUDES DE CESE COLECTIVO Y PARA INTERVENIR Y DECIDIR SOBRE LOS DEMAS ASPECTOS RELATIVOS A LA ESTABILIDAD EN EL EMPLEO, CONTRATACION Y DESPIDO DEL PERSONAL EN GENERAL.

4.- REPRESENTAR A LA EMPRESA EN LOS PROCEDIMIENTOS LABORALES, EN LOS FUEROS ADMINISTRATIVOS, JUDICIALES O ESPECIAL, EN TODOS LOS NIVELES Y CON LAS FACULTADES GENERALES Y ESPECIALES CITADAS EN EL PUNTO PRECEDENTE Y PARTICULARMENTE LA LEY PROCESAL DEL TRABAJO, REGLAMENTOS, SUSTITUTORIOS, AMPLIATORIOS Y MODIFICATORIAS.

5.- REPRESENTAR A LA EMPRESA EN TODA CLASE DE PROCEDIMIENTOS PENALES CON FACULTADES ESPECIALES PARA DENUNCIAR, CONSTITUIRSE EN PARTE CIVIL Y DESISTIRSE, PRESTAR PREVENTIVAS, TESTIMONIALES, CONFESIONALES, CONFRONTARSE, FORMAR APELACIONES EN TODAS LAS INSTANCIAS, SUSTITUIR O DELEGAR LA REPRESENTACION PROCESAL.

6.- REVOCAR, SUSTITUIR, OTORGAR, DELEGAR Y CANCELAR PODERES A LOS FUNCIONARIOS DE LA EMPRESA Y PERSONAL QUE SE ESTIME CONVENIENTE, SIN NINGUNA LIMITACION.

7.- INTERVENIR A NOMBRE DE LA EMPRESA EN CONCURSOS DE PRECIOS O LICITACIONES PUBLICAS O PRIVADAS AL IGUAL QUE PRESENTARSE COMO POSTOR EN LICITACIONES, REMATES, Y ADJUDICACIONES, ASI COMO EN CONVENIOS EXTRAJUDICIALES, Y PEDIR DECLARATORIA DE INSOLVENCIAS Y QUIEBRAS.- SOLICITAR REGISTROS DE MARCAS Y PATENTES.

8.- SOMETER ASUNTOS Y CONTROVERSIAS A PROCESOS ARBITRALES, TANTO NACIONALES COMO EXTRANJEROS.

9.- PODRA CELEBRAR CONTRATOS DE CUALQUIER NATURALEZA SUSCRIBIENDO LOS DOCUMENTOS CORRESPONDIENTES.- TAMBIEN ESTA FACULTADO PARA SUSCRIBIR ADVANCE ACCOUNTS, LETRAS HIPOTECARIAS, CREDITOS DOCUMENTARIOS, ARRENDAMIENTO FINANCIERO, AVALES Y CARTAS FIANZAS, DOCUMENTOS DE EMBARQUE Y DESEMBARQUE, TELEVISE Y CONVENIO, FIDEICOMISO, LEASING, JOINT VENTURE, FACTORING, FRANCHISING, UNDERWRITING, CREDICART, SWAP, ETC, ASI COMO LA DOCUMENTACION CREDITICIA O ADMINISTRATIVA QUE SEAN NECESARIAS PARA EL DESARROLLO Y GESTION DE LA ACTIVIDAD

LOS CERTIFICADOS QUE EXTIENDEN LAS OFICINAS REGISTRALES ACREDITAN LA EXISTENCIA O INEXISTENCIA DE INSCRIPCIONES O ANOTACIONES EN EL REGISTRO AL TIEMPO DE SU EXPEDICION (ART. 140° DEL T.U.O DEL REGLAMENTO GENERAL DE LOS REGISTROS PUBLICOS APROBADO POR RESOLUCION N° 128-2012-SUNARP-SN)

LA AUTENTICIDAD DEL PRESENTE DOCUMENTO PODRÁ VERIFICARSE EN LA PÁGINA WEB [HTTPS://ENLINEA.SUNARP.GOB.PE/SUNARPWEB/PAGES/PUBLICIDADCERTIFICADA/VERIFICARCERTIFICADOLITERAL.FACES](https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/publicidadcertificada/verificarcertificadoliteral.faces) EN EL PLAZO DE 90 DÍAS CALENDARIO CONTADOS DESDE SU EMISION.

REGLAMENTO DEL SERVICIO DE PUBLICIDAD REGISTRAL : ARTÍCULO 81 - DELIMITACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD. EL SERVIDOR RESPONSABLE QUE EXPIDE LA PUBLICIDAD FORMAL NO ASUME RESPONSABILIDAD POR LOS DEFECTOS O LAS INEXACTITUDES DE LOS ASIENTOS REGISTRALES, INDICES AUTOMATIZADOS, Y TITULOS PENDIENTES QUE NO CONSTEN EN EL SISTEMA INFORMÁTICO.

Pag. 2 de 5



ZONA REGISTRAL N° V - SEDE TRUJILLO
Oficina Registral de TRUJILLO



Código de Verificación:
39632758
Solicitud N° 2022 - 4501504
26/07/2022 12:40:36

ECONOMICA DE LA EMPRESA; ASI COMO ESTA FACULTADO PARA CONSTITUIR SOCIEDADES, ASOCIACIONES, COMITES, PODRA SUSTITUIR Y DELEGAR EL PODER QUE SE LE OTORGA POR ESTE DOCUMENTOS A TERCEROS, REVOCARLO Y RESTITUIRLO CUANDO LO ESTIMEN CONVENIENTE.

10.- PODRA, COMPRAR, DONAR, ACEPTAR EN DONACION, CONSTITUIR GARANTIAS MOBILIARIAS, OTORGAR FIANZAS SOLIDARIAS PARA GARANTIZAR OBLIGACIONES DE LA EMPRESA Y DE TERCEROS, SOLICITAR CARTAS FIANZAS, CONSTITUIR PRENDAS DINERARIAS, HIPOTECAR, RENUNCIAR A HIPOTECAS LEGALES QUE PUDIERAN CONSTITUIRSE A FAVOR DE LA EMPRESA, LEVANTAR Y/O CANCELAR GARANTIAS MOBILIARIAS, HIPOTECAS, Y LEVANTAR TODO TIPO DE GRAVAMENES, ANTICRESAR, GRAVAR, PERMUTAR, DACION EN PAGO, COMODATO, USO, USUFRUCTO, MUTUO DISENSO, OTORGAR FIANZA MANCOMUNADA Y SOLIDARIA, ARRENDAR ACTIVA Y PASIVAMENTE TODA CLASE DE BIENES MUEBLES O INMUEBLES, AFIANZAR Y/O AVALAR OBLIGACIONES, PODRA INTERVENIR EN LICITACIONES O CONCURSOS PUBLICOS DE PRECIOS.

11- PODRA CELEBRAR CONTRATOS DE CREDITO CTA. CTE. CREDITOS DOCUMENTARIOS. OTROS CREDITOS, SOLICITAR, CELEBRAR Y SUSCRIBIR CREDITOS EN GENERAL, PRESTAMOS Y MUTUOS SOLICITAR FIANZAS, Y RETIRAR IMPOSICIONES. DEPOSITAR VALORES EN CUSTODIA Y RETIRARLOS. ABRIR, CERRAR, ALQUILAR CAJAS DE SEGURIDAD, HIPOTECAR. OTORGAR EN GARANTIA MOBILIARIA, OTORGAR FIANZA MANCOMUNADA Y SOLIDARIA. CONTRATAR, RENOVAR, AFECTAR, DEPOSITAR, AVALAR. ENDOSAR POLIZAS DE SEGUROS. CEDER CREDITOS. ENDOSAR Y RENOVAR WARRANTS, DOCUMENTOS DE EMBARQUE Y CERTIFICADOS.

CUENTAS CORRIENTES. CUENTAS DE AHORRO. CUENTAS A PLAZOS: ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR, RETIRAR, AFECTAR DEPOSITOS.

LETRAS: PARA GIRAR, ACEPTAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y AFECTAR, RENOVAR Y AVALAR.

VALES Y PAGARES: PARA VALES Y PAGARES, EMITIR, ENDOSARLOS Y DESCONTARLOS, AVALARLOS, SUSCRIBIRLOS, GIRAR, RENOVAR Y ACEPTARLOS.

CHEQUES: PARA COBRAR CHEQUES. PARA GIRAR CHEQUES.

PARA GIRAR CHEQUES EN SOBREGIRO. PARA ENDOSAR CHEQUES A FAVOR DE TERCEROS SOLO PARA ABONO EN CTA.

COBROS: PARA COBRAR Y OTORGAR RECIBOS Y CANCELACIONES.

CAJA DE SEGURIDAD: - ABRIR CERRAR.

CONTRATAR, ENDOSAR Y RENOVAR SEGUROS.

CERTIFICADOS BANCARIOS Y VALORES EN GENERAL COMPRAR, VENDER, RETIRAR, RENOVAR, ENDOSAR. ENTREGAR CUSTODIA Y RETIRAR CUSTODIA.

- CONSTITUIR ASOCIACIONES EN PARTICIPACION, CONSORCIOS, JOINT VENTURES Y DEMAS CONTRATOS ASOCIATIVOS; DETERMINANDO LA PARTICIPACION DE **LA PODERDANTE** EN EL CAPITAL SOCIAL Y LOS TERMINOS DEL CONTRATO.

- CELEBRAR TODO TIPO DE OPERACIONES BANCARIAS O FINANCIERAS, ADEMAS DE LOS ESPECIFICAMENTE SEÑALADAS Y DE CUALQUIER MODALIDAD REFERENTE A TITULOS VALORES EN GENERAL O DE INSTRUMENTOS DE PAGO, SEAN ESTOS CON LA BANCA COMERCIAL EN GENERAL O BANCA ESTATAL O DE FOMENTO, FINANCIERAS, CAJAS RURALES, CAJAS MUNICIPALES, EDPYMES Y ORGANISMOS NO GUBERNAMENTALES; Y, EN GENERAL, CON CUALQUIER ENTIDAD DE CREDITO, NACIONAL O EXTRANJERA, SE ENCUENTREN O NO BAJO LA SUPERVISION Y CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE BANCA Y SEGUROS.

- CELEBRAR TODO TIPO DE CONTRATOS, ADEMAS DE LOS ANTES SEÑALADOS Y ESPECIALMENTE DE MUTUO CON GARANTIA DE LETRAS HIPOTECARIAS, FACTORING, UNDERWRITING, FRANCHISING; ENGINEERING, KNOW HOW, COMMODITIES, TARJETA DE CREDITO; Y, TODA CLASE DE CONTRATOS MODERNOS EN GENERAL, ASI COMO CEDER LA POSICION CONTRACTUAL.

- EN LO REFERENTE A NEGOCIACION DE TITULOS VALORES; ASI COMO EN LOS CASOS DE ARRENDAMIENTO, QUEDA FACULTADO PARA PODER OFERTAR AL MEJOR POSTOR, DETERMINAR FORMAS Y CONDICIONES DE VENTA O PAGO; PACTAR EL PRECIO, SUS CONDICIONES Y FORMAS DE PAGO.

- CELEBRAR CONTRATO DE PUBLICIDAD PACTANDO PLAZO, CONDICIONES ECONOMICAS.

- COMPRAR, NEGOCIAR Y VENDER EN FORMA DIRECTA O POR AGENTE DE BOLSA, TITULOS VALORES Y BONOS MOBILIARIOS, BONOS EN GENERAL, ACCIONES DE BOLSA Y SOCIETARIAS, Y PAPELES COMERCIALES EN GENERAL.

- LAS FACULTADES QUE SE REFIEREN A OPERACIONES BANCARIAS, SE ENTIENDEN OTORGADAS TANTO PARA OPERACIONES EN MONEDA NACIONAL O EXTRANJERA.

