



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“RELACIÓN ENTRE LA CAPACITACIÓN DE PERSONAL Y LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL COMPLEJO TURÍSTICO BAÑOS DEL INCA, 2019”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración

Autores:

Milagros del Pilar Soto Chavez
Flor Cecilia Terrones Banda

Asesor:

MCS. Liliana Carrillo Carranza

Cajamarca - Perú

2019

DEDICATORIA

A Nuestro Señor, Jesús, quien nos dio la fe,
la fortaleza, la salud y la esperanza para
terminar este trabajo.

A cada una de nuestras madres Flor
Banda, Isabel y Marina Chávez, porque
creyeron en nosotras y porque nos sacaron
adelante, dándonos ejemplos dignos de
superación y entrega, porque en gran parte
gracias a ellas, hoy podemos ver
alcanzadas nuestra meta, ya que siempre
estuvieron impulsándonos en los
momentos más difíciles de nuestra
carrera, y porque el orgullo que sienten
por nosotras, fue lo que nos hizo ir hasta
el final.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a cada una de las personas que estuvieron a nuestro lado incondicionalmente, y por todo lo que han hecho por nosotros.

Gracias por haber fomentado en nosotras el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

Mil palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos difíciles.

A todos, esperamos no defraudarlos y contar siempre con su valioso apoyo, sincero e incondicional.

Tabla de Contenido

DEDICATORIA	2
AGRADEMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	65
CAPÍTULO III. RESULTADOS	72
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	76
REFERENCIAS	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Objetivo General	73
Tabla 2 Objetivo Especifico 1... ..	73
Tabla 3 Objetivo Especifico 2... ..	74
Tabla 4 Objetivo Especifico 3... ..	74
Tabla 5 Objetivo Especifico 4... ..	75
Tabla 6 Objetivo Especifico 5... ..	75
Tabla 7 Resultados de la pregunta N°1.....	106
Tabla 8 Resultados de la pregunta N°2.....	107
Tabla 9 Resultados de la pregunta N°3.....	108
Tabla 10 Resultados de la pregunta N°4.....	109
Tabla 11 Resultados de la pregunta N°5.....	110
Tabla 12 Resultados de la pregunta N°6.....	111
Tabla 13 Resultados de la pregunta N°7.....	112
Tabla 14 Resultados de la pregunta N°8.....	113
Tabla 15 Resultados de la pregunta N°9.....	114
Tabla 16 Resultados de la pregunta N°10.....	115
Tabla 17 Resultados de la pregunta N°11.....	116
Tabla 18 Resultados de la pregunta N°12.....	117
Tabla 19 Resultados de la pregunta N°13.....	118
Tabla 20 Resultados de la pregunta N°14.....	119
Tabla 21 Resultados de la pregunta N°15.....	120
Tabla 22 Resultados de la pregunta N°16.....	121
Tabla 23 Resultados de la pregunta N°17.....	122
Tabla 24 Resultados de la pregunta N°18.....	123
Tabla 25 Resultados de la pregunta N°19.....	124
Tabla 26 Resultados de la pregunta N°20.....	125
Tabla 27 Resultados de la pregunta N°21.....	126
Tabla 28 Resultados de la pregunta N°22.....	127
Tabla 29 Resultados de la pregunta N°23.....	128
Tabla 30 Resultados de la pregunta N°24.....	129
Tabla 31 Resultados de la pregunta N°25.....	130
Tabla 32 Resultados de la pregunta N°26.....	131
Tabla 33 Resultados de la pregunta N°27.....	132
Tabla 34 Resultados de la pregunta N°28.....	133
Tabla 35 Resultados de la pregunta N°29.....	134
Tabla 36 Resultados de la pregunta N°30.....	135

Tabla 37 Resultados de la pregunta N°31.....	136
Tabla 38 Resultados de la pregunta N°32.....	137
Tabla 39 Resultados de la pregunta N°33.....	138
Tabla 40 Resultados de la pregunta N°34.....	139
Tabla 41 Resultados de la pregunta N°35.....	140
Tabla 42 Resultados de la pregunta N°36.....	141

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Dimensiones Método Servqual	59
Figura 2 P1: ¿Considera usted que conoce la misión y visión de la institución?.....	106
Figura 3 P2: ¿Considera usted que tiene la suficiente información de las políticas de Calidad que brinda el CTBI?.....	107
Figura 4 P3: ¿Considera usted que cuenta con información actualizada de forma cómo se debe tratar al cliente?	108
Figura 5 P4: ¿Considera usted que cuenta con información actualizada de todos los servicios termales que ofrece el CTBI?	109
Figura 6 P5: ¿Considera usted que conoce los procedimientos administrativos para orientar al cliente?	110
Figura 7 P6: ¿Considera usted que se encuentra capacitado para ejecutar bien cada una de funciones?.....	111
Figura 8 P7: ¿Considera que usted cumple con todas sus funciones en el tiempo adecuado, sin ningún percance.....	112
Figura 9 P8: ¿Considera usted que hay suficientes equipos para satisfacer las necesidades de los clientes del CTBI?	113
Figura 10 P9: ¿Considera usted que los equipos del CTBI se encuentran en un buen estado de conservación?.....	114
Figura 11 P10: ¿Cree usted que sus actitudes frente al trato con el cliente son las adecuadas?	115
Figura 12 P11: ¿Cree usted que puede cambiar sus actitudes negativas con relación al cliente a positivas para beneficio de la institución?	116
Figura 13 P12: ¿Considera usted que el cliente siempre tiene la razón?	117
Figura 14 P13: ¿Considera usted que puede solucionar todas las necesidades que el cliente requiera durante el tiempo que utiliza el servicio?	118
Figura 15 P14: ¿Considera usted que demuestra cortesía con el cliente?.....	119
Figura 16 P15: ¿Considera usted que demuestra confianza al cliente?	120
Figura 17 P16: ¿Considera Usted que cumple con los turnos establecidos por el CTBI?.....	121
Figura 18 P17: ¿Considera que usted se encuentra apto para solucionar cualquier incidente que se presente?	122
Figura 19 P18: ¿Considera que usted se encuentra apto para solucionar cualquier incidente que se presente?	123
Figura 20 P19: ¿Considera usted que transmite transparencia al atender al cliente?	124
Figura 21 P20: ¿Considera usted que realiza un servicio rápido y adecuado para el cliente?	125
Figura 22 P21: ¿Considera usted que comunica al cliente cuando concluirá el servicio?	126
Figura 23 P22: ¿Considera usted que tiene disposición para ayudar al cliente? ..	127

Figura 24 P23: ¿Considera usted que prioriza las necesidades del cliente?	128
Figura 25 P24: ¿Considera usted que demuestra acercamiento y disponibilidad al requerimiento de cliente?	129
Figura 26 P25: ¿Considera usted que las instalaciones del complejo cumplen con las normas de seguridad establecidas?	130
Figura 27 P26: ¿Considera usted que tiene los conocimientos y preparación para atender las preguntas hechas por el cliente?	131
Figura 28 P27: ¿Considera que el personal cumple con los procesos establecidos por el CTBI?	132
Figura 29 P28: ¿Considera usted que la distribución del personal es la adecuada para atender las necesidades del cliente?	133
Figura 30 P29: ¿Considera usted que brinda una atención personalizada al cliente?	134
Figura 31 P30: ¿Considera usted que tiene la actitud para responder las necesidades del cliente?	135
Figura 32 P31: ¿Considera usted que los horarios de atención son los adecuados?	136
Figura 33 P32: ¿Considera usted que las instalaciones del CTBI son visualmente atractivas?	137
Figura 34 P33: ¿Considera usted que mantienen una apariencia pulcra?	138
Figura 35 P34: ¿Considera usted que el uniforme que usa es el adecuado?	139
Figura 36 P35: ¿Considera usted que las instalaciones del complejo se mantienen limpias?	140
Figura 37 P36: ¿Considera usted que los materiales visuales (folletos, volantes) del CTBI son visualmente interesantes y atractivos?	141

RESUMEN

La presente investigación, relaciona la capacitación del personal y la calidad de atención al cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca (CTBI) – Cajamarca en el año 2019. Se realizó tratando de responder a la pregunta principal: ¿cuál es la relación entre la capacitación del personal y la calidad de atención al cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca – Cajamarca en el año 2019?

El objetivo general fue demostrar la Relación que existe entre la capacitación del personal y la calidad de atención al cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca – Cajamarca en el año 2019.

Como variables de estudio tenemos capacitación del personal y calidad de atención al cliente.

El tipo de investigación es una investigación científica básica puesto que no tiene fines aplicativos inmediatos, y solo busca aplicar la abundancia de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad, que consiste en un trabajo transversal para analizar el problema actual de la calidad de atención al cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca en el año 2019,

Para responder a las interrogantes planteadas como problema de investigación y cumplir con los objetivos, se elaboró cuestionario (Hoja Censal); que consta de 36 preguntas, las cuales fueron debidamente validadas y luego aplicadas en la institución en estudio. La muestra fue: 80 trabajadores, el total de la población.

Del resultado de los datos, se concluye que existe Relación entre la capacitación del personal y la calidad de atención al cliente. Se puede precisar, entonces, que la capacitación del personal influye en el nivel básico alcanzando a la variable calidad de atención al cliente, es decir, a mayores valores en la aplicación de la capacitación del personal se obtienen valores altos en el nivel de la calidad de atención a los clientes.

Los resultados indican que la capacitación del personal se aplica en un nivel regular. Esto explica la deficiencia de la capacitación para los trabajadores para brindar un servicio de calidad y una buena atención a los clientes permitiendo que otros factores influyan en la calidad de atención a los clientes

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En la actualidad la calidad de atención al cliente se encuentra relacionada con todas las empresas, pues con el paso del tiempo los mercados nacionales e internacionales se encuentran en un solo mercado global lo que ha provocado que la producción de servicios a nivel mundial sea de calidad. El éxito de las empresas internacionales es gracias a la inversión en la capacitación de su capital humano para poder especializarlo en cada una de las labores que desempeña y así se logre obtener un producto y/o servicio de calidad con mayor eficiencia; por lo tanto, la capacitación del capital humano es primordial y esencial en las organizaciones que tienen un alto nivel de rentabilidad económica.

Por otro lado las empresas Peruanas han tomado en cuenta los enfoques y teorías modernas que se basan en que el capital humano es muy importante dentro de una organización para lograr resultados óptimos, ya que sin ellos no se logra la calidad de lo que se produce; el brindarles mayores conocimientos a través de la capacitación en algo que no tienen ni la mayor idea, informarles de que el mundo de las empresas se encuentra en constantes cambios por los avances tecnológicos genera que se sientan contentos, satisfechos, comprometidos con la empresa pues así se logra desarrollar su máximo potencial. Por tal motivo una organización necesita tener capacitación para sus colaboradores, teniendo en cuenta sus conocimientos, competencias y habilidades para obtener una buena atención al cliente brindando un servicio con la mayor eficiencia posible y mayor rendimiento del capital humano.

Es por eso que la gestión de la calidad de atención a los clientes es encaminada a gestionar todos los procesos de los servicios de una empresa, basándose en la capacitación de personal, y permite obtener el máximo de ventajas competitivas y la

satisfacción total de los clientes (Cuatrecasas, 2011). Las empresas Cajamarquinas necesitan tener a todos sus colaboradores capacitados porque son de vital importancia; ya que sin ellos no se puede brindar un servicio de calidad con eficiencia por parte de la organización hacia los clientes internos y externos sin embargo esto no solucionará del todo los problemas operativos y administrativos de las empresas.

El Complejo Turístico Baños del Inca es una institución que brinda servicios termales, además de ser un gran atractivo turístico pues es considerado la primera maravilla natural del Perú, siendo la fuente principal de ingresos económicos para Baños del Inca, sin embargo, hemos identificado las siguientes debilidades: Una de las debilidades identificadas es el desconocimiento de los colaboradores ya que la mayoría solo se dedica hacer sus funciones sin tener la suficiente información de la empresa, pues la inadecuada comunicación ha producido un clima laboral pesado en los colaboradores y por tal motivo no brindan un servicio de calidad, lo que ha generado un declive en la rentabilidad por lo que ha sido perjudicial para la institución.

Otra debilidad identificada es que los colaboradores no cuentan con la suficiente capacidad para tomar decisiones cuando se presenta un problema ,existiendo demora en la prestación del servicio; pues los colaboradores de la institución son dependientes de sus superiores en gran medida; esto genera que los colaboradores dejen de hacer sus funciones perjudicando al cliente y causándoles insatisfacción en la atención. La falta de trabajo en equipo es otra debilidad que se da por la falta de integración de los miembros de la institución, pues en la actualidad las empresas requieren que sus colaboradores trabajen juntos, motivados y que sientan pasión por su trabajo para lograr obtener mejores resultados y lograr los objetivos; y no afectar a

la empresa de manera negativa ya que esta brinda mala calidad en los servicios lo que

ha provocado la insatisfacción de algunos clientes por no decir en su totalidad.

La falta de buenas actitudes de los colaboradores hacia los clientes es consecuencia de no desarrollar programas por competencias dirigidos hacia cada uno de sus miembros por tal motivo no tienen disponibilidad de atención hacia los clientes internos y externos. Todo lo antes mencionado es consecuencia de la falta de capacitación del capital humano, ya que en su mayoría los colaboradores de la institución, tienen un nivel básico de educación y las técnicas mínimas para la atención al cliente, sin embargo, no tienen claras sus funciones y muchos de ellos no cumplen los procedimientos para brindar un servicio de calidad.

Luego de hacer la observación directa y haber identificado los síntomas en el Complejo Turístico Baños del Inca, se obtuvo que algunos de los usuarios se sienten insatisfechos con la atención y el servicio que se brindan. Se analizó la situación actual y se encontró que en el área prestadora de servicio no cuenta con capacitación de personal, problema por el cual se desconoce su importancia para la calidad de servicio que se ofrece al cliente ya que dentro de sus principales funciones está capacitar a los empleados para que se brinde un excelente servicio a los clientes. Además de esto, se observó que la empresa tiene poco conocimiento en el tema.

1.2. Antecedentes

Los antecedentes sobre la capacitación de personal y la calidad de atención al cliente de la presente investigación se sitúan con mayor énfasis en lugares diferentes a la ciudad de Cajamarca, los mismos que son:

1. Reyes (2014) en la ciudad de Quetzaltenango, Guatemala en su tesis para Licenciatura en Administración de Empresas, sustento “Calidad del servicio para aumentar la Satisfacción del Cliente de la Asociación Share, sede Huehuetenango”, el objetivo de la tesis fue verificar si la calidad del servicio aumenta la satisfacción del cliente en la Asociación Share, sede Huehuetenango, desarrollo una investigación de tipo experimental, con una población de 1100 clientes tanto internos como externos.

Las conclusiones de esta investigación fueron que la satisfacción de la calidad de servicio es aceptable en un 72% de los encuestados; siendo los aspectos como instalaciones, limpieza general, capacitación del personal e información adecuada los que cuentan con mayor porcentaje de satisfacción; pero existe un insatisfacción en el factor del parqueo, a pesar de esto se logró que los clientes de la Asociación se encuentran satisfechos con el servicio brindado y así comprobamos la hipótesis que afirma que la calidad del servicio si está relacionada y aumenta la satisfacción de los clientes. Uno de los puntos principales para lograr la satisfacción es capacitar a los colaboradores de manera frecuente en temas de calidad de servicio y otros, por eso el 73% de colaboradores indicaron que reciben capacitaciones cada seis meses otro punto importante para garantizar

un servicio de calidad, debe tener las siguientes características: buena atención, amabilidad y calidez; por otro lado.

Por último, es trascendental realizar evaluaciones continuas sobre la satisfacción de los clientes contratando a una tercera empresa para que lo realice de manera correcta.

2. Olmedo Mena (2013), en el Balcón de Servicios de la Administración Zonal de Tumbaco del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito Provincia de Pichincha – Ecuador. La metodología usada fue para una muestra de 89 usuarios del Balcón de servicios de la administración Zonal de Tumbaco fueron encuestados y captados a través de la concurrencia en que utilizan los servicios. Se entrevistó a 11 servidores municipales para conocer su nivel de capacitación de cada uno de los colaboradores municipales.

Los instrumentos que usaron fueron una encuesta dirigida a los usuarios sobre la calidad de atención al cliente y el nivel de satisfacción de cada uno de ellos al utilizar el servicio; el otro instrumento fue una entrevista a los servidores municipales para determinar las capacitaciones que tienen para dar una buena atención al usuario.

Se pudo verificar la hipótesis que dice: “La capacitación del servidor municipal incide en la calidad de atención ciudadana en el Balcón de Servicios de la Administración Zonal de Tumbaco del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Provincia de Pichincha – Ecuador” utilizando formulas estadísticas como el cálculo del Chi-Cuadrado.

En sus conclusiones se encontró que:

- a) Los servidores municipales del Balcón de Servicios no tienen la suficiente capacitación para proporcionar una información eficaz al usuario acerca de todos los procesos que se realizan en la Institución, ya que no pueden acceder fácilmente a los cursos de capacitación.
 - b) No existen buenas relaciones laborales entre compañeros de trabajo, debido a la falta de comunicación interna y externa. Situación que conlleva a que haya diferencias de criterios y opiniones, generándose desunión en el grupo y mala atención hacia los clientes.
 - c) No existe diálogo entre Autoridades y personal Administrativo, debido al poco interés por parte de los directivos en conocer los problemas y necesidades existentes en el Balcón de Servicios de la Administración Zonal de Tumbaco.
 - d) La desmotivación de los Servidores Municipales, ya que su trabajo es poco valorizado por los directivos porque consideran que el personal de atención al público no requiere tener mayor conocimiento de los procesos municipales, sino solo lo necesario.
 - e) El desinterés de los servidores municipales en capacitarse, por cuanto no existe incentivo por parte de la Institución para el personal que mejora su nivel de formación profesional y por ende su desempeño laboral.
3. García y Caballero (2013), en la investigación titulada “Calidad de atención, desde la perspectiva del usuario en el centro de Diagnostico del Hospital San Juan de Dios”, publicada por la Universidad académica de humanismo cristiano en Santiago, Chile; cuyo objetivo general fue investigar, según la percepción de los usuarios, que están relacionados con el proceso de

acreditación hospitalaria en el CDT Hospital San Juan de Dios. En cuanto a la metodología, la investigación utilizó una muestra de 100 entrevistas cara a cara, las que se distribuyeron entre 39 policlínicos de atención primaria que tiene el CDT, los instrumentos que se utilizaron fue la encuesta que estuvo conformada por preguntas cerradas y entrevistas personales a funcionarios y jefes de área, que permitieron obtener una visión panorámica de la problemática identificada en el servicio y el tipo de investigación fue descriptivo exploratorio.

El autor concluyó que, con respecto a la amabilidad de personal, se registró un gran nivel de insatisfacción por parte de los usuarios, una de las causas de este problema radica en la desmotivación que sufre el personal al encontrarse sobrecargado en sus funciones. Es importante que las empresas se preocupen constantemente por el bienestar emocional y físico de su potencial humano ya que de ello depende que desarrollen sus funciones correctamente y por ende cumplan con los objetivos trazados. Lo que implica en su totalidad satisfacer las necesidades de los clientes brindando un servicio de calidad.

4. Ramos Jaramillo (2012). El instrumento que utilizaron fue una encuesta dirigida a los pacientes del hospital con una muestra de 3181 pacientes. Del 100% de los encuestados solicitan que las áreas a ser capacitadas son la administrativa con un 57%, la médica con un 28% y la financiera con un 16%.

Del 100%, un 91% tiene una actitud positiva para implantar una capacitación al personal, por el contrario, apenas un 9% no lo acepta. Es importante la predisposición del personal administrativo para aceptar capacitarse en diversas temáticas para mejorar su actitud frente a los usuarios

Según los encuestados se determina que del 100%, el 53% van a desarrollar habilidades individuales y el 47% habilidades colectivas.

Es importante que dentro de la capacitación que se oferte al personal administrativo desarrollen todo este de habilidades en beneficio de la institución y del usuario.

Al preguntarles sobre la capacitación en la calidad de atención del 100% respondieron que el 88% si aceptaría este tipo de capacitación y el 12% no lo harían.

Se debe dar a conocer los objetivos de la capacitación y el propósito del mismo para beneficio institucional y del personal.

Para la verificación de la hipótesis se escogió la prueba del χ^2 cuadrado y se acepta la hipótesis, es decir; se confirma que la capacitación si permitirá mejorar la calidad asistencial de los pacientes del hospital Regional Ambato.

Se concluye que:

- a) En el Hospital Regional Docente Ambato la deficiente calidad de atención a los pacientes por la falta de varios factores que no han sido atendidos pertinentemente, olvidándose que la razón fundamental y elemental son sus clientes y que de la satisfacción

como la perciban y manifiesten, será la medida vital de los cambios operativos planeados que deban desarrollarse.

- b) Se debe superar las brechas para lograr la calidad , con una atención personalizada de la realidad actual del Hospital, la distribución de áreas estratégicas que complementen algunas especialidades y por consiguiente dar diagnósticos y tratamientos completos a satisfacción y con resultados inmediatos de mejora de calidad de vida de las personas que asisten con sus dolencias.
- c) No existe una política del Talento Humano que motive a asumir un compromiso institucional profundo, personal sin capacitación para dar lo mejor en las prestaciones de los servicios que otorga.

5. Flores Merino (2010), donde la metodología usada fue aplicar dos encuestas; una encuesta aplicada al personal (docente) con una muestra de 50 docentes y la otra aplicada a los estudiantes con una muestra de 172 universitarios, Los instrumentos que usaron fueron encuestas dirigida a los universitarios sobre la calidad de atención al cliente y el nivel de satisfacción de cada uno de ellos al utilizar el servicio; el otro instrumento fue otra encuesta a los profesores para determinar las capacitaciones que tienen para dar una atención de calidad al usuario.

Del 100% de la muestra de estudiantes el 87% dice que si es necesario la capacitación del personal para la calidad de atención al cliente y el 13% dice que no es necesaria la capacitación para una buena atención. Según la encuesta realizada a los estudiantes; Según la encuesta realizada a los

estudiantes, el 92% indican que el departamento de secretaría deberá capacitarse en procesos de informática y el 8% indica que no es necesario; el 87% indican que si es necesario la capacitación al personal de secretaría y el 13% indica que no es necesario. La actualización de conocimientos en Informática es necesario que se imparta al personal de secretaría.

Del 100% de la muestra de profesores el 86% indican que si permitirá mejorar el servicio al estudiante y el 14% indica que no mejorar el servicio al estudiante.

Se concluye que:

- a) Es necesario la capacitación del personal de secretaría con el fin de brindar una eficiente atención a los estudiantes y público en general; y poder atender a todos sus reclamos sin perjudicar a nadie.
 - b) Se determina que la capacitación debe estar orientada en el área de la informática específicamente en programas que mejoren la organización y búsqueda de información.
 - c) Seleccionar cuidadosamente los materiales a emplear en la capacitación informática.
 - d) Se debe planificar periódicamente el grado del cumplimiento del cronograma de trabajo para una mejor organización.
6. Espinoza Carrión (2010). Para obtener la percepción del paciente acerca de la calidad de atención se aplicó un instrumento basado en un cuestionario para ver cuanta es su percepción, el cual nos arroja los siguientes resultados cuando se encuentran en hospitalización para obtener mayor atención el

96.67% de los pacientes que acuden al servicio de cirugía del hospital de emergencias Grau consideran a la calidad de servicio como bueno y el 3.3% lo considera como malo.

Se concluye que:

La percepción del cliente acerca de la calidad de atención es muy favorable para los componentes técnicos y de confort, y favorable para el componente del interpersonal.

- a) Referente a la calidad del cuidado técnico, que incluye el cuidado oportuno, seguro y la orientación brindada por la enfermera del servicio de cirugía en el Hospital de Emergencias de Grau es muy favorable en lo que concierne al cuidado seguro y a la orientación recibida y favorable para el cuidado oportuno.
- b) La percepción de los pacientes acerca de la calidad de la atención que brinda la enfermera referente al componente interpersonal que incluye el cuidado humano, la interrelación y la confianza, es favorable en lo que concierne al cuidado humano y a la confianza brindada por la enfermera.

7. Uribe Hurtado (2010): El instrumento utilizado es una encuesta a los estudiantes de la universidad y una encuesta dirigida a los trabajadores administrativas sobre la capacitación que reciben y como la aplican para dar una buena atención al cliente.

Los instrumentos que utilizaron fueron: prueba de entrada, prueba de salida, presentación de trabajos, examen final, promedio final, evaluaciones de desempeño y evaluaciones por unidad de aprendizaje que se aplicaron a los

trabajadores administrativos de la Universidad de San Martín de Porres en el proceso de capacitación que se les aplicó.

Para el procedimiento y el análisis de información se hizo el uso de:

- a) Tablas y gráficos resumen que permitieron realizar un análisis univariado de la información recabada.
- b) Gráficas para el análisis exploratorio de datos: gráfico de cajas; mediante este tipo de gráficas se realizó un análisis cualitativo de la información ya que se pudo visualizar la dispersión de los datos y de esta forma determinar si se presentan datos que discordaban el resto de la información.
- c) Estadísticas descriptivas y análisis de correlación de variables, lo cual permitió realizar un análisis cuantitativo de la información, obteniéndose indicadores de centralidad y de dispersión para cada una de las variables en análisis, así también se obtuvieron indicadores de correlación entre variables.

Se concluye que:

En las teorías:

- a) La capacitación es un proceso clave en la gestión de personas. Es la estrategia más adecuada que el personal adquiera o fortalezca competencias cognitivas y luego las aplique en forma procedimental o actitudinal.
- b) El aprendizaje depende en una parte muy importante del entorno educativo, es decir de la estrategia didáctica que se emplee para lograr los resultados establecidos.

- c) El empleado es una persona adulta con determinados factores que coinciden las acciones de capacitación. El ignorarlas o desestimarlas puede hacer fracasar los resultados del programa.

Sobre la contratación de la Hipótesis:

En cuanto a la contratación de la hipótesis general: “Existe relación entre la estrategia de capacitación y el desarrollo de competencias cognitivas del personal administrativo de la USMP” se ha encontrado lo siguiente:

- a) Los resultados del programa en lo referente a las curvas de aprendizaje, se encuentran entre un 60% y 86%.
 - b) En lo referente a las notas finales de los cursos, un 65% del total de participantes ha obtenido una nota mayor a 15 o más.
 - c) El total de participantes es de 269 de una población de 800 empleados administrativos, lo que significa que en el año 2008 se capacitó a un tercio de la población laboral, que asistieron en forma voluntaria a los cursos programados.
8. Blanco (2009) publicó una investigación sobre Calidad de servicio percibida por los clientes residenciales en las oficinas de atención al cliente (OAC) de una empresa telefónica.

Para obtener la percepción de los clientes se aplicó un instrumento, basado en el modelo SERVQUAL, a dos muestras de 118 y 135 clientes. La consistencia interna de la escala se evaluó mediante el coeficiente alfa de Cronbach, para posteriormente aplicar Análisis de Factores, previo estudio del cumplimiento de los supuestos necesarios para su aplicación.

El resultado fue dos modelos, con cinco dimensiones cada uno, que reflejan las particularidades de la clientela en cada oficina. Se determinó además el nivel de servicio de estas, de acuerdo con la percepción de los clientes. Finalmente, se realizaron pruebas de validez de contenido, criterio y concepto, resultando que ambos modelos son válidos y fiables para la medición de la calidad de servicio en esas oficinas.

El mayor porcentaje lo obtuvo la Atención al Cliente con 33%, seguida por la Capacidad de Respuesta con 11%, el Servicio al Cliente posee el mayor porcentaje con 31%, en segundo lugar la dimensión Capacitación del Personal con 25%.

Se concluye que:

- a) La dimensión que posee mayor oportunidad de mejora según la opinión de los clientes, es la dimensión referida a la Atención al Cliente que contiene variables relacionadas con la Capacidad de Respuesta y la capacitación de personal.
- b) El nivel de servicio, calificado como regular, y los promedios por dimensión puede concluirse que la dimensión más crítica es el “Servicio Prestado”.

El nivel de servicio es calificado como bueno, pero la dimensión más crítica sigue siendo “Servicio al Cliente” con 2,1401, que según la escala es mal nivel de servicio; esto permite concluir que la oportunidad de mejora se orienta al servicio prestado (telefonía y/o internet) en ambos casos.

Los antecedentes sobre la capacitación de personal y la calidad de atención al cliente con el Modelo SERVQUAL de la presente investigación se sitúan con mayor énfasis en la ciudad de Cajamarca, los mismos que son:

1. Cerdán, (2017) en la ciudad de Cajamarca, en su tesis para Licenciatura en Administración, sustento “Nivel de Calidad del Servicio de los clientes Premium de las tiendas Interbank de la ciudad de Cajamarca en el periodo 2016”, el objetivo de la tesis fue determinar el Nivel de Calidad de los servicios de los clientes Premium de las tiendas Interbank, desarrollo una investigación No Experimental, Transversal; con una población de 600 clientes Premium de las tres tiendas Interbank.

Las conclusiones de esta investigación fueron que los clientes premium del Banco Interbank se encuentran satisfechos con la calidad de servicio que se les brinda, esto se obtuvo mediante las 5 dimensiones del modelo SERVQUAL, las cuales con Tangibilidad, Confiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía.

2. Córdova, (2017) en la ciudad de Cajamarca en la tesis para Licenciatura en Administración sustento “Nivel de Calidad de Servicio en la empresa Macga SAC. Usando el modelo SERVQUAL en la ciudad de Cajamarca, 2017”, el objetivo de la tesis fue determinar el Nivel de Calidad de Servicio que brinda la empresa, desarrollo una investigación Transversal, No Experimental, Descriptiva; con una población desconocida ya que no existe un registro exacto de los clientes.

Las conclusiones fueron que el nivel de calidad de servicio que brinda la empresa, es alto con un 46% lo cual indica que el servicio percibido por los clientes en las dimensiones de elementos tangibles, seguridad, empatía son percibidos por los clientes como óptimos con un 67% , 46%, 46% respectivamente y las dimensiones de Fiabilidad y Capacidad de Respuesta son percibidas por los clientes como aceptables pero pueden ser mejoradas ya que obtuvieron un 43 % y 45% respectivamente.

3. Murrugarra (2016) en la ciudad de Cajamarca en la Tesis para Licenciatura en Administración sustento “Nivel de Calidad de servicio en el Policlínico MEDES, Medicina de Especialidades SRL., en la ciudad de Cajamarca en el año 2015”, el objetivo general fue medir el Nivel de Calidad de Servicio que se brinda en el Policlínico MEDES. En la metodología de la Investigación se utilizó una muestra de 236 clientes, el instrumento que se utilizó fue el cuestionario según el método Servqual y el tipo de investigación fue transversal y descriptiva.

Se concluye que existió insatisfacción por parte de los clientes externos con la disposición de ambientes y el retraso de citas programadas con cada uno de los pacientes, pero también existió insatisfacción con la competitividad de los especialistas y la amabilidad que llegaron a tener con cada cliente la rapidez y efectividad de la atención de los colaboradores. A partir de este antecedente, es necesario mencionar que las empresas deben capacitar constantemente a sus colaboradores para incrementar sus habilidades y conocimientos, para que así puedan satisfacer los requerimientos de los clientes.

1.3. Bases Teóricas

1. Teoría de las Relaciones Humanas.

La teoría de las relaciones humanas desarrolladas por Elton Mayo (1949) y sus colaboradores, surgió después del experimento de Hawthorne en el cual se comprobó que es fundamental las relaciones interpersonales para el mejor desarrollo de las personas en su vida personal y social por tal motivo Elton Mayo estudia a la organización como un grupo de personas.

Las características de la teoría de Elton Mayo (1949) son las siguientes:

- Hace énfasis en las personas.
- Se inspira en las herramientas de la psicología.
- Delegación plena de autoridad.
- Autonomía del trabajador.
- Confianza y apertura
- Énfasis en las relaciones interpersonales entre los empleados.
- Confianza en las personas.
- Dinámicas grupales e interpersonales.

Las principales causas por las cuales surge la teoría de relaciones humanas de Elton Mayo son:

- Necesidad de humanizar y democratizar la administración de las empresas.
- El desarrollo de las llamadas ciencias humanas.
- Las ideas de la filosofía pragmática de Jhon y de la psicología dinámica de Kurtlewin.

Esta teoría de Mayo (1949) nos ayudara a identificar cuáles son las causas de

que los trabajadores no hayan pedido capacitación en algo que no tenían conocimiento y necesitaban aprender por tal motivo es que aplicaremos la teoría de relaciones humanas por que el personal no puede relacionarse con las demás trabajadores con facilidad e integrarse a un nuevo grupo de trabajo para realizar tareas en conjunto y lograr los objetivos.

2. Teoría del Comportamiento Organizacional

Es un campo de estudio que investiga el impacto que los individuos, los grupos y las estructuras que tienen sobre el comportamiento de las personas dentro de las organizaciones, con el propósito de aplicar nuevos conocimientos para el mejoramiento de la eficacia de la organización. (Robbins, 1999).

Según Davis y Newstrom (1990), es el estudio y la aplicación de conocimientos relativos a la manera en que las personas actúan dentro de las organizaciones. Se trata de una herramienta humana para beneficio de las personas y se aplica de un modo general a la conducta de las personas en cualquier organización como por ejemplo, empresas comerciales, el gobierno, las escuelas y agencias de servicios. En donde quiera que exista una organización, se tendrá la necesidad de entender el comportamiento organizacional.

Con estas teorías podemos entender el comportamiento de nuestros empleados y así poder darle la atención necesaria cuando se identifican los problemas que hay en la organización con cada uno de los actos que tengan los colaboradores, es decir si tenemos colaboradores contentos y satisfechos con lo que hacen tendremos una organización estable y sin conflicto en las relaciones interpersonales entre sus miembros.

3. Teoría del Desarrollo Organizacional

Chiavenato (2008) nos dice que, el desarrollo humano nace por el mal comportamiento de los trabajadores ya que existen problemas dentro su ámbito laboral tales como: la falta de motivación, bajo rendimiento productivo, un mal clima laboral, etc.

A partir de querer que las personas desarrollen sus conocimientos a su máximo nivel es que nace la capacitación de personal como un instrumento esencial para lograr la mayor eficiencia organizacional, condición indispensable en el mundo actual para todas las empresas que buscan ser líderes en el mercado pero pensando en el bienestar de sus trabajadores.

Por tal motivo la capacitación y desarrollo organizacional busca lograr un cambio planeado dentro la organización de acuerdo a las necesidades, demanda o exigencias de la misma organización. De esta manera se puede centrar en las acciones de determinados grupos, en mejorar sus relaciones interpersonales, en las relaciones de grupos, en el desarrollo de los equipos de trabajo, en el liderazgo, es decir, centrarse más en las personas que en los objetivos, estructura y técnicas de la organización; la capacitación del personal se centra en el capital humano de la empresa.

La importancia que se le dé a la capacitación del personal deriva de que el recurso humano es decisivo para el éxito o fracaso de cualquier organización por tal motivo su manejo es la clave del éxito; el brindarles nuevos conocimientos para que puedan desarrollarse como mejores personas y aumentar su rendimiento laboral tenemos que buscar la mejor forma de cambiar su cultura, sus sistemas de vida, valores y actitudes para obtener una conciencia de pertenencia para que sean miembros fidelizados con su centro

de trabajo.

La teoría del desarrollo del personal nos ayudará a identificar cuanto pueden mejorar los colaboradores después de la capacitación que le brindemos y para poder evaluar cuanto han mejorado su desempeño laboral después de que hayan aprendido nuevas técnicas para mejorar la atención al cliente.

4. Recursos Humanos

Según Chiavenato (2009), la administración de recursos humanos es el proceso administrativo a la conservación del esfuerzo, la salud, las experiencias, las habilidades, los conocimientos, etc de los miembros de la organización, en beneficio del individuo, de la propia organización. Es el proceso de ayudar a los empleados a alcanzar un nivel de desempeño y una calidad de conducta personal y social que cubra sus necesidades.

5. Capital Humano

El capital humano es la fuerza arrolladora que hoy en día tienen las personas y el valor que representan dentro de una organización.

El término “Capital Humano” apareció por primera vez en una revista del premio nobel de Economía Theodore W.

Varios autores de teorías administrativas coinciden en que el capital humano comprenden habilidades, experiencias y conocimientos, Otros como Gary Becker añaden personalidad, reputación y apariencia, y aun otros como Richard Crawford señalan que el capital humano son personas instruidas y hábiles.

Por lo tanto es a través de las personas que el conocimiento de la organización (Capital humano) se va acumulando a lo largo del tiempo, se puede almacenar

hasta llegar a conformar una sólida base de datos que actué como sustento de los cambios y mejoras que se realicen en la organización para su mayor rentabilidad.

La importancia de las personas es esencial en las empresas existentes en el mercado, independientemente de su valor monetario; en todas existe la necesidad de contar con personas con talentos, habilidades, proactivas, capaces de lograr éxitos.

Es decir, las personas constituyen un recurso fundamental y muy valioso porque de ellas dependen que las organizaciones cobren vida y logren sus objetivos; es a través de las personas que los procesos fluyen, los objetivos se cumplen y las estrategias se ejecutan.

La teoría del capital humano es de suma importancia para la investigación ya que son a las personas a quienes tenemos que observar para poder evaluar sus conocimientos y actitudes que tienen hacia los clientes y cuales podríamos mejorar a través de la capacitación.

6. Capacitación del Personal

La capacitación nace en Europa para mejorar la capacidad de producción de sus colaboradores, luego llegó a Estados Unidos durante el siglo XVII, en donde se le tomo menos importancia que en otros países Europeos, porque entre los inmigrantes que iban a este país venían muchos trabajadores con gran experiencia.

Posteriormente el desarrollo de la industria Mexicana dio lugar a la creación de grandes fábricas en donde se daba la mayor parte de la actividad económica, las cuales constituyen a la base de un proceso natural de agrupación de los trabajadores; en donde se divide al trabajo en dos ramas: la

producción y en donde se realizan las diferentes actividades u oficios (Mayo, 2009).

La división del trabajo en las fábricas propician que los trabajadores estén en contacto continuo, pues la producción es el resultado del trabajo de una gran cadena de obreros que no realizan todas las actividades del proceso de producción de un bien o servicio, si no que participan sólo en una parte de ella, y al hacerlo ponen en evidencia la necesidad del trabajo especializado de cada uno de los trabajadores en el proceso productivo moderno. Esta necesidad de especialización resalta la importancia del adiestramiento y la capacitación del personal en los diversos niveles de la organización con el fin de aumentar su efectividad y rendimiento laboral (Lewin, 2010).

En nuestro país existen antecedentes de la capacitación del personal ya que las empresas medianas, grandes y muy grandes dieron gran importancia a la capacitación de personal, aunque de una manera pequeña; analizaron y diseñaron sus propios sistemas para capacitar a todos sus trabajadores. Las empresas medianas conscientes de la necesidad e importancia de la capacitación dentro de su organización, no lograron diseñar ningún sistema de capacitación, así que recurrieron a realizar cursos para capacitar a su personal que han seleccionado para tratar de especializarlo y mejorar su nivel de productividad .

Al establecerse un programa de capacitación, el primer paso es coordinar las necesidades con objetivos de aprendizaje específicos. Es necesario determinar las diferencias entre los conocimientos de los colaboradores y los objetivos propuestos por las organizaciones para evitar la repetición de datos conocidos o la suposición de conocimientos inexistentes.(Katz, 2006)

Cuando se les pregunta a los trabajadores si tienen las competencias

necesarias para el puesto, no siempre se obtiene una respuesta veraz o eficaz. Algunos ocultan su falta de conocimiento o comprensión por timidez o temor. Otros creen que si no responden afirmativamente, no obtendrán las oportunidades laborales que desean. Es necesario evaluar (o poner a prueba) las habilidades de cada trabajador para que pueda desempeñarse en forma independiente, sin apoyarse en los conocimientos de otros. El personal debe tener la oportunidad de demostrar sus conocimientos prácticos sin humillaciones ni riesgos (Katz, 2006).

La presente investigación se sustenta en las teorías relacionadas con la capacitación y desarrollo de las personas, como las siguientes: teoría de las relaciones humanas, comportamiento organizacional, desarrollo organizacional, aprendizaje y competencias.

7. La Capacitación

La capacitación es la descripción del desempeño laboral que busca que los empleados sean capaces de lograr, para que se los considere como personas competentes e idóneas para desarrollar sus funciones y fomentar las habilidades necesarias que se requieran en su puesto de trabajo.

Según Chiavento (2008) toma 5 definiciones de capacitación entre ellas menciona primero a la capacitación como un proceso de desarrollo de las cualidades del talento humano para obtener mejores beneficios; en segundo lugar toma a la capacitación como un proceso de enseñar a los empleados para que desarrollen sus habilidades al cien por ciento; en tercer lugar la define como un proceso de modificar o transformar el comportamiento del capital humano para utilizar sus principales habilidades y capacidades para lograr el éxito; la cuarta definición es la experiencia aprendida para cambiar

permanentemente a un individuo para que mejore su capacidad de desempeñarse en su campo laboral y por último define a la capacitación como un proceso educativo a corto plazo que les permita a los trabajadores aprender nuevos conocimientos, tener nuevas actitudes y desarrollar nuevas competencias en función al objetivo que quieren lograr dentro de su organización.

La definición de la capacitación nos ayudara a identificar la falta de las habilidades y competencias de cada uno de sus trabajadores para así poder capacitarlos de acuerdo a lo que ellos necesitan para incrementar su nivel de productibilidad y llegar al éxito, según Chiavenato (2009) se puede obtener una mejor capacitación del personal cuando identificamos los procesos más adecuados para desarrollar sus habilidades y conocimientos y mejorar su rendimiento laboral.

A continuación analizaremos las dimensiones de la Capacitación:

- a) **Transmisión de información:** aumentar el conocimiento de las personas, es decir tener la información acerca de la organización, sus productos/ servicios y sus políticas, directrices, reglas, reglamentos y clientes.
- b) **Desarrollo de Habilidades:** mejorar las habilidades y destrezas, estar preparado para la ejecución y la operación de tareas, manejo de equipamientos, máquinas y herramientas.
- c) **Desarrollo de Actitudes:** desarrollar – modificar comportamientos, cambiar las actitudes de negativas a positivas o favorables, de concienciación y sensibilización de las personas, los clientes internos y externos.
- d) **Desarrollo de Conceptos:** elevar el nivel de abstracción, desarrollar ideas

y conceptos para ayudar a las personas a pensar en términos globales y amplios.

Chiavenato (2008) 2edición, página 378.

8. Capacitación

Según Gary Dessler, Dolan, Valle Cabrera y otros autores (2009) la capacitación es un conjunto de actividades que permite a los trabajadores mejorar su rendimiento presente y futuro aumentando su capacidad a través de la mejora de sus conocimientos, habilidades y actitudes. Este proceso de los recursos humanos dará lugar a un cambio en el comportamiento de los individuos involucrados (Fernández, 2005).

Por medio de la capacitación podemos lograr obtener trabajadores calificados, comprometidos y preparados lo que le brinda a la organización tener una ventaja de diferenciación con las demás organizaciones,

La capacitación en la actualidad representa para las empresas uno de los medios más efectivos y eficaces para asegurar la formación permanente de sus recursos humanos con respecto a las funciones laborales que deben desempeñar los trabajadores en su puesto de trabajo.

Si bien es cierta la capacitación no garantiza el correcto cumplimiento de tareas y actividades de los trabajadores, si manifestamos a la capacitación como un instrumento que enseña, desarrolla competencias a cualquier persona. Bajo este marco, la capacitación busca básicamente:

- a) En promover el desarrollo total del personal, y como consecuencia el desarrollo de la organización.

b) Propiciar y fortalecer el conocimiento técnico-práctico necesario para el mejor desempeño de las actividades laborales.

Con la finalidad de que las organizaciones identifiquen y apliquen los aspectos necesarios que deben ser considerados para empezar un proceso de capacitación organizado.

Con la capacitación obtendremos los siguientes beneficios:

a) Beneficios de la capacitación para las organizaciones

Según Elton Mayo (2009) los beneficios que tiene la empresa con la capacitación se pueden enumerar los siguientes:

- Crear mejor imagen de la empresa
- Mejora la relación jefe subordinado
- Eleva la moral de la fuerza de trabajo
- Incrementa la productividad y la calidad en el trabajo.

b) Beneficios de la capacitación para los trabajadores

Mayo nos dice que los beneficios que obtienen los colaboradores con la capacitación son los siguientes:

- Elimina los temores de incompetencia que puedan presentar.
- Sube el nivel de satisfacción en el puesto de trabajo.
- Desarrolla un sentido de constante progreso en cada una de las actividades que desarrolla.

c) Traspaso de Conocimientos a través de la Capacitación

La definición de Gregorio Bilikopf (2010), es buena para poder traspasar los conocimientos adquiridos por trabajadores que tienen mayores conocimientos especializados que los demás y así poder contribuir con la capacitación de los demás trabajadores, contribuir de manera positiva a la producción y aumentar

el rendimiento laboral de la empresa.

9. Definición de la Capacitación

El concepto de capacitación según el enfoque de Chiavenato (2008):

- a) Es el proceso de desarrollar cualidades en los recursos humanos, preparándolos para que sean más productivos y contribuyan al logro de los objetivos de la organización. El propósito de la capacitación es influir en los comportamientos de los individuos para aumentar su productividad en su trabajo.
- b) La capacitación es el proceso de enseñar a los nuevos empleados las habilidades básicas que necesitan para desempeñar su trabajo.
- c) La capacitación es el proceso de modificar, sistemáticamente, el comportamiento de los empleados con el propósito de que alcancen los objetivos de la organización. La capacitación se relaciona con las habilidades y las capacidades que exige actualmente el puesto. Su orientación pretende ayudar a los empleados a utilizar sus principales habilidades y capacidades para poder alcanzar el éxito.
- d) La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, que se aplica de manera sistemática y organizada, que permite a las personas aprender conocimientos, actitudes y competencias en función de objetivos definidos previamente (Chiavenato, 2008).

10. Proceso de Capacitación

Chiavenato (2009) nos dice que la capacitación es proceso cíclico y continuo que pasa por cuatro etapas:

- a) El diagnóstico, consiste en realizar un inventario de las necesidades o las carencias de capacitación que deben ser atendidas o satisfechas. Las necesidades pueden ser pasadas, presentes o futuras.
- b) El diseño, consiste en preparar el proyecto o programa de capacitación para atender las necesidades diagnosticadas.
- c) La implantación es ejecutar y dirigir el programa de capacitación.
- d) La evaluación, consiste en revisar los resultados obtenidos con la capacitación. (Chiavenato, 2009)

Los procesos de la capacitación según Chiavenato (2008) son de diferentes enfoques los cuales podemos enlazar de acuerdo a las necesidades de los trabajadores para obtener un buen sistema de capacitación para el personal de una organización y obtener mejores resultados.

11. Enfoque de la Capacitación

Chiavenato (2008) dice que la capacitación, además de ocuparse de la información, las habilidades, las actitudes y los conceptos, ahora se orienta al desarrollo de ciertas competencias que desea la organización.

La capacitación constituye el núcleo de un esfuerzo continuo diseñado para mejorar las competencias de las personas y el desempeño de la organización. Se trata de uno de los procesos más importantes de la administración de recursos humanos. La capacitación se diseña con el objeto de proporcionar a los talentos humanos el conocimiento y las habilidades que necesitan en sus puestos actuales. (Chiavenato, 2008).

12. Importancia de la Capacitación

La importancia de la capacitación según Mayo (2006) en las empresas en la actualidad es de suma relevancia para obtener mejores resultados en la calidad de producto y/o servicio por tal motivo tiene incidencia en varios aspectos como:

a) Productividad

Mayo (2006) define que en la productividad las actividades de capacitación no solo deberían aplicarse a los empleados nuevos sino también a los trabajadores con experiencia. Ya que capacitar a los empleados consiste en brindarles los conocimientos, actitudes y habilidades que requieren para lograr un óptimo desempeño. Las organizaciones en general deben dar las bases para que sus colaboradores tengan la preparación necesaria y especializada que les permitan enfrentarse en las mejores condiciones a sus tareas diarias.

b) Calidad

Mayo (2006) nos sugiera que para los programas de capacitación y desarrollo apropiadamente diseñados e implantados, también contribuyen a elevar la calidad de la producción de la fuerza de trabajo. Cuando los trabajadores están mejor informados acerca de sus deberes y sus responsabilidades de su trabajo, cuando tienen los conocimientos y habilidades laborales necesarios, son menos propensos a cometer errores en el trabajo.

c) Planeación de los Recursos Humanos

Para Mayo (2006) las necesidades futuras de personal dependerán de la capacitación y desarrollo del empleado.

d) Salud y seguridad

Mayo (2006) dice que una adecuada capacitación ayuda a prevenir accidentes industriales, a gozar de buena salud y obtener la mayor seguridad posible en su centro de trabajos pues estar en un ambiente laboral seguro puede conducir a actividades más estables por parte del empleado.

e) Dimensión psicológica

Según Mayo (2006) la capacitación genera un cambio de actitud, comportamiento y aptitudes tanto para sus relaciones personales como laborales, además, mejora su grado de motivación, de seguridad en sí mismo, el nivel de autoestima, liderazgo, trabajo en equipo, etc.

f) Desarrollo personal

Mayo (2006) nos dice que no todos los beneficios de capacitación se reflejan en la misma empresa. En el ámbito personal los empleados también se benefician de los programas de desarrollo administrativo, les dan a los participantes mayores conocimientos, mayor sensación de competencia y un sentido de conciencia; un repertorio más grande de habilidades y otros son indicadores del desarrollo personal de cada una de las personas.

g) Prevención de la obsolescencia

Mayo (2006) sugiere que la capacitación continua es necesaria para

mantener actualizados a los trabajadores de los avances tecnológicos en sus respectivos campos laborales, en este sentido la obsolescencia puede controlarse mediante una atención constante al pronóstico de las necesidades de recursos humanos, el control de cambios tecnológicos y la adaptación de los individuos a las oportunidades, así como los riesgos del cambio tecnológico. Los gerentes y profesionales de Recursos Humanos deberán desarrollar constantemente las capacidades necesarias para el éxito. Por lo tanto, es necesario redefinir las capacidades de la organización, que podríamos denominar "ADN de la competitividad", para dar sustento a integrar las capacidades individuales.

h) Supervivencia

La preocupación fundamental de Mayo (2006) y de cualquier empresario es el crecimiento y la consolidación de su negocio o, por lo menos su supervivencia. Al evaluar el puesto de un nuevo trabajador es sencillo. Se debe determinar lo que comprende el puesto y dividirlo en sub-tareas, cada una de las cuales debe ser aprendida.

13. Desarrollo del Desempeño

En un estudio cuidadoso del desempeño laboral de Chiavenato (2008) para identificar una deficiencia en una organización y posteriormente corregirla con el nuevo equipo, nuevo empleado, un programa de capacitación o

cualquier otro, para ver si esta puede reducir problemas en el desempeño y exceso de desperdicio o baja producción.

Lo más importante es poder detectar, evaluar y separar las necesidades de

capacitación de aquellas que no lo son. Este punto es de gran importancia ya que, establecer problemáticas que pueden ser resueltas con capacitación, y que esto no coincida con la realidad, implica un mal diagnóstico y partir de un punto equivocado. Si esta situación no se corrige y se realiza un plan de capacitación basado en un diagnóstico erróneo, tendrá como resultado: el reclamo de la organización, la frustración de los participantes y el descrédito del área de capacitación. Teniendo en cuenta estas posibles consecuencias se hace sumamente importante evaluar qué problemáticas “no se solucionan con capacitación”

El comienzo del análisis debe orientarse, no solo por la descripción de cuáles son las necesidades existentes, que puedan brindar quienes solicitan la evaluación, sino que es necesario un meticuloso y pormenorizado trabajo de campo con quienes están involucrados en el proceso de desarrollo del desempeño laboral.

Esta será la primera gran división del diagnóstico, donde se deberán dejar sentadas qué problemas aparecieron cuya solución no depende de la implementación de programas de capacitación y sí, deberán ser motivo de estudio del análisis organizacional. Es necesario establecer si esa cultura previa permite que se perciban y se manifiesten problemas de capacitación o si acostumbran a relacionar sus problemas con otros factores.

El propósito del paso de evaluación de la situación es determinar las necesidades de la capacitación, a esto también se le llama análisis de desempeño que a su vez verifica la existencia de una deficiencia importante en el rendimiento laboral para posteriormente determinar si se debe rectificar la falla mediante una capacitación o algún otro medio.

Según Chiavenato (2009), los principales medios utilizados para determinar las necesidades de capacitación son:

a. Evaluación de desempeño

Mediante la evaluación del desempeño de los trabajadores es posible descubrir no sólo a los empleados que vienen efectuando sus tareas por debajo de un nivel satisfactorio, es decir un bajo nivel de rendimiento laboral, sino también averiguar qué departamentos de la empresa requieren de una atención inmediata de los responsables de la capacitación.

b. Observación

Verificar donde haya evidencia de trabajo ineficiente, como excesivo daño de equipo (maquinaria y equipos), atraso con relación al cronograma, pérdida excesiva de materia prima, problemas disciplinarios, alto índice de ausentismo, falta de atención, existencia de tiempos muertos, personal fatigado, clima laboral pesado, falta de comunicación efectiva, inexistencia de trabajo en equipo, etc.

c. Cuestionarios

Investigaciones mediante cuestionarios y listas de verificación (checklist) que pongan en evidencia las necesidades de capacitación de los empleados.

d. Solicitud de supervisores y gerentes

Cuando la necesidad de capacitación es de un nivel muy alto, los propios gerentes y supervisores se hacen propensos a solicitar capacitaciones constantes para su personal.

e. Entrevistas con supervisores y gerentes

Relación directa con supervisores y gerentes, con respecto a posibles problemas que se pueden solucionar mediante la capacitación, por lo general se descubren en las entrevistas con los responsables de cada uno de los departamentos de la organización, ya que los trabajadores no te dan una información fidedigna por temor a perder su empleo.

f. Reuniones ínter departamentales

Discusiones ínter departamentales acerca de asuntos concernientes a objetivos empresariales, problemas operacionales, planes para determinados objetivos y otros asuntos administrativos.

g. Examen de empleados

Pruebas de conocimientos y aptitudes del trabajo de los empleados que ejecutan determinadas funciones o tareas en proceso de producción.

h. Modificación de trabajo

Cuando se hagan modificaciones totales o parciales de la rutina de trabajo, se vuelve necesaria la capacitación previa de los empleados en los nuevos métodos y procesos para un mejor desempeño laboral.

i. Entrevista de salida

Cuando un empleado va a retirarse de la empresa es el momento más apropiado para conocer no solo su opinión sincera acerca de la empresa, sino también las razones que han motivado su salida. Es posible que salgan a relucir varias diferencias de la organización, susceptibles de correcciones.

j. Análisis de cargos

El conocimiento y la definición de lo que se quiere en cuanto a aptitudes,

conocimientos y capacidad, hace que se puedan preparar programas adecuados de capacitación para desarrollar nuevos conocimientos específicos según las tareas, además de formular planes de capacitación concretos y económicos y de adaptar métodos didácticos.(Chiavenato, 2008).

14. Indicadores de Capacitación

Blake (2000) nos dice que existen indicadores de necesidades de capacitación. Estos indicadores sirven para identificar eventos que provocaran futuras necesidades de capacitación (indicadores a priori) o problemas comunes de necesidades de entrenamiento ya existentes (indicadores a posteriori).

a. Indicadores a priori

Son los eventos que, si ocurrieran, proporcionarían necesidades futuras de capacitación como:

- Expansión de la empresa e ingreso de nuevos empleados.
- Reducción del número de empleados.
- Cambio de métodos y procesos de trabajo.
- Sustituciones o movimiento de personal.
- Faltas, licencias y vacaciones del personal.
- Expansión de los servicios.
- Modernización de maquinarias y equipos.
- Producción y comercialización de nuevos productos o servicios.

b. Indicadores a posteriori

Son los problemas provocados por las necesidades de capacitación no atendidas. Estos problemas por lo general, están relacionados con la producción o con el personal y sirven como diagnóstico de la falta de

capacitación.

15. Calidad de atención en el servicio

1. Calidad:

“Representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios“(Álvarez, 2006).

2. Servicio:

“Es un medio para entregar valor a los clientes, facilitando los resultados que los clientes quieren conseguir sin asumir costes o riesgos específicos” (Bon, 2008).

3. Calidad en el servicio:

Según Pizzo (2013) es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.

16. Calidad en la atención al cliente

“Representa una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores

y lograr la percepción de diferencias en la oferta global de la empresa”

(Blanco, 2001, citado en Pérez, 2007, p.8).

Objetivo:

El servicio al cliente forma parte de la mercadotecnia intangible, ya que este no se siente al simple tacto, pero bien, se llega a apreciar; tiene como objetivo, según menciona Kleyman (2009) el manejo de la satisfacción a través de producir percepciones positivas del servicio, logrando así, un valor percibido hacia nuestra marca.

Así mismo, concierne al constante mejoramiento en el servicio al cliente, debido a que la cultura en las organizaciones se ha ido modernizando conforme lo requiere el entorno, al pasar de poner en primer plano las necesidades del cliente que las necesidades de la propia empresa.

Según Álvarez (2006) se enlistan una serie de objetivos o metas alcanzar:

- a) Cumplir las expectativas del cliente y despertar en él nuevas necesidades.
- b) Reducir o eliminar al máximo los defectos que se producen a lo largo del proceso productivo.
- c) Dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes
- d) Disfrutar de una categoría empresarial que aspira siempre a la excelencia.

Importancia:

El servicio al cliente ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que mientras más exista, los clientes tiene mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es aquí donde radica dicha importancia de irlo perfeccionando y adecuando a las necesidades de los clientes, ya que estos mismo son

quienes tendrán la última palabra para decidir. La importancia se puede guiar por los siguientes aspectos, mencionados por Anónimo (2013):

- a) La competencia es cada vez mayor, por ende los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado.
- b) Los competidores se van equiparando en calidad y precio, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación.
- c) Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido.
- d) Si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores.
- e) Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o que vuelvan a visitarnos.
- f) Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que nos recomiende con otros consumidores.

Es primordial tomar en cuenta dichos aspectos, ya que si se logran entender adecuadamente cada uno de ellos y, aplicarlos de la manera correcta se logrará tener una ventaja competitiva.

17. Características del servicio de calidad

Según Anorte (2013), algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes:

1. debe cumplir sus objetivos
2. debe servir para lo que se diseño
3. debe ser adecuado para el uso
4. debe solucionar las necesidades
5. debe proporcionar resultados

Así mismo, existen otras características más específicas mencionadas por Paz (citado en verdú, 2013), las cuales estarán a cargo del personal que labora en las entidades, ya que son habilidades necesarias, sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los clientes, estas pueden ser:

1. Formalidad: honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad
2. iniciativa: ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas.
3. Ambición: tener deseos inagotables por mejorar y crecer; es decir, tener afán de superación.
4. Autodominio: tener capacidad de mantener el control de emociones y del resto de aspectos de la vida.
5. disposición de servicio: es una disposición natural, no forzada, a atender, ayudar, servir al cliente de forma entregada y con dignidad.
6. don de gentes: tener capacidad para establecer relaciones calidad y afectuosas con los demás, y además, disfrutarlo.
7. Colaboración: ser una persona que gusta de trabar en equipo, le agrada trabajar con otros para la consecución de un objetivo en común.
8. enfoque positivo: es la capacidad para ver el lado bueno de las cosas con optimismo.

9. observación: es la habilidad para captar o fijarse en pequeños detalles no siempre evidentes a todo el mundo.
10. Habilidad analítica: permite extraer lo importante de lo secundario, descomponer un discurso o problema en partes, para poder analizar cada una de las ideas principales y, en función de ese análisis, ofrecer una solución global.
11. imaginación: es la capacidad de generar nuevas ideas y, de ofrecer alternativas al abordar una situación.
12. Recursos: tener el ingenio y la habilidad para salir airoso de situaciones comprometidas.
13. Aspecto externo: es la importancia de una primera impresión en los segundos iniciales para crear una buena predisposición hacia la compra en el cliente.

Lo anterior son términos que describen características positivas y deseables en el servicio y la atención ofrecida por un negocio (sin importar el giro que éste tenga) y, que puede ser entendido como se muestra a continuación:

- Impacto de la calidad en el servicio
- Niveles de exigencias

La importancia de cubrir con la mayoría de las características mencionadas anteriormente, radica en que la calidad del servicio se ha convertido en un factor fundamental en la decisión de compra por dos razones:

La competencia es cada vez mayor y atrae al cliente mediante una diversidad de servicios que añaden valor al producto que se ofrece.

Se ha pasado del consumidor que favorecía los productos que estaban disponibles y eran de bajo coste, a un público más selectivo y mejor informado que puede elegir entre multitud de ofertas y servicios diferentes.

La actitud del cliente respecto a la calidad del servicio cambia a medida que va conociendo mejor el producto y mejor su nivel de vida, en un principio suele contenerse con el producto base, sin servicios, y por lo tanto, más barato.

Poco a poco, sus exigencias en cuanto a calidad aumentan hasta terminar deseando lo mejor. no comprender este hecho ha llevado al fracaso de algunas empresas, que se han dado cuenta muy tarde del error cometido.

18. Principios de la atención al cliente

Como principios de la atención al cliente se establece que el cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe. Cualquier sugerencia o consejo es fundamental para la mejora. Toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente.

Esta satisfacción debe garantizarse en cantidad calidad, tiempo y precio. Las exigencias del cliente orientan la estrategia de la empresa con respecto a la producción de bienes y servicios.

El diseño del servicio que se realiza debe satisfacer plenamente las

necesidades de los clientes, además de garantizar la competitividad de la empresa de forma tal que pueda permanecer en el mercado. Las empresas deben reducir la diferencia entre la realidad de su oferta (productos o servicios) y las necesidades y preferencias del cliente.

El servicio se le brinda no a un cliente indistinto sino a una persona (grupo) específico y como tal debe tratarse. Esto permite la personalización de la

atención a los clientes que los hace sentirse especiales.

La política de atención al cliente va acompañada de una política de calidad.

El cliente tiene derecho a conocer qué puede esperar del servicio brindado por la empresa.

La calidad en la atención al cliente debe sustentarse en políticas, normas y procedimientos que involucren a todas las personas de la empresa. Así cada empresa desarrolla su propia estrategia de calidad de servicios teniendo en cuenta el sector en el que opera y el tipo de negocio que desarrolla.

Para cada segmento de mercado debe diseñarse el nivel de servicio más adecuado, ya que no siempre un único diseño de servicio al cliente es capaz de satisfacer todos los segmentos de mercado que debe atender la empresa (López Parra, 2013).

19. Atención y Servicio

Según Vértice (2008), el concepto de Atención es un término con diversos significados y que puede ser utilizado en distintos ámbitos.

- a) Para la psicología, la atención es una cualidad de la percepción que funciona como una especie de filtro de los estímulos ambientales, evaluando cuáles son los más relevantes y dotándolos de prioridad para un procesamiento más profundo.
- b) Por otra parte, la atención también es entendida como el mecanismo que controla y regula los procesos cognitivos. Hay ocasiones en que incluso actúa de manera inconsciente.

La atención es la capacidad que tiene alguien para entender las cosas o un objetivo, tenerlo en cuenta o en consideración. Desde el punto de vista de la psicología, la atención no es un concepto único, sino el nombre atribuido a

una variedad de fenómenos. Tradicionalmente, se ha considerado de dos maneras distintas, aunque relacionadas.

Por una parte, la atención como una cualidad de la percepción hace referencia a la función de la atención como filtro de los estímulos ambientales, decidiendo cuáles son los estímulos más relevantes y dándoles prioridad por medio de la concentración de la actividad psíquica sobre el objetivo, para un procesamiento más profundo en la conciencia. Por otro lado, la atención es entendida como el mecanismo que controla y regula los procesos cognitivos; desde el aprendizaje por condicionamiento hasta el razonamiento complejo. (Vértice, 2008)

20. Calidad de Servicio

Camisón (2007) nos dice que, la calidad en el servicio al cliente no es un tema reciente dentro de las empresas, ya que desde siempre los clientes han exigido el mejor trato y la mejor atención al adquirir un producto o servicio, seguido de la confiabilidad, calidad, tiempos razonables, precisos, y constante innovación por parte de las mismas, por lo cual cada una de las organizaciones se han visto a la tarea de buscar diversas alternativas para enriquecer dichas exigencias.

Actualmente, existe una gran y ardua competencia entre las empresas por ser el primero en obtener la atención del cliente, mismo que puede llegar a tardar un largo proceso para convertirse en un cliente principal, consistiendo en frecuentes visitas a la entidad, o bien de varias adquisiciones del producto que ofrece, dependiendo del giro de la empresa; pero que a su vez, puede bastar con un solo minuto de romper las políticas establecidas para la calidad

en el servicio, para perder ese cliente y que este opte por ir hacia la competencia. Por lo anterior, no se debe perder el objetivo de cumplir con la satisfacción al cliente, y cuidar celosamente de ellos, procurando mantener un juicio razonable y mostrando siempre una buena imagen de la empresa.

Por los puntos planteados anteriormente, se cree que cada empresa debe darse a la tarea de conocer temas estratégicos sobre la calidad del servicio al cliente, para poder desempeñarla correctamente de la misma y ampliar su cartera de clientes, gracias a la creación de una imagen más óptima y seguido del aumento de recomendaciones, desarrollando un ambiente más confortable tanto para sus empleados, clientes actuales y futuros clientes. (Camisión, 2007)

21. Calidad en el Servicio

Para Pizzo (2013) el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerle, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.

22. Cliente

Thompson (2009) define al “cliente como la persona, empresa y organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan

productos y servicios” (Thompson, 2009; página 144).

23. Atención al Cliente

Blanco (2001) define la atención al cliente como el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes.