LOS CERTIFICADOS QUE EXTIENDEN LAS OFICINAS REGISTRALAS ACREDITAN LA EXISTENCIA O INEXISTENCIA DE INSCRIPCIONES O ANOTACIONES EN EL REGISTRO AL TIEMPO DE SU EXPEDICION (ART. 140° DEL T.U.O DEL REGLAMENTO GENERAL DE LOS REGISTROS PUBLICOS APROBADO POR RESOLUCION N° 128-2012-SUNARP-SN)

LA AUTENTICIDAD DEL PRESENTE DOCUMENTO PODRÁ VERIFICARSE EN LA PÁGINA WEB [HTTPS://ENLINEA SUNARP GOB PE/SUNARPWEB/PAGES/ PUBLICIDADCERTIFICADA/VERIFICARCERTIFICADOLITERALFACES](https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/publicidadcertificada/verificarcerficadoliteralfaces) EN EL PLAZO DE 90 DÍAS CALENDARIO CONTADOS DESDE SU EMISIÓN.

REGLAMENTO DEL SERVICIO DE PUBLICIDAD REGISTRAL : ARTÍCULO 81 - DELIMITACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD. EL SERVIDOR RESPONSABLE QUE EXPIDE LA PUBLICIDAD FORMAL NO ASUME RESPONSABILIDAD POR LOS DEFECTOS O LAS INEXACTITUDES DE LOS ASIENTOS REGISTRALAS, INDICES AUTOMATIZADOS, Y TITULOS PENDIENTES QUE NO CONSTEN EN EL SISTEMA INFORMÁTICO.

Pag. 3 de 5



ZONA REGISTRAL N° V - SEDE TRUJILLO
Oficina Registral de TRUJILLO



Código de Verificación:
39632758
Solicitud N° 2022 - 4501504
26/07/2022 12:40:36

- SOLICITAR Y RECOGER TARJETAS DE CREDITO O DE DEBITO DE CUALQUIER ENTIDAD BANCARIA O FINANCIERA.
 - REALIZAR TRAMITES Y GESTIONES ADMINISTRATIVAS SIN RESTRICCIÓN ALGUNA, ANTE ENTIDADES BANCARIAS Y FINANCIERAS, TALES COMO SOLICITAR CAMBIOS DE DOMICILIO, SOLICITAR TARJETAS DE CREDITO U OTRAS, TRAMITAR LA RENOVACION, DUPLICADO, CANCELACION Y/O ANULACION DE TARJETAS DE CREDITO, EL BLOQUEO Y DESBLOQUEO DE TARJETAS, VERIFICAR ESTADOS DE CUENTA Y DEMAS ACTOS QUE SE REQUIERAN, SUSCRIBIENDO PARA EL EFECTO LOS DOCUMENTOS QUE SEAN NECESARIOS.
 - 12.- REGISTRAR EN NOMBRE DE LA EMPRESA, MODELOS INDUSTRIALES, MARCAS DE FÁBRICA Y COMERCIO, NOMBRES COMERCIALES Y TODO LO RELACIONADO A ESTA CLASE DE REGISTROS.
 - 13.- CELEBRAR CONTRATOS DE GARANTIAS MOBILIARIAS, AFIANZAR OBLIGACIONES O PRESTAR AVAL.
 - 14.- CUMPLIR Y HACER CUMPLIR LOS ACUERDOS DEL TITULAR.
 - 15.- ORGANIZAR EL REGIMEN INTERNO DE LA EMPRESA.
 - 16.- USAR EL SELLO DE LA EMPRESA, EXPEDIR CORRESPONDENCIA, EPISTOLAR Y CONTROLAR QUE LA CONTABILIDAD ESTE AL DIA.
 - 17.- REVOCAR LAS SUSTITUCIONES, GOZANDO ADEMAS DE LAS FACULTADES QUE EL DECRETO LEY 21621 LE CONFIERE.
- EL GERENTE PODRA REALIZAR LAS FACULTADES ANTERIORMENTE DESCRITAS, **A SOLA FIRMA.**

DOCUMENTO QUE DIO MÉRITO A LA INSCRIPCIÓN:

ESCRITURA PÚBLICA N° 681 DEL 23/02/2015, OTORGADA ANTE NOTARIO DE VICTOR LARCO -TRUJILLO, DORIS ISABEL PAREDES HARO

II. ANOTACIONES EN EL REGISTRO PERSONAL O EN EL RUBRO OTROS:

NINGUNO.

III. TITULOS PENDIENTES:

NINGUNO.

IV. DATOS ADICIONALES DE RELEVANCIA PARA CONOCIMIENTO DE TERCEROS:

REGLAMENTO DEL SERVICIO DE PUBLICIDAD REGISTRAL : ARTÍCULO 81 - DELIMITACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD. EL SERVIDOR RESPONSABLE QUE EXPIDE LA PUBLICIDAD FORMAL NO ASUME RESPONSABILIDAD POR LOS DEFECTOS O LAS INEXACTITUDES DE LOS ASIENTOS REGISTRALES, ÍNDICES AUTOMATIZADOS, Y TÍTULOS PENDIENTES QUE NO CONSTEN EN EL SISTEMA INFORMÁTICO.

V. PÁGINAS QUE ACOMPAÑAN AL CERTIFICADO:

NINGUNO.

N° de Fojas del Certificado: 5

Derechos Pagados: 2022-247-9861 S/ 28.00
Tasa Registral del Servicio S/ 28.00

Verificado y expedido por GUERRERO SIME, JULIO CESAR, Abogado Certificador de la Oficina Registral de Trujillo, a las 10:36:16 horas del 02 de Agosto del 2022.

LOS CERTIFICADOS QUE EXTIENDEN LAS OFICINAS REGISTRALES ACREDITAN LA EXISTENCIA O INEXISTENCIA DE INSCRIPCIONES O ANOTACIONES EN EL REGISTRO AL TIEMPO DE SU EXPEDICION (ART. 140° DEL T.U.O. DEL REGLAMENTO GENERAL DE LOS REGISTROS PUBLICOS APROBADO POR RESOLUCION N° 128-2012-SUNARP-SN)

LA AUTENTICIDAD DEL PRESENTE DOCUMENTO PODRÁ VERIFICARSE EN LA PÁGINA WEB [HTTPS://ENLINEA.SUNARP.GOB.PE/SUNARPWEB/PAGES/PUBLICIDADCERTIFICADA/VERIFICARCERTIFICADOLITERALFACES](https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/publicidadcertificada/verificarcertificadoliteralfaces) EN EL PLAZO DE 90 DÍAS CALENDARIO CONTADOS DESDE SU EMISIÓN.

REGLAMENTO DEL SERVICIO DE PUBLICIDAD REGISTRAL : ARTÍCULO 81 - DELIMITACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD. EL SERVIDOR RESPONSABLE QUE EXPIDE LA PUBLICIDAD FORMAL NO ASUME RESPONSABILIDAD POR LOS DEFECTOS O LAS INEXACTITUDES DE LOS ASIENTOS REGISTRALES, ÍNDICES AUTOMATIZADOS, Y TÍTULOS PENDIENTES QUE NO CONSTEN EN EL SISTEMA INFORMÁTICO.

Pag. 4 de 5



ZONA REGISTRAL N° V - SEDE TRUJILLO
Oficina Registral de TRUJILLO



Código de Verificación:
39632758
Solicitud N° 2022 - 4501504
26/07/2022 12:40:36

Julia César Guerrero Soria
ABOGADO CERTIFICADO
ZONA REGISTRAL N° V - SEDE TRUJILLO

LOS CERTIFICADOS QUE EXTIENDEN LAS OFICINAS REGISTRALES ACREDITAN LA EXISTENCIA O INEXISTENCIA DE INSCRIPCIONES O ANOTACIONES EN EL REGISTRO AL TIEMPO DE SU EXPEDICIÓN (ART. 140° DEL T.U.O. DEL REGLAMENTO GENERAL DE LOS REGISTROS PÚBLICOS APROBADO POR RESOLUCIÓN N° 128-2012-SUNARP-SN)

LA AUTENTICIDAD DEL PRESENTE DOCUMENTO PODRÁ VERIFICARSE EN LA PÁGINA WEB [HTTPS://ENLINEA SUNARP GOB PE/SUNARPWEB/PAGES/PUBLICIDADCERTIFICADA/VERIFICARCERTIFICADOLATERAL.FACES](https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/publicidadcertificada/verificarcertificadolateral.faces) EN EL PLAZO DE 90 DÍAS CALENDARIO CONTADOS DESDE SU EMISIÓN.

REGLAMENTO DEL SERVICIO DE PUBLICIDAD REGISTRAL : ARTÍCULO 81 - DELIMITACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD. EL SERVIDOR RESPONSABLE QUE EXPIDE LA PUBLICIDAD FORMAL NO ASUME RESPONSABILIDAD POR LOS DEFECTOS O LAS INEXACTITUDES DE LOS ASIENTOS REGISTRALES, ÍNDICES AUTOMATIZADOS, Y TÍTULOS PENDIENTES QUE NO CONSTEN EN EL SISTEMA INFORMÁTICO.

Pag. 5 de 5

CONSTANCIA DE SUFRAGIO	CONSTANCIA DE SUFRAGIO	CONSTANCIA DE SUFRAGIO	CONSTANCIA DE SUFRAGIO
CONSTANCIA DE SUFRAGIO	CONSTANCIA DE SUFRAGIO	CONSTANCIA DE SUFRAGIO	CONSTANCIA DE SUFRAGIO

Departamento **LA LIBERTAD** Provincia **TRUJILLO** Distrito **TRUJILLO**

Dirección
MZ.S LT.2 URB.MONSERRAT 5TA.ETAPA

Observaciones
Donación de Organos **NO** Grupo de Votación **211618**

GOBIERNO REGIONAL LA LIBERTAD

VACUNA CONTRA LA COVID-19

1ERA DOSIS	2DA DOSIS
	13/10

4250781

CARMEN VELAZQUEZ RODRIGUEZ

[Firma]

JEFE SUFRAGIO

Indice Det 000371 000173 48210W 0245 05836314



ANEXO N°9: CUESTIONARIO AL CLIENTE

Estimado(a) Estudiante:

Le agradecemos anticipadamente por su colaboración en dar su opinión sobre el área académica de Carreras Semipresenciales. Esta encuesta tiene como fin recopilar información suficiente acerca de la satisfacción de los clientes de la Universidad Católica de Trujillo para fines académicos.

Instrucciones: por favor marque la opción que mejor describa su opinión en relación a cada una de las preguntas que se incluyen en el cuestionario

Es importante que sepa que sus respuestas se mantendrán confidenciales, estos serán recolectados en línea, no se incluyen identificadores como nombre o algún otro dato personal, así que no aparecerá en ningún documento, ni en las bases de datos que utilizaremos. Le agradecemos de antemano su amable colaboración.

INTRODUCCIÓN

¿Cuál es su género?

¿Qué edad tiene?

¿Se encuentra estudiando en el semestre actual 2022-I de carreras semipresenciales en Universidad Católica de Trujillo?

¿Si su respuesta fue NO, indíquenos cual fue el motivo?

¿Qué carrera semipresencial se encuentra estudiando en la Universidad Católica de Trujillo?

¿En qué ciclo se encuentra estudiando?