24. Calidad en la Atención al Cliente

Blanco (2001) nos dice que la calidad en la atención al cliente es una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores y lograr la percepción de diferencias en la oferta global de la empresa.

Tipos de calidad:

Según Ernesto Ramírez (2008) existen tres tipos de calidad las cuales mencionamos a continuación:

1. la calidad que se espera: se da cuando existen propiedades y características que los consumidores saben que encontrarán en los productos o servicios. Cuando encuentran estas propiedades y características, los consumidores quedan satisfechos, pero cuando no las encuentran, quedan muy insatisfechos.
2. Calidad que satisface: se da cuando existen propiedades y características que los consumidores solicitan específicamente solo para ellos. Cuando

están presentes estas propiedades y características, los consumidores quedan satisfechos, pero cuando no está presentes, quedan insatisfechos.

La calidad que satisface cumple con las expectativas del consumidor, pero sin llegar a superarlas.

3. Calidad que deleita: se da cuando existen propiedades y características que los consumidores no solicitan porque no saben que existen, pero que cuando están presentes y agradan, los consumidores quedan muy satisfechos; sin embargo, si no las encuentran, no quedan insatisfechos. La calidad que deleita supera las expectativas del consumidor.

25. Importancia de la Calidad de Atención al Cliente

Para Evans (2008) la importancia del servicio al cliente ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que mientras más exista, los clientes tiene mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es aquí donde radica dicha importancia de irlo perfeccionando y adecuando a las necesidades de los clientes, ya que estos mismos son quienes tendrán la última palabra para decidir. La importancia se puede guiar por los siguientes aspectos:

- a) La competencia es cada vez mayor, por ende los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado.
- b) Los competidores se van equiparando en calidad y precio, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación.
- c) Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido.

- d) Si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores.
- e) Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o que vuelvan a visitarnos, así como que nos recomiende con otros consumidores.
- f) Es primordial tomar en cuenta dichos aspectos, ya que si se logran entender adecuadamente cada uno de ellos, y aplicarlos de la manera correcta se logrará tener una ventaja competitiva (Evans, 2008).

Para Camisón una organización que pretenda alcanzar altos niveles en la calidad del servicio que suministra debe prestar una especial atención a los atributos en los que se fijan los clientes para evaluarla, es decir, a los elementos del servicio que el cliente puede percibir y cuya valoración le permitirá juzgar un servicio como de buena o mala calidad (Camisón, 2007).

Blanco (2001) dice que la satisfacción del cliente es también un factor importante en la utilidad neta. En un estudio se descubrió que las empresas que tienen una tasa de retención de clientes de 98% son dos veces más productivas que aquellas cuya tasa es de 94%. Otros estudios demuestran que los clientes insatisfechos comunican sus experiencias negativas a por lo menos dos veces más personas que sus experiencias positivas.

Evans (2008) dice que la satisfacción es importante, las empresas modernas necesitan una visión más profunda. El logro de una alta productividad y de participación de mercado requiere clientes leales, aquellos que permanecen y perduran en el tiempo quedando totalmente

satisfechos sin ningún reclamo.

26. Protagonistas de la calidad en la atención al cliente

Una forma de visualizar a los protagonistas de la calidad en la atención al cliente es el modelo del triángulo del servicio de Albrecht y Zemke (citado en Pérez, 2007); quienes consideran útil pensar en la organización y el cliente como aspectos íntimamente vinculados en una relación triangular, representada por la estrategia de servicio, la gente y los sistemas, los cuales giran alrededor del cliente en una interacción creativa. Esta relación, más que una estructura constituye un proceso, que obliga a la organización a incluir al cliente en la concepción del negocio.

27. Los trabajadores y la atención al cliente

en una organización dirigida al cliente, ésta constituye la base para definir el negocio, que existe para brindarle sus servicios y atender sus necesidades.

De esta forma, el personal responsable de su atención se convierte en un elemento fundamental para conseguir este objetivo.

Los directivos de las organizaciones deben estimular y ayudar a los empleados para que mantengan su atención centrada en las necesidades del cliente, logrando que adquieran un buen nivel de sensibilidad, atención y voluntad de ayudar, y que infundan en los clientes el deseo de contar su experiencia a otras personas y de volver por la empresa.

El propósito de la organización dirigida hacia el cliente es ser el soporte de los esfuerzos que debe realizar los empleados para cumplir con la calidad de servicio exigida. Las personas aportan la diferencia, es decir, el factor humano es el recurso más importante.

Para brindar una excelente atención, se requiere que los trabajadores pongan

en práctica habilidades técnicas relacionadas con su trabajo, como el conocimiento de los productos y servicios que se venden, el entorno de trabajo, procesos, procedimientos, manejo de los equipos y herramientas que se utilizan.

En las empresas orientadas al cliente los trabajadores ponen en práctica ambas habilidades, tanto las personales como las técnicas. esto permite que la atención y el servicio sean un solo proceso.

El cliente espera calidad en la satisfacción de sus necesidades y expectativas. Las necesidades se satisfacen con productos y servicios excelentes que deben conocer con detalle los trabajadores que los ofrecen (habilidad técnica). Las expectativas se satisfacen con el trato que se les ofrece (habilidad interpersonal).

El mayor reto de las empresas es superar las expectativas, de esta forma un valor agregado tanto de la atención como del servicio al cliente. en esta fase del proceso, la atención y el servicio al cliente son un todo indisoluble.

28. Modelo SERVQUAL:

Reina Matsumoto Nishizawa, (Matsumoto, 2014) en su tesis “Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto” cita a Zeithaml, Parasuraman Y Berry, por su modelo SERVQUAL, modelo propicio y afín para esta investigación, así:

El modelo SERVQUAL se publicó por primera vez en el año 1988, y ha experimentado numerosas mejoras y revisiones desde entonces. El modelo Servqual es una técnica de investigación comercial, que permite realizar la

medición de la calidad del servicio, conocer las expectativas de los clientes, y cómo ellos aprecian el servicio. Este modelo permite analizar aspectos cuantitativos y cualitativos de los clientes. Permite conocer factores incontrolables e impredecibles de los clientes.

El SERVQUAL proporciona información detallada sobre; opiniones del cliente sobre el servicio de las empresas, comentarios y sugerencias de los clientes de mejoras en ciertos factores, impresiones de los empleados con respecto a la expectativa y percepción de los clientes. También, este modelo es un instrumento de mejora y comparación con otras organizaciones. (Matsumoto, 2014)

A. Dimensiones del Modelo SERVQUAL

El modelo SERVQUAL agrupa cinco dimensiones para medir la calidad del servicio:

Dimensiones del Modelo SERVQUAL



Figura 01

Fuente: Matsumoto, 2014

1. **Fiabilidad:** Se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir, que la empresa cumple con sus promesas, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas y fijación de precios.
2. **Capacidad de Respuesta:** Es la disposición para ayudar a los usuarios y para prestarles un servicio rápido y adecuado. Se refiere a la atención y prontitud al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los clientes, y solucionar problemas. (Matsumoto, 2014)
3. **Seguridad:** Es el conocimiento y atención de los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.
4. **Empatía:** Se refiere al nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes. Se debe transmitir por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente.
5. **Elementos tangibles:** Es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal. (Matsumoto, 2014)

1.4. Definición de términos básicos

- ✓ **Capacitación:** es la forma en que una persona aprende conocimientos de otras con conocimientos especializados; los cuales les ayudara para mejorar cada una de las actividades en las cuales las aplicaran y obtendrán mejores resultados que los llevaran a alcanzar el éxito personal y laboral.
- ✓ **Atención:** es la actitud que una persona puede demostrar a otra cuando requiera de nuestra ayuda para brindarle nuestra cortesía y la capacidad de servicio que uno tiene.
- ✓ **Cliente:** es la persona que nos compra un bien o servicio para satisfacer sus necesidades; manifiesta su satisfacción a través de la actitud que muestra cuando ha usado el bien y/o servicio.
- ✓ **Calidad:** son las mejores cualidades y características que se brindan en un producto y/o servicio a un cliente para que vea que le brindamos lo mejor que tenemos.
- ✓ **Capital humano:** son todas las personas que trabajan en nuestra organización para ayudarnos a satisfacer necesidades de nuestros clientes; sin ellos no es posible que tengamos un buen desarrollo de nuestra empresa por que dependemos de ellos para su funcionamiento.
- ✓ **Aprendizaje:** capacidad de recibir nuevos conocimientos, tener una mente abierta para aprender algo nuevo que se pueda aplicar en un futuro no muy lejano.
- ✓ **Personal:** personas que trabajan para una organización con el fin de recibir beneficios monetarios (dinero) y laborales (buen trato, reconocimiento, gratitud, etc.)

1.5. Formulación del problema

¿Qué relación existe entre la capacitación del personal y la calidad de atención al cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca en el año 2019?.

1.6. Justificación

La presente investigación se realiza debido a que en la actualidad las empresas tienen la necesidad de poseer e implementar capacitaciones a sus colaboradores para que se motiven y se incremente el nivel de su desempeño laboral. Si bien es cierto en Cajamarca existen empresas que trabajan con capacitaciones constantes hacia su personal que se relacionen con la calidad de atención hacia los clientes, sin embargo, se puede decir que las organizaciones no están trabajando con la adecuada calidad y los colaboradores no saben que es lo que los clientes necesitan de cada uno de ellos, y están insatisfechos con el clima laboral en el que se encuentran trabajando.

Al identificar la influencia que tiene la capacitación de personal en la calidad de atención al cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca, se podrá mejorar la calidad de atención en cada uno de los servicios.

Es factible porque contamos con el apoyo del Comité Administrativo del Complejo Turístico Baños del Inca, con los trabajadores y los usuarios que estén dispuestos a realizar los cambios necesarios para mejorar la calidad de atención al cliente.

Es innovador porque los trabajadores estarán en la capacidad de tomar decisiones, solucionar problemas, conflictos, y además estarán motivados, con ideas innovadoras, dispuestos a adquirir nuevos conocimientos en beneficio personal y de la Institución, incrementando la rentabilidad.

Tendrá un impacto positivo mediante la aplicación de estrategias, se fortalecerá las habilidades y las competencias, que servirá para cambiar y corregir las deficiencias

encontradas en el Complejo Turístico Baños del Inca brindándole al usuario un servicio de excelente calidad y así poder cubrir todas sus necesidades.

Los resultados obtenidos serán empleados como propuestas de mejoras ante el Comité Administrativo CTBI y plantear programas de capacitaciones para mejorar la calidad del servicio a través de la intervención de la capacitación de personal que cumplan los integrantes del complejo turístico

1.7. Limitaciones

- a) Dificultad para acceder a la información actualizada de los últimos 5 años referente a la Capacitación de Personal y Calidad de Atención al Cliente de investigaciones tanto en el ámbito local, regional e internacional.
- b) Dificultad para acceder a la información referente a la calidad de atención al cliente que desarrollan las empresas de servicios en la ciudad de Cajamarca.
- c) Dificultad para obtener información técnica, especializada y actualizada sobre la capacitación de personal.
- d) Dificultad para acceder a la información referente a la calidad de atención al cliente que desarrollan las empresas nacionales e internacionales.

A pesar de estas dificultades el trabajo se realizó porque si se pudimos obtener la suficiente información para su desarrollo ya que la capacitación de personal posee mayor influencia en la gestión administrativa y por lo tanto en la calidad de servicio.

1.8. Objetivos

1.8.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la capacitación del personal y la calidad de atención al cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca de la ciudad de Cajamarca en el año 2019.

1.8.2. Objetivos específicos

- a) Analizar la relación de la capacitación de personal y la Fiabilidad con el cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca.
- b) Analizar la relación que tiene la capacitación de personal con la Capacidad de respuesta del empleado hacia el cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca.
- c) Analizar la relación que tiene la capacitación de personal y la seguridad del cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca.
- d) Analizar la relación que tiene la capacitación de personal y la empatía del empleado hacia el cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca.
- e) Analizar la relación que tiene la capacitación de personal y los elementos tangibles en el Complejo Turístico Baños del Inca.

1.9. Hipótesis

1.9.1. Hipótesis general

Existe una relación directa entre la capacitación del personal y la calidad de atención al cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca en el año 2019.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

Según su propósito el presente trabajo es una investigación científica básica puesto que no tiene fines aplicativos inmediatos, y solo busca aplicar la abundancia de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad, que consiste en un trabajo transversal para analizar el problema actual de la calidad de atención al cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca en el año 2019, con la finalidad de mejorar los procesos de operación, que ayude a dar solución al problema identificado.

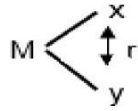
2.2. Diseño de Investigación

El diseño de investigación que se utilizó corresponde a una investigación no experimental, cuyo objetivo es recolectar información en una muestra con respecto a un mismo fenómeno y luego caracterizar este fenómeno en base a los datos obtenidos. Según el diseño de investigación es de tipo No Experimental Descriptiva Transversal Correlacional, ya que se mide el nivel de satisfacción de los clientes sobre el servicio que ofrece el complejo turístico baños del inca.

Es transversal porque se realizará en un periodo determinado, todo esto mediante la utilización de un cuestionario de elaboración propia, que se adaptará específicamente al complejo turístico.

Es correlacional porque va a medir la relación que existe entre la variable dependiente y la variable independiente. Los resultados de este trabajo pueden ser utilizados por los directivos del Complejo Turístico Baños del Inca para lograr la prestación de un mejor servicio que logre satisfacer adecuadamente las necesidades del cliente.

Esquema:



M = muestra

X = Observación de la Variable Capacitación de Personal

Y = Observación de la Variable Calidad de Atención al Cliente

r = Correlación entre las dos variables

2.3. Variables de Estudio

Variable N° 1 Independiente: Capacitación de Personal

Variable N° 2 Dependiente: Calidad de Atención al Cliente

Matriz de Operacionalización de Variables

Variable	Definición Operacional	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores
Variable independiente Capacitación de personal	La capacitación es el proceso de aprendizaje que se les brinda a los colaboradores de una organización para su mejor desempeño laboral y personal.	La capacitación es un proceso esencial de la Gestión del Talento Humano; es un proceso planificado y organizado que busca modificar, mejorar; ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal nuevo o actual, como consecuencia obtendremos un proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas de la organización.	Transmisión de información	<ul style="list-style-type: none"> - Información de la organización - Información de los productos y servicios - Información de los procesos y procedimientos administrativos
			Desarrollo de habilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Ejecución de tareas - Manejo de equipos
			Desarrollo de actitudes	<ul style="list-style-type: none"> - Cambio de actitudes negativas
			Desarrollo de conceptos	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de ideas - Desarrollo de conceptos

Variable	Definición Operacional	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores
Variable dependiente Calidad de atención al cliente	Es la mejor manera de tratar a los clientes, tener la capacidad de servicio hacia los demás brindándoles el mejor servicio para satisfacer sus necesidades.	La Calidad de atención es un proceso encaminado a la satisfacción de las necesidades de los mismos clientes, así como también atraer un mayor número de clientes por medio de un posicionamiento, que lleve a éstos a realizar gratuitamente la publicidad de persona a persona.	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento del servicio en el tiempo acordado. - Resolución eficaz de problemas. - Personal confiable
			Capacidad de Respuesta	<ul style="list-style-type: none"> - Información de la ejecución del servicio. - Servicio Rápido. - Tiempo dispuesto para ayudar a los clientes.
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> - Amabilidad con los clientes. - Instalaciones seguras. - Personal calificado - Procesos adecuados.
			Empatía	<ul style="list-style-type: none"> - Ubicación estratégica del personal - Atención personalizada. - Atención de necesidades de los clientes. - Horarios de atención convenientes
			Elementos Intangibles	<ul style="list-style-type: none"> - Instalaciones físicas atractivas. - Apariencia pulcra del personal. - Presentación de materiales asociados al servicio

2.4. Población y muestra

Población.

La población objetivo estará constituida por los 80 colaboradores del Complejo Turístico Baños del Inca. De los cuales

- 70 son colaboradores nombrados con la ley del Decreto Legislativo 728
- 10 colaboradores contratados bajo el Régimen de Contratos Administrativos de Servicios (CAS)

Muestra

Por ser una población, finita y homogénea no se aplicaron criterios muestrales. Por lo tanto, se tomará la totalidad de la misma, es decir los 80 trabajadores que laboran en el Complejo Turístico Baños del Inca - Cajamarca. Por tal motivo se realizara un Censo a todos los trabajadores.

En este sentido León y Montero (1993), refieren que ante el escaso número de sujetos, no será necesario extraer una muestra, se trabaja con el 100% de la población, representando una muestra tipo censal (p. 93). Indicar la población y muestra del estudio. Tener mucho cuidado en los términos que se empleen y criterios que se utilicen para seleccionar la muestra. En algunos estudios, por su naturaleza, se trabajará con toda la población.

2.5. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

✓ Para recolectar datos.

Técnicas:

Las técnicas de recolección de datos que se van a emplear son las siguientes:

- a) Técnica: El censo
- b) Instrumento: el cuestionario (Hoja Censal); que consta de 36 preguntas: 4 preguntas para cada dimensión. El cuestionario es un instrumento muy conocido y mayormente aplicado en los casos de investigación ya que permite explorar cuestiones y al mismo tiempo obtener información de un determinado número de personas.
- c) Medio de calificación que se utilizó es la escala de likert. puesto que permite facilitar previamente la codificación (valores numéricos) de las respuestas de los trabajadores, donde 5 es totalmente de acuerdo y 1 es totalmente en desacuerdo. Es decir, esta escala mide tanto lo positivo como lo negativo de cada enunciado
- d) Confiabilidad del Instrumento: antes de la aplicación de la encuesta a los trabajadores del CTBI, se realizó el análisis de la fiabilidad del instrumento, para lo cual se usó el Alfa de Cronbach, esto supone que la variable está relacionada con los ítems que conforman la variable, y cuando su valor esté más cerca de 1, mayor será su consistencia de la escala para esto se realizó una prueba piloto, conformada por 16 encuestados.

Estadístico de Confiabilidad

Alfa de Crombach	N° de elementos
0,896	16

Fuente: Obtenido del programa estadístico SPSS.

Con un Alfa de Crombach de 0.896 se determina que existe un alto grado de fiabilidad del instrumento.

✓ **Para analizar información.**

Los programas estadísticos para el análisis de resultados se emplearán:

- ✓ Gráficos en Excel
- ✓ En el análisis inferencial también se utilizó el SPSS
- ✓ Prueba estadística: Chi cuadrado para la comprobación de la hipótesis.
- ✓ Programa estadístico SPSS.

2.6. Procedimiento

El procedimiento para la recolección de datos se realizó mediante la aplicación de la Encuesta a todos los empleados del CTBI, quienes directamente realizan la atención directa a los clientes.

Para establecer la correlación entre las variables propuestas en la investigación, el coeficiente fue hallado mediante el uso del programa estadístico Microsoft Excel que también se utilizó para obtención del Alfa de Cron Bach en la validación del Instrumento utilizado, así mismo nos permitió el procesamiento de los datos obtenidos como tablas y gráficos estadísticos.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

La prueba estadística y la interpretación de las tablas y gráficos se realizaron por dimensiones para las variables independiente y dependiente según la opinión del personal del Complejo Turístico Baños del Inca. En el tratamiento de los datos se empleó la estadística descriptiva correlacional y para el contraste de la hipótesis. Para la contratación de las hipótesis se empleó el programa *Microsoft Excel*, en el que se ingresó los datos de las variables capacitación de personal y calidad de atención al cliente; la muestra: trabajadores del CTBI fue sometida a una prueba estadística denominada Coeficiente de correlación con la finalidad de determinar la influencia de Chi cuadrado entre las dos variables.

De aquí en adelante se presenta el tratamiento estadístico y a la interpretación de las tablas y gráficos, seguido de la correlación de hipótesis para la muestra de la población. Primero se presenta los resultados según los trabajadores del CTBI.

RESULTADOS DE ENCUESTAS

Para la interpretación de los resultados y la correlación de las variables se utilizó Pearson

El valor de r se encuentra siempre entre -1 y $+1$. En cambio, si r se aproxima a 0 se concluye que no hay correlación lineal significativa entre la variable X y Y .

Valor	Criterio
$R = 1,00$	Correlación grande, perfecta y positiva
$0,90 \leq r < 1,00$	Correlación muy alta
$0,70 \leq r < 0,90$	Correlación alta
$0,40 \leq r < 0,70$	Correlación moderada
$0,20 \leq r < 0,40$	Correlación muy baja
$r = 0,00$	Correlación nula
$r = -1,00$	Correlación grande, perfecta y negativa

Fuente: Casitillo 2015

Tabla 01

Objetivo General

Correlaciones

		Capacitación del Personal	Calidad de Atención
Capacitación del Personal	Correlación de Pearson	1	,745**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	80	80
Calidad de Atención	Correlación de Pearson	,745**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	80	80

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Resultados de encuesta procesada en Microsoft Excel

Interpretación: Que siendo el resultado igual a 0,745 positiva menor que 1, la relación es Directa. Como observamos la correlación entre capacitación del personal y la calidad de atención al cliente es significativa esto quiere decir que a mayor capacitación al personal mejor será la calidad de atención al cliente.

Tabla 02

Objetivo Especifico 1

La capacitación de personal y la fiabilidad con el cliente

Correlaciones

		Capacitación del Personal	Fiabilidad
Capacitación del Personal	Correlación de Pearson	1	,492**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	80	80
Fiabilidad	Correlación de Pearson	,492**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	80	80

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Resultados de encuesta procesada en Microsoft Excel

Interpretación: Que siendo el resultado igual a 0,492 es menor que 1 la relación es directa significativa. Como observamos la correlación entre capacitación del personal y fiabilidad es significativa, concluyendo así que a mayor capacitación del personal mayor será la fiabilidad que muestre el personal hacia los clientes.

Tabla 03

Objetivo Especifico 2

La capacitación de personal y capacidad de respuesta

Correlaciones

		Capacitación del Personal	Capacidad de Respuesta
Capacitación del Personal	Correlación de Pearson	1	0.161
	Sig. (bilateral)		0.154
	N	80	80
Capacidad de Respuesta	Correlación de Pearson	0.161	1
	Sig. (bilateral)	0.154	
	N	80	80

** . La correlación no es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Resultados de encuesta procesada en Microsoft Excel

Interpretación: Que siendo el resultado igual a 0,161 es menor que 1 la relación no es significativa. Como observamos la correlación entre capacitación del personal y capacidad de respuesta es baja por lo cual no es significativa, concluyendo así que la capacitación del personal no tiene un gran logro significativo en mejorar la capacidad de respuesta hacia los clientes.

Tabla 04

Objetivo Especifico 3

La capacitación de personal y seguridad

Correlaciones

		Capacitación del Personal	Seguridad
Capacitación del Personal	Correlación de Pearson	1	,689**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	80	80
Seguridad	Correlación de Pearson	,689**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	80	80

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Resultados de encuesta procesada en Microsoft Excel

Interpretación: Que siendo el resultado igual a 0,689 es menor que 1 la relación es directa significativa. Como observamos la correlación entre capacitación del personal y seguridad es significativa, concluyendo así que, a mayor capacitación del personal, mejor seguridad mostrará el personal hacia los cliente.

Tabla 05

Objetivo Especifico 4

La capacitación de personal y empatía

Correlaciones

		Capacitación del Personal	Empatía
Capacitación del Personal	Correlación de Pearson	1	,473**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	80	80
Empatía	Correlación de Pearson	,473**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	80	80

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Resultados de encuesta procesada en Microsoft Excel

Interpretación: Que siendo el resultado igual a 0,473 es menor que 1 la relación es directa significativa. Como observamos la correlación entre capacitación del personal y empatía es significativa, concluyendo así que a mayor capacitación del personal mejor será la empatía que muestre el personal hacia los clientes.

Tabla 06

Objetivo Especifico 5

La capacitación de personal y elementos tangibles

Correlaciones

		Capacitación del Personal	Elementos Tangibles
Capacitación del Personal	Correlación de Pearson	1	,328**
	Sig. (bilateral)		0.003
	N	80	80
Elementos Tangibles	Correlación de Pearson	,328**	1
	Sig. (bilateral)	0.003	
	N	80	80

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Resultados de encuesta procesada en Microsoft Excel

Interpretación: Que siendo el resultado igual a 0,328 es menor que 1 la relación es directa significativa. Como observamos la correlación entre capacitación del personal y elementos tangibles significativa, concluyendo así que a mayor capacitación del personal

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

Nuestra Tesis tiene como objetivo general determinar la Relación entre Capacitación de Personal y la Calidad de Atención al Cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca en el año 2019. De ello obtuvimos los resultados mediante el uso de la prueba producto de Pearson ($r = 0,745$) y teniendo un valor de significancia de 0,000, deducimos que existe relación significativa entre las variables estudiadas. Por lo tanto, se acepta la hipótesis, afirmando que existe una correlación significativa entre ambas variables, se observa que la capacitación del personal se encuentra en un nivel lo suficientemente alto como para aceptarla. Esto implica que la capacitación de personal se asocia a la calidad de atención al cliente, o, lo que es lo mismo, la capacitación de personal tiene relación con la calidad de atención al cliente que logra el trabajador. Esto significa que, cuando en la institución la capacitación de personal se caracteriza por la presencia de un alto nivel de calidad de atención al cliente o un bajo nivel de la misma, existe la probabilidad de que el trabajador del CTBI eleve o disminuya la calidad de la atención que les brindan a los clientes.

En efecto, Chiavenato, Robins, Mayo, a partir de sus hallazgos de un estudio desarrollado en el contexto internacional, informan que los trabajadores de instituciones públicas y privadas no comunican a nadie el drama que viven; por la misma razón, una proporción similar de trabajadores no les interesa defender o protestar por la falta de capacitaciones para poder desempeñarse, por tal motivo sus teorías nos dan la razón que los trabajadores necesitan ser capacitados constantemente para poder desarrollar su habilidades y brindar un servicio de calidad.

En consecuencia, nuestros resultados discrepan, hasta cierto punto, con los hallazgos de Blanco, Pizzo, Evans y Camisón, quienes consideran la importancia del servicio al cliente ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que mientras más exista, los clientes tiene mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es aquí donde radica dicha importancia de irlo perfeccionando y adecuando a las necesidades de los clientes, ya que estos mismos son quienes tendrán la última palabra para decidir.

En definitiva, se encontró relación entre las variables de estudio. Esto se constata tanto a nivel descriptivo. En primer lugar, al analizar la tabla de contingencia, la mayor concentración de casos corresponde al cruce del nivel bajo de capacitación de personal y el nivel en proceso de la calidad de atención al cliente.

Finalmente, la prueba chi cuadrado que se ha efectuado corrobora la presunción hecha en el análisis de la tabla de contingencia en el sentido que las variables nivel de capacitación de personal y nivel de calidad de atención al cliente se relacionan entre sí. Como se explicó anteriormente, la prueba efectuada y la decisión para la prueba de hipótesis, se basa en el criterio del p –valor o significación de prueba. Los resultados de esta prueba Chi Cuadrado es de 0.00 muestran la existencia de relación entre ambas variables. En otras palabras, la capacitación de personal se asocia a la calidad de atención al cliente.

Según la investigación de Olmedo Mena (2013), en su investigación concluyó que los servidores municipales del Balcón de Servicios no tienen la suficiente capacitación para proporcionar una información eficaz al usuario acerca de todos los procesos que se realizan en la Institución, ya que no pueden acceder fácilmente a los cursos de capacitación, esto concuerda con lo que menciona Chiavenato (2008) que el desempeño laboral depende de la capacitación del personal para lograr los objetivos y como en esta investigación se

evidencia que los trabajadores no recibieron capacitación alguna por tal motivo no pueden brindar un servicio de calidad para satisfacer las necesidades del consumidor.

Con respecto a la hipótesis general y al objetivo general se demostró que si existe relación entre la capacitación de personal y la calidad de atención al cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca – Cajamarca, respaldado por la afirmación de Chiavenato (2008)

OBJETIVO ESPECIFICO 1

En el objetivo específico donde se analiza la relación entre la capacitación de personal y la Fiabilidad con el cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca; de ello obtuvimos el siguiente resultado mediante el uso de la prueba producto de Pearson ($r = 0,492$) donde es menor que 1 la relación es directa significativa y teniendo un valor de significancia de 0,000 deducimos que existe una correlación significativa entre la variable Capacitación de Personal y la dimensión Fiabilidad con el cliente de la variable Calidad de Atención.

Por otro lado de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta que se aplicó a los trabajadores podemos decir que del 100% el 63.8% equivalente a 51 trabajadores están de acuerdo debido a que consideran que si realizan un servicio rápido y adecuado para el cliente, el 15.0 % equivalente a 12 trabajadores se encuentra en desacuerdo considerando así que no realizan un servicio rápido y adecuado, el 21.3% equivalente a 17 trabajadores se encuentra en ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que no le dan importancia; estos resultados según la opinión de los trabajadores del CTBI nos confirman que necesitan ser capacitados para que puedan brindar un servicio de calidad de demostrar Fiabilidad hacia los clientes.

De acuerdo a estos resultados nos respaldan el estudio realizado por García y Caballero (2013), en la investigación titulada “Calidad de atención, desde la perspectiva del usuario en el centro de Diagnostico del Hospital San Juan de Dios”, publicada por la Universidad académica de humanismo cristiano en Santiago, Chile; cuyo objetivo general fue investigar, según la percepción de los usuarios, que están relacionados con el proceso de acreditación

hospitalaria en el CDT Hospital San Juan de Dios, para ver si los trabajadores demuestran fiabilidad con los clientes a través del método SERVQUAL para satisfacción del servicio. Nuestra investigación también se puede comprobar con la teoría de Seguridad de (Muñoz, 1999) y (Parasuraman, Zeithalm, & Berry, 1998) con el Modelo SERVQUAL para lo cual nos dicen que la Fiabilidad es la dimensión más importante para el SERVQUAL. Es la capacidad que debe tener la empresa que presta el servicio para ofrecerlo de manera confiable, segura y cuidadora. Dentro del concepto de fiabilidad se encuentra incluido la puntualidad y todos los elementos que permiten al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de su empresa, es decir, fiabilidad significa brindar el servicio de forma correcta desde el primer momento y que la empresa cumpla con todas sus promesas pactadas de manera precisa y fiable

OBJETIVO ESPECIFICO 2

En el objetivo específico donde se analiza la relación entre la capacitación de personal y la Capacidad de Respuesta del empleado hacia el cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca; de ello obtuvimos el siguiente resultado mediante el uso de la prueba producto de Pearson ($r = 0,161$) es menor que 1 la relación es directa significativa y teniendo un valor de significancia de 0,000 deducimos que existe una correlación significativa entre la variable Capacitación de Personal y la dimensión Capacidad de Respuesta del empleado hacia el cliente de la variable Calidad de Atención.

Por otro lado de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta que se aplicó a los trabajadores podemos decir que del 100% el 71.3% equivalente a 57 trabajadores están de acuerdo debido a que consideran que si se comunican con el cliente cuando realizan el servicio, 12.5 % equivalente a 10 trabajadores se encuentra en desacuerdo considerando así que no comunican al cliente cuando concluirá el servicio, el 16.3% equivalente a 13 trabajadores se encuentra en ni de acuerdo ni en desacuerdo; estos resultados según la

opinión de los trabajadores del CTBI nos confirman que necesitan ser capacitados para que puedan tener la capacidad de respuesta para poder resolver cualquier problema que se presente dentro la institución con los clientes.

A este objetivo específico lo respalda la investigación de Olmedo Mena (2013) concluyó que no existe la comunicación entre compañeros de trabajo y los clientes debido a la falta de comunicación interna y externa. Situación que conlleva a que haya diferencias de criterios y opiniones, generándose desunión en el grupo y mala atención hacia los clientes por que no existe un buen diálogo y no hay quien los oriente para mejorar su vocabulario y su forma de expresarse; esto concuerda con la teoría del comportamiento organizacional de Robbins (2004) que es un campo de estudio que investiga el impacto que los individuos, los grupos la comunicación y las estructuras que tienen sobre el comportamiento de las personas dentro de las organizaciones, con el propósito de aplicar nuevos conocimientos para el mejoramiento de la eficacia de la organización

También según la investigación de Olmedo Mena (2013) concluyó que no existen buenas relaciones laborales entre compañeros de trabajo y los clientes debido a que no pueden desarrollar las habilidades que cada uno posee. Situación que conlleva a que haya diferencias de criterios y opiniones, generando conflictos entre los miembros del mismo grupo y mala atención hacia los clientes por que no existe una buena comunicación y no hay quien los oriente para aprender a desarrollar sus habilidades al máximo; esto concuerda con la teoría del desarrollo organizacional de Chiavenato (2008) que es un campo de estudio que investiga y desarrolla las habilidades del trabajador: esto se evidencia por el mal comportamiento de los trabajadores ya que existen problemas dentro su ámbito laboral tales como: la falta de motivación, bajo rendimiento productivo, un mal clima laboral, etc.

A partir de querer que las personas desarrollen sus conocimientos a su máximo nivel es que nace la capacitación de personal como un instrumento esencial para lograr la mayor

empresas que buscan ser líderes en el mercado, pero pensando en el bienestar de sus trabajadores.

Con respecto al objetivo específico se demostró que si existe relación directa entre la capacitación de personal y la Capacidad de respuesta del empleado hacia el cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca – Cajamarca, respaldado por la afirmación de Matsumoto (2014)

Nuestra investigación también se puede comprobar con la teoría de Seguridad de (Muñoz, 1999) y (Parasuraman, Zeithalm, & Berry, 1998) con el Modelo SERVQUAL para lo cual nos dicen que la Capacidad de Respuesta se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y para suministrar el servicio rápido; también es considerado parte de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como también lo accesible que puede ser la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con la misma y la factibilidad con que pueda lograrlo.

OBJETIVO ESPECIFICO 3

En el objetivo específico donde se analiza la relación entre la capacitación de personal y la Seguridad del Cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca; de ello obtuvimos el siguiente resultado mediante el uso de la prueba producto de Pearson ($r = 0,689$) es menor que 1 la relación es directa significativa y teniendo un valor de significancia de 0,000 deducimos que existe una correlación significativa entre la variable Capacitación de Personal y la dimensión Seguridad del cliente de la variable Calidad de Atención.

Por otro lado de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta que se aplicó a los trabajadores podemos decir que del 100% el 47.8 % equivalente a 38 trabajadores están de acuerdo debido a que consideran que las instalaciones del complejo cumplen con las normas de seguridad establecidas, el 15.0 % equivalente a 12 trabajadores se encuentra en desacuerdo mostrando así que las instalaciones del complejo no cumplen con las normas de

seguridad establecidas, el 28.3 % equivalente a 23 trabajadores están en ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que dan importancia al cumplimiento de las normas de seguridad en las instalaciones, finalmente el 8.8% equivalente a 7 trabajadores están totalmente de acuerdo respecto a la pregunta mencionada; estos resultados según la opinión de los trabajadores del CTBI nos confirman que necesitan ser capacitados con las nuevas normas de Seguridad que se tiene que tener en cuenta cuando se brinda el servicio, además el trabajador considera que las instalaciones del complejo cumplen con las normas de seguridad establecidas, según la opinión,

Y según la investigación de Reyes (2014) en la ciudad de Quetzaltenango, Guatemala en su tesis para Licenciatura en Administración de Empresas, sustento “Calidad del servicio para aumentar la Satisfacción del Cliente de la Asociación Share, sede Huehuetenango”, el objetivo de la tesis fue verificar si la calidad del servicio aumenta la satisfacción del cliente en la Asociación Share, sede Huehuetenango, desarrollo una investigación de tipo experimental, con una población de 1100 clientes tanto internos como externos. Se llegó a la conclusión que para tener la satisfacción de la calidad de servicio se tiene que tener en cuenta los aspectos como instalaciones, limpieza general, capacitación del personal e información adecuada los que cuentan con mayor porcentaje de satisfacción para la seguridad del cliente.

Nuestra investigación se puede comprobar con la teoría de Seguridad de (Muñoz, 1999) y (Parasuraman, Zeithalm, & Berry, 1998) con el Modelo SERVQUAL para lo cual nos dicen que la Seguridad es el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una organización y confiar que serán resueltos de la mejor manera posible. Seguridad implica credibilidad, que a su vez incluye integridad, confiabilidad y honestidad. Esto significa que no sólo es importante el cuidado de los intereses del cliente, sino que también la organización debe demostrar su preocupación en este sentido para dar al cliente una mayor satisfacción.

OBJETIVO ESPECIFICO 4

En el objetivo específico donde se analiza la relación entre la capacitación de personal y la Empatía en el Complejo Turístico Baños del Inca; de ello obtuvimos el siguiente resultado mediante el uso de la prueba producto de Pearson ($r = 0,473$) es menor que 1 la relación es directa significativa y teniendo un valor de significancia de 0,000 deducimos que existe una correlación significativa entre la variable Capacitación de Personal y la dimensión Seguridad del cliente de la variable Calidad de Atención.

Por otro lado de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta que se aplicó a los trabajadores podemos decir que del 100% el 65% equivalente a 52 trabajadores están de acuerdo pues consideran que si tienen la actitud para responder las necesidades del cliente y ponerse en su lugar. el 18.8 % equivalente a 15 trabajadores están en desacuerdo pues consideran que no tienen la actitud, el 16.3 % equivalente a 13 trabajadores están en ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que no tienen la actitud pero tampoco le dan importancia; estos resultados según la opinión de los trabajadores del CTBI nos confirman que necesitan ser capacitados para poder desarrollar su Empatía hacia los clientes de la mejor manera y así también poder desarrollar sus propias habilidades para que puedan brindar un buen servicio pero con la mejor calidad de atención para los clientes.

Esta investigación se puede contrastar con la teoría de Seguridad de (Muñoz, 1999) y (Parasuraman, Zeithalm, & Berry, 1998) con el Modelo SERVQUAL para lo cual nos dicen que la Empatía es la capacidad de sentir y comprender las emociones de otros, mediante un proceso de identificación, atención individualizada al cliente y el conocimiento personal de los clientes habituales. El respeto y la buena predisposición son los pilares fundamentales. Requiere un fuerte compromiso e implicación con el cliente, conociendo a fondo de sus características y necesidades personales de sus requerimientos específicos.

Y según la investigación de Flores Merino (2010) concluyó que es *necesario la capacitación*

del personal de secretaría con el fin de brindar una eficiente atención a los estudiantes y público en general; para poder atender a todos sus reclamos sin perjudicar a nadie; esto concuerda con la teoría de Evans (2008) dice que la satisfacción del cliente es importante para saber si la calidad de servicio que se brinda es la adecuada, pues las empresas modernas necesitan una visión más profunda. El logro de una alta productividad y de participación de mercado requiere clientes leales, aquellos que permanecen y perduran en el tiempo quedando totalmente satisfechos sin ningún reclamo.

OBJETIVO ESPECIFICO 5

En el objetivo específico donde se analiza la relación entre la capacitación de personal y Elementos Tangibles en el Complejo Turístico Baños del Inca; de ello obtuvimos el siguiente resultado mediante el uso de la prueba producto de Pearson ($r = 0,328$) es menor que 1 la relación es directa significativa y teniendo un valor de significancia de 0,000 deducimos que existe una correlación significativa entre la variable Capacitación de Personal y Elementos Tangibles de la variable Calidad de Atención.

Por otro lado de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta que se aplicó a los trabajadores podemos decir que del 100% el 70 % equivalente a 56 trabajadores están de acuerdo, debido a que consideran que las instalaciones del complejo se mantienen limpias, el 7.5 % equivalente a 6 trabajadores están en ni de acuerdo ni en desacuerdo pues consideran importante el tema el 70 % equivalente a 56 trabajadores están de acuerdo, debido a que consideran que las instalaciones del complejo se mantienen limpias y el 22.5% equivalente a 18 trabajadores están totalmente de acuerdo afirmando así que el complejo siempre se mantiene limpio; estos resultados según la opinión de los trabajadores del CTBI, además el trabajador considera que las instalaciones del complejo siempre están limpias ya que todos hacen su trabajo cuando es necesario y en el momento indicado.

Corroboramos los datos de nuestra investigación con la investigación de Córdova, (2017) en

la ciudad de Cajamarca en la tesis para Licenciatura en Administración sustento “Nivel de Calidad de Servicio en la empresa Macga SAC. Usando el modelo SERVQUAL en la ciudad de Cajamarca, 2017”, el objetivo de la tesis fue determinar el Nivel de Calidad de Servicio que brinda la empresa; lo cual indica que el servicio percibido por los clientes en las dimensiones de elementos tangibles, seguridad, empatía son percibidos por los clientes como óptimos con un 67% , 46%, 46% respectivamente y las dimensiones de Fiabilidad y Capacidad de Respuesta son percibidas por los clientes como aceptables pero pueden ser mejoradas ya que obtuvieron un 43 % y 45% respectivamente.

Esta investigación se puede contrastar con la teoría de Seguridad de (Muñoz, 1999) y (Parasuraman, Zeithalm, & Berry, 1998) con el Modelo SERVQUAL para lo cual nos dicen que los Elementos Tangibles son los aspectos físicos que el cliente percibe y evalúa en la organización, todo juega parte de esta evaluación, desde la limpieza, el orden, la apariencia externa de las instalaciones físicas, hasta el personal y los equipos utilizados. Aquí el SERVQUAL compara las expectativas de los clientes con el desempeño de la empresa, con relación a la capacidad que esta tiene para administrar sus tangibles. El SERVQUAL tiene dos dimensiones de los elementos tangibles; una se concentra específicamente en el equipo y las instalaciones, y la otra en el personal y los materiales de comunicación.

Con todos los resultados, las investigaciones realizadas y las teorías escogidas podemos decir que toda empresa debe incluir el desarrollo de programas de capacitación, esto dará a conocer a sus empleados el interés que tienen en ellos como personas, como trabajadores, como parte importante de la organización.

El crecimiento de la necesidad de capacitar surge de la necesidad de adaptarse a los rápidos cambios ambientales, mejorar la calidad de los productos y servicios e incrementar la productividad para que la organización siga siendo competitiva.

4.2 Conclusiones

- a) Como conclusión general se pudo determinar la relación de la capacitación de personal en la calidad de atención al cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca de la ciudad de Cajamarca en el año 2019. Esto se evidencia en que dan un mal servicio a los clientes ya que no quedan totalmente satisfechos debido a que algunos trabajadores no cuentan con estudios y tampoco se les brinda capacitaciones constantes para mejorar su calidad de atención al cliente.
- b) Al analizar la capacitación de personal se pudo determinar la relación que tiene con la Fiabilidad del trabajador con el Cliente en el cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca, pues no muestran confianza para acceder al servicio en forma precisa y sin ninguna interrupción.
- c) La capacitación de personal tiene relación con la Empatía de los trabajadores con el cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca, ya que no se encuentran en la capacidad de entablar una amistad con el cliente para ofrecer un mejor servicio y tampoco. tienen un vocabulario fluido para expresarse frente a ellos.
- d) La capacitación de personal tiene relación con la seguridad del cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca; pues no desarrollan el suficiente conocimiento del servicio prestado y cortesía de los empleados así como su habilidad para transmitir confianza al cliente. El personal se interesa por solucionar problemas de los usuarios pero no puede porque no tiene la información necesaria, es por eso que necesitan Capacitaciones constantes y actualizadas.

4.3 Recomendaciones

A continuación, ofrecemos algunas líneas de acción, dirigidas a diseñar una estrategia de capacitación adecuada para todo el personal, trabajador que requiere una motivación para dedicar horas adicionales a un empeño de aprendizaje que él debe identificar como necesario para su mejor contribución con la institución.

1. Recomendamos que para tener una buena calidad de atención al cliente primero tendría que tener una buena selección de personal a través de un buen reclutamiento siguiendo los perfiles para cada puesto de trabajo según su Manual de Organización y Funciones.
2. La oferta de capacitación debe ser variada y debe entusiasmar al trabajador, que debe ver en ella una posibilidad de mejora continua, desarrollo personal, profesional y de mayor empleabilidad.
3. La capacitación debe ser periódica, ya que la Institución cuenta con recursos económicos para realizarlas.
4. La capacitación que se efectúe deberá estar siempre enmarcada a las necesidades del personal y a las nuevas normas de seguridad y calidad según el servicio que se ofrece.
5. Realizar estudios de satisfacción del cliente acerca de la calidad de atención que brinda el trabajador en el servicio termal en el Complejo Turístico Baños del Inca.

REFERENCIAS

Acuña, Jorge (2005) Costa Rica. Mejoramiento de la calidad, el presente texto contiene estrategias para mejoramiento continuo de la calidad, Editorial Tecnológica. Primera Edición.

- Álvarez (2006). Administración: Un Enfoque Interdisciplinario y Competitivo en la nueva Modernidad, citado por Aniorte (2013)
- Aniorte (2013). Servicios de Calidad
- Álvarez (2006). Introducción a la calidad: Aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad. Primera edición. Ideas propias Editorial. España. p.p. 5.
- Aniorte, N. (2013). Servicios de Calidad. Recuperado el 29 de agosto de 2013, de la fuente: http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm
- Anónimo (2013). La Importancia de Brindar un buen Servicio al Cliente. Recuperado el 01 de mayo de 2013, de la fuente: <http://www.crecenegocios.com/la-importancia-de-brindar-un-buen-servicio-al-cliente>
- Bon (2008). Gestión de Servicios de TI basada en ITIL V3. Primera edición. Editorial del Gobierno Británico. Reino Unido. p.p. 21
- Blake, O. (2000). Detección y análisis de las Necesidades de Capacitación. Editorial Macchi. Argentina. Ing. Pedro Bravo Plan de capacitación de la Epoch (2008)
- Bon (2008), Psicología Organizacional
- Blanco (2001), citado en Pérez 2007 pag. 8
- César Camisón (2007). Gestión de la Calidad
- Cornejo Miguel Angel, citado por De La Parra Paz, Erick. (1997). Guía práctica para lograr calidad en el servicio. México: Grupo Editorial Ediciones Fiscales ISEF.

- Chiavenato, I. (2002). *Gestión del talento humano*. Santa Fe de Bogotá: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Introducción a la teoría general de la administración* (5ª ed.). Bogotá: McGraw-Hill Latinoamericana.
- Chiavenato, I. (2008). *Administración de recursos humanos* (5ª ed.). Santa Fe de Bogotá: McGraw-Hill.
- Chiavenato, Idalberto. (2006). *Introducción a la teoría de las relaciones humanas*. Bogotá- Colombia: Editorial Lila Solano. 5.
- CHIAVENATO. (2006). *Administración de recursos humanos*. Colombia: Editorial Mc Graw Hill Interamericana. 6.
- CORNEJO, Miguel Angel, citado por Maestro, Juan Carlos. (2009).
- Dessler, G., et al. (2004). *Administración de los recursos humanos* (2ª ed.). México: Prentice Hall.
- Davis K. & Newstron. (1991). *Comportamiento humano en el trabajo, comportamiento organizacional*. México
- Editorial Vértice (2008), España. *Aspectos Prácticos de la calidad en el Servicio*
- Editorial Vértice (2008), España. *La calidad en el Servicio al Cliente*
- Elton Mayo (1933). *Los Problemas Humanos de una Civilización Industrializada- Teoría de las Relaciones Humanas*
- Evans (2008). *Administración y Control de Calidad*. 7ma Edición.

Fernández (2005). Teorías de la Administración

James R. - Evans (2008). Administración de Calidad

Kurt Lewin (2010) Teoría de la Comunicación en la Capacitación de Personal

Katz (2006) Capacitación de Personal.

Kleyman, S. (2009) La importancia del servicio al cliente. Recuperado el 30 de

agosto de 2013, de la fuente:

[http://www.cnnexpansion.com/opinion/2009/07/15/la-importancia-
del-servicio-al-cliente](http://www.cnnexpansion.com/opinion/2009/07/15/la-importancia-del-servicio-al-cliente)

Mayo, E. (1880-1949). Teoría de relaciones humanas. Boston: Harvard

University Press

Mondy, W., et al. (2005). Administración de recursos humanos (9ª ed.).

México: Ed. Prentice Hall.

Pinto, R. (2000). Planeación estratégica de capacitación empresarial. México:

McGraw-Hill.

Pizzo (2013). Calidad Total

Pérez, V. (2007). Calidad Total en la Atención al Cliente: Pautas para

Garantizar la Excelencia en el Servicio. Primera edición. Ideas propias

Editorial. España. p.p. 6, 8-16.

Pizzo, M. (2013). Construyendo una definición de Calidad en el Servicio.

Recuperado el 29 de agosto de 2013, de la fuente:

[http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-
definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html](http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html)

Robbins (1999). Comportamiento Organizacional

Thompson, I. (2009) Definición de cliente. Recuperado el 30 de agosto de 2013, de la fuente: <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

Thomas, J. Peters y Waterman. Jr. Robert, En Busca de la Excelencia/ Grupo Editorial Norma, Colombia 1994.

Thompson (2009). Calidad de Atención al cliente

Vartuli, A. (2008). Ventajas de atender mejor al cliente. Recuperado el 01 de mayo de 2013, de la fuente: <http://www.serviciosyclientes.com.ar/notas/articulo.php?art=19>

Verdú, C. (2013). 13 Características Personales para el Éxito en la Atención al Cliente. Recuperado el 30 de agosto de 2013, de la fuente: <http://clientelandia.wordpress.com/2013/03/20/13-caracteristicas-personales-para-el-exito-en-la-atencion-al-cliente/>

Vértice S.L. (2010). Atención al cliente. Editorial Vértice. España. p. p. 10.

Vértice S.L. (2013). La calidad en el servicio al cliente. Editorial Vértice. España. p. p. 1, 3.

Alvarez, F. y Carozzi, A. (2003). Coherencia entre capacitación, desempeño de los trabajadores y satisfacción de los clientes. (Tesis de licenciatura no publicada). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.

Flores Merino Héctor Salvador (2010). La capacitación en informática al personal de secretaria para brindar mejor servicio a los estudiantes. (Tesis de licenciatura).

Jenny Alexandra Olmedo Mena (2013). La capacitación del servidor municipal y su incidencia en la calidad de atención ciudadana en el Balcón de servicios de la administración zonal de Tumbaco del municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Provincia de Pichincha - Ecuador (Título de Licenciatura).

María Elizabeth Ramos Jaramillo (2012). La Capacitación de Personal y su impacto en la Calidad Asistencial de los pacientes de Hospital Provincial Docente Ambato – Ecuador (Título de Licenciatura).

Erika Evelyn Espinoza Carrión (2010). La Percepción del Paciente acerca de la Calidad de atención que brinda la enfermera en el servicio de cirugía en el Hospital de Emergencias Grau de Lima – Perú. (Título de Licenciatura).

Víctor Ricardo Uribe Hurtado (2010). La estrategia de capacitación y desarrollo de competencias del personal administrativo de la Universidad de San Martín de Porres” en Lima – Perú. (Título de Licenciatura).

Reyes, S. (2014) Calidad del servicio para aumentar la Satisfacción del cliente de la Asociación Share, sede Huehuetenango (Tesis para Licenciatura) Universidad Rafael Landivar Quetzaltenango, Guatemala.

García, R. & Caballero K. (2013) Calidad de Atención, desde la perspectiva del usuario en centro del diagnóstico terapéutico del Hospital San Juan de Dios. (Tesis de Licenciatura) Universidad Académica de Humanismo Cristiano, en Santiago, Chile.

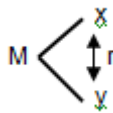
Cerdán, F. (2017) Nivel de la Calidad de Servicio de los Clientes Premium de las tiendas Interbank de la ciudad de Cajamarca en el periodo 2016. (Tesis para Licenciatura). Universidad Privada del Norte Cajamarca, Cajamarca, Perú.

Murrugarra (2016) Nivel de Calidad del Servicio en el Policlínico MEDES, Medicina de especialidades SRL, en la ciudad de Cajamarca en el años 2015. (Tesis para Licenciatura). Universidad Privada del Norte Cajamarca, Cajamarca, Perú.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia.

MATRIZ DE CONSISTENCIA PROYECTO DE INVESTIGACION DESCRIPTIVO CORRELACIONAL
TÍTULO: RELACIÓN ENTRE LA CAPACITACION DE PERSONAL Y LA CALIDAD DE ATENCION ALCLIENTE EN EL COMPLEJO TURISTICO
BAÑOS DEL INCA EN EL AÑO 2019

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA PRINCIPAL</p> <p>¿Qué relación existe entre la capacitación del personal y la calidad de atención al cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca en el año 2019?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar la relación entre la capacitación del personal y la calidad de atención al cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca de la ciudad de Cajamarca en el año 2019</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>Existe una relación directa entre la capacitación del personal y la calidad de atención al cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca en el año 2019</p>	<p>Variable Independiente:</p> <p>Capacitación de personal</p>	<p>Variable Independiente</p>	<p>Variable Independiente:</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN</p> <p>1. Tipo y Nivel de Investigación.</p> <p>1. Tipo de Investigación. Básica</p> <p>2. Nivel de Investigación. Descriptiva Correlacional</p> <p>1. Método y Diseño de la Investigación</p> <p>1. Método de la Investigación. Analítico – inductivo.</p> <p>2. Diseño de la Investigación. No experimental.</p>  <p>2. Universo, Población y Muestra</p> <p>1. Población Trabajadores del Complejo Turístico Baños del Inca.</p> <p>2. Muestra. ▶ 80 Trabajadores del CTBI.</p>
				<p>Transmisión de información</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Información de la organización. • Información de los productos y servicios. • Información los procesos y procedimientos administrativos. 	
				<p>Desarrollo de habilidades</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecución de tareas • Manejo de equipos 	
				<p>Desarrollo de actitudes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Actitudes Positivas. • Actitudes proactivas 	
				<p>Desarrollo de conceptos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de conocimientos • Desarrollo de destrezas. • Desarrollo de competencias. 	

						3. Técnicas, Instrumentos y Fuentes de Recolección de Datos
PROBLEMAS SECUNDARIOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS DERIVADAS		Variable Dependiente	Variable Dependiente:	Técnicas. Las encuestas serán procesadas en hoja Excel. Las entrevistas estructuradas y no estructuradas.
1. ¿Qué relación existe entre la capacitación de personal y la Fiabilidad con el cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca?	1. Analizar la relación entre la capacitación de personal y la Fiabilidad con el cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca.	1. La capacitación de personal se relaciona directa y significativamente con la fiabilidad con el cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca.	Variable Dependiente: Calidad de atención al cliente	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento del servicio en el tiempo acordado. • Resolución eficaz de problemas. • Personal confiable 	Instrumentos. Se utilizará como instrumento las encuestas
2. ¿Qué relación existe entre la capacitación de personal y la Capacidad de respuesta del empleado hacia el cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca?	2. Analizar la relación entre la capacitación de personal con la Capacidad de respuesta del empleado hacia el cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca.	2. La capacitación de personal se relaciona directa y significativamente con la Capacidad de respuesta del empleado hacia el cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca.		Capacidad de Respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Información de la ejecución del servicio. • Servicio Rápido. • Tiempo dispuesto para ayudar a los clientes. 	Fuentes. Los datos serán ordenados por un personal capacitado del servicio de estadística.
3. ¿Qué relación existe entre la capacitación de personal y la seguridad del cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca?	3. Analizar la relación entre la capacitación del personal con la seguridad del cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca.	3. La capacitación de personal se relaciona directa y significativamente con la seguridad del cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca.		Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Amabilidad con los clientes. • Instalaciones seguras. • Personal calificado • Procesos adecuados. 	
4. ¿Qué relación existe entre la capacitación de personal y la Empatía del trabajador hacia el cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca?	4. Analizar la relación entre la capacitación de personal y la Empatía del trabajador hacia el cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca.	4. La capacitación de personal se relaciona directa y significativamente con la Empatía del trabajador hacia el cliente en el Complejo Turístico Baños del Inca.		Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación estratégica del personal • Atención personalizada. • Atención de necesidades de los clientes. • Horarios de atención convenientes 	

<p>5. ¿Qué relación existe entre la capacitación de personal y los Elementos Tangibles en el Complejo Turístico Baños del Inca?</p>	<p>5. Analizar la relación entre la capacitación de personal los Elementos Tangibles en el Complejo Turístico Baños del Inca.</p>	<p>5. La capacitación de personal se relaciona directa y significativamente con los Elementos Tangibles en el Complejo Turístico Baños del Inca.</p>		<p>Elementos tangibles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones físicas atractivas. • Apariencia pulcra del personal. • Presentación de materiales asociados al servicio 	
---	---	--	--	----------------------------	--	--

Anexo 2 y sucesivos:

**ENCUESTA REALIZADA A LOS TRABAJADORES DEL COMPLEJO
TURÍSTICO BAÑOS DEL INCA – CAJAMARCA**

Señor trabajador nos encontramos interesados en obtener información respecto a la capacitación que le brinda la institución para la calidad de atención al cliente.

Por favor marque con una **X** la respuesta que crea conveniente. La encuesta tiene 36 preguntas. Llenarla le tomará aproximadamente de 15 minutos de su tiempo.

La encuesta **es anónima y necesitamos que la realice con la mayor honestidad**. Sólo necesitamos que señale su área de trabajo para mejor dirección de las acciones a tomar.

5=Totalmente de acuerdo 4=De acuerdo 3=Ni de acuerdo ,ni en desacuerdo 2=En desacuerdo 1=Totalmente en desacuerdo

Nº	PREGUNTA	5	4	3	2	1
1	¿Considera usted que conoce la misión y visión de la institución?					
2	¿Considera usted que tiene la suficiente información de las políticas de calidad que brinda el CTBI?					
3	¿Considera usted que cuenta con información actualizada de forma cómo se debe tratar al cliente?					
4	¿Considera usted que cuenta con información actualizada de todos los servicios termales que ofrece el CTBI?					
5	¿Considera usted que conoce los procedimientos administrativos para orientar al cliente?					
6	¿Considera usted que se encuentra capacitado para ejecutar bien cada una de funciones?					
7	¿Considera que usted cumple con todas sus funciones en el tiempo adecuado, sin ningún percance?					
8	¿Considera usted que hay suficientes equipos para satisfacer las necesidades de los clientes del CTBI?					
9	¿Considera usted que los equipos del CTBI se encuentran en un buen estado de conservación?					
10	¿Cree usted que sus actitudes frente al trato con el cliente son las adecuadas?					
11	¿Cree usted que puede cambiar sus actitudes negativas con relación al cliente a positivas para beneficio de la institución?					
12	¿Considera usted que el cliente siempre tiene la razón?					
13	¿Considera usted que puede solucionar todas las necesidades que el cliente requiera durante el tiempo que utiliza el servicio?					
14	¿Considera usted que demuestra cortesía con el cliente?					
15	¿Considera usted que demuestra confianza al cliente?					

16	¿Considera Usted que cumple con los turnos establecidos por el CTBI?					
17	¿Considera que usted se encuentra apto para solucionar cualquier incidente que se presente?					
18	¿Considera usted que muestra interés para solucionar los problemas presentados con los clientes?					
19	¿Considera usted que transmite transparencia al atender a cliente?					
20	¿Considera usted que realiza un servicio rápido y adecuado para el cliente?					
21	¿Considera usted que comunica al cliente cuando concluirá el servicio?					
22	¿Considera usted que tiene disposición para ayudar al cliente?					
23	¿Considera usted que prioriza las necesidades del cliente?					
24	¿Considera usted que demuestra acercamiento y disponibilidad al requerimiento de cliente?					
25	¿Considera usted que las instalaciones del complejo cumplen con las normas de seguridad establecidas?					
26	¿Considera usted que tiene los conocimientos y preparación para atender las preguntas hechas por el cliente?					
27	¿Considera que el personal cumple con los procesos establecidos por el CTBI?					
28	¿Considera usted que la distribución del personal es la adecuada para atender las necesidades del cliente?					
29	¿Considera usted que brinda una atención personalizada al cliente?					
30	¿Considera usted que tiene la actitud para responder las necesidades del cliente?					
31	¿Considera usted que los horarios de atención son los adecuados?					
32	¿Considera usted que las instalaciones del CTBI son visualmente atractivas?					
33	¿Considera usted que mantienen una apariencia pulcra?					
34	¿Considera usted que el uniforme que usa es el adecuado?					
35	¿Considera usted que las instalaciones del complejo se mantienen limpias?					
36	¿Considera usted que los materiales visuales(folletos, volantes) del CTBI son visualmente interesantes y atractivos?					

GRACIAS..... !!!!!!!

VALIDACION DEL INSTRUMENTO



FICHA PARA VALIDACION DEL INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

- 1.1 Experto: LILIANA CARRILLO CARRANZA
- 1.2 Especialidad: ECONOMISTA
- 1.3 Cargo Actual: DTC
- 1.4 Grado Académico: MAESTRO EN CIENCIAS
- 1.5 Institución: UPN
- 1.6 Tipo de Instrumento: HOJA CENSAL
- 1.7 Lugar y Fecha: Cajamarca 22/10

II. TABLA DE VALORACION POR EVIDENCIAS

Nº	EVIDENCIAS	VALORACION					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores		x				
2	Formulación con lenguaje apropiado		x				
3	Adecuado para los sujetos en estudio		x				
4	Facilita la prueba de hipótesis		x				
5	Suficiencia para medir la variable		x				
6	Facilita la interpretación del instrumento		x				
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología		x				
8	Expresado en hechos perceptibles		x				
9	Tiene secuencia lógica		x				
10	Basado en aspectos teóricos		x				
Total							

Coefficiente de valoración porcentual: c = 80%

III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES



Firma y sello del Experto

ESTADÍSTICO DE CONFIABILIDAD

Alfa de Crombach	N° de elementos
0,896	16

TABLA DE BASE DE DATOS

N°	CAPACITACION																CALIDAD DE ATENCION																14	146									
	TRANSMISION DE INFORMACION				DESARROLLO DE HABILIDADES				DESARROLLO DE ACTITUDES				DESARROLLO DE CONCEPTOS				FIABILIDAD				CAPACIDAD DE RPT.				SEGURIDAD				EMPATIA						ELEMENTOS TANGIBL								
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32			P33	P34	P35	P36					
1	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	61	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	146
2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	5	5	2	4	4	2	45	2	5	5	4	16	4	4	4	4	16	4	1	1	1	7	2	2	3	2	9	5	2	5	1	13	109
3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	67	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	149
4	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	5	4	4	4	5	1	48	2	2	4	2	10	3	5	4	4	16	4	2	2	2	10	2	4	3	3	12	5	4	5	5	19	115
5	1	1	1	1	2	2	2	2	3	5	5	4	4	5	5	3	46	3	2	4	3	12	4	5	4	3	16	3	2	2	3	10	2	4	3	2	11	5	5	5	3	18	116
6	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	5	5	4	4	4	4	49	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	3	2	2	2	9	2	4	3	3	12	5	2	4	1	12	116
7	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	4	4	2	4	3	3	44	2	2	3	2	9	2	3	3	3	11	4	3	2	2	11	2	3	3	3	11	4	2	4	3	13	97
8	3	3	3	3	3	1	2	2	2	4	5	2	2	4	4	1	44	2	2	4	3	11	4	4	3	3	14	5	2	3	3	13	3	2	3	3	11	5	2	4	1	12	110
9	3	2	2	3	4	3	4	2	2	3	4	3	4	4	4	1	48	2	2	4	3	11	4	3	3	4	14	4	2	2	2	10	3	3	3	3	12	2	2	4	3	11	105
10	4	4	4	2	3	3	4	2	3	4	3	2	2	3	3	4	50	4	3	3	4	14	2	4	3	3	12	3	4	4	2	13	2	4	2	4	12	4	2	4	3	13	115
11	2	2	3	3	2	2	4	3	3	4	3	2	3	4	4	3	47	3	3	3	4	13	4	4	2	3	13	2	2	4	2	10	2	2	2	3	9	4	2	4	3	13	103
12	3	3	2	2	2	3	4	3	2	4	3	3	3	4	4	4	49	3	3	3	4	13	4	4	3	2	13	4	3	2	2	11	3	3	2	3	11	4	3	4	4	15	111
13	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	4	4	3	42	3	3	4	4	14	4	4	3	4	15	3	3	4	2	12	4	4	3	4	15	4	2	4	3	13	125
14	1	1	1	1	1	1	3	1	1	4	3	2	2	4	4	4	34	3	3	3	4	13	3	4	4	4	15	2	2	1	1	6	4	4	2	2	12	4	1	3	4	12	104
15	4	3	2	2	2	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	53	4	3	4	4	15	4	4	3	4	15	4	2	2	2	10	4	4	3	4	15	4	2	4	4	14	124
16	3	3	2	2	2	4	4	2	2	4	3	2	4	4	4	4	49	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14	4	3	4	3	14	4	4	2	2	12	4	2	4	2	12	124
17	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	5	4	4	4	5	1	48	2	2	4	2	10	3	5	4	4	16	4	2	2	2	10	2	4	3	3	12	5	4	5	5	19	115
18	1	1	1	1	2	2	2	2	3	5	5	4	4	5	5	3	46	3	2	4	3	12	4	5	4	3	16	3	2	2	3	10	2	4	3	2	11	5	5	5	3	18	116
19	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	5	5	4	4	4	4	49	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	3	2	2	2	9	2	4	3	3	12	5	2	4	1	12	116
20	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	4	4	2	4	3	3	44	2	2	3	2	9	2	3	3	3	11	4	3	2	2	11	2	3	3	3	11	4	2	4	3	13	97
21	3	3	3	3	3	1	2	2	2	4	5	2	2	4	4	1	44	2	2	4	3	11	4	4	3	3	14	5	2	3	3	13	3	2	3	3	11	5	2	4	1	12	110
22	3	2	2	3	4	3	4	2	2	3	4	3	4	4	4	1	48	2	2	4	3	11	4	3	3	4	14	4	2	2	2	10	3	3	3	3	12	2	2	4	3	11	105
23	4	4	4	2	3	3	4	2	3	4	3	2	2	3	3	4	50	4	3	3	4	14	2	4	3	3	12	3	4	4	2	13	2	4	2	4	12	4	2	4	3	13	115
24	2	2	3	3	2	2	4	3	3	4	3	2	3	4	4	3	47	3	3	3	4	13	4	4	2	3	13	2	2	4	2	10	2	2	2	3	9	4	2	4	3	13	103
25	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	4	4	3	42	3	3	4	4	14	4	4	3	4	15	3	3	4	2	12	4	4	3	4	15	4	2	4	3	13	125
26	1	1	1	1	1	1	3	1	1	4	3	2	2	4	4	4	34	3	3	3	4	13	3	4	4	4	15	2	2	1	1	6	4	4	2	2	12	4	1	3	4	12	104
27	4	3	2	2	2	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	53	4	3	4	4	15	4	4	3	4	15	4	2	2	2	10	4	4	3	4	15	4	2	4	4	14	124
28	3	3	2	2	2	4	4	2	2	4	3	2	4	4	4	4	49	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14	4	3	4	3	14	4	4	2	2	12	4	2	4	2	12	124
29	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	5	4	4	4	5	1	48	2	2	4	2	10	3	5	4	4	16	4	2	2	2	10	2	4	3	3	12	5	4	5	5	19	115
30	1	1	1	1	2	2	2	2	3	5	5	4	4	5	5	3	46	3	2	4	3	12	4	5	4	3	16	3	2	2	3	10	2	4	3	2	11	5	5	5	3	18	116
31	3	2	2	3	4	3	4	2	2	3	4	3	4	4	4	1	48	2	2	4	3	11	4	3	3	4	14	4	2	2	2	10	3	3	3	3	12	2	2	4	3	11	105
32	4	4	4	2	3	3	4	2	3	4	3	2	2	3	3	4	50	4	3	3	4	14	2	4	3	3	12	3	4	4	2	13	2	4	2	4	12	4	2	4	3	13	115