	AUTORAS: BLANCA KATHERINE ARCE CASTILLO & LAURA MAGNOLIA ANTICONA
N°	ITEMS
	Variable: Satisfacción de los clientes
	Dimensión: Percepción del cliente
1	¿Reconoce quién es su asesora educativa del semestre 2022-1?
2	¿Los plazos para la matrícula, pensiones y fecha de exámenes fueron oportunamente informados por la asesora?
3	¿Las asesoras del área académica de la universidad brindan atención rápida a sus consultas?
4	¿La comunicación con las asesoras del área académica es recíproca?
5	¿La atención por vía telefónica y/o WhatsApp de la asesora educativa es suficiente para apoyar mi labor académica?
6	¿Ha tenido algún inconveniente con la asesora educativa, en este ciclo académico?
7	¿Se llegó a resolver su inconveniente?
8	¿Qué tan satisfecho se encontró Ud. con la solución brindada?
9	¿Considera que recibió un buen trato por parte de las asesoras del área académica de la universidad?
10	¿Las asesoras del área académica de la universidad han podido dar solución a sus dudas y consultas?
11	¿La asesora educativa esta siempre dispuesta a ayudarlo y disponible para atender?
	Dimensión: Expectativa del cliente
12	¿Se considera satisfecho por el servicio prestado por el área académica de la Universidad Católica de Trujillo?
13	¿El servicio que brinda la asesora educativa es acorde a lo que esperaba?
14	¿El área académica cumple con los tiempos establecidos para la entrega de los trámites solicitados?
15	¿Qué tan satisfecho se encuentra Ud. con los servicios brindados por la asesora educativa?
16	¿Por qué ha considerado esa calificación?
17	¿La asesora educativa demuestra capacidad técnica suficiente para responder a las preguntas que le hace?
18	¿La asesora educativa le comunica siempre el término de los trámites solicitados?
19	¿La asesora educativa es empática con los problemas que se presentan en clases o de sus compañeros?
20	¿Confía que la universidad capacita a las asesoras para su atención?
21	¿El comportamiento de la asesora educativa le inspira confianza?
	Dimensión: Lealtad del cliente
22	¿Se siente orgulloso de estudiar en la Universidad Católica de Trujillo?
23	¿Valora los esfuerzos de la Universidad por mejorar su calidad educativa cada día?
24	¿Ha desarrollado sentido de pertenencia hacia la Universidad Católica de Trujillo?
25	¿Recomendaría o matricularía a algún familiar en la Universidad Católica de Trujillo?

ANEXO N°10: PRUEBA DE CONFIABILIDAD ALFA DE CRONBACH
Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	70	98.6
	Excluido ^a	1	1.4
	Total	71	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
1. ¿Reconoce quien es su asesora educativa al inicio de cada ciclo? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	2.61	1.094	70
2. ¿Los plazos para la matricula, pensiones y fecha de exámenes fueron oportunamente informados por la asesora? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	2.69	1.198	70
3. ¿Las asesoras del área académica de la universidad brindan atención rápida a sus consultas? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	2.51	1.087	70
4. ¿La comunicación con las asesoras del área académica es recíproca? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	2.54	1.125	70
5. ¿La atención por vía telefónica y/o whatsapp de la asesora educativa es suficiente para apoyar su labor académica? Considerando 1 Insuficiente -2 Suficiente - 3 Bien - 4 Muy bien - 5 Excelente	2.51	1.087	70
6. ¿Ha tenido algún inconveniente con alguna asesora educativa, durante un ciclo académico? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	2.47	1.059	70
7. ¿Se llegó a resolver su inconveniente? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	2.74	0.958	70
8. ¿Qué tan satisfecho se encontró ud. con la solución brindada? . Considerando 1 Muy Insatisfecho -2 Insatisfecho - 3 Neutral - 4 Satisfecho - 5 Muy satisfecho	2.76	1.055	70
9. ¿Considera que recibe un buen trato por parte de las asesoras del área académica de la universidad? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	2.80	1.137	70
10. ¿Las asesoras del área académica de la universidad han podido dar solución a sus dudas y consultas? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	2.70	1.054	70
11. ¿La asesora educativa esta siempre dispuesta a ayudarle y disponible para atender? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	2.69	1.029	70
12. ¿Se considera satisfecho por el servicio prestado por el área académica de la Universidad Católica de Trujillo? Considerando 1 Muy Insatisfecho -2 Insatisfecho - 3 Neutral - 4 Satisfecho - 5 Muy satisfecho	2.76	1.109	70
13. ¿El servicio que brinda la asesora educativa es acorde a lo que esperaba? Considerando 1 Muy Insatisfecho -2 Insatisfecho - 3 Neutral - 4 Satisfecho - 5 Muy satisfecho	2.70	1.068	70
14. ¿El área académica cumple con los tiempos establecidos para la entrega de los trámites solicitados? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	2.50	1.032	70

15. ¿Qué tan satisfecho se encuentra Ud. con los servicios brindados por la asesora educativa? Considerando 1 Muy Insatisfecho -2 Insatisfecho - 3 Neutral - 4 Satisfecho - 5 Muy satisfecho	2.74	1.138	70
17. ¿La asesora educativa demuestra capacidad técnica suficiente para responder a las preguntas que le hace? Considerando 1 Insuficiente -2 Suficiente - 3 Bien - 4 Muy bien - 5 Excelente	2.66	1.166	70
18. ¿La asesora educativa le comunica siempre el término de los trámites solicitados? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	2.74	1.151	70
19. ¿La asesora educativa es empática con los problemas que se presentan en clases o de sus compañeros? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	2.69	1.136	70
20. ¿Confía que la universidad capacita a las asesoras para su atención? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	2.66	1.153	70
21. ¿El comportamiento de la asesora educativa le inspira confianza? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	2.66	1.102	70
22. ¿Se siente orgulloso de estudiar en la Universidad Católica de Trujillo?	2.77	1.169	70
23. ¿Valora los esfuerzos de la Universidad por mejorar su calidad educativa cada día?	2.67	1.176	70
24. ¿Ha desarrollado sentido de pertenencia hacia la Universidad Católica de Trujillo?	2.66	1.128	70
25. ¿Recomendaría o matricularía a algún familiar en la Universidad Católica de Trujillo?	2.71	1.241	70

Resumen de procesamiento de casos

Casos		N		%	
	Válido	71	100.0		
	Excluido ^a	0	0.0		
	Total	71	100.0		

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

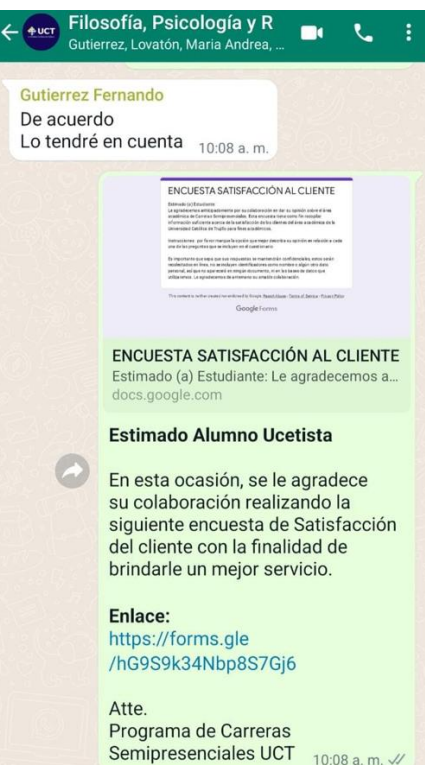
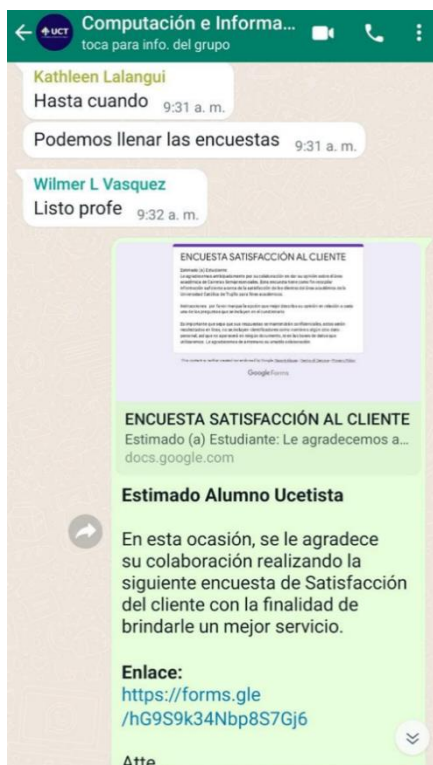
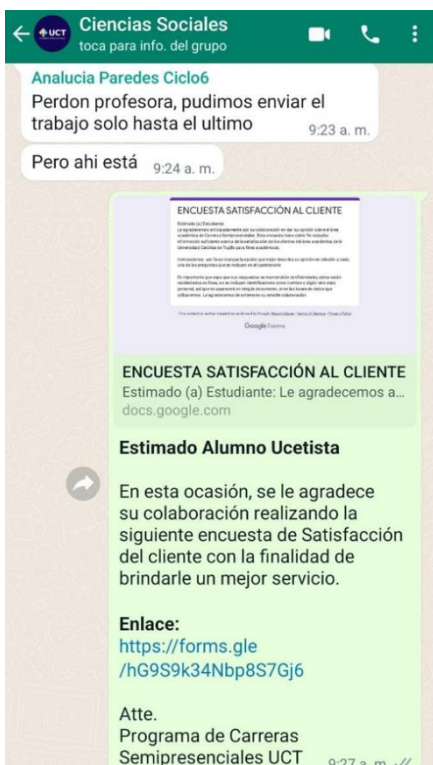
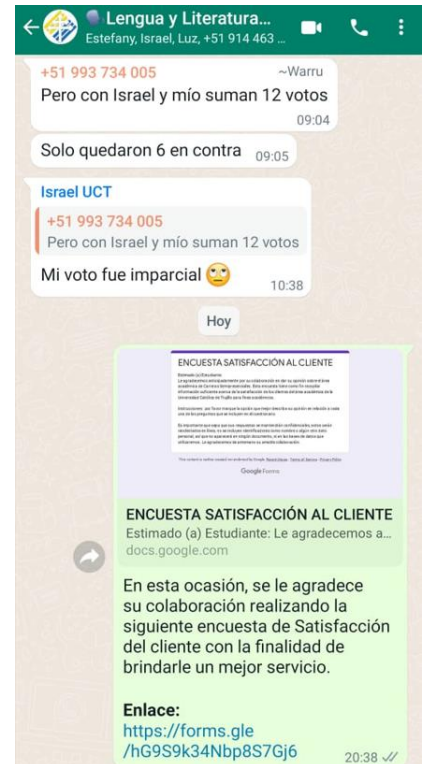
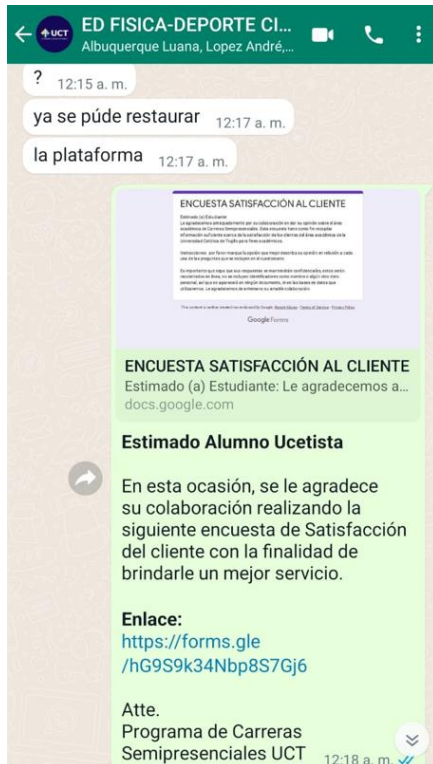
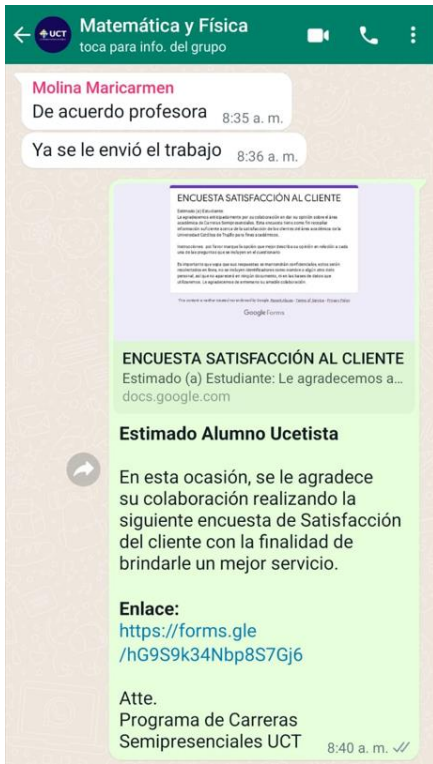
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.997	24

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. ¿Reconoce quien es su asesora educativa al inicio de cada ciclo? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	73.48	575.767	0.970	0.996
2. ¿Los plazos para la matricula, pensiones y fecha de exámenes fueron oportunamente informados por la asesora? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	73.45	569.794	0.961	0.996
3. ¿Las asesoras del área académica de la universidad brindan atención rápida a sus consultas? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	73.54	578.195	0.974	0.996
4. ¿La comunicación con las asesoras del área académica es recíproca? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	73.35	574.689	0.979	0.996
5. ¿La atención por via telefónica y/o whatsapp de la asesora educativa es suficiente para apoyar su labor académica? Considerando 1 Insuficiente -2 Suficiente - 3 Bien - 4 Muy bien - 5 Excelente	73.75	577.935	0.939	0.996
6. ¿Ha tenido algún inconveniente con alguna asesora educativa, durante un ciclo académico? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	74.58	586.133	0.861	0.997
7. ¿Se llegó a resolver su inconveniente? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	73.38	580.325	0.970	0.996
8. ¿Qué tan satisfecho se encontró ud. con la solución brindada? . Considerando 1 Muy Insatisfecho -2 Insatisfecho - 3 Neutral - 4 Satisfecho - 5 Muy satisfecho	73.35	575.346	0.978	0.996
9. ¿Considera que recibe un buen trato por parte de las asesoras del área académica de la universidad? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	73.48	577.139	0.979	0.996
10. ¿Las asesoras del área académica de la universidad han podido dar solución a sus dudas y consultas? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	73.44	583.135	0.951	0.996
11. ¿La asesora educativa esta siempre dispuesta a ayudarle y disponible para atender? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	73.28	578.548	0.967	0.996
12. ¿Se considera satisfecho por el servicio prestado por el área académica de la Universidad Católica de Trujillo? Considerando 1 Muy Insatisfecho -2 Insatisfecho - 3 Neutral - 4 Satisfecho - 5 Muy satisfecho	73.32	577.822	0.974	0.996

13. ¿El servicio que brinda la asesora educativa es acorde a lo que esperaba? Considerando 1 Muy Insatisfecho -2 Insatisfecho - 3 Neutral - 4 Satisfecho - 5 Muy satisfecho	73.58	580.190	0.960	0.996
14. ¿El área académica cumple con los tiempos establecidos para la entrega de los trámites solicitados? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	73.63	581.693	0.877	0.997
15. ¿Qué tan satisfecho se encuentra Ud. con los servicios brindados por la asesora educativa? Considerando 1 Muy Insatisfecho -2 Insatisfecho - 3 Neutral - 4 Satisfecho - 5 Muy satisfecho	73.55	582.280	0.961	0.996
17. ¿La asesora educativa demuestra capacidad técnica suficiente para responder a las preguntas que le hace? Considerando 1 Insuficiente -2 Suficiente - 3 Bien - 4 Muy bien - 5 Excelente	73.59	581.674	0.948	0.996
18. ¿La asesora educativa le comunica siempre el término de los trámites solicitados? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	73.42	577.733	0.979	0.996
19. ¿La asesora educativa es empática con los problemas que se presentan en clases o de sus compañeros? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	73.30	578.640	0.967	0.996
20. ¿Confía que la universidad capacita a las asesoras para su atención? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	73.49	576.111	0.978	0.996
21. ¿El comportamiento de la asesora educativa le inspira confianza? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre	73.48	576.510	0.979	0.996
22. ¿Se siente orgulloso de estudiar en la Universidad Católica de Trujillo?	73.37	576.264	0.974	0.996
23. ¿Valora los esfuerzos de la Universidad por mejorar su calidad educativa cada día?	73.25	575.163	0.961	0.996
24. ¿Ha desarrollado sentido de pertenencia hacia la Universidad Católica de Trujillo?	73.42	574.990	0.985	0.996
25. ¿Recomendaría o matricularía a algún familiar en la Universidad Católica de Trujillo?	73.39	573.728	0.981	0.996

ANEXO N°11: ENVÍO DE CUESTIONARIOS POR WHATSAPP



Educación Especial
toca para info. del grupo

Rosales Quispe E
No se , si podría ser virtual 10:18 a. m.
O tiene q ser presencial???? 10:18 a. m.

ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE
Estimado (a) Estudiante: Le agradecemos a...
docs.google.com

Estimado Alumno Ucetista

En esta ocasión, se le agradece su colaboración realizando la siguiente encuesta de Satisfacción del cliente con la finalidad de brindarle un mejor servicio.

Enlace:
<https://forms.gle/hG9S9k34Nbp8S7Gj6>

Atte.
Programa de Carreras Semipresenciales UCT 10:19 a. m. ✓✓

Educación Primaria
AlarcónUCT, AlvarezUCT, Delacruz...

Eso nomas 10:24 a. m. ✓✓

AlvarezUCT
Ya, en un momento lo reviso 10:25 a. m.

ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE
Estimado (a) Estudiante: Le agradecemos a...
docs.google.com

Estimado Alumno Ucetista

En esta ocasión, se le agradece su colaboración realizando la siguiente encuesta de Satisfacción del cliente con la finalidad de brindarle un mejor servicio.

Enlace:
<https://forms.gle/hG9S9k34Nbp8S7Gj6>

Atte.
Programa de Carreras Semipresenciales UCT 10:26 a. m. ✓✓

Educación Inicial
Bobadilla, Fernandez, VelasquezU...

Mmmm 10:34 a. m.
Se cruza el horario 10:35 a. m.
Con otra clase q tengo 10:35 a. m.

ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE
Estimado (a) Estudiante: Le agradecemos a...
docs.google.com

Estimado Alumno Ucetista

En esta ocasión, se le agradece su colaboración realizando la siguiente encuesta de Satisfacción del cliente con la finalidad de brindarle un mejor servicio.

Enlace:
<https://forms.gle/hG9S9k34Nbp8S7Gj6>

Atte.
Programa de Carreras Semipresenciales UCT 10:35 a. m. ✓✓

Administración
toca para info. del grupo

Pacheco Segundo
De acuerdo srta 10:49 a. m.

ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE
Estimado (a) Estudiante: Le agradecemos a...
docs.google.com

Estimado Alumno Ucetista

En esta ocasión, se le agradece su colaboración realizando la siguiente encuesta de Satisfacción del cliente con la finalidad de brindarle un mejor servicio.

Enlace:
<https://forms.gle/hG9S9k34Nbp8S7Gj6>

Atte.
Programa de Carreras Semipresenciales UCT 10:50 a. m. ✓✓

Gracias por su apoyo 10:50 a. m. ✓✓

Contabilidad
Espejo, GuerreroUCT, HuamanU...

Espejo ijax
Felices fiesta patrias 11:18 a. m.

ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE
Estimado (a) Estudiante: Le agradecemos a...
docs.google.com

Estimado Alumno Ucetista

En esta ocasión, se le agradece su colaboración realizando la siguiente encuesta de Satisfacción del cliente con la finalidad de brindarle un mejor servicio.

Enlace:
<https://forms.gle/hG9S9k34Nbp8S7Gj6>

Atte.
Programa de Carreras Semipresenciales UCT 11:19 a. m. ✓✓

Se agradece su apoyo, que pasen bonitas fiestas 11:20 a. m. ✓✓

Ingeniería ambiental
AcedoUCT, Calderón, Domingue...

DominguezUCT
Hasta que plazo tenemos para la entrega? 11:27 a. m.

Calderón L
11:33 a. m.

ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE
Estimado (a) Estudiante: Le agradecemos a...
docs.google.com

Estimado Alumno Ucetista

En esta ocasión, se le agradece su colaboración realizando la siguiente encuesta de Satisfacción del cliente con la finalidad de brindarle un mejor servicio.

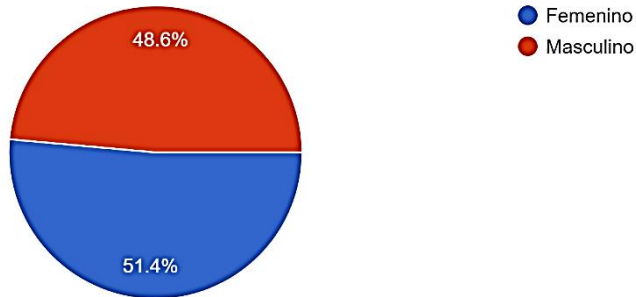
Enlace:
<https://forms.gle/hG9S9k34Nbp8S7Gj6>

Atte

ANEXO N°12: TABULACIÓN DE CUESTIONARIOS PRE-CAPACITACIÓN

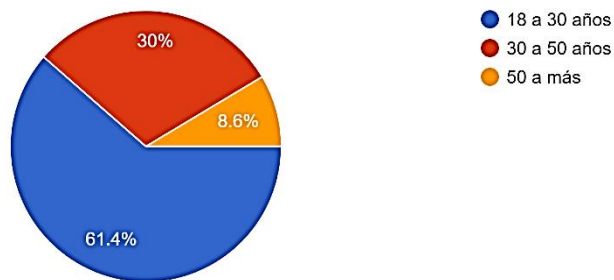
¿Cuál es su género?

70 respuestas



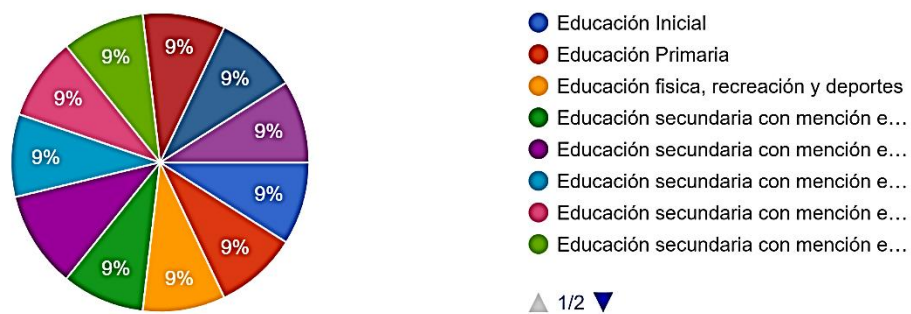
¿ Qué edad tiene?

70 respuestas



¿Qué carrera semipresencial se encuentra estudiando en la Universidad Católica de Trujillo?

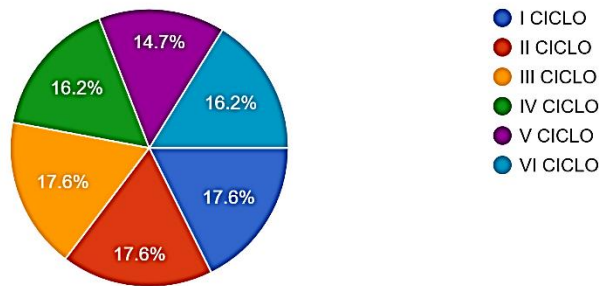
67 respuestas



▲ 1/2 ▼

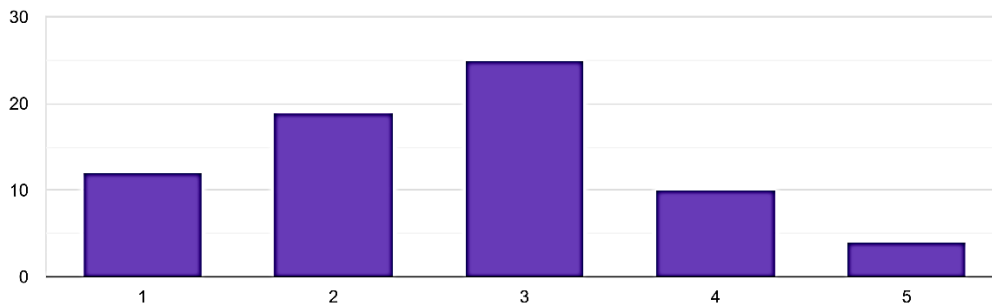
¿En que ciclo se encuentra estudiando?