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AO	AP	AQ	AR
32	4	4	4	2	3	3	4	2	3	4	3	2	2	3	3	4	50	4	3	3	4	14	2	4	3	3	12	3	4	4	2	13	2	4	2	4	12	4	2	4	3	13	115
33	2	2	3	3	2	2	4	3	3	4	3	2	3	4	4	3	47	3	3	3	4	13	4	4	2	3	13	2	2	4	2	10	2	2	2	3	9	4	2	4	3	13	103
34	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	4	4	3	42	3	3	4	4	14	4	4	3	4	15	3	3	4	2	12	4	4	3	4	15	4	2	4	3	13	125
35	1	1	1	1	1	1	3	1	1	4	3	2	2	4	4	4	34	3	3	3	4	13	3	4	4	4	15	2	2	1	1	6	4	4	2	2	12	4	1	3	4	12	104
36	4	3	2	2	2	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	53	4	3	4	4	15	4	4	3	4	15	4	2	2	2	10	4	4	3	4	15	4	2	4	4	14	124
37	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	5	5	2	4	4	2	45	2	5	5	4	16	4	4	4	4	16	4	1	1	1	7	2	2	3	2	9	5	2	5	1	13	109
38	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	67	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	149
39	2	2	2	2	2	3	3	3	4	5	4	4	4	4	5	1	48	2	2	4	2	10	3	5	4	4	16	4	2	2	2	10	2	4	3	3	12	5	4	5	5	19	115
40	1	1	1	1	2	2	2	2	3	5	5	4	4	5	5	3	46	3	2	4	3	12	4	5	4	3	16	3	2	2	3	10	2	4	3	2	11	5	5	5	3	18	116
41	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	5	5	4	4	4	4	49	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	3	2	2	2	9	2	4	3	3	12	5	2	4	1	12	116
42	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	4	4	2	4	3	3	44	2	2	3	2	9	2	3	3	3	11	4	3	2	2	11	2	3	3	3	11	4	2	4	3	13	97
43	3	3	3	3	3	1	2	2	2	4	5	2	2	4	4	1	44	2	2	4	3	11	4	4	3	3	14	5	2	3	3	13	3	2	3	3	11	5	2	4	1	12	110
44	3	2	2	3	4	3	4	2	2	3	4	3	4	4	4	1	48	2	2	4	3	11	4	3	3	4	14	4	2	2	2	10	3	3	3	3	12	2	2	4	3	11	105
45	4	4	4	2	3	3	4	2	3	4	3	2	2	3	3	4	50	4	3	3	4	14	2	4	3	3	12	3	4	4	2	13	2	4	2	4	12	4	2	4	3	13	115
46	2	2	3	3	2	2	4	3	3	4	3	2	3	4	4	3	47	3	3	3	4	13	4	4	2	3	13	2	2	4	2	10	2	2	2	3	9	4	2	4	3	13	103
47	3	3	2	2	2	3	4	3	2	4	3	3	3	4	4	4	49	3	3	3	4	13	4	4	3	2	13	4	3	2	2	11	3	3	2	3	11	4	3	4	4	15	111
48	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	4	4	3	42	3	3	4	4	14	4	4	3	4	15	3	3	4	2	12	4	4	3	4	15	4	2	4	3	13	125
49	1	1	1	1	1	1	3	1	1	4	3	2	2	4	4	4	34	3	3	3	4	13	3	4	4	4	15	2	2	1	1	6	4	4	2	2	12	4	1	3	4	12	104
50	4	3	2	2	2	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	53	4	3	4	4	15	4	4	3	4	15	4	2	2	2	10	4	4	3	4	15	4	2	4	4	14	124
51	3	3	2	2	2	4	4	2	2	4	3	2	4	4	4	4	49	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14	4	3	4	3	14	4	4	2	2	12	4	2	4	2	12	124
52	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	5	4	4	4	5	1	48	2	2	4	2	10	3	5	4	4	16	4	2	2	2	10	2	4	3	3	12	5	4	5	5	19	115
53	1	1	1	1	2	2	2	2	3	5	5	4	4	5	5	3	46	3	2	4	3	12	4	5	4	3	16	3	2	2	3	10	2	4	3	2	11	5	5	5	3	18	116
54	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	5	5	4	4	4	4	49	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	3	2	2	2	9	2	4	3	3	12	5	2	4	1	12	116
55	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	4	4	2	4	3	3	44	2	2	3	2	9	2	3	3	3	11	4	3	2	2	11	2	3	3	3	11	4	2	4	3	13	97
56	3	3	3	3	3	1	2	2	2	4	5	2	2	4	4	1	44	2	2	4	3	11	4	4	3	3	14	5	2	3	3	13	3	2	3	3	11	5	2	4	1	12	110
57	2	2	3	3	2	2	4	3	3	4	3	2	3	4	4	3	47	3	3	3	4	13	4	4	2	3	13	2	2	4	2	10	2	2	2	3	9	4	2	4	3	13	103
58	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	4	4	3	42	3	3	4	4	14	4	4	3	4	15	3	3	4	2	12	4	4	3	4	15	4	2	4	3	13	125
59	1	1	1	1	1	1	3	1	1	4	3	2	2	4	4	4	34	3	3	3	4	13	3	4	4	4	15	2	2	1	1	6	4	4	2	2	12	4	1	3	4	12	104
60	4	3	2	2	2	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	53	4	3	4	4	15	4	4	3	4	15	4	2	2	2	10	4	4	3	4	15	4	2	4	4	14	124
61	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	5	5	2	4	4	2	45	2	5	5	4	16	4	4	4	4	16	4	1	1	1	7	2	2	3	2	9	5	2	5	1	13	109
62	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	67	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	149
63	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	5	4	4	4	5	1	48	2	2	4	2	10	3	5	4	4	16	4	2	2	2	10	2	4	3	3	12	5	4	5	5	19	115
64	1	1	1	1	2	2	2	2	3	5	5	4	4	5	5	3	46	3	2	4	3	12	4	5	4	3	16	3	2	2	3	10	2	4	3	2	11	5	5	5	3	18	116
65	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	5	5	4	4	4	4	49	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	3	2	2	2	9	2	4	3	3	12	5	2	4	1	12	116
66	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	4	4	2	4	3	3	44	2	2	3	2	9	2	3	3	3	11	4	3	2	2	11	2	3	3	3	11	4	2	4	3	13	97
67	3	3	3	3	3	1	2	2	2	4	5	2	2	4	4	1	44	2	2	4	3	11	4	4	3	3	14	5	2	3	3	13	3	2	3	3	11	5	2	4	1	12	110

67	3	3	3	3	3	1	2	2	2	4	5	2	2	4	4	1	44	2	2	4	3	11	4	4	3	3	14	5	2	3	3	13	3	2	3	3	11	5	2	4	1	12	110
68	3	2	2	3	4	3	4	2	2	3	4	3	4	4	4	1	48	2	2	4	3	11	4	3	3	4	14	4	2	2	2	10	3	3	3	3	12	2	2	4	3	11	105
69	4	4	4	2	3	3	4	2	3	4	3	2	2	3	3	4	50	4	3	3	4	14	2	4	3	3	12	3	4	4	2	13	2	4	2	4	12	4	2	4	3	13	115
70	2	2	3	3	2	2	4	3	3	4	3	2	3	4	4	3	47	3	3	3	4	13	4	4	2	3	13	2	2	4	2	10	2	2	2	3	9	4	2	4	3	13	103
71	3	3	2	2	2	3	4	3	2	4	3	3	3	4	4	4	49	3	3	3	4	13	4	4	3	2	13	4	3	2	2	11	3	3	2	3	11	4	3	4	4	15	111
72	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	4	4	3	42	3	3	4	4	14	4	4	3	4	15	3	3	4	2	12	4	4	3	4	15	4	2	4	3	13	125
73	1	1	1	1	1	3	1	1	4	3	2	2	4	4	4	34	3	3	3	4	13	3	4	4	4	15	2	2	1	1	6	4	4	2	2	12	4	1	3	4	12	104	
74	4	3	2	2	2	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	53	4	3	4	4	15	4	4	3	4	15	4	2	2	2	10	4	4	3	4	15	4	2	4	4	14	124
75	3	3	2	2	2	4	4	2	2	4	3	2	4	4	4	4	49	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	4	3	4	3	14	4	4	2	2	12	4	2	4	2	12	126
76	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	61	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	146
77	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	5	5	2	4	4	2	45	2	5	5	4	16	4	4	4	4	16	4	1	1	1	7	2	2	3	2	9	5	2	5	1	13	109
78	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	67	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	149
79	2	2	2	2	2	3	3	3	4	5	4	4	4	5	1	48	2	2	4	2	10	3	4	4	4	15	4	2	2	2	10	2	4	3	3	12	5	4	5	5	19	113	
80	1	1	1	1	2	2	2	2	3	5	5	4	4	5	5	3	46	3	2	4	3	12	4	4	4	3	15	3	2	2	3	10	2	4	3	2	11	5	5	5	3	18	114

Tablas y figuras de las preguntas de la encuesta aplicada.

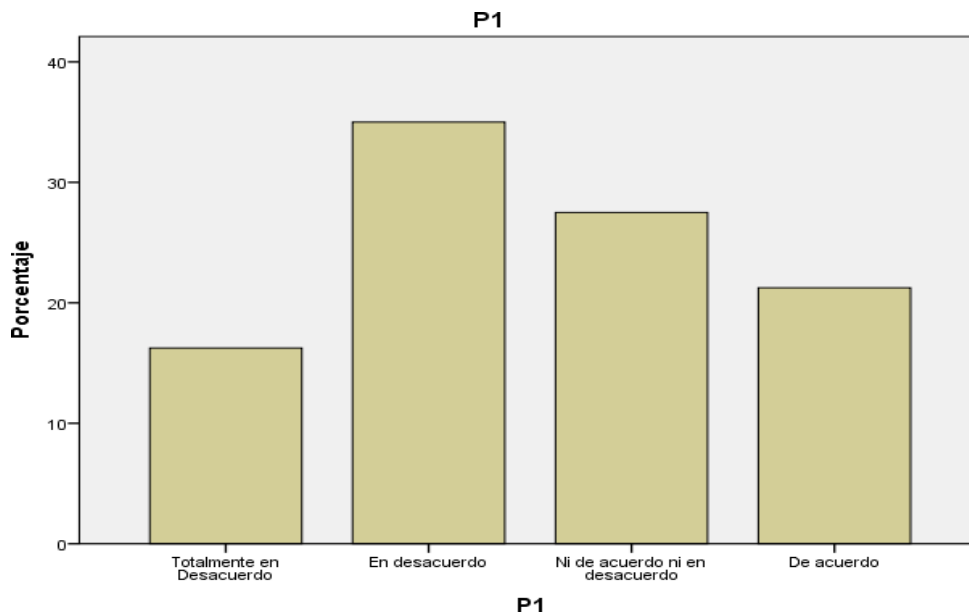
Tabla 07: Resultados de la pregunta N° 01

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	13	16.3	16.3	16.3
	En desacuerdo	28	35.0	35.0	51.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	27.5	27.5	78.8
	De acuerdo	17	21.3	21.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 02

P1: ¿Considera usted que conoce la misión y visión de la institución?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.

Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla N 7 y del gráfico 02 se observa que del 100% de encuestados el 16.3% equivalente a 13 trabajadores se encuentran totalmente en desacuerdo ya que no conocen la misión y visión del CTBI, el 36% equivalente a 28 trabajadores se encuentran en desacuerdo ya que conocen muy poco de la misión y algunos nada de la visión del CTBI, el 27.5% que equivale a un total de 22 trabajadores se encuentra en Ni acuerdo ni en desacuerdo ya que no consideran de suma importancia conocer la misión y visión del CTBI y el 21.3% que equivale a 17 trabajadores se encuentran en la escala de acuerdo pues consideran que conocen la misión y visión del CTBI estos resultados corresponden a si conocen no la misión y visión de la institución en la cual trabajan y si se encuentran fidelizados con ella.

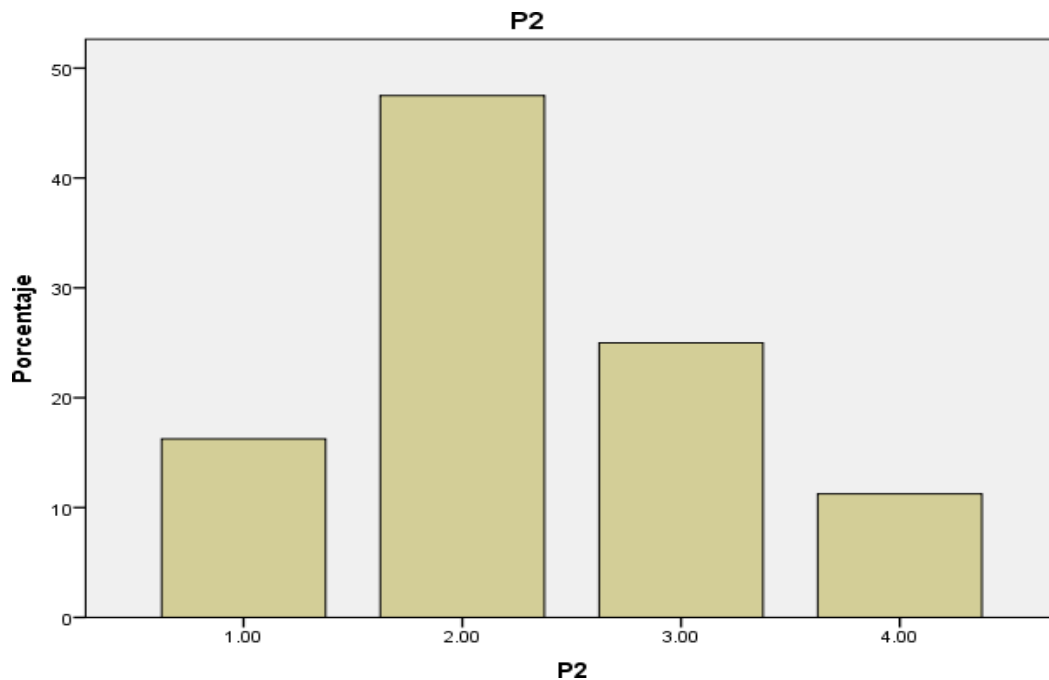
Tabla 08: Resultados de la pregunta N° 02

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	13	16.3	16.3	16.3
	En desacuerdo	38	47.5	47.5	63.8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	25.0	25.0	88.8
	De acuerdo	9	11.3	11.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: *Elaboración propia*

Figura 3

P2: ¿Considera usted que tiene la suficiente información de las políticas de calidad que brinda el CTBI?



Fuente: *Información obtenida de la encuesta.*
Elaboración: *Propia*

Interpretación: La lectura de la tabla 08 y del gráfico 03 se observa que del 100% de encuestados el 16.3% equivalente a 13 trabajadores se encuentran totalmente en desacuerdo ya que la información sobre las políticas de calidad del CTBI es nula, el 47.5% equivalente a 38 trabajadores se encuentran en desacuerdo pues consideran que tienen poca información, el 25% que equivale a un total de 20 trabajadores se encuentra en Ni acuerdo ni en desacuerdo, es decir que no están al tanto de la información, finalmente el 11.3% que equivale a 9 trabajadores se encuentran en la escala de acuerdo afirmando así que si tienen información, estos resultados corresponden a si tiene la suficiente información de las políticas de calidad que brinda el CTBI.

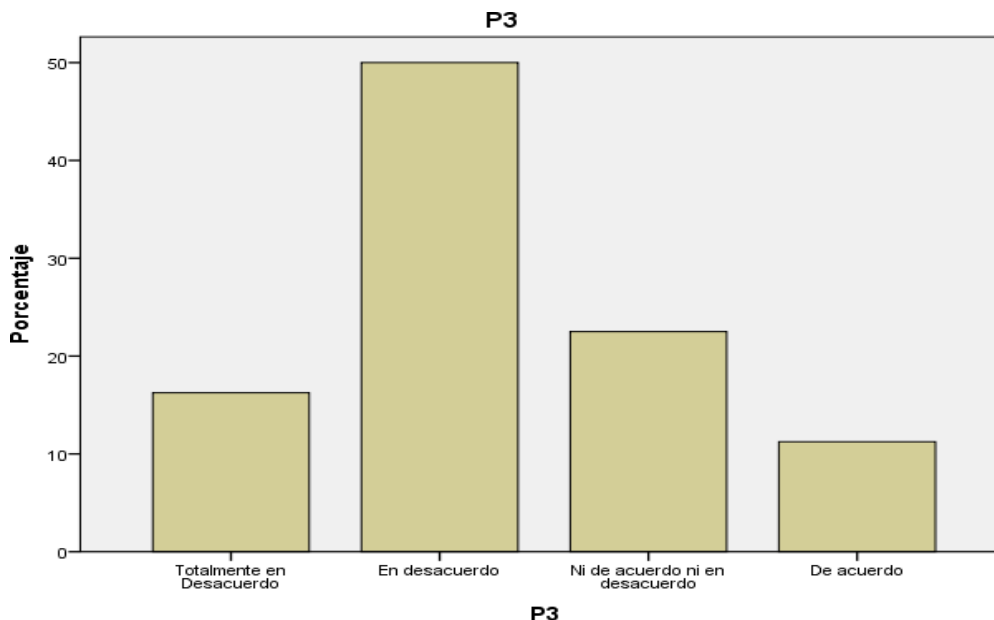
Tabla 09: Resultados de la pregunta N° 03

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	13	16.3	16.3	16.3
	En desacuerdo	40	50.0	50.0	66.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	22.5	22.5	88.8
	De acuerdo	9	11.3	11.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 4

P3: ¿Considera usted que cuenta con información actualizada de forma cómo se debe tratar al cliente?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.

Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 09 y figura 04 muestra que la forma de tratar al cliente, según la opinión de los trabajadores del CTBI, se encuentran totalmente en desacuerdo en la forma de tratar a los clientes por parte de los trabajadores es un 16.3% que equivale a 13 trabajadores. Se observa que el 50% es decir 40 trabajadores se encuentran en desacuerdo con la forma de tratar a los clientes, ya que algunos trabajadores no tienen la suficiente educación para poder expresarse de la mejor manera con ellos; un 22.5% que equivale a 18 trabajadores de los trabajadores consideran no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo a la forma de tratar a los clientes, el 11.3% equivalente a 9 trabajadores considera que si tiene información actualizada de la forma como tratar al cliente durante el servicio pero considera que si necesitaría recibir la capacitación para mejorar.

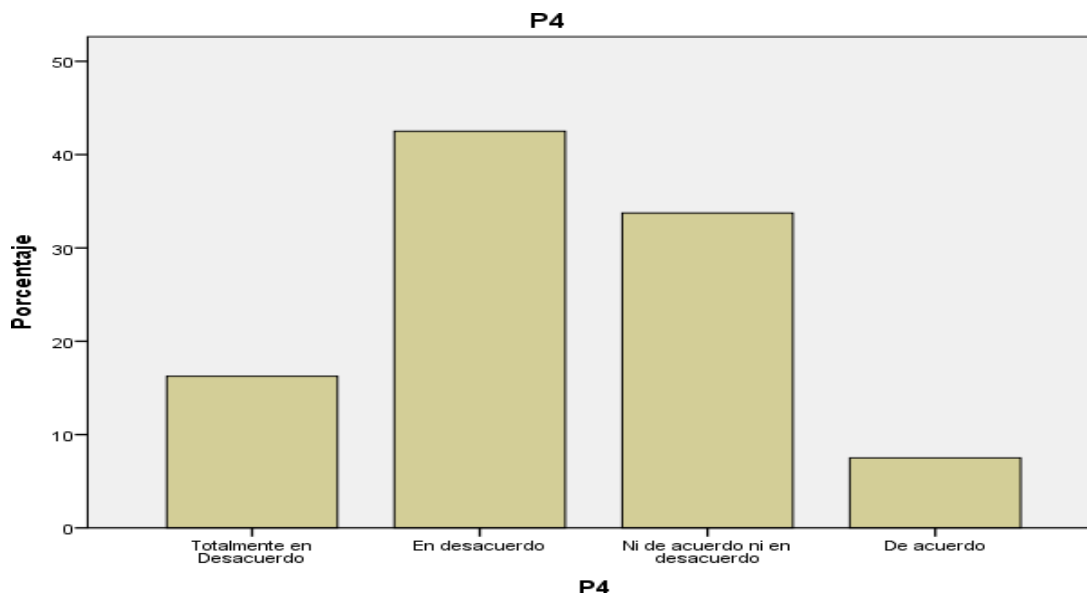
Tabla 10 : Resultados de la pregunta N° 04

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	13	16.3	16.3	16.3
	En desacuerdo	34	42.5	42.5	58.8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	33.8	33.8	92.5
	De acuerdo	6	7.5	7.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: *Elaboración propia*

Figura 5

P4: ¿Considera usted que cuenta con información actualizada de todos los servicios termales que ofrece el CTBI?



Fuente: *Información obtenida de la encuesta.*

Elaboración: *Propia*

Interpretación: La lectura de la tabla 10 y la figura 05 por un lado, de los 80 trabajadores de la muestra, 13 que representan el 16.3%, es decir que del total respondieron que están Totalmente en Desacuerdo, 34 trabajadores que representan el 42.5% se encuentran en desacuerdo, es decir que no conocen todos los servicios termales actualizados que ofrece el CTBI; 27 trabajadores que representan 33.8% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo por lo cual podemos decir que no les interesa saber si existen nuevos servicios o no. Por otro lado, sólo 6 trabajadores, que representan, respectivamente, el 7.5% conocen los servicios actualizados que ofrece el CTBI.

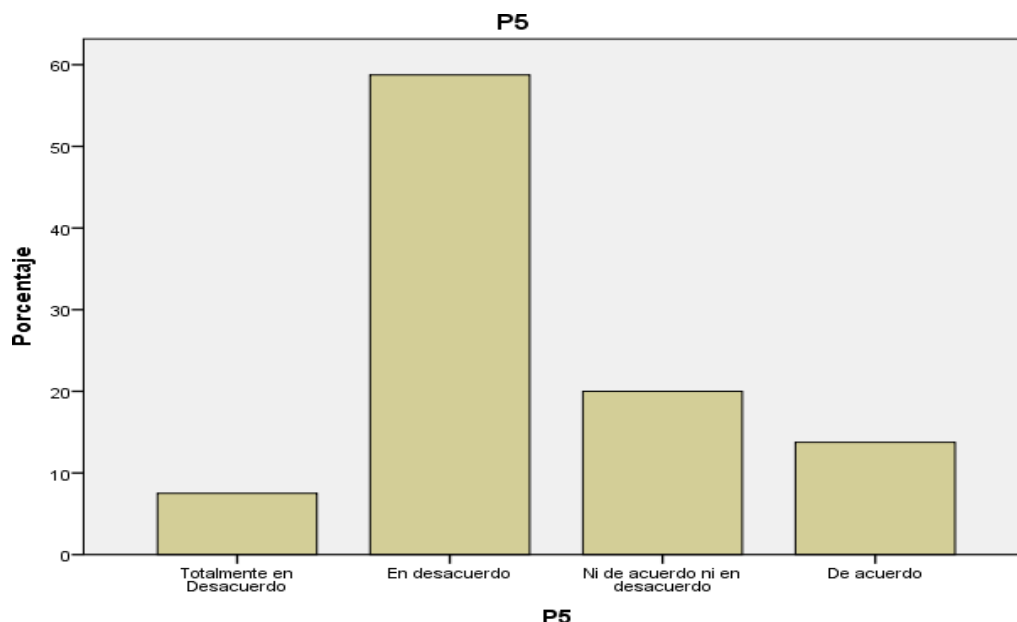
Tabla 11: Resultados de la pregunta N° 05

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	6	7.5	7.5	7.5
	En desacuerdo	47	58.8	58.8	66.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	20.0	20.0	86.3
	De acuerdo	11	13.8	13.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: *Elaboración propia*

Figura 6

P5: ¿Considera usted que conoce los procedimientos administrativos para orientar al cliente?



Fuente: *Información obtenida de la encuesta.*

Elaboración: *Propia*

Interpretación: La lectura de la tabla 11 y la figura 06 se observa que del 100% de encuestados el 7.5% que equivale a 6 trabajadores calificaron contestaron Totalmente en Desacuerdo pues no consideran de suma importancia conocer los procedimientos administrativos para orientar a los clientes, el 58.8% que equivale a 47 trabajadores opina que está en desacuerdo, por lo que podemos considerar que la mayoría de los trabajadores no conoce ni tiene la suficiente información de los procedimientos administrativos para orientar a los clientes; el 20 % que equivale a 16 trabajadores se encuentra en ni de acuerdo ni en desacuerdo por lo que podemos decir que no consideran importante conocer los procedimientos administrativos y el 13.8% equivalente a 11 trabajadores de los encuestados está de acuerdo, esto quiere decir que conocen sobre los procedimientos administrativos para poder orientar a los clientes.

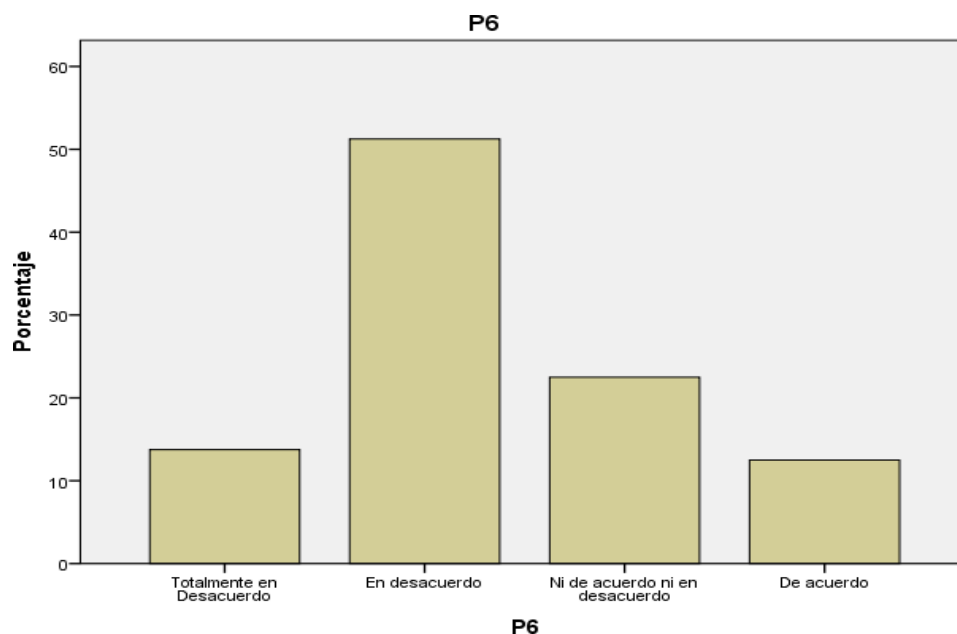
Tabla 12: Resultados de la pregunta N° 06

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	11	13.8	13.8	13.8
	En desacuerdo	41	51.3	51.3	65.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	22.5	22.5	87.5
	De acuerdo	10	12.5	12.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: *Elaboración propia*

Figura 7

P6: ¿Considera usted que se encuentra capacitado para ejecutar bien cada una de funciones?



Fuente: *Información obtenida de la encuesta.*

Elaboración: *Propia*

Interpretación: La lectura de la tabla 12 y Figura 07 muestra si el trabajador considera que se encuentra capacitado para ejecutar bien cada una de funciones, según la opinión de los propios trabajadores del CTBI, el 13.8% equivalente a 11 trabajadores considera totalmente en desacuerdo, es decir consideran que no están capacitados para ejecutar sus funciones y lo más importante es que se observa que el 51.3% equivalente a 41 trabajadores están en desacuerdo pues consideran que no tiene la suficiente capacitación para realizar bien cada una de sus funciones, el 22.5% equivalente a 18 trabajadores se encuentran en Ni de acuerdo ni en desacuerdo por lo que podemos considerar que no consideran importante ser capacitados para poder desarrollar bien sus funciones y el 12.5% equivalente a 10 trabajadores se encuentran de acuerdo por lo que se considera que ellos si se consideran capacitados para realizar bien cada una de sus funciones.

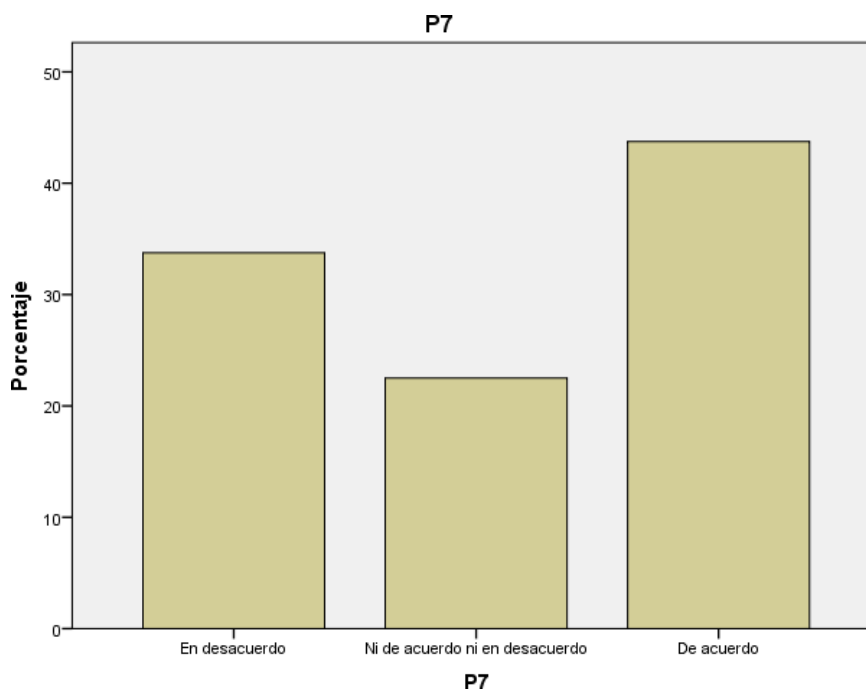
Tabla 13: Resultados de la pregunta N° 07

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	27	33.8	33.8	33.8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	22.5	22.5	56.3
	De acuerdo	35	43.8	43.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 8

P7: ¿Considera que usted cumple con todas sus funciones en el tiempo adecuado, sin ningún percance?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.

Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 13 y Figura 08 muestra si el trabajador considera que cumple con todas sus funciones en el tiempo adecuado, sin ningún percance, según la opinión de los propios trabajadores del CTBI, el 33.8% equivalente a 27 trabajadores respondió en desacuerdo, es decir consideran que no cumple con todas sus funciones en el tiempo adecuado, sin ningún percance; el 22.5% equivalente a 18 trabajadores se encuentra en ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir no les interesa si cumplen o no con sus funciones en el tiempo adecuado, sin ningún percance, finalmente el 43.8% equivalente a 35 trabajadores se encuentra de acuerdo por lo tanto consideran que si cumplen con sus funciones en el tiempo adecuado, sin ningún percance.