68 respuestas



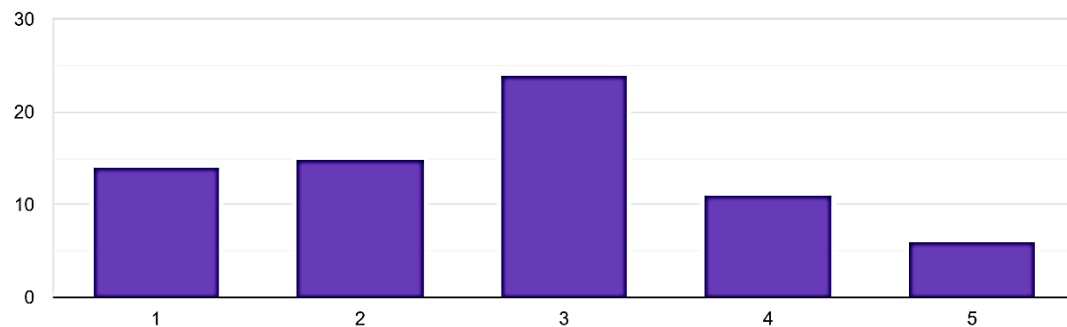
1. ¿Reconoce quien es su asesora educativa al inicio de cada ciclo? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre

70 respuestas

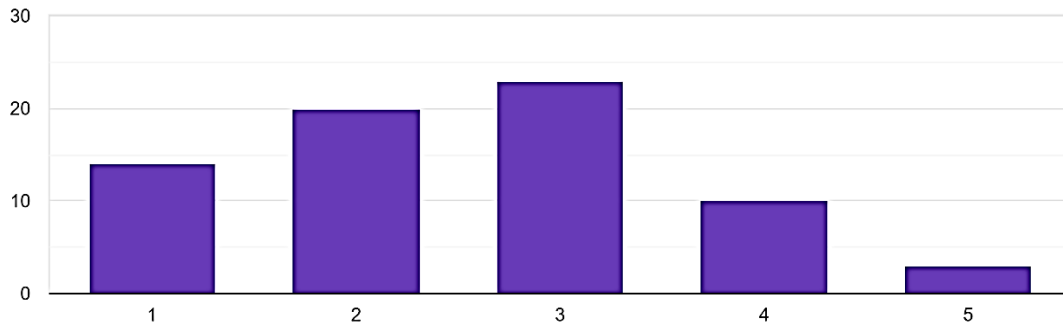


2. ¿Los plazos para la matricula, pensiones y fecha de exámenes fueron oportunamente informados por la asesora? Considerando 1 Nunca ...i Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre

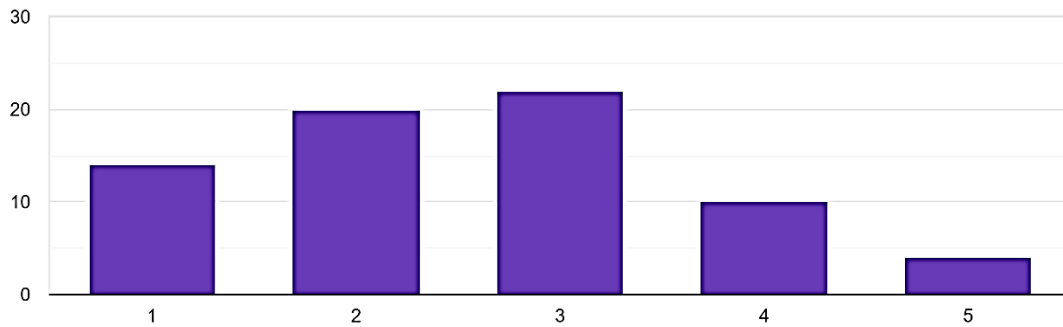
70 respuestas



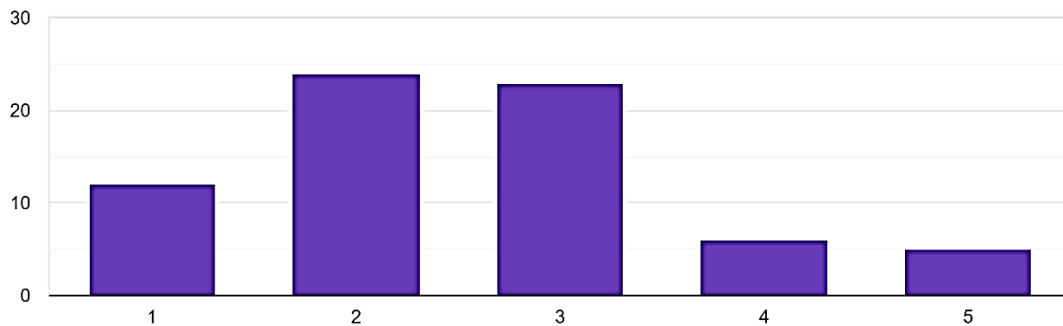
3. ¿Las asesoras del área académica de la universidad brindan atención rápida a sus consultas? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre
70 respuestas



4. ¿La comunicación con las asesoras del área académica es recíproca? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre
70 respuestas

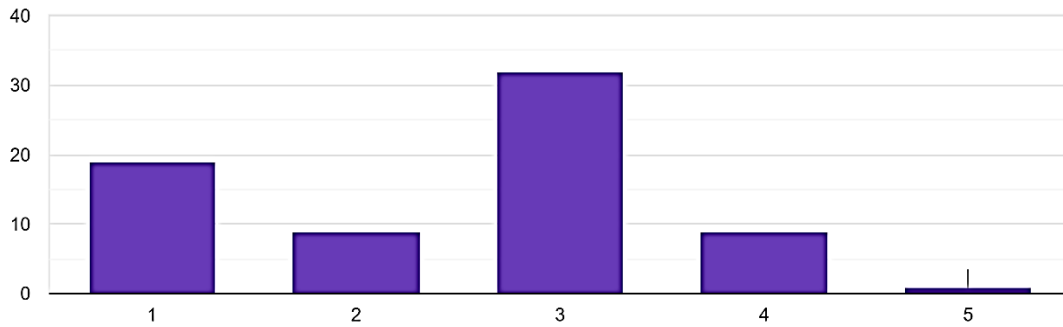


5. ¿La atención por vía telefónica y/o whatsapp de la asesora educativa es suficiente para apoyar su labor académica? Considerando 1 Insuficiente -2 Suficiente - 3 Bien - 4 Muy bien - 5 Excelente
70 respuestas



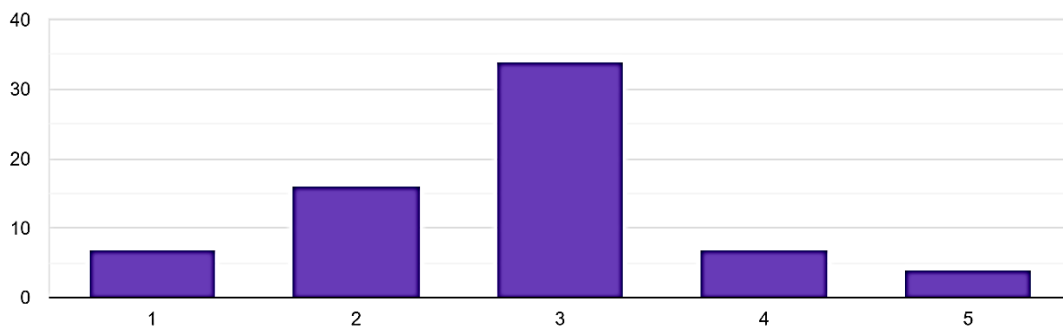
6. ¿Ha tenido algún inconveniente con alguna asesora educativa, durante un ciclo academico? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre

70 respuestas



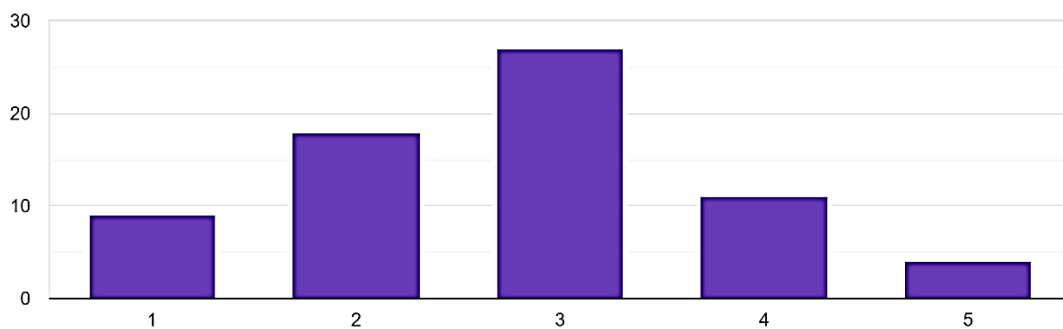
7. ¿Se llegó a resolver su inconveniente? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre

68 respuestas



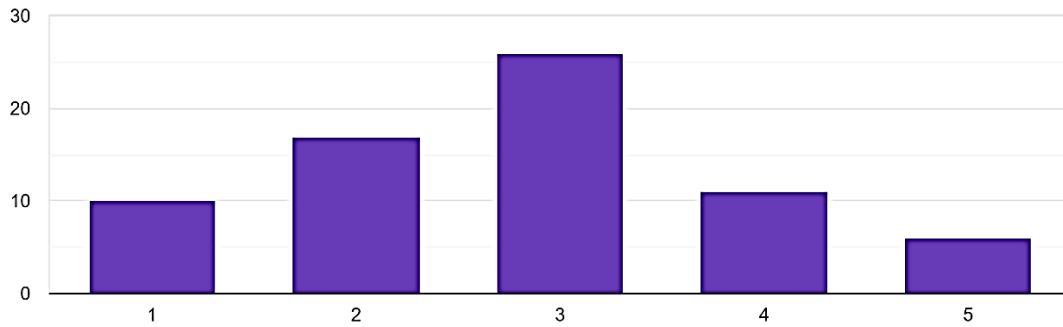
8. ¿Qué tan satisfecho se encontró ud. con la solución brindada? . Considerando 1 Muy Insatisfecho -2 Insatisfecho - 3 Neutral - 4 Satisfecho - 5 Muy satisfecho

69 respuestas



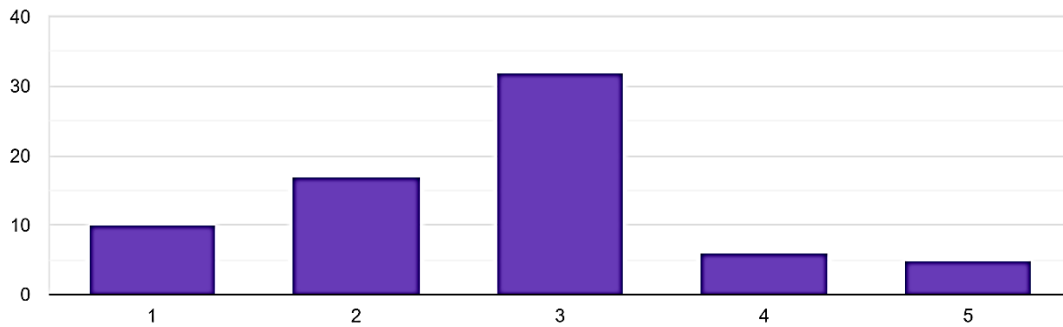
9. ¿Considera que recibe un buen trato por parte de las asesoras del área académica de la universidad? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre

70 respuestas



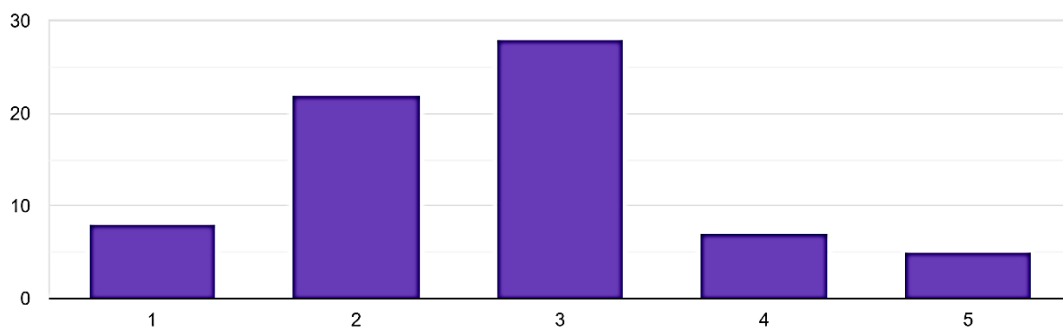
10. ¿Las asesoras del área académica de la universidad han podido dar solución a sus dudas y consultas? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre

70 respuestas

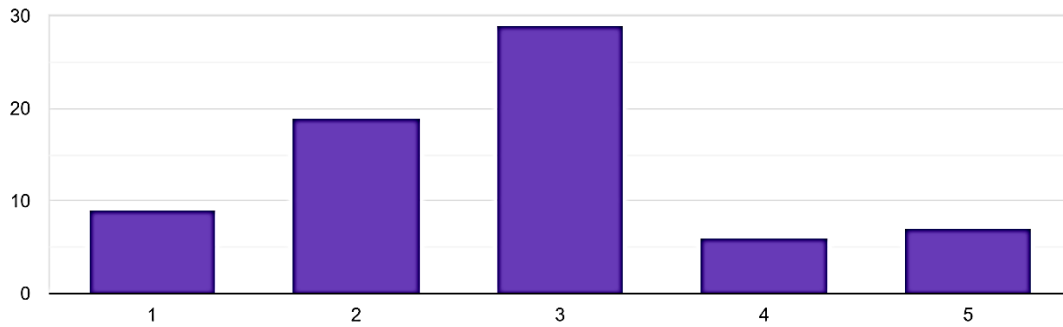


11. ¿La asesora educativa esta siempre dispuesta a ayudarle y disponible para atender? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre

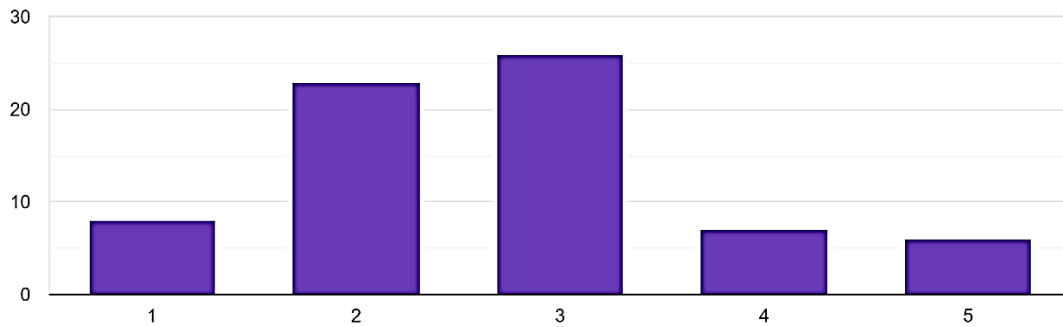
70 respuestas



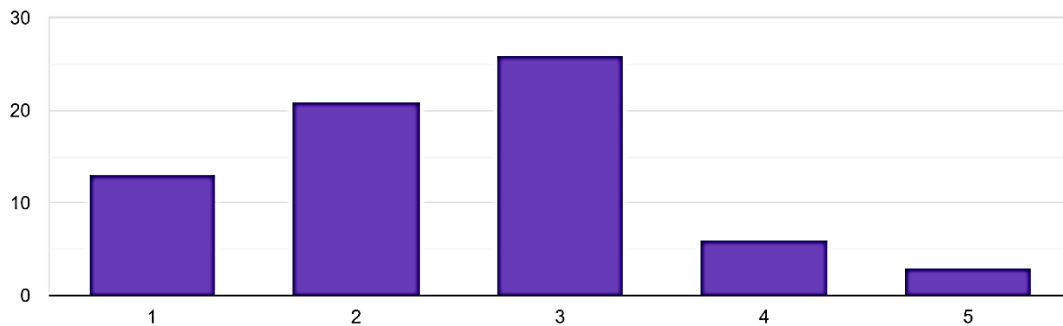
12. ¿Se considera satisfecho por el servicio prestado por el área académica de la Universidad Católica de Trujillo? Considerando 1 Muy Insatisfecho - 3 Neutral - 4 Satisfecho - 5 Muy satisfecho
70 respuestas



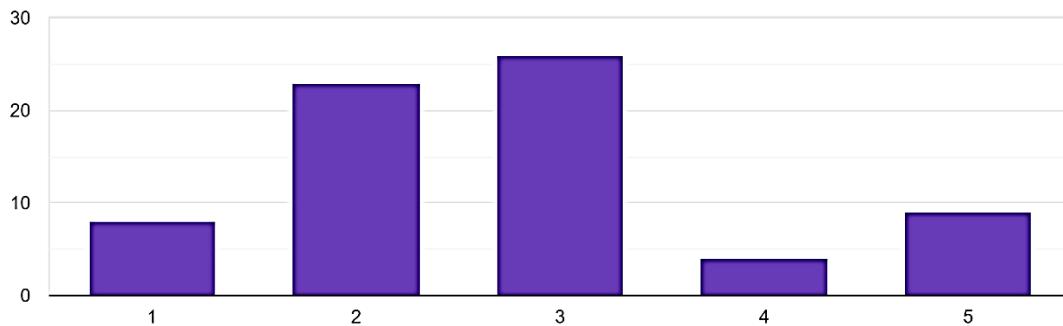
13. ¿El servicio que brinda la asesora educativa es acorde a lo que esperaba? Considerando 1 Muy Insatisfecho - 2 Insatisfecho - 3 Neutral - 4 Satisfecho - 5 Muy satisfecho
70 respuestas



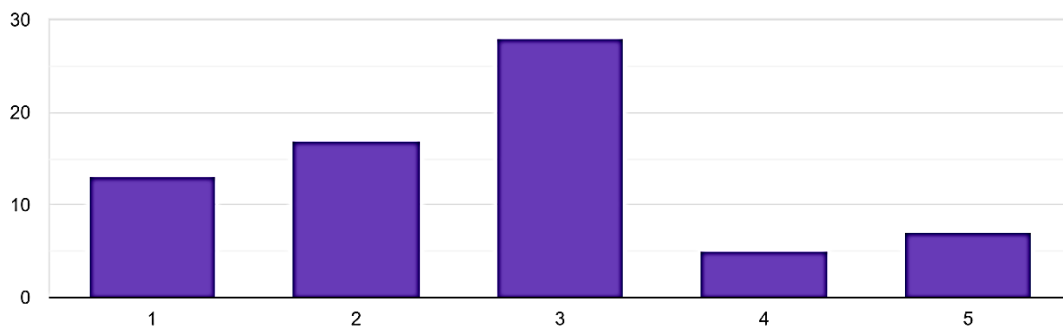
14. ¿El área académica cumple con los tiempos establecidos para la entrega de los trámites solicitados? Considerando 1 Nunca - 2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre
69 respuestas



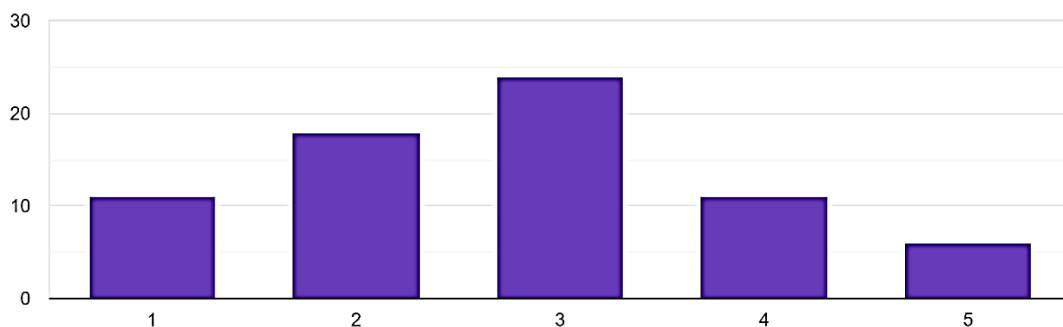
15. ¿Qué tan satisfecho se encuentra Ud. con los servicios brindados por la asesora educativa? Considerando 1 Muy Insatisfecho -2 In...cho - 3 Neutral - 4 Satisfecho - 5 Muy satisfecho
70 respuestas



17. ¿La asesora educativa demuestra capacidad técnica suficiente para responder a las preguntas que le hace? Considerando 1 Insuficiente -2 Suficiente - 3 Bien - 4 Muy bien - 5 Excelente
70 respuestas

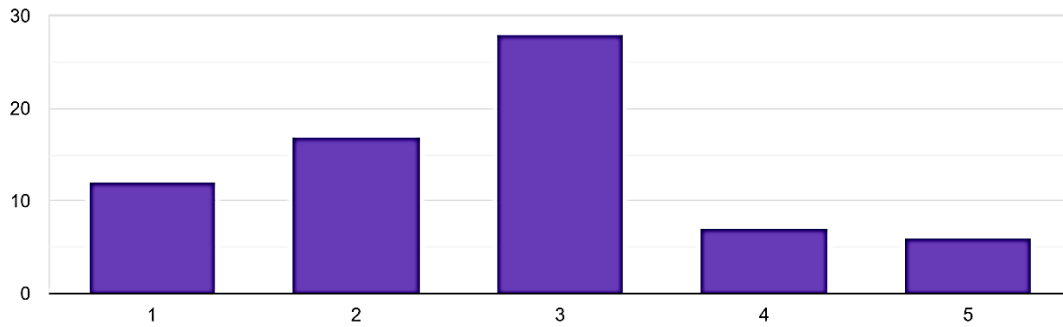


18. ¿La asesora educativa le comunica siempre el término de los trámites solicitados? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre
70 respuestas



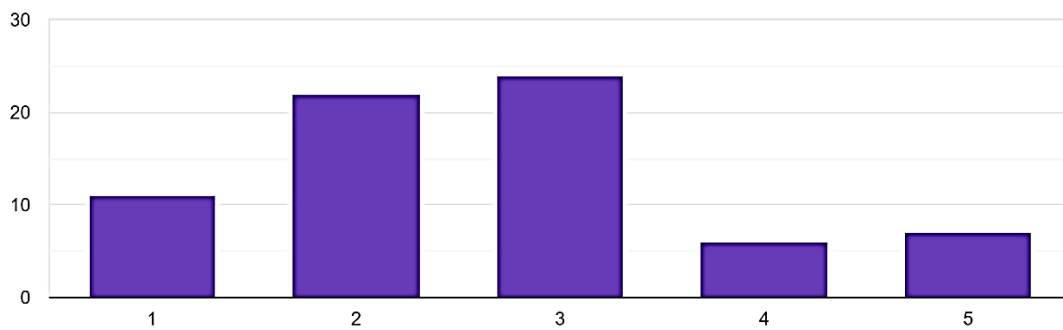
19. ¿La asesora educativa es empática con los problemas que se presentan en clases o de sus compañeros? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre

70 respuestas



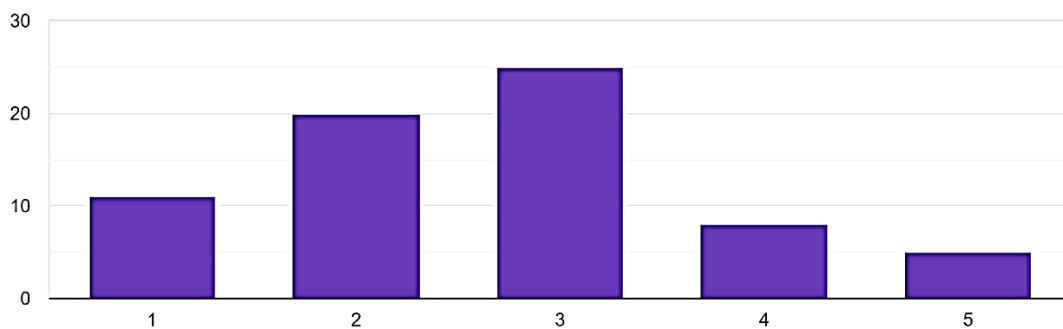
20. ¿Confía que la universidad capacita a las asesoras para su atención? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre

70 respuestas



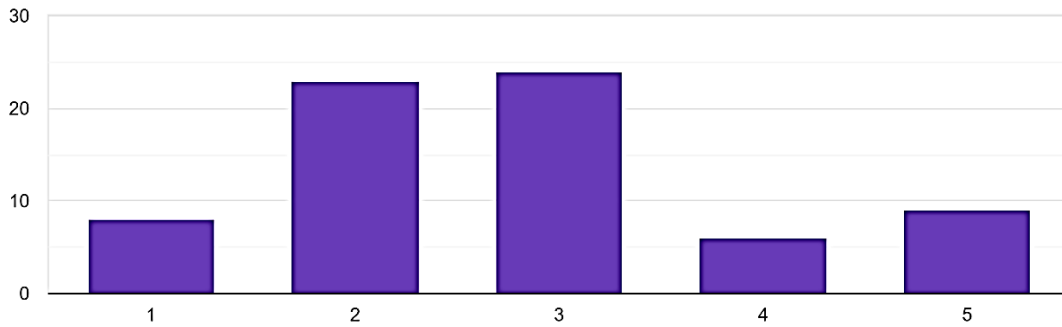
21. ¿El comportamiento de la asesora educativa le inspira confianza? Considerando 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre

69 respuestas



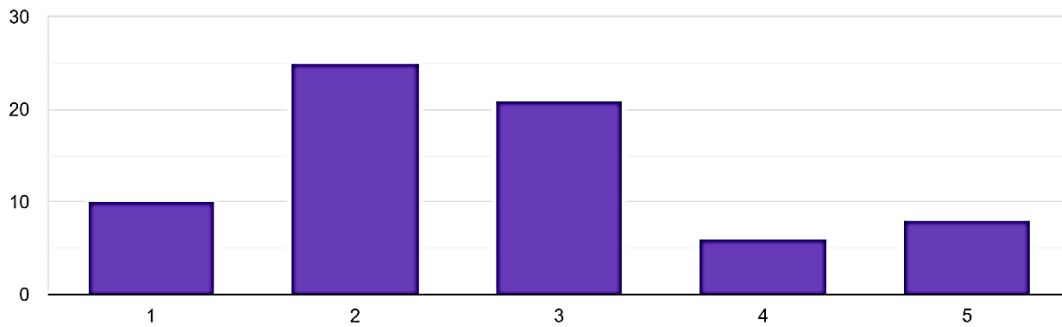
22. ¿Se siente orgulloso de estudiar en la Universidad Católica de Trujillo? 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre

70 respuestas



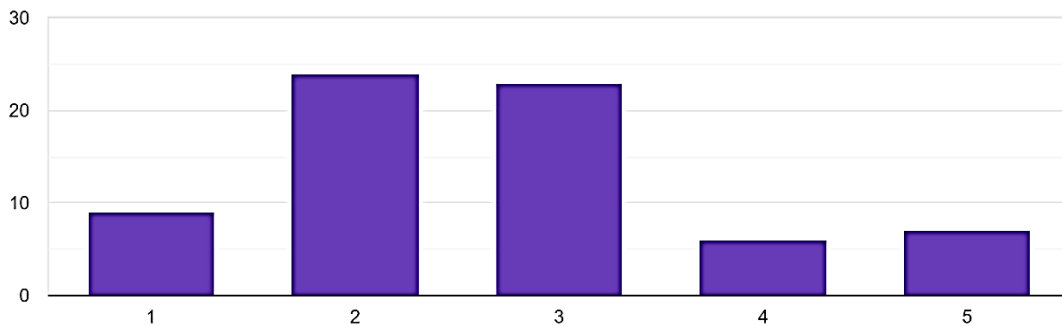
23. ¿Valora los esfuerzos de la Universidad por mejorar su calidad educativa cada día? 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre

70 respuestas



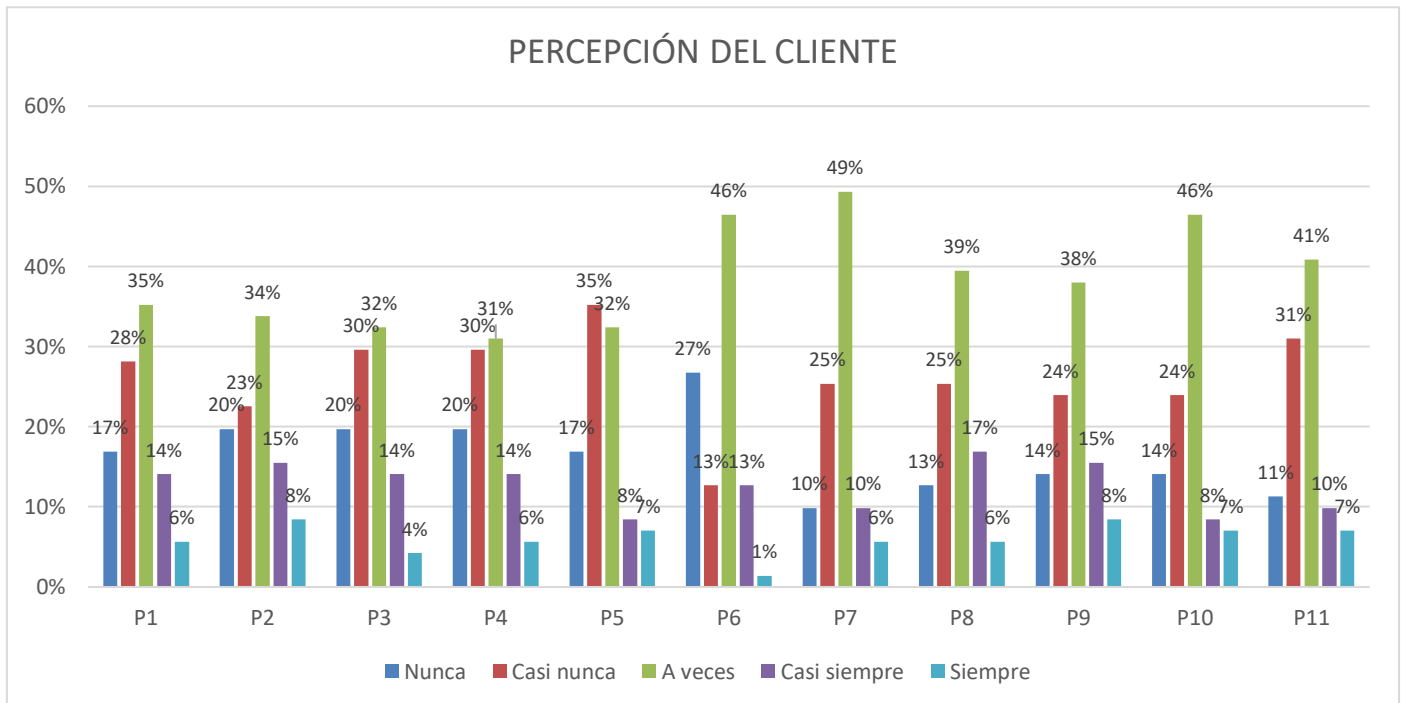
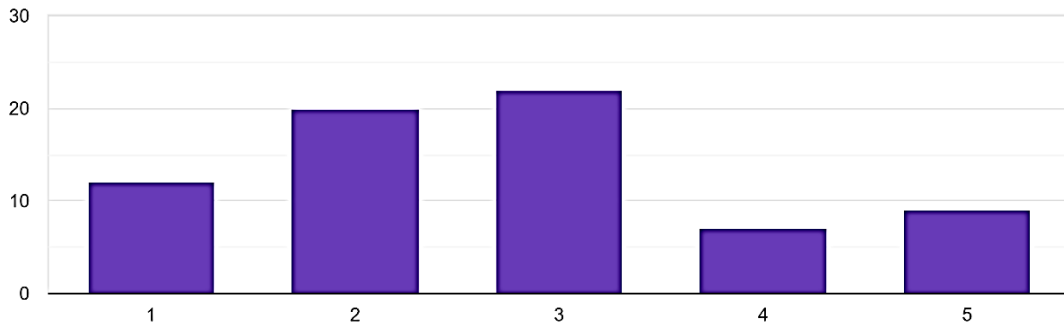
24. ¿Considera que ha desarrollado sentido de pertenencia hacia la Universidad Católica de Trujillo? 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre

69 respuestas

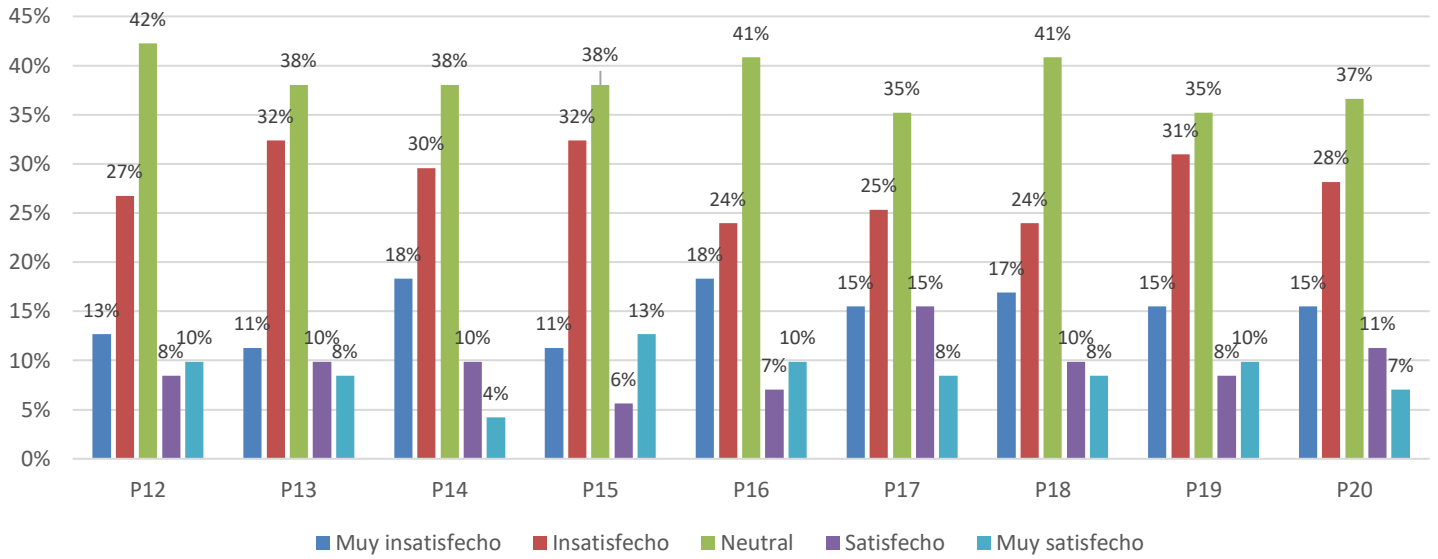


25. ¿Recomendaría o matricularía a algún familiar en la Universidad Católica de Trujillo? 1 Nunca -2 Casi Nunca - 3 A veces - 4 Casi siempre - 5 Siempre