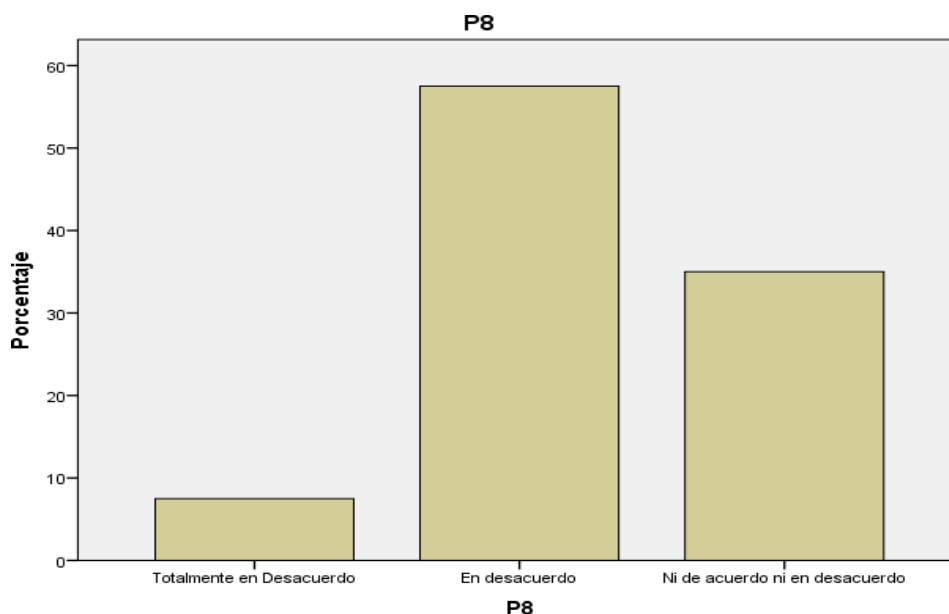
Tabla 14: Resultados de la pregunta N° 08

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	6	7.5	7.5	7.5
	En desacuerdo	46	57.5	57.5	65.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28	35.0	35.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: *Elaboración propia*

Figura 9

P8: ¿Considera usted que hay suficientes equipos para satisfacer las necesidades de los clientes del CTBI?



Fuente: *Información obtenida de la encuesta.*

Elaboración: *Propia*

Interpretación: La lectura de la tabla 14 y Figura 09 muestra si el trabajador considera que hay suficientes equipos para satisfacer las necesidades de los clientes del CTBI, según la opinión de los propios trabajadores del CTBI, el 7.6% equivalente a 06 trabajadores considera totalmente en desacuerdo, es decir consideran que no hay suficientes equipos para satisfacer las necesidades de los clientes, el 57.5% equivalente a 46 trabajadores en desacuerdo también consideran que hacen falta equipos finalmente el 35% equivalente a 28 trabajadores se encuentran en Ni de acuerdo ni en desacuerdo por lo que podemos considerar que no consideran importante que el CTBI tenga suficientes equipos para satisfacer las necesidades de los clientes.

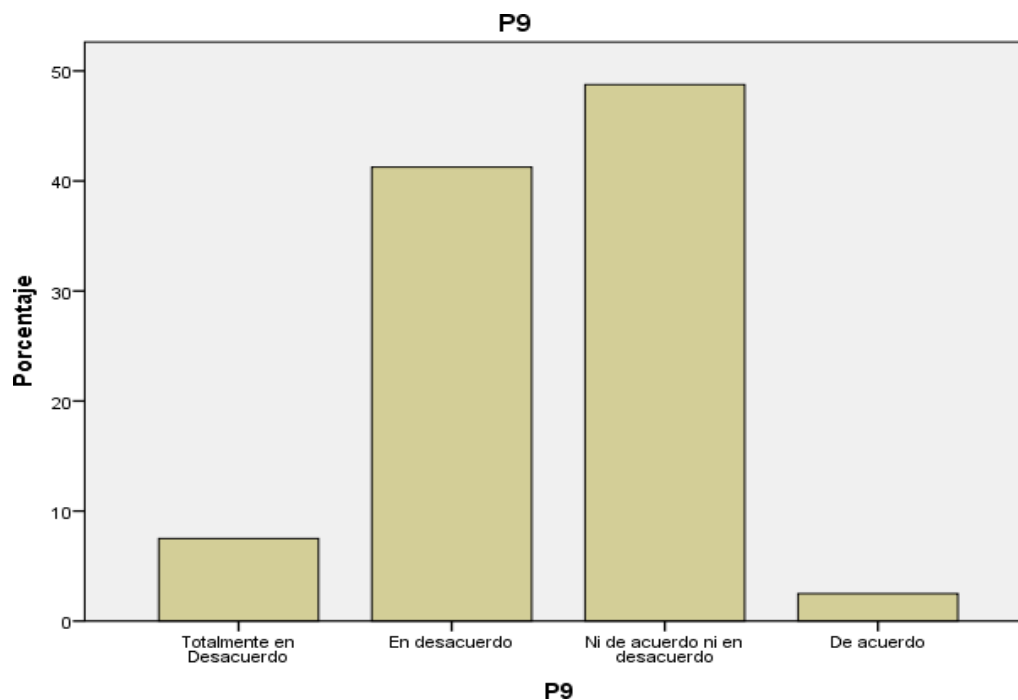
Tabla 15: Resultados de la pregunta N° 09

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	6	7.5	7.5	7.5
	En desacuerdo	33	41.3	41.3	48.8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	39	48.8	48.8	97.5
	De acuerdo	2	2.5	2.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: *Elaboración propia*

Figura 10

P9: ¿Considera usted que los equipos del CTBI se encuentran en un buen estado de conservación?



Fuente: *Información obtenida de la encuesta.*

Elaboración: *Propia*

Interpretación: La lectura de la tabla 15 y Figura 10 muestra si el trabajador considera si los equipos del CTBI se encuentran en un buen estado de conservación, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 7.6% equivalente a 06 trabajadores considera totalmente en desacuerdo, es decir consideran que los equipos no se encuentran en un buen estado, el 41.3% equivalente a 33 trabajadores esta en desacuerdo también considerando que los equipos no se encuentran en un buen estado, el 48.8% equivalente a 39 trabajadores se encuentran en Ni de acuerdo ni en desacuerdo por lo que podemos considerar que no consideran importante el estado de los equipos y solo el 2.5% equivalente a 2 trabajadores opinaron que están de acuerdo respecto a los equipos del CTBI se encuentran en un buen estado de conservación.

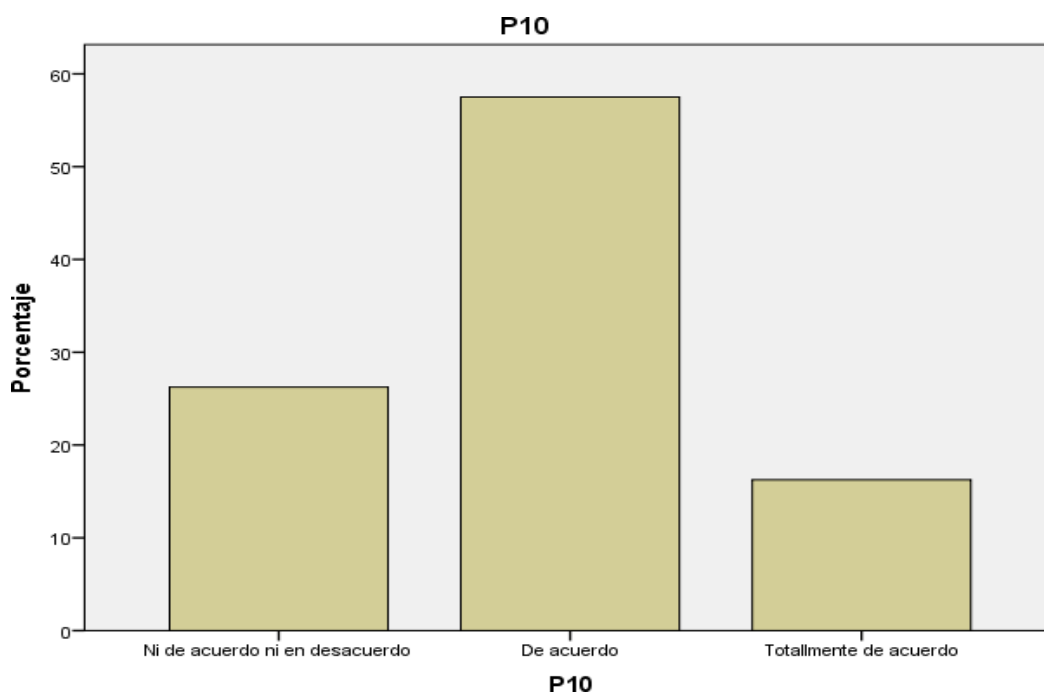
Tabla 16: Resultados de la pregunta N° 10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	26.3	26.3	26.3
	De acuerdo	46	57.5	57.5	83.8
	Totalmente de acuerdo	13	16.3	16.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 11

P10: ¿Cree usted que sus actitudes frente al trato con el cliente son las adecuadas?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.
Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 16 y Figura 11 muestra que las actitudes de los trabajadores frente al trato con el cliente son las adecuadas, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 26.3% equivalente a 21 trabajadores se encuentran en Ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que no considera importante las actitudes que pueda mostrar frente al trato que les pueda dar a los clientes. Se observa que el 57.5% equivalente a 46 trabajadores se considera de acuerdo por lo que podemos observar que la mayoría de los trabajadores si muestran buenas actitudes frente al trato con los clientes y solo el 16.3% equivalente a 13 trabajadores consideran totalmente de acuerdo por lo que podemos considerar que los trabajadores muestran una actitud positiva frente al trato con los trabajadores y pueden tener una buena relación con los clientes sin embargo podemos mejorar sus actitudes a través de la capacitación para mejorar su forma de relacionarse con los demás y obtener una atención de calidad en el servicio brindado.

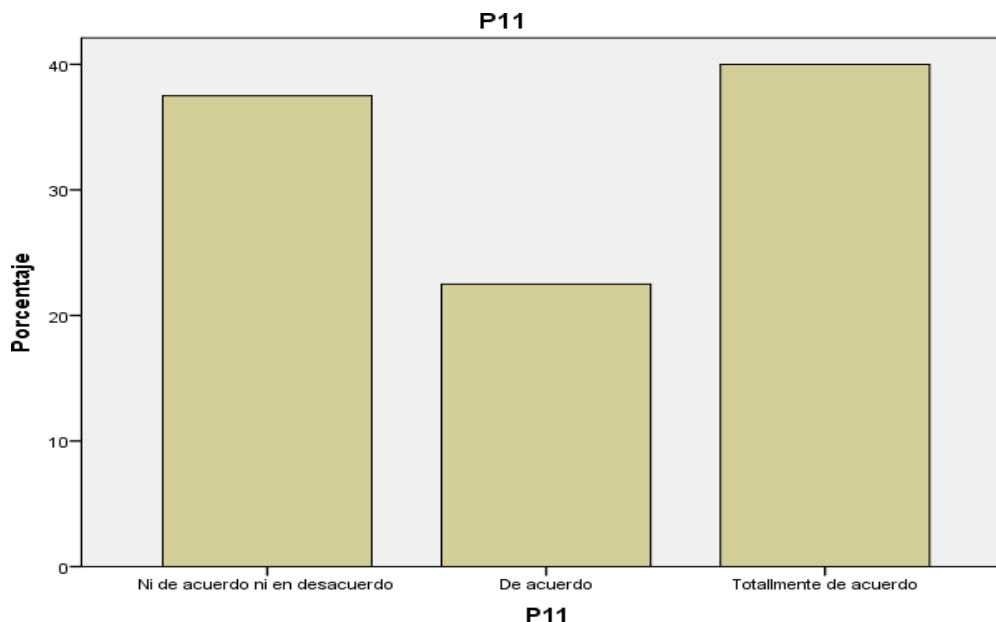
Tabla 17: Resultados de la pregunta N° 11

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	30	37.5	37.5	37.5
	De acuerdo	18	22.5	22.5	60.0
	Totalmente de acuerdo	32	40.0	40.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: *Elaboración propia*

Figura 12

P11: ¿Cree usted que puede cambiar sus actitudes negativas con relación al cliente a positivas para beneficio de la institución?



Fuente: *Información obtenida de la encuesta.*
Elaboración: *Propia*

Interpretación: La lectura de la tabla 17 y Figura 12 muestra que los trabajadores pueden cambiar sus actitudes negativas con relación al cliente a positivas para beneficio de la institución, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 37.5% equivalente a 30 trabajadores se encuentran en Ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que no considera importante cambiar sus actitudes negativas a positivas con relación a la forma de atención a los clientes. Se observa que el 22.5% equivalente a 18 trabajadores considera de acuerdo por lo que podemos observar que una pequeña cantidad de trabajadores si está de acuerdo en cambiar sus actitudes negativas a positivas y lo más importante es que el 40% equivalente a 32 trabajadores consideran totalmente de acuerdo por lo que podemos considerar que los trabajadores están dispuestos a cambiar sus actitudes negativas a positivas frente al trato con los trabajadores y pueden tener una buena relación con los clientes.

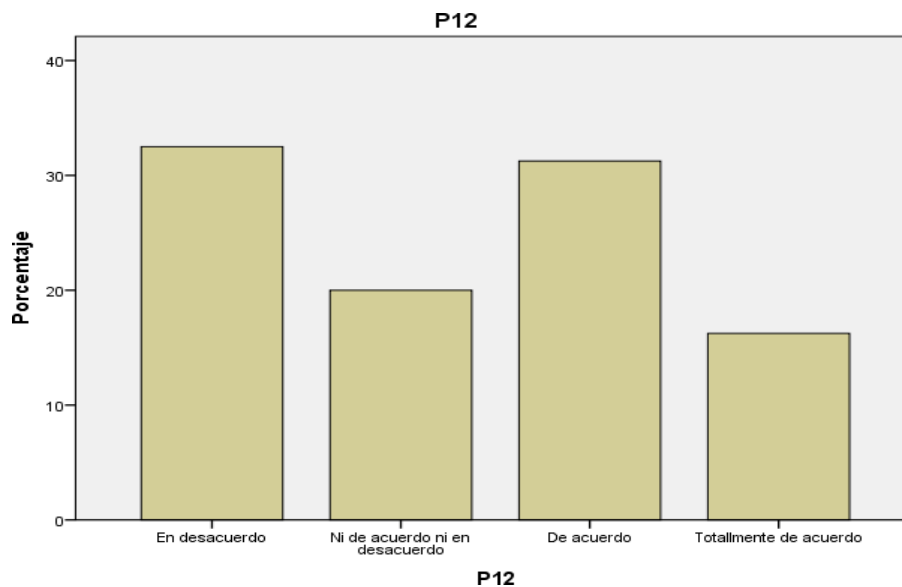
Tabla 18: Resultados de la pregunta N° 12

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	26	32.5	32.5	32.5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	20.0	20.0	52.5
	De acuerdo	25	31.3	31.3	83.8
	Totalmente de acuerdo	13	16.3	16.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 13

P12: ¿Considera usted que el cliente siempre tiene la razón?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.

Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 18 y Figura 13 se refiere si el cliente siempre tiene razón se observa que del 100% de encuestados el 32.5% equivalente a 26 trabajadores están en desacuerdo considerando así que el cliente no tiene la razón, el 20% equivalente a 16 trabajadores opina que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo es decir no le dan importancia a la opinión del cliente, el 31.3 % equivalente a 25 trabajadores está de acuerdo es decir consideran que el cliente tiene la razón y 16.3% equivalente a 13 trabajadores está totalmente en desacuerdo. Se observa que los trabajadores del CTBI consideran en su mayoría que el cliente no siempre tiene la razón y que podrían tener una buena comunicación para poder expresar sus opiniones en las que no están de acuerdo con los clientes a través de la capacitación y que podrían mejorar su forma de expresarse y enriquecer su vocabulario.

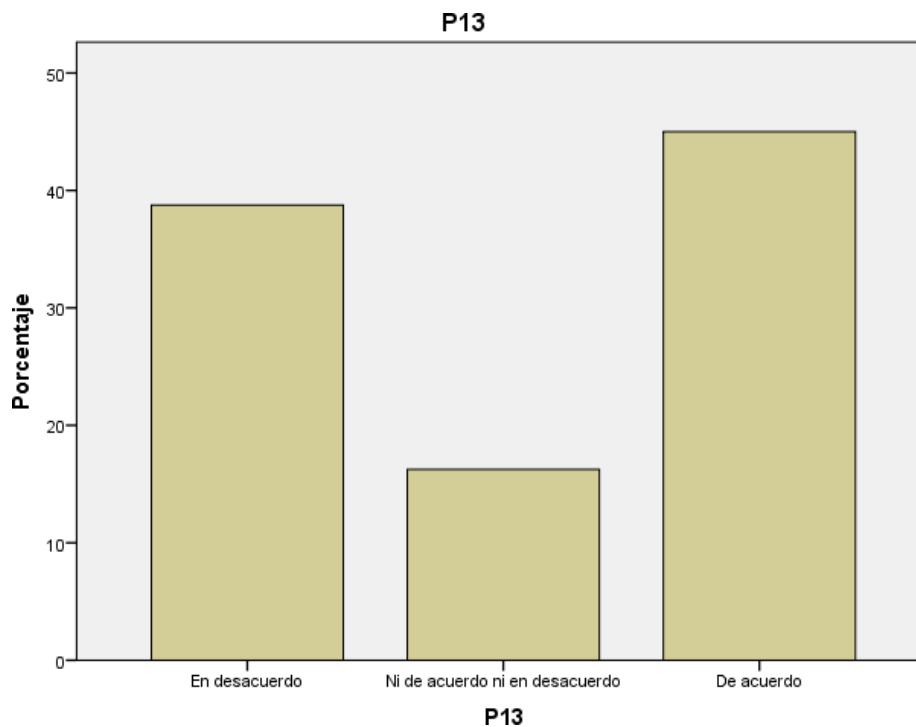
Tabla 19: Resultados de la pregunta N° 13

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo		31	38.8	38.8	38.8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		13	16.3	16.3	55.0
	De acuerdo		36	45.0	45.0	100.0
	Total		80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 14

P13: ¿Considera usted que puede solucionar todas las necesidades que el cliente requiera durante el tiempo que utiliza el servicio?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.
Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 19 y Figura 14 se refiere a si se puede solucionar todas las necesidades que el cliente requiera durante el tiempo que utiliza el servicio se observando así que del 100% de encuestados el 38.8% equivalente a 31 trabajadores está en desacuerdo es decir considera que no pueden solucionar todas las necesidades que el cliente requiera durante el tiempo que utiliza el servicio, el 16.3% equivalente a 13 trabajadores opina que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo es decir no le dan la importancia suficiente a la solución de necesidades del cliente y el 45% equivalente a 36 trabajadores está de acuerdo. Se observa que los trabajadores del CTBI consideran en su mayoría que puede solucionar todas las necesidades que el cliente requiera durante el tiempo que utiliza el servicio

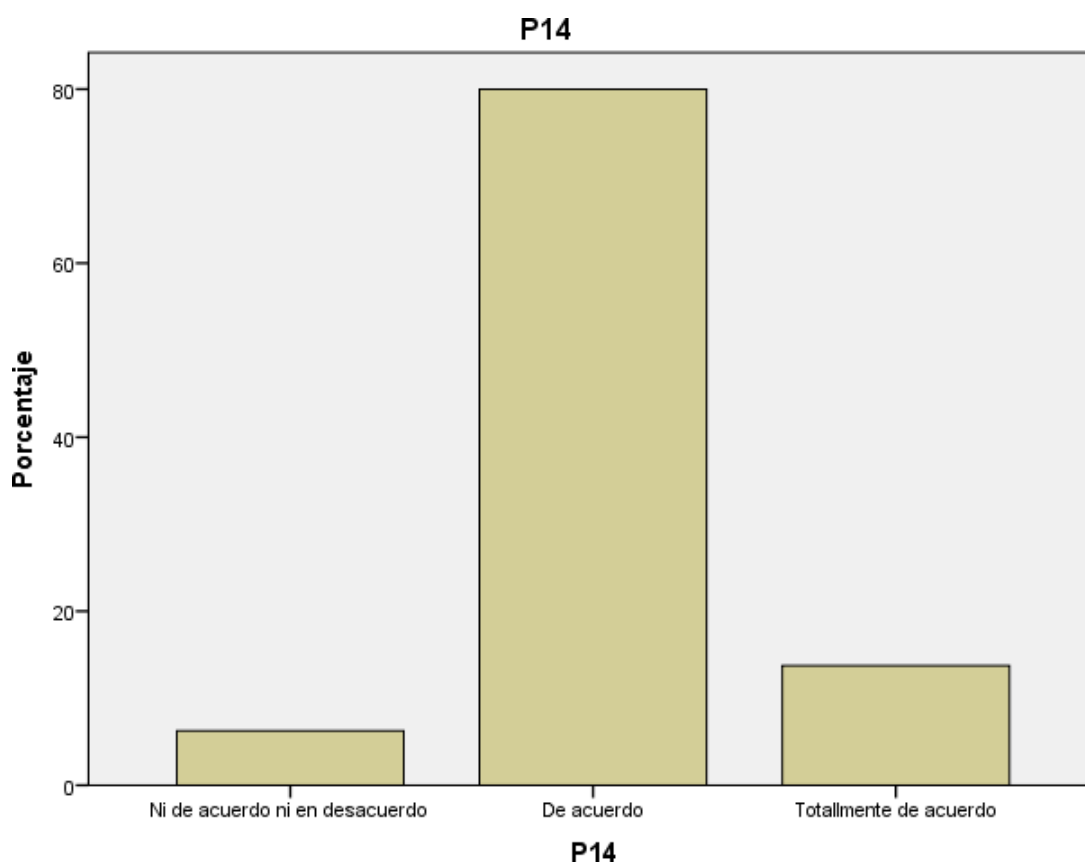
Tabla 20: Resultados de la pregunta N° 14

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	6.3	6.3	6.3
	De acuerdo	64	80.0	80.0	86.3
	Totalmente de acuerdo	11	13.8	13.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: *Elaboración propia*

Figura 15

P14: ¿Considera usted que demuestra cortesía con el cliente?



Fuente: *Información obtenida de la encuesta.*
Elaboración: *Propia*

Interpretación: La lectura de la tabla 20 y la Figura 15 se refiere a que si el trabajador considera si demuestra cortesía con el cliente observando que del 100% de encuestados el 6.3% equivalente a 5 trabajadores opinan Ni de acuerdo ni en desacuerdo es decir no le dan importancia al tema, sin embargo, el 80% equivalente a 64 trabajadores opina que está de acuerdo y el 13.8% equivalente a 11 trabajadores está totalmente de acuerdo. Se observa que los trabajadores del CTBI consideran en su mayoría que demuestran cortesía con el cliente pero consideran que a través de una buena capacitación podrían mejorar la forma de trato hacia los clientes y así poder brindar un servicio de calidad.

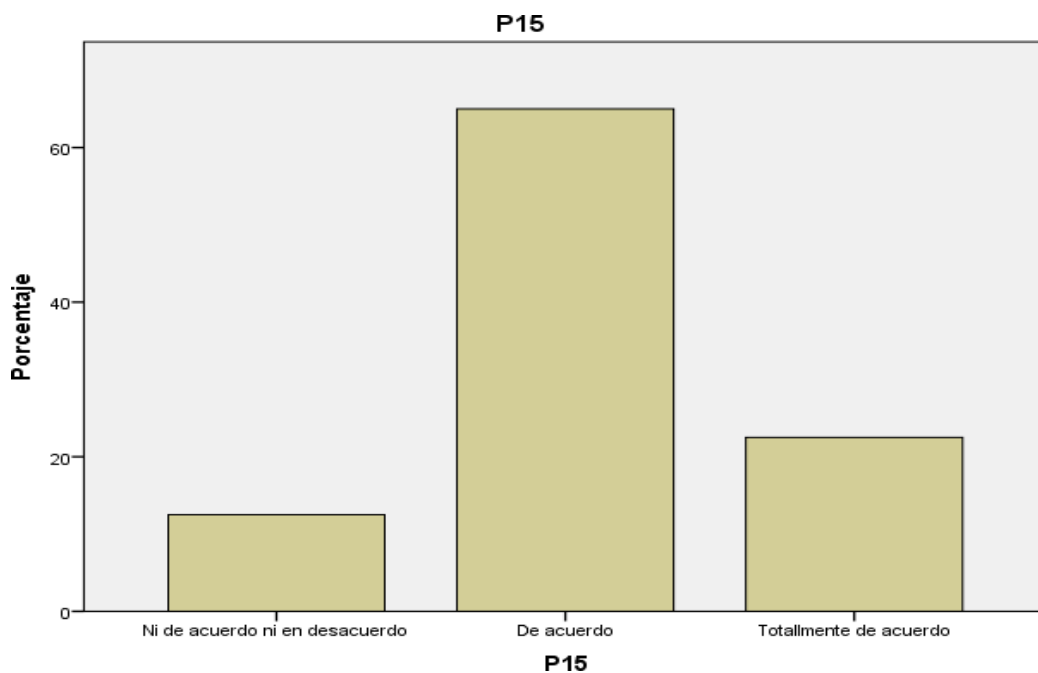
Tabla 21: Resultados de la pregunta N° 15

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	12.5	12.5	12.5
	De acuerdo	52	65.0	65.0	77.5
	Totalmente de acuerdo	18	22.5	22.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 16

P15: ¿Considera usted que demuestra confianza al cliente?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.
Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 21 y la figura 16 se refiere a si el trabajador considera que demuestra confianza al cliente observando que del 100% de encuestados el 12.5% equivalente a 10 personas opinan en de acuerdo ni en desacuerdo es decir que no están seguros si demuestran confianza al cliente, el 65% equivalente a 52 trabajadores opina que está de Acuerdo y el 22.5% equivalente a 18 trabajadores está totalmente de acuerdo. Por lo tanto podríamos decir que los trabajadores del CTBI consideran en su mayoría que demuestran confianza al cliente pero consideran que a través de una buena capacitación podrían mejorar la forma de su trabajo y así poder mostrarle al cliente una ambiente de confianza cuando utilicen el servicio.

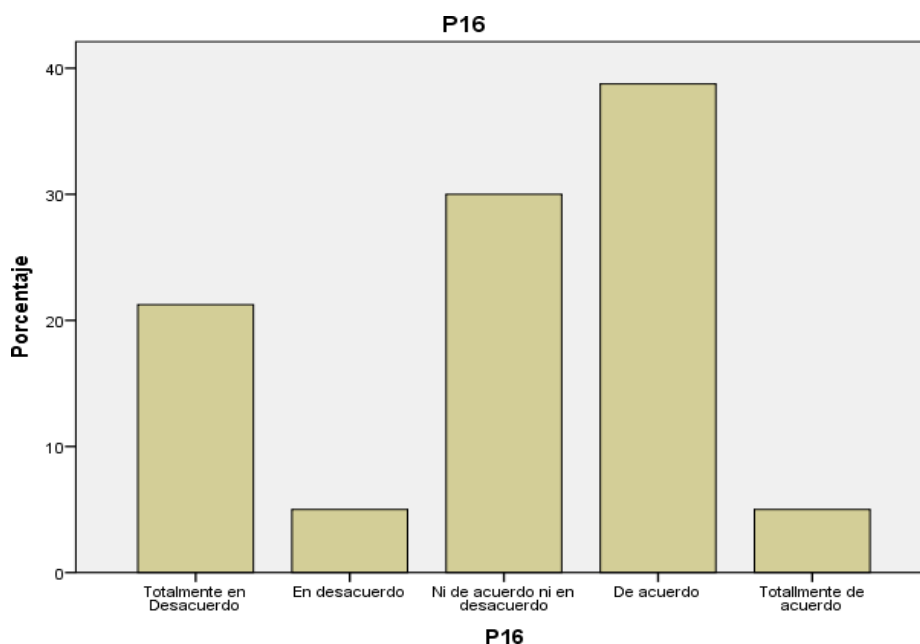
Tabla 22: Resultados de la pregunta N° 16

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	17	21.3	21.3	21.3
	En desacuerdo	4	5.0	5.0	26.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	30.0	30.0	56.3
	De acuerdo	31	38.8	38.8	95.0
	Totalmente de acuerdo	4	5.0	5.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: *Elaboración propia*

Figura 17

P16: ¿Considera Usted que cumple con los turnos establecidos por el CTBI?



Fuente: *Información obtenida de la encuesta.*
Elaboración: *Propia*

Interpretación: La lectura de la tabla 22 y figura 17 muestra si el trabajador considera si cumple con los turnos establecidos por el CTBI, según la opinión de los propios trabajadores del CTBI, el 21.3% equivalente a 17 trabajadores considera totalmente en desacuerdo, es decir consideran que no cumple con los turnos establecidos, el 5% equivalente a 4 trabajadores está en desacuerdo, el 30% equivalente a 24 trabajadores se encuentran en Ni de acuerdo ni en desacuerdo por lo que podemos considerar que no consideran importante el cumplimiento de los horarios, el 38.8% equivalente a 31 trabajadores se encuentran de acuerdo por lo que se considera que ellos si se consideran que si se cumple con los turnos establecidos, finalmente 5% equivalente a 4 trabajadores están totalmente de acuerdo considerando en su totalidad el cumplimiento de los turnos establecidos por el CTBI.

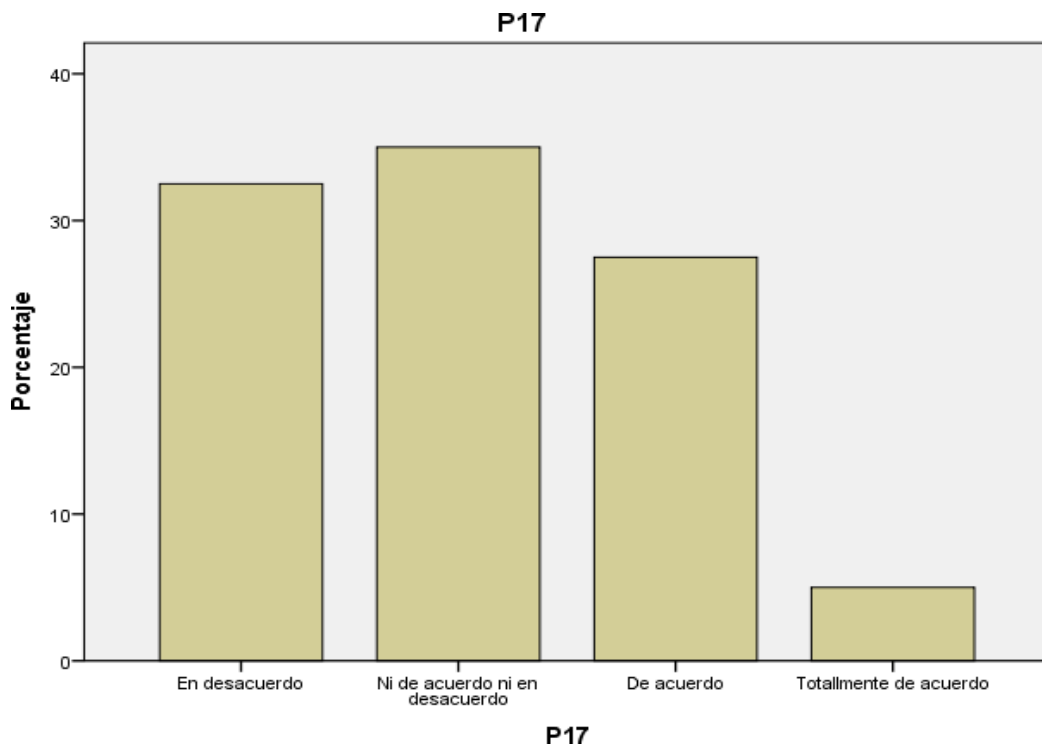
Tabla 23: Resultados de la pregunta N° 17

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	26	32.5	32.5	32.5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28	35.0	35.0	67.5
	De acuerdo	22	27.5	27.5	95.0
	Totalmente de acuerdo	4	5.0	5.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: *Elaboración propia*

Figura 18

P17: ¿Considera que usted se encuentra apto para solucionar cualquier incidente que se presente?



Fuente: *Información obtenida de la encuesta.*
Elaboración: *Propia*

Interpretación: La lectura de la tabla 23 y figura 18 muestra si el trabajador se encuentra apto para solucionar cualquier incidente que se presente, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 32.5 % equivalente a 26 trabajadores se encuentra en desacuerdo considerando que no pueden solucionar cualquier incidente, el 35.8% equivalente a 28 trabajadores se encuentra en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 27.5% equivalente a 22 trabajadores está de acuerdo es decir pueden solucionar cualquier incidente que se presente, y solo 5% equivalente a 4 trabajadores opinan que están totalmente de acuerdo es decir que están aptos para dar solución al cualquier incidente.

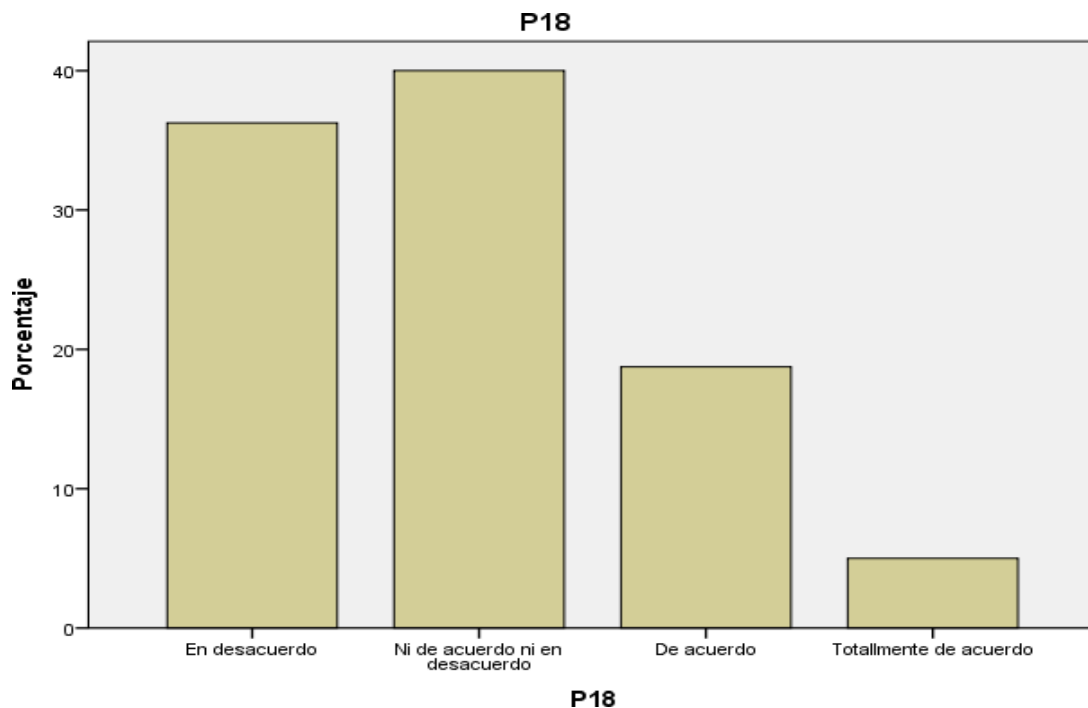
Tabla 24: Resultados de la pregunta N° 18

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	29	36.3	36.3	36.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	32	40.0	40.0	76.3
	De acuerdo	15	18.8	18.8	95.0
	Totalmente de acuerdo	4	5.0	5.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: *Elaboración propia*

Figura 19

P18: ¿Considera que usted se encuentra apto para solucionar cualquier incidente que se presente?



Fuente: *Información obtenida de la encuesta.*
Elaboración: *Propia*

Interpretación: La lectura de la tabla 24 y de la figura 19 muestra si el trabajador se encuentra apto para solucionar cualquier incidente que se presente según la opinión de los trabajadores del CTBI el 36.3% equivalente a 29 trabajadores que se encuentran en desacuerdo ya que no consideran aptos para solucionar cualquier incidente del CTBI, el 40% equivalente a 32 trabajadores se encuentran en ni de acuerdo ni en desacuerdo ya que se sienten que no tienen la preparación suficiente para solucionar un incidente del CTBI, el 18.8% que equivale a un total de 15 trabajadores se encuentra de acuerdo pues consideran que se sienten preparados para solucionar incidentes presentados en el CTBI y el 5.0% que equivale a 4 trabajadores se encuentran en la escala de totalmente de acuerdo.

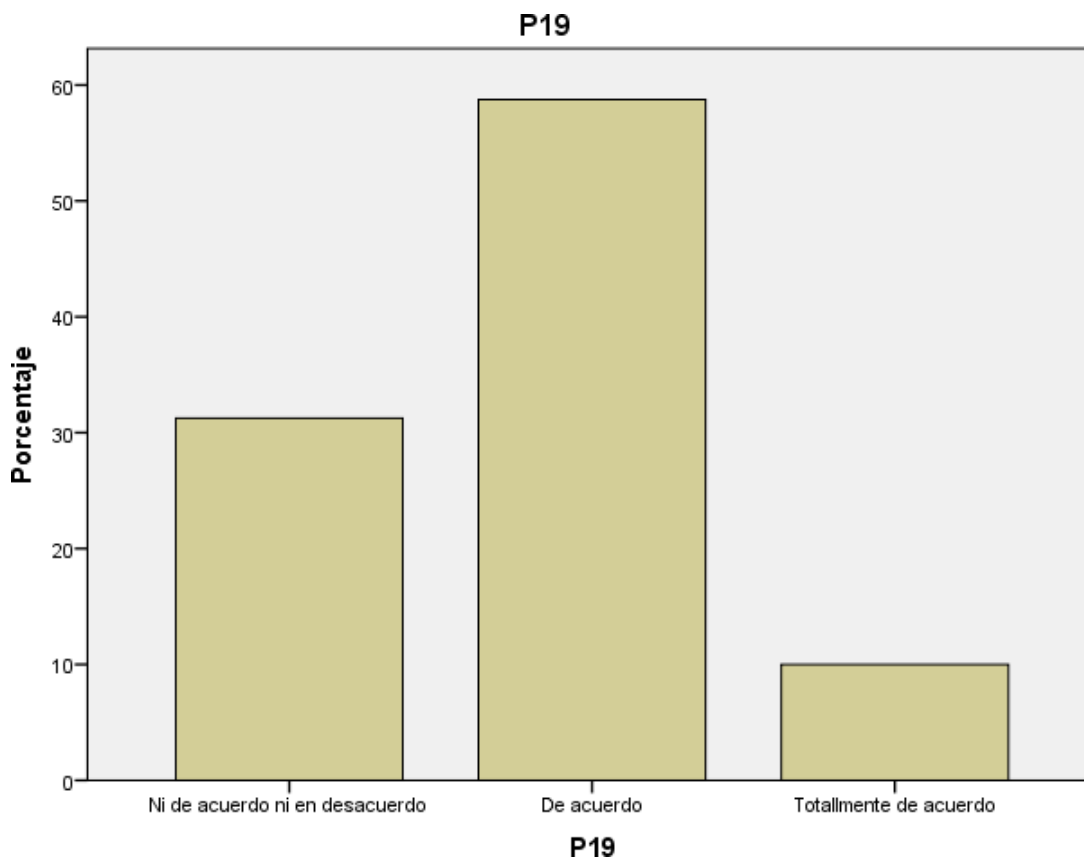
Tabla 25: Resultados de la pregunta N° 19

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	31.3	31.3	31.3
	De acuerdo	47	58.8	58.8	90.0
	Totalmente de acuerdo	8	10.0	10.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 20

P19: ¿Considera usted que transmite transparencia al atender a cliente?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.
Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 25 y figura 20 muestra si el trabajador considera si transmite transparencia al atender a cliente, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 31.3 % equivalente a 25 trabajadores se encuentra en ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que no considera el 27.5% equivalente a 22 trabajadores está de acuerdo es decir pueden solucionar cualquier incidente que se presente, y solo 5% equivalente a 4 trabajadores opinan que están totalmente de acuerdo es decir que están aptos para dar solución al cualquier incidente.

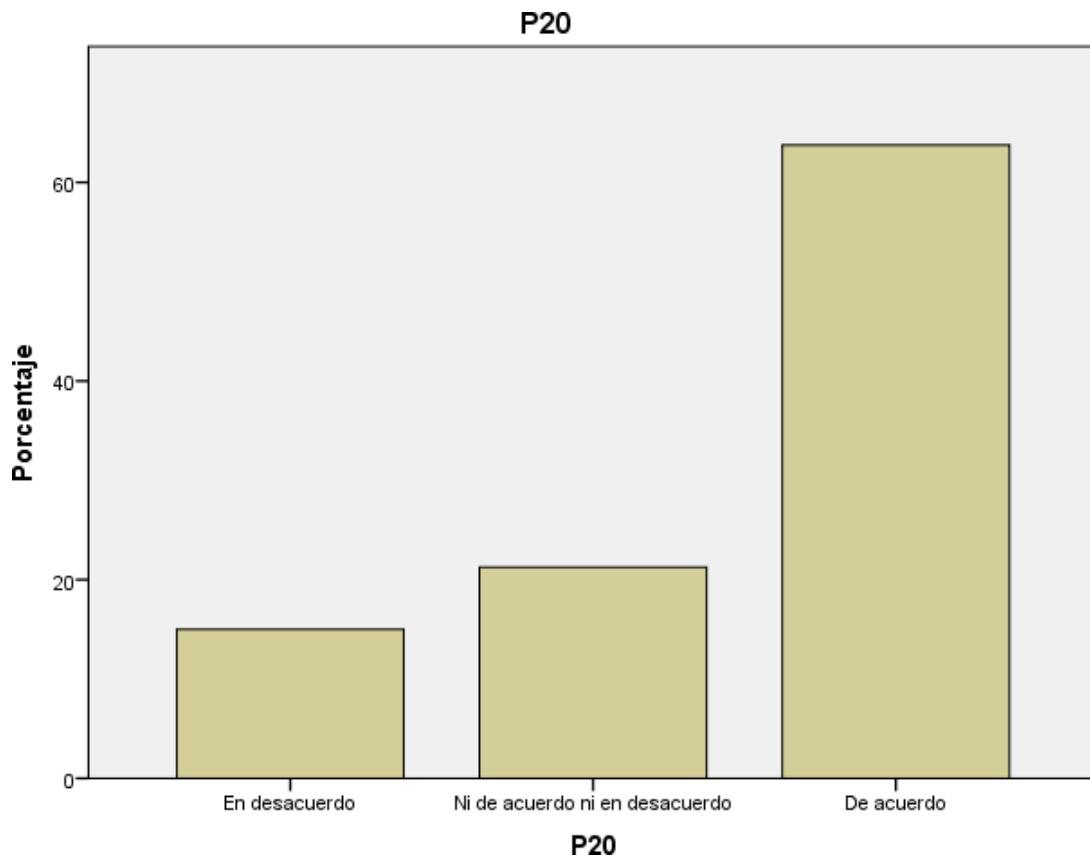
Tabla 26: Resultados de la pregunta N° 20

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	15.0	15.0	15.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	21.3	21.3	36.3
	De acuerdo	51	63.8	63.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: *Elaboración propia*

Figura 21

P20: ¿Considera usted que realiza un servicio rápido y adecuado para el cliente?



Fuente: *Información obtenida de la encuesta.*
Elaboración: *Propia*

Interpretación: La lectura de la tabla 26 y figura 21 muestra si el trabajador considera si realiza un servicio rápido y adecuado para el cliente, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 15.0 % equivalente a 12 trabajadores se encuentra en desacuerdo considerando así que no realizan un servicio rápido y adecuado, el 21.3% equivalente a 17 trabajadores se encuentra en ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que no le da importancia sin embargo el 63.8% equivalente a 51 trabajadores están de acuerdo debido a que consideran que si realizan un servicio rápido y adecuado para el cliente.

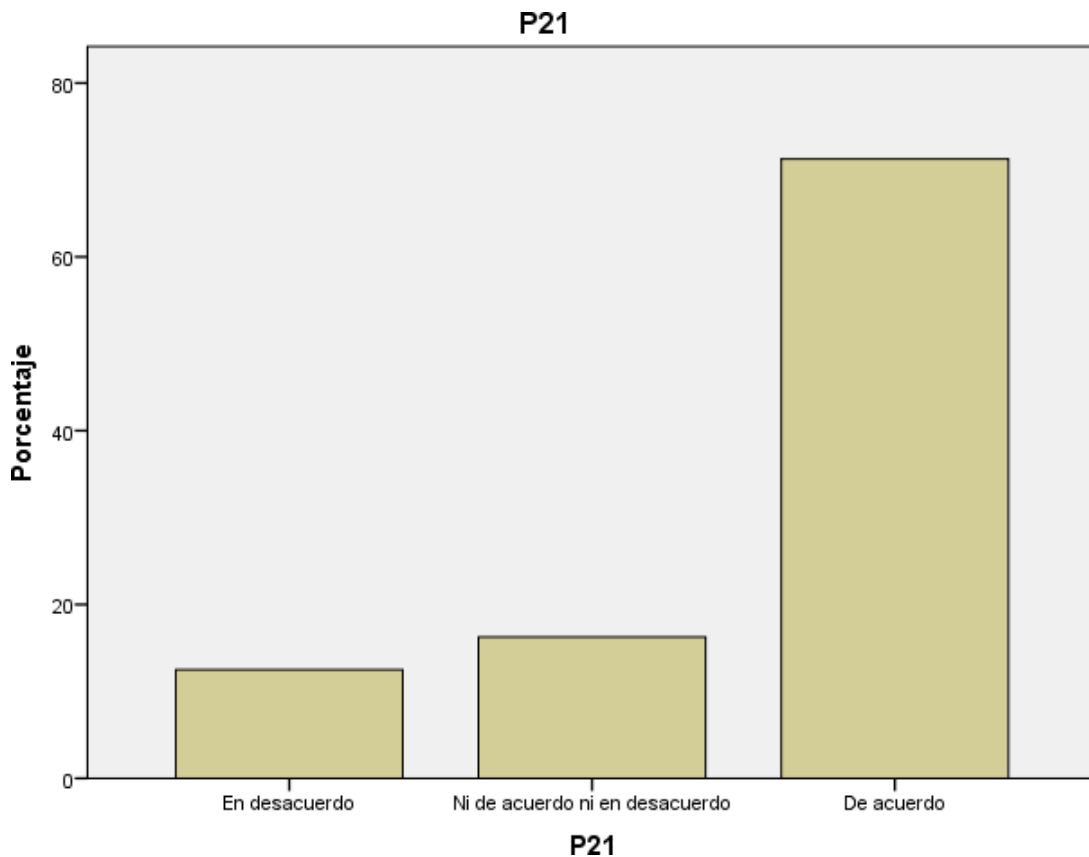
Tabla 27: Resultados de la pregunta N° 21

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	10	12.5	12.5	12.5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	16.3	16.3	28.8
	De acuerdo	57	71.3	71.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 22

P21: ¿Considera usted que comunica al cliente cuando concluirá el servicio?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.
Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 27 y figura 22 muestra si el trabajador considera si comunica al cliente cuando concluirá el servicio, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 12.5 % equivalente a 10 trabajadores se encuentra en desacuerdo considerando así que no comunican al cliente cuando concluirá el servicio, el 16.3% equivalente a 13 trabajadores se encuentra en ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que no le da importancia sin embargo el 71.3% equivalente a 57 trabajadores están de acuerdo debido a que consideran que si comunica al cliente cuando concluirá el servicio.

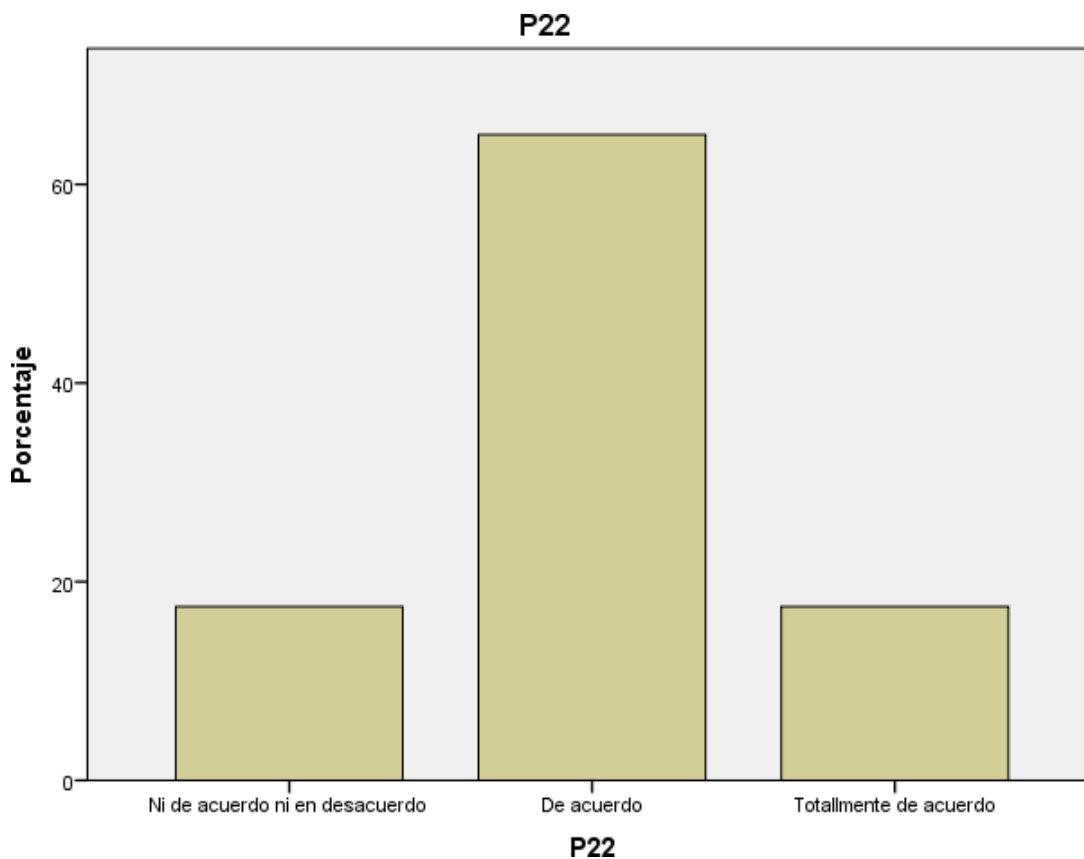
Tabla 28: Resultados de la pregunta N° 22

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	17.5	17.5	17.5
	De acuerdo	52	65.0	65.0	82.5
	Totalmente de acuerdo	14	17.5	17.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 23

P22: ¿Considera usted que tiene disposición para ayudar al cliente?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.
Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 28 y figura 23 muestra si el trabajador considera si tiene disposición para ayudar al cliente, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 17.5 % equivalente a 14 trabajadores se encuentra en ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que no consideran importante la disposición que se debe tener para ayudar al cliente, el 65.0% equivalente a 52 trabajadores están de acuerdo debido a que consideran que si tienen disposición para ayudar al cliente y el 17.5% equivalente a 14 trabajadores están totalmente de acuerdo pues se consideran que siempre ayudan a los clientes.

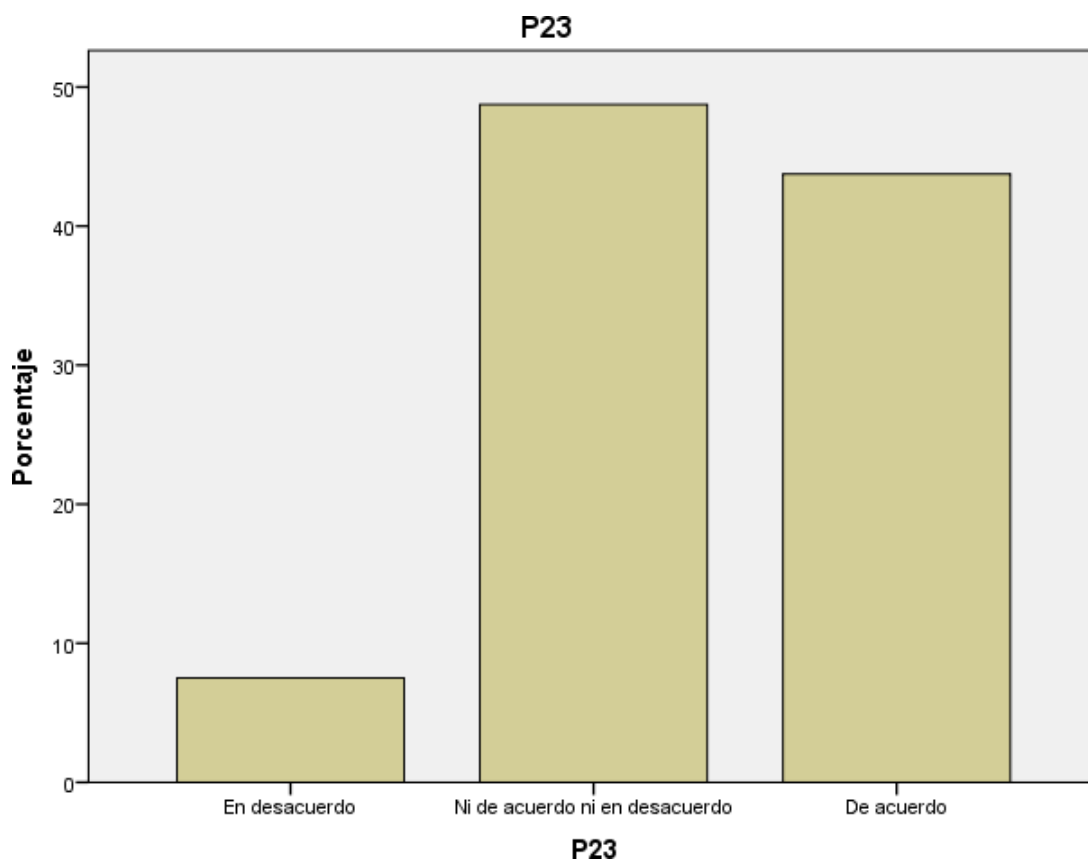
Tabla 29: Resultados de la pregunta N° 23

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	7.5	7.5	7.5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	39	48.8	48.8	56.3
	De acuerdo	35	43.8	43.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 24

P23: ¿Considera usted que prioriza las necesidades del cliente?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.

Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 29 y figura 24 muestra si el trabajador considera si prioriza las necesidades del cliente, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 7.5 % equivalente a 6 trabajadores se encuentra en desacuerdo mostrando así que no priorizan las necesidades del cliente, el 48.8 % equivalente a 39 trabajadores están en ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que no consideran importante dar prioridad a las necesidades del cliente, y el 43.8% equivalente a 35 trabajadores están de acuerdo debido a que consideran que priorizan las necesidades del cliente.

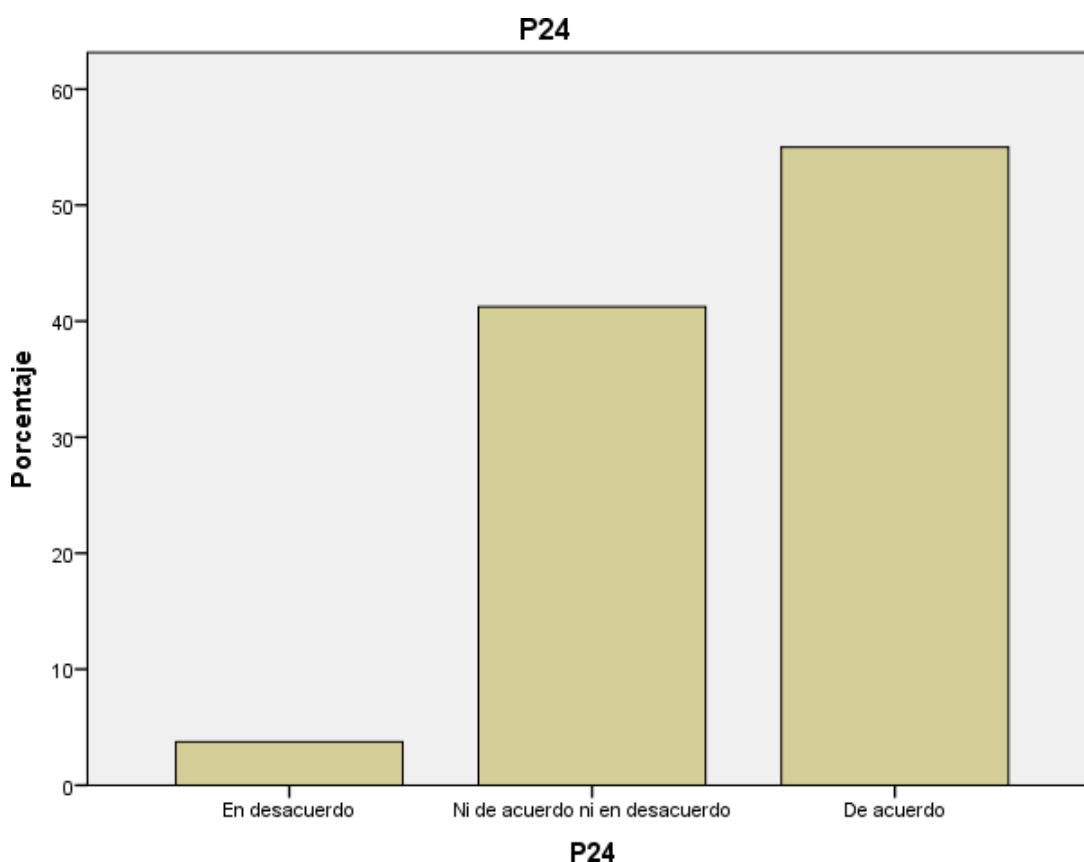
Tabla 30: Resultados de la pregunta N° 24

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	3.8	3.8	3.8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	33	41.3	41.3	45.0
	De acuerdo	44	55.0	55.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 25

P24: ¿Considera usted que demuestra acercamiento y disponibilidad al requerimiento de cliente?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.
Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 30 y figura 25 muestra si el trabajador considera si demuestra acercamiento y disponibilidad al requerimiento de cliente, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 3.8 % equivalente a 3 trabajadores se encuentra en desacuerdo mostrando así que no demuestran acercamiento y disponibilidad hacia el cliente, el 41.3 % equivalente a 33 trabajadores están en ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que no consideran importante el mostrar interés y acercamiento al cliente sin embargo el 55.0% equivalente a 44 trabajadores están de acuerdo debido a que consideran que si demuestran acercamiento y disponibilidad hacia el cliente.

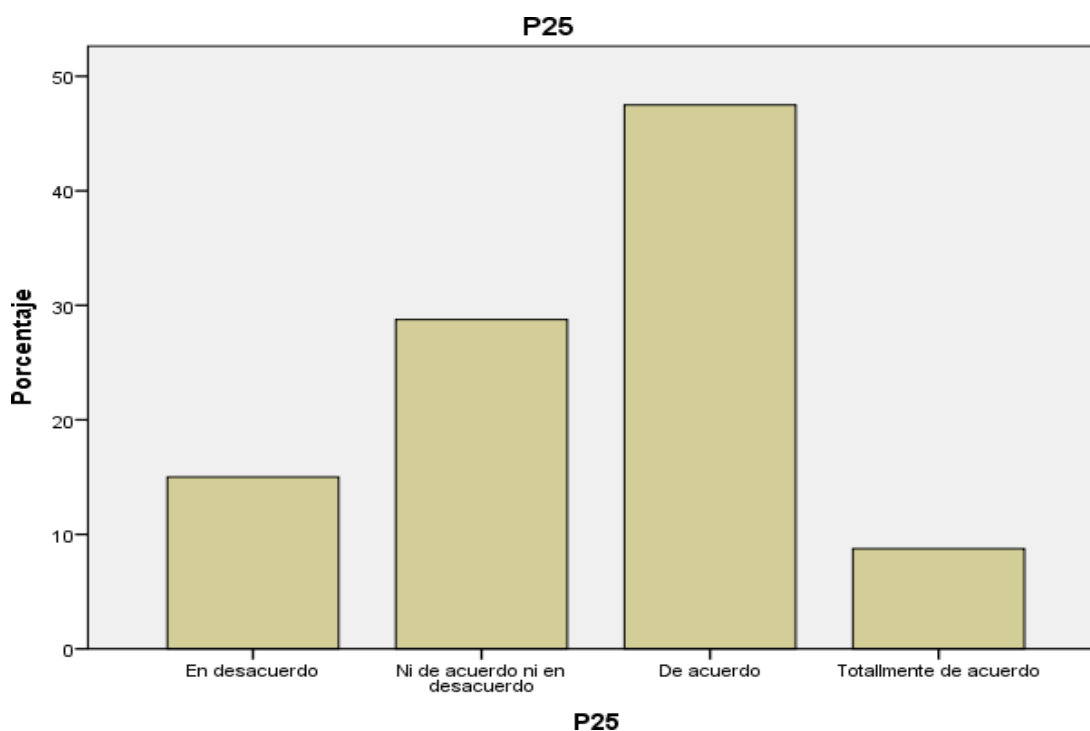
Tabla 31: Resultados de la pregunta N° 25

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	15.0	15.0	15.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	28.8	28.8	43.8
	De acuerdo	38	47.5	47.5	91.3
	Totalmente de acuerdo	7	8.8	8.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 26

P25: ¿Considera usted que las instalaciones del complejo cumplen con las normas de seguridad establecidas?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.

Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 31 y figura 26 muestra si el trabajador considera si las instalaciones del complejo cumplen con las normas de seguridad establecidas, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 15.0 % equivalente a 12 trabajadores se encuentra en desacuerdo mostrando así que las instalaciones del complejo no cumplen con las normas de seguridad establecidas, el 28.3 % equivalente a 23 trabajadores están en ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que dan importancia al cumplimiento de las normas de seguridad en las instalaciones, el 47.8 % equivalente a 38 trabajadores están de acuerdo debido a que consideran que las instalaciones del complejo cumplen con las normas de seguridad establecidas, finalmente el 8.8% equivalente a 7 trabajadores están totalmente de acuerdo respecto a la pregunta mencionada.

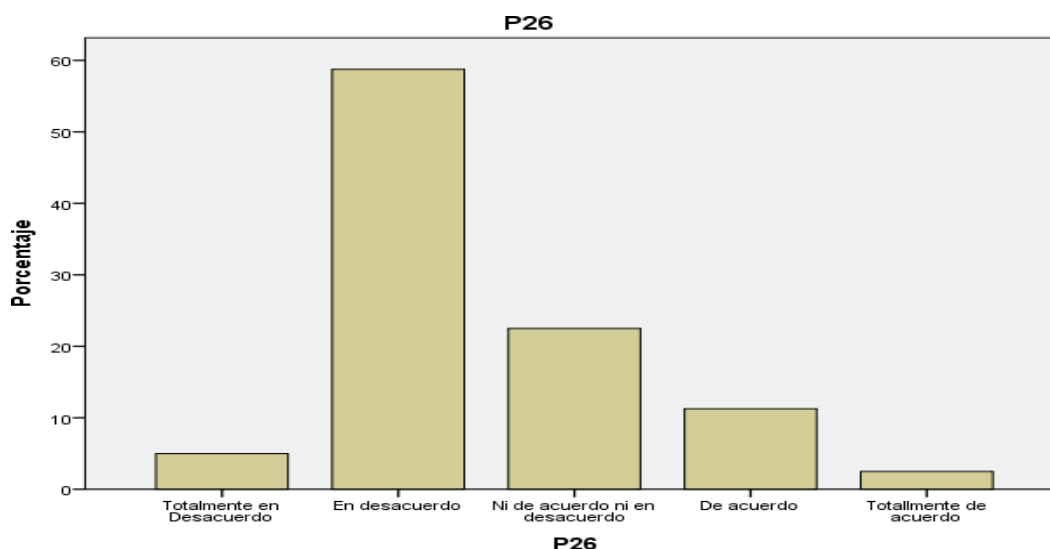
Tabla 32 : Resultados de la pregunta N° 26

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	4	5.0	5.0	5.0
	En desacuerdo	47	58.8	58.8	63.8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	22.5	22.5	86.3
	De acuerdo	9	11.3	11.3	97.5
	Totalmente de acuerdo	2	2.5	2.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 27

P26: ¿Considera usted que tiene los conocimientos y preparación para atender las preguntas hechas por el cliente?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.
Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 32 y figura 27 muestra si el trabajador considera si tiene los conocimientos y preparación para atender las preguntas hechas por el cliente, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 5.0 % equivalente a 4 trabajadores se encuentra en totalmente en desacuerdo es decir que no están preparados, el 58.8 % equivalente a 47 trabajadores están en desacuerdo pues tampoco se sienten preparados, el 22.5% equivalente a 18 trabajadores están en ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que no se sienten preparados pero tampoco le dan importancia, el 11.3 % equivalente a 9 trabajadores están de acuerdo debido a que se sienten que tienen un poco de preparación y conocimientos para atender las preguntas hechas por el cliente, finalmente el 2.5 % equivalente a 2 trabajadores están totalmente de acuerdo pues si se sienten preparados, observando así que son muy pocos los que están realmente preparados.