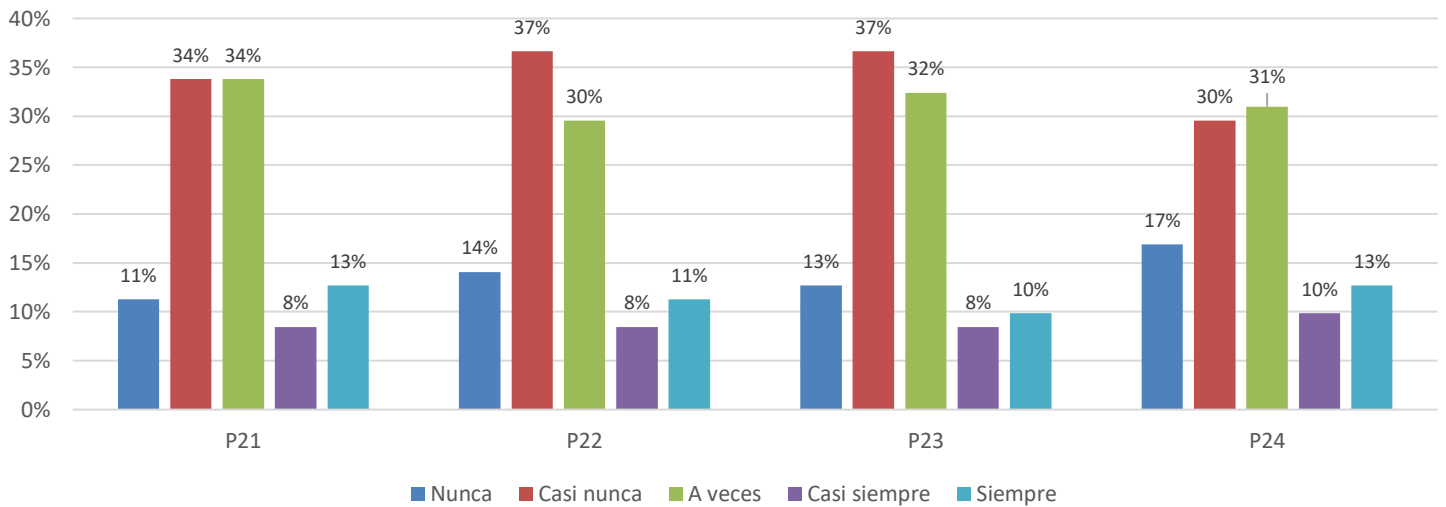
70 respuestas



EXPECTATIVA DEL CLIENTE



LEALTAD DEL CLIENTE



ANEXO N°13: CAPACITACIÓN AL PERSONAL VIA ZOOM



CAPACITACIÓN AL ÁREA ACADÉMICA DE CARRERAS SEMIPRESENCIALES 2020					
Nº	Curso	Modalidad	Nivel	Fecha	
1	Taller sobre el diagnóstico de la empresa. Taller sobre el FODA de la empresa Taller sobre la misión, visión y valores de la empresa.	Presencial	Básico	01	de Agosto
2	Taller sobre las actividades a realizar en el puesto. Taller de Importancia de la satisfacción al cliente.	Presencial	Básico	02	de Agosto
3	Taller de tipos de cliente	Presencial	Básico	03	de Agosto
4	Taller sobre el proceso de atención al cliente.	Presencial	Básico	04	de Agosto
5	Taller de comunicación: herramienta practica eficaz en la relación con los clientes.	Presencial	Básico	05	de Agosto
TÉCNICA DE ROLE PLAY					

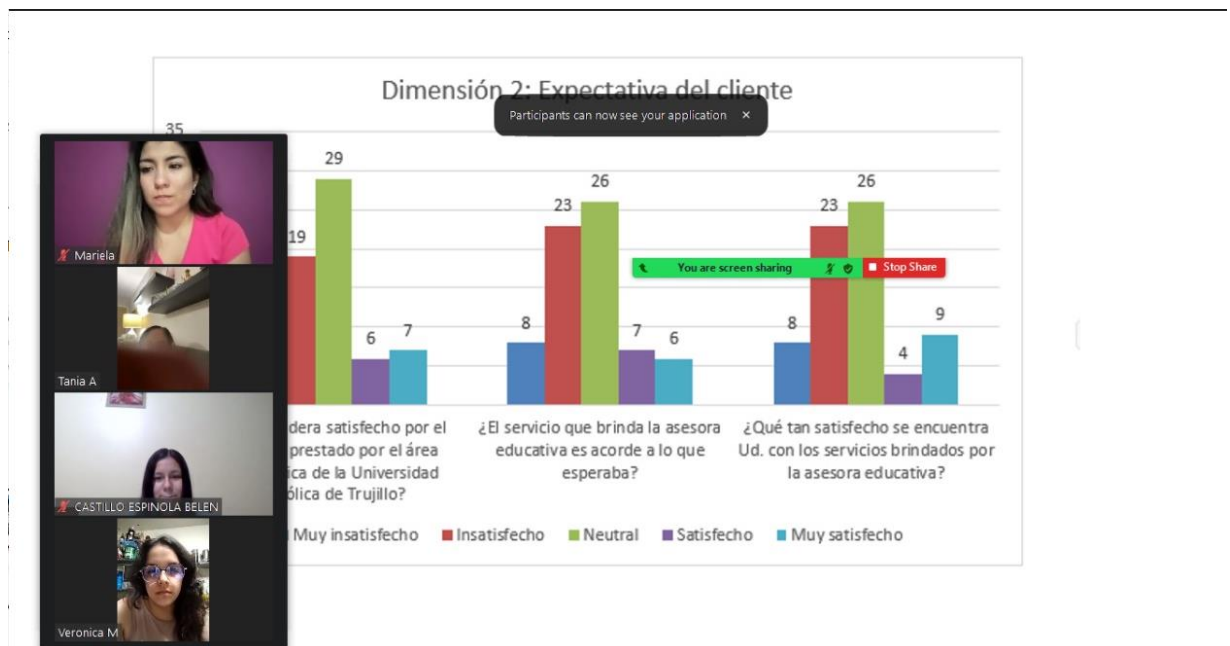


UCT CARRERAS SEMIPRESENCIALES LICENCIADA POR SUNEDU

CARRERAS SEMIPRESENCIALES
ADMISIÓN 2022

- Educación Inicial
- Educación Primaria
- Educación Física, Recreación y Deporte
- Educación Secundaria:
 - Ciencias Sociales
 - Computación e Informática
 - Filosofía, Psicología y Religión
 - Lengua y Literatura
 - Matemática y Física
- Administración
- Contabilidad
- Ingeniería Ambiental

#descubretupotencial
www.uct.edu.pe



AMENAZAS

- Están se encuentran fuera, o sea, en lo exterior de una organización

FORTALEZAS

- Capacidad para fundamental e innovar en áreas claves.
- Presencia en mercados al mayor y de tal.
- Cultura de la empresa.
- Dotación del personal.
- Recursos financieros adecuados.
- Formación del personal.
- Calidad de gestores.

OPORTUNIDADES

- Son las que proporcionan a una organización seguir avanzando y mejorar en cada paso y ser capaz de enfrentar a la competencia.
- Saber aprovechar los nuevos nichos.
- Estar al corriente para saber cuándo es el momento de actuar.
- Mejorar ante su competencia.
- Ofrecer servicios o productos en otros lugares con sucursales.
- No dejar de lado la tecnología para promocionar sus productos.

Falta de talento gerencial.

TALLER DE COMUNICACIÓN

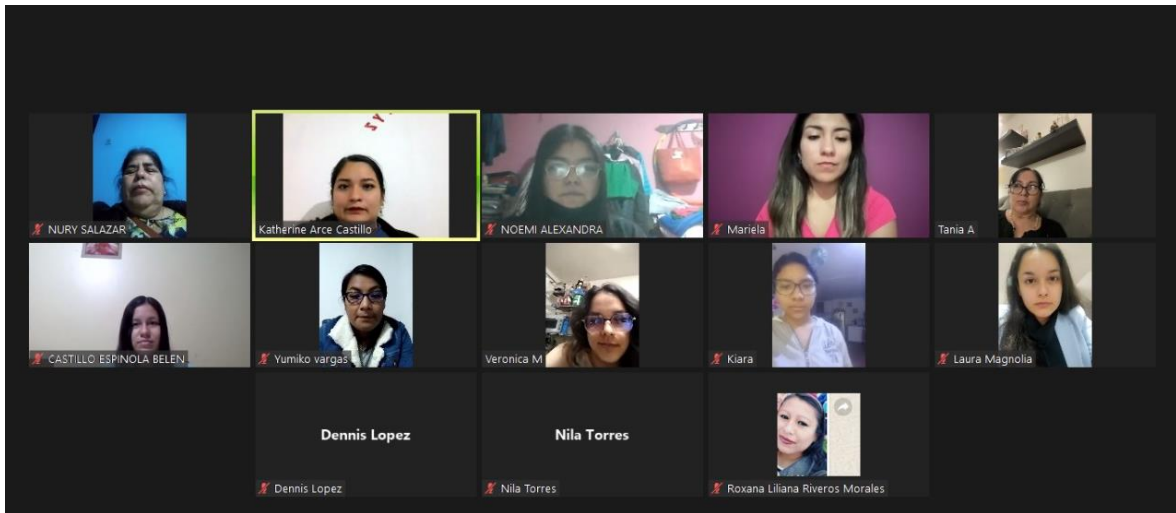
HERRAMIENTAS PRÁCTICAS EFICAZ EN LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES.

Participants can now see your application X

OBJETIVO

Lograr una comunicación efectiva entre la as estudiante, medir a detalle, y de forma se alcances de la estrategia y hacer los ajust requieran. Generar un diálogo entre el cl empresa, abriendo la oportunidad de comunidad digital de la marca.





ANEXO N°14: ENTREVISTA A LA ENCARGADA DEL ÁREA ACADÉMICA

GUÍA DE ENTREVISTA A LA EMPRESA PROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN DOCENTE E.I.R.L

Preguntas:

- 1. ¿En base a su experiencia como encargada del área académica de carreras semipresenciales, considera que las asesoras académicas brindan un buen servicio a los estudiantes?**

Buenas tardes, tengo en el área 3 años trabajando y actualmente tengo a mi cargo a 10 asesoras académicas, las cuales manejan entre 10 a 12 aulas con un total aproximado de 300 alumnos que tienen que atender a diario, se hace lo posible por brindar un buen servicio a los estudiantes, pero considero que es complicado que puedan abastecerse y evitar que se presenten reclamos por parte de los estudiantes.

- 2. ¿Considera Ud. que puede controlar el trabajo de las asesoras académicas trabajando de manera virtual?**

No, trabajar de manera virtual no me permite poder contratar a las asesoras a mi cargo. Trabajamos de 8 am a 1 pm y de 2pm a 5pm a través de un zoom general donde está toda la empresa que somos un total de 200 personas, hay casos de asesoras que apagan las cámaras, se salen del zoom sin avisar o mienten que no tienen luz o internet. Las asesoras de mi área me envían un reporte al final del día de cuantas llamadas recibieron o realizaron, pero considero que pueden alterar dichos reportes.

- 3. ¿Las asesoras académicas tienen conocimiento sobre el análisis Foda, misión y visión de la empresa?**

En general no tenemos conocimiento de esa información.

- 4. ¿Las asesoras académicas reconocen sus funciones dentro del puesto?**

Las asesoras educativas cuando ingresan al puesto, solo reciben una capacitación general de las funciones que tiene que realizar que dura entre 1 a 2 días, aprenden con el transcurso de los días.

5. ¿La empresa realiza capacitaciones sobre satisfacción del cliente?

No, solo brindamos capacitaciones netamente del programa de carreras semipresenciales como: duración del proceso de matrícula, proceso de pago de pensiones, cambios de carreras o de horarios, fecha de exámenes, etc.

6. ¿Las asesoras académicas saben cómo tratar a los diferentes tipos de clientes?

Considero que las asesoras académicas saben manejar las situaciones difíciles que se presenten con los estudiantes, principalmente saber escuchar al alumno y ayudar a resolver su inconveniente.

7. ¿El área académica maneja un proceso de atención para los estudiantes?

Contamos con un proceso de atención general que consta de: saludo de presentación, preguntamos los datos del alumno, en que podemos ayudarlos, resolvemos sus preguntas o dudas y nos despedimos indicando nuestro horario de atención.

8. ¿Qué tipo de herramientas de comunicación utilizan con los estudiantes?

La empresa nos brinda un celular corporativo para poder trabajar, solo atendemos a los estudiantes por llamada o WhatsApp.

9. ¿Los alumnos presentan quejas o reclamos constantemente por las atenciones brindadas por la asesora?

Si, últimamente recibo llamadas de alumnos indicándome que las asesoras no contestan las llamadas. Yo me comunico con la asesora y le solicito capturas de la última comunicación con el estudiante.

10. ¿Considera Ud. que las asesoras académicas cuentan con los medios necesarios para desarrollar su trabajo de manera efectiva?

Las asesoras académicas cuentan con un celular pospago, para evitar que se queden sin saldo cuando llaman a los estudiantes. Se trabaja a través del drive donde todas podemos ver los cambios en el momento. Lo que si nos hace falta es audífonos con micrófonos para poder atender las llamadas, tenemos que activar el altavoz porque al trabajar en el domicilio los ruidos se escuchan más en las llamadas y eso genera incomodidad en los alumnos.