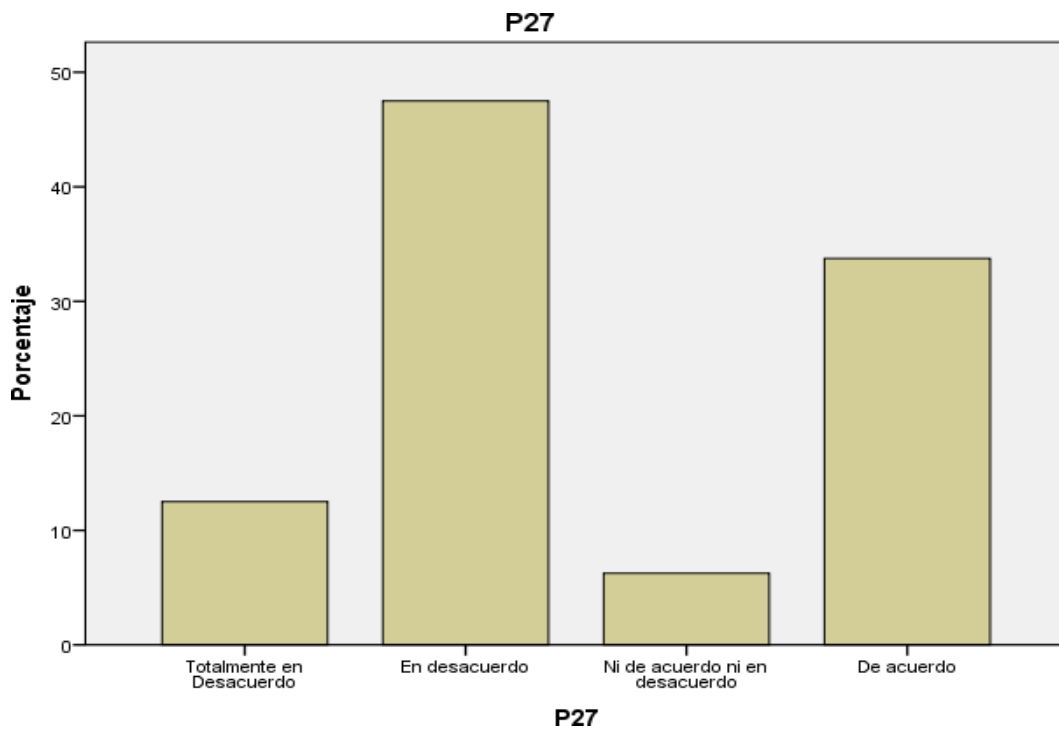
Tabla 33: Resultados de la pregunta N° 27

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	10	12.5	12.5	12.5
	En desacuerdo	38	47.5	47.5	60.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	6.3	6.3	66.3
	De acuerdo	27	33.8	33.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 28

P27: ¿Considera que el personal cumple con los procesos establecidos por el CTBI?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.

Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 33 y figura 28 muestra si el trabajador considera si cumple con los procesos establecidos por el CTBI, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 12.5 % equivalente a 10 trabajadores se encuentra en totalmente en desacuerdo es decir que no cumplen con los procesos establecidos, el 47.5 % equivalente a 38 trabajadores están en desacuerdo pues tampoco consideran que cumplen con lo establecido, el 6.3% equivalente a 5 trabajadores están en ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que no se cumplen con los procesos y tampoco le dan importancia finalmente el 33.8 % equivalente a 27 trabajadores están de acuerdo pues consideran que si cumplen con los procesos establecidos, observando así que son pocos siendo necesario una capacitación para mejorar.

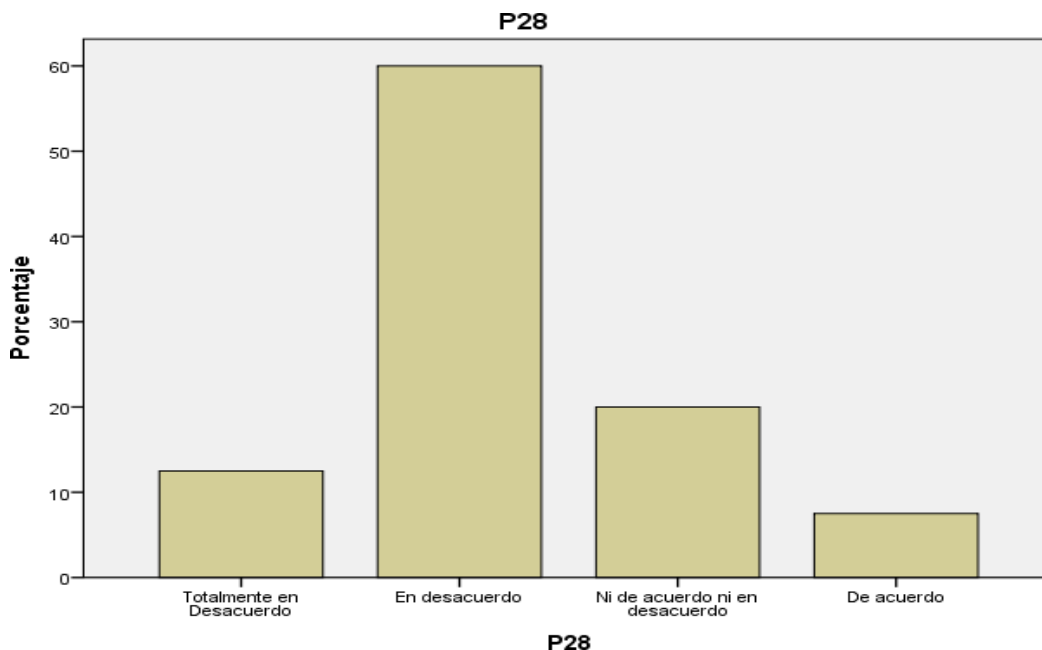
Tabla 34: Resultados de la pregunta N° 28

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	10	12.5	12.5	12.5
	En desacuerdo	48	60.0	60.0	72.5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	20.0	20.0	92.5
	De acuerdo	6	7.5	7.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: *Elaboración propia*

Figura 29

P28: ¿Considera usted que la distribución del personal es la adecuada para atender las necesidades del cliente?



Fuente: *Información obtenida de la encuesta.*
Elaboración: *Propia*

Interpretación: La lectura de la tabla 34 y figura 29 muestra si el trabajador considera si la distribución del personal es la adecuada para atender las necesidades del cliente, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 12.5 % equivalente a 10 trabajadores se encuentra en totalmente en desacuerdo es decir que no consideran correcta la distribución del personal, el 60 % equivalente a 48 trabajadores están en desacuerdo pues también consideran buena la distribución del personal, el 20 % equivalente a 16 trabajadores están en ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que no les gusta pero tampoco le dan importancia finalmente solo el 7.5 % equivalente a 6 trabajadores están de acuerdo consideran que la distribución del personal es la adecuada para atender las necesidades del cliente.

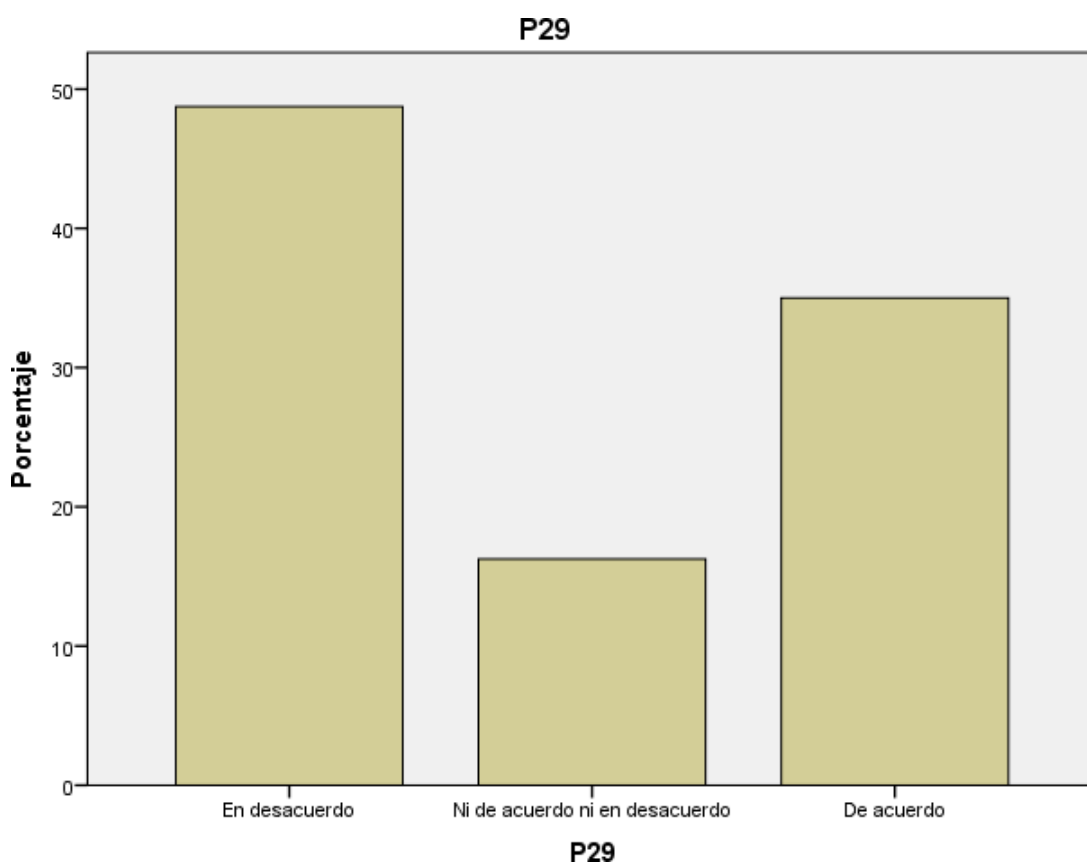
Tabla 35: Resultados de la pregunta N° 29

		Frecuencia		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	39		48.8	48.8	48.8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13		16.3	16.3	65.0
	De acuerdo	28		35.0	35.0	100.0
	Total	80		100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 30

P29: ¿Considera usted que brinda una atención personalizada al cliente?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.
Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 35 y figura 30 muestra si el trabajador considera si brinda una atención personalizada al cliente, según la opinión de los trabajadores del CTBI, observamos que un gran porcentaje, el cual es el 48.8 % equivalente a 39 trabajadores está en desacuerdo pues no brindan una atención personalizada al cliente, el 16.3 % equivalente a 13 trabajadores están en ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que no les interesa brindar una atención personalizada, finalmente el 35 % equivalente a 28 trabajadores están de acuerdo debido a que consideran que brindan una atención personal al cliente.

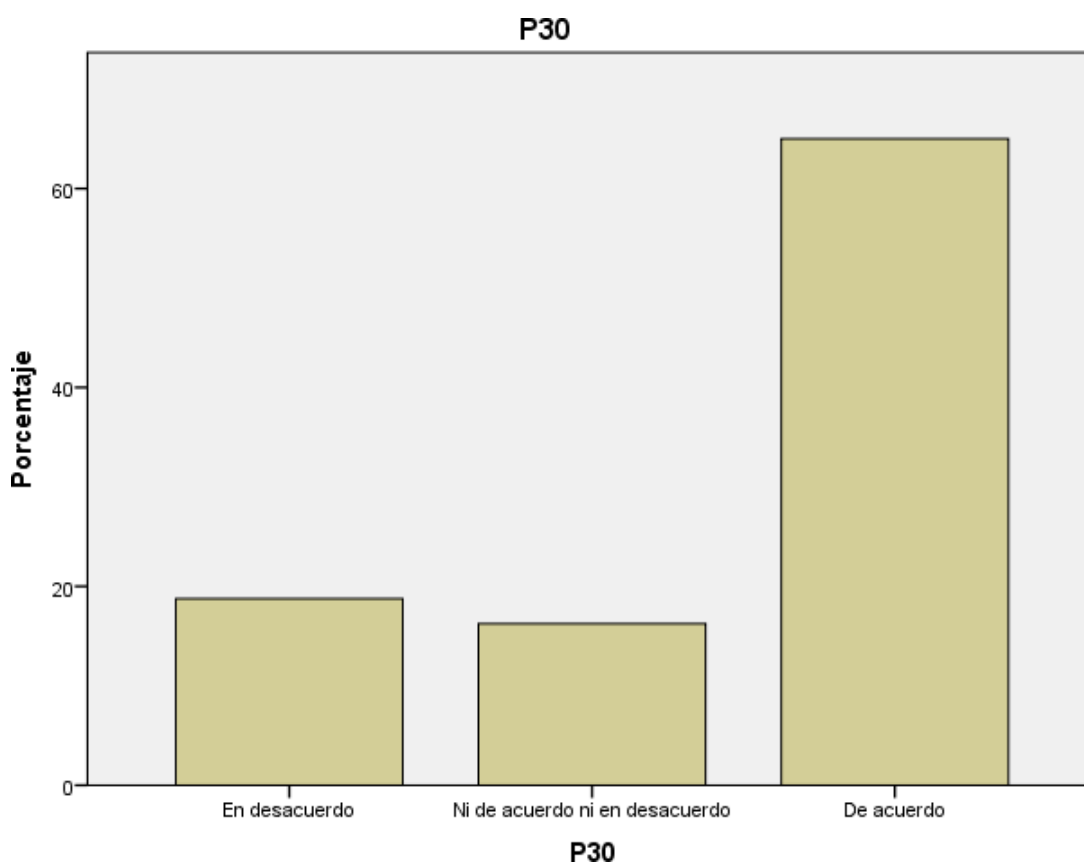
Tabla 36: Resultados de la pregunta N° 30

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	15	18.8	18.8	18.8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	16.3	16.3	35.0
	De acuerdo	52	65.0	65.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 31

P30: ¿Considera usted que tiene la actitud para responder las necesidades del cliente?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.
Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 36 y figura 31 muestra si el trabajador considera si tiene la actitud para responder las necesidades del cliente, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 18.8 % equivalente a 15 trabajadores están en desacuerdo pues consideran que no tienen la actitud, el 16.3 % equivalente a 13 trabajadores están en ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que no tienen la actitud pero tampoco le dan importancia y el 65% equivalente a 52 trabajadores están de acuerdo pues consideran que si tienen la actitud para responder las necesidades del cliente.

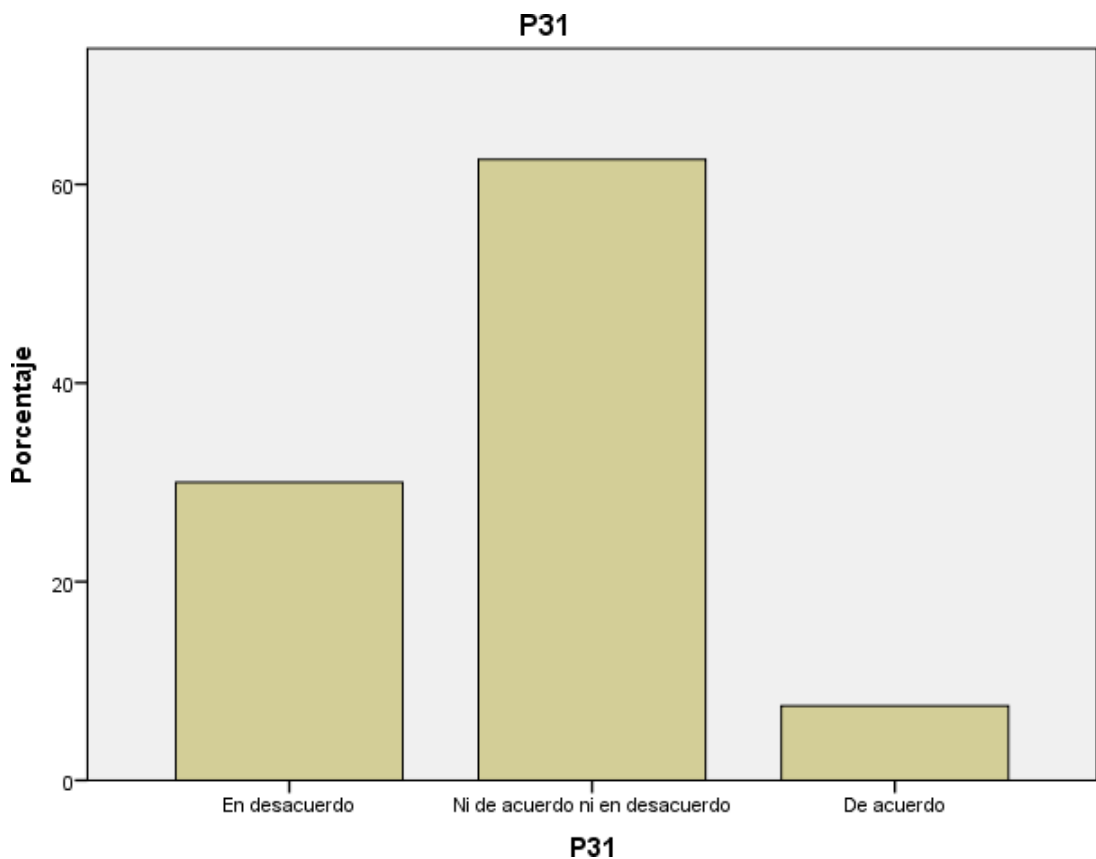
Tabla 37: Resultados de la pregunta N° 31

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	24	30.0	30.0	30.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	50	62.5	62.5	92.5
	De acuerdo	6	7.5	7.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 32

P31: ¿Considera usted que los horarios de atención son los adecuados?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.
Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 37 y figura 32 muestra si el trabajador considera si los horarios de atención son los adecuados, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 30 % equivalente a 24 trabajadores están en desacuerdo pues consideran los horarios de atención no son los adecuados, el 62.5 % equivalente a 50 trabajadores están en ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que no consideran adecuados los horarios pero se conforman y el 7.5 % equivalente a 6 trabajadores están de acuerdo.

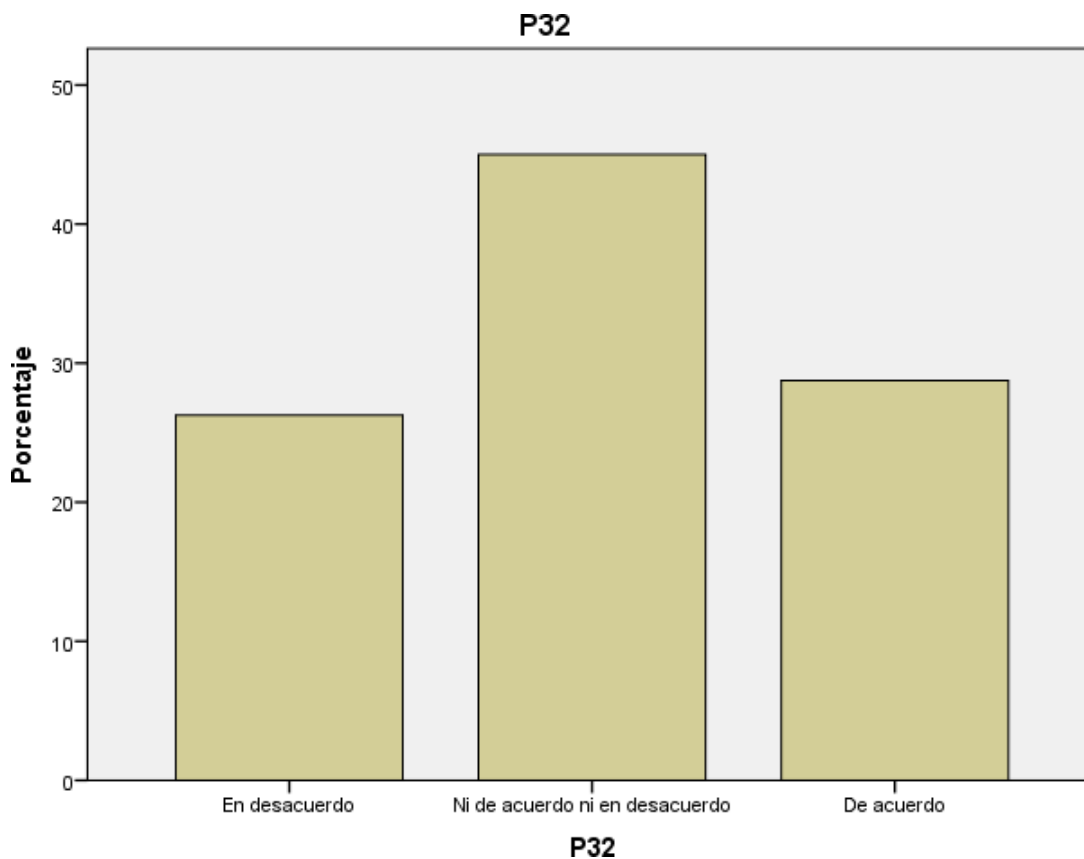
Tabla 38: Resultados de la pregunta N° 32

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo		21	26.3	26.3	26.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		36	45.0	45.0	71.3
	De acuerdo		23	28.8	28.8	100.0
	Total		80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 33

P32: ¿Considera usted que las instalaciones del CTBI son visualmente atractivas?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.

Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 38 y figura 33 muestra si el trabajador considera si las instalaciones del CTBI son visualmente atractivas, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 26.3 % equivalente a 21 trabajadores están en desacuerdo debido a que no consideran que las instalaciones sean visualmente atractivas, el 45 % equivalente a 36 trabajadores están en ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que no consideran atractivas pero se conforman y el 28 % equivalente a 23 trabajadores están de acuerdo pues considerando que las instalaciones del CTBI son visualmente atractivas.

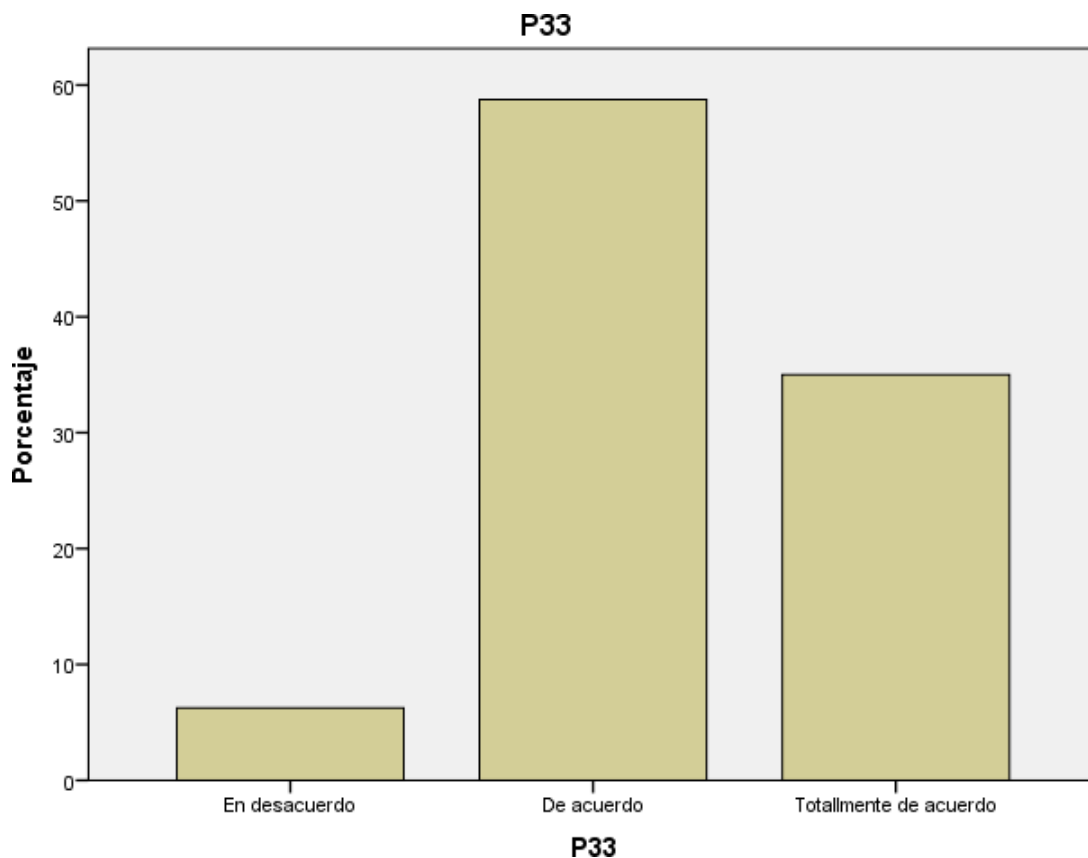
Tabla 39: Resultados de la pregunta N° 33

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	5	6.3	6.3	6.3
	De acuerdo	47	58.8	58.8	65.0
	Totalmente de acuerdo	28	35.0	35.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 34

P33: ¿Considera usted que mantienen una apariencia pulcra?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.
Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 39 y figura 34 muestra si el trabajador considera si mantienen una apariencia pulcra, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 6.3 % equivalente a 5 trabajadores están en desacuerdo pues consideran que no mantienen una apariencia adecuada, el 58.8 % equivalente a 47 trabajadores están de acuerdo, debido a que consideran que mantienen una presentación adecuada y el 35% equivalente a 28 trabajadores están totalmente de acuerdo pues consideran que siempre tienen una apariencia pulcra.

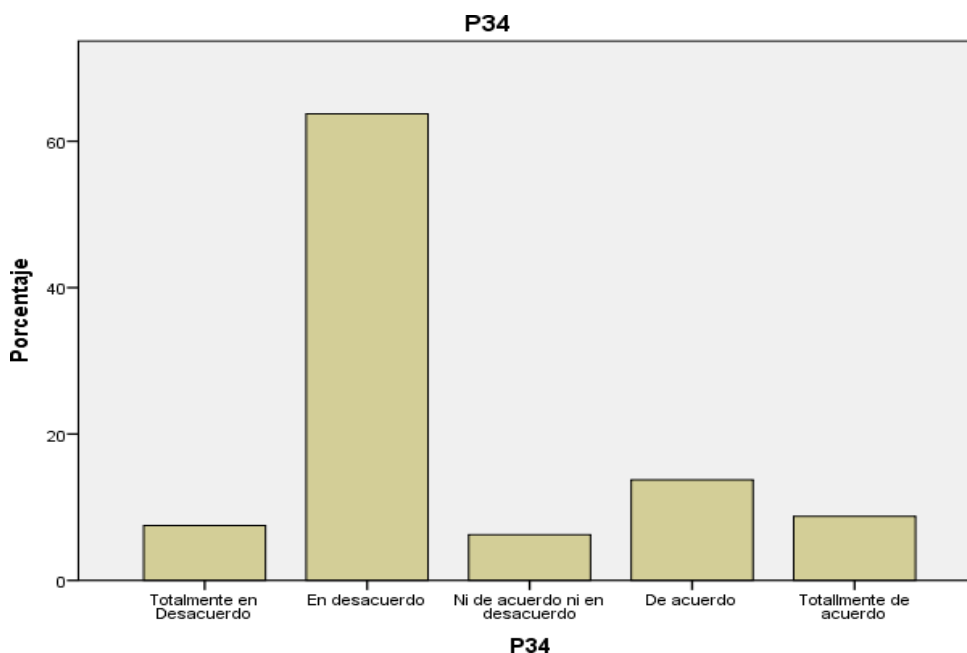
Tabla 40: Resultados de la pregunta N° 34

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	6	7.5	7.5	7.5
	En desacuerdo	51	63.8	63.8	71.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	6.3	6.3	77.5
	De acuerdo	11	13.8	13.8	91.3
	Totalmente de acuerdo	7	8.8	8.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 35

P34: ¿Considera usted que el uniforme que usa es el adecuado?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.
Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 40 y figura 35 muestra si el trabajador considera sí el uniforme que usa es el adecuado, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 7.5 % equivalente a 6 trabajadores se encuentra totalmente en desacuerdo es decir que no están a gusto con el uniforme, el 63.8 % equivalente a 53 trabajadores están en desacuerdo debido a que consideran no adecuado el uniforme que usan , el 6.3 % equivalente a 5 trabajadores están en ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que no les gusta pero se conforman ,el 13.8 % equivalente a 11 trabajadores están de acuerdo considerando así adecuado el uniforme que usan y el 8.8% equivalente a 7 trabajadores están totalmente de acuerdo .

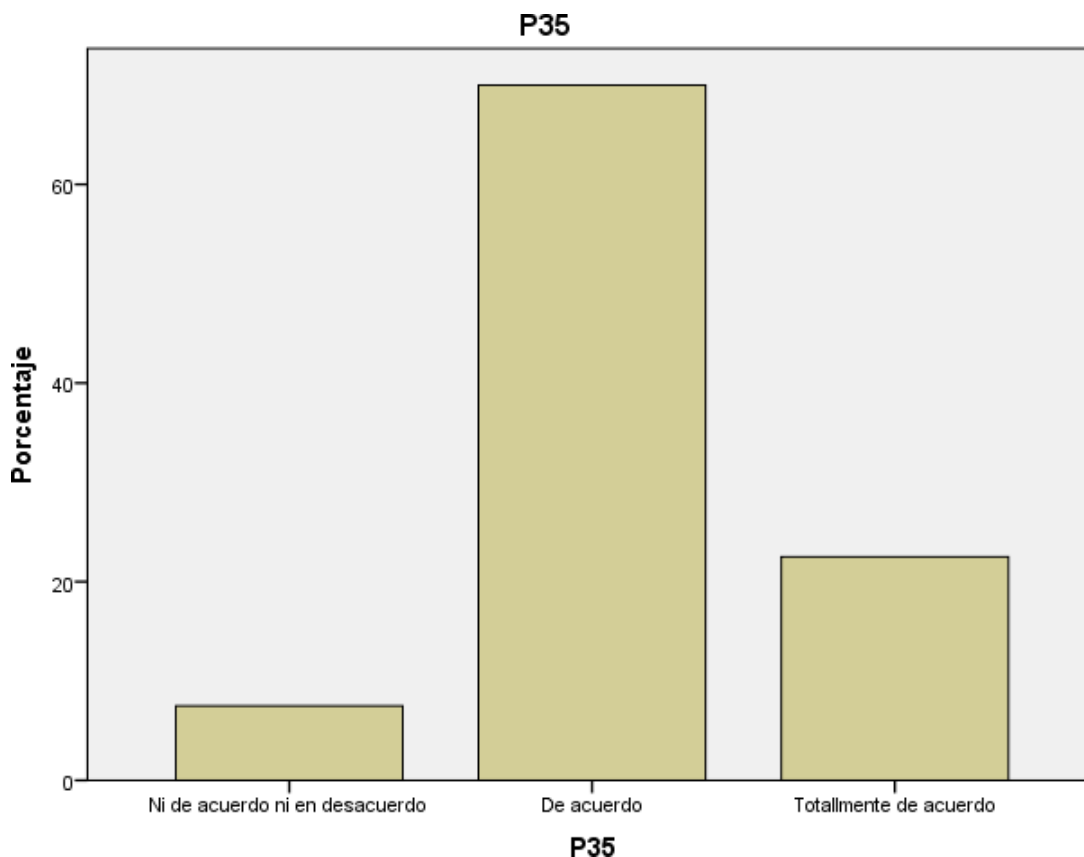
Tabla 41: Resultados de la pregunta N° 35

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	7.5	7.5	7.5
	De acuerdo	56	70.0	70.0	77.5
	Totalmente de acuerdo	18	22.5	22.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 36

P35: ¿Considera usted que las instalaciones del complejo se mantienen limpias?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.
Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 41 y figura 36 muestra si el trabajador considera si las instalaciones del complejo se mantienen limpias, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 7.5 % equivalente a 6 trabajadores están en ni de acuerdo ni en desacuerdo pues consideran importante el tema el 70 % equivalente a 56 trabajadores están de acuerdo, debido a que consideran que las instalaciones del complejo se mantienen limpias y el 22.5% equivalente a 18 trabajadores están totalmente de acuerdo afirmando así que el complejo siempre se mantiene limpio.

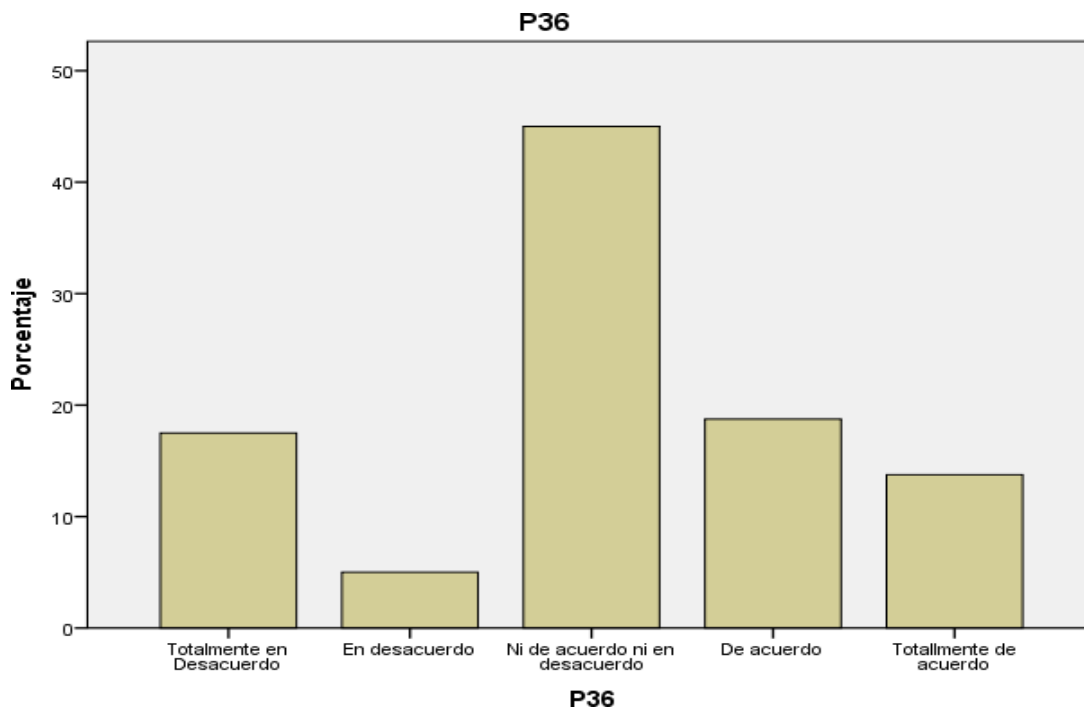
Tabla 42: Resultados de la pregunta N° 36

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	14	17.5	17.5	17.5
	En desacuerdo	4	5.0	5.0	22.5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	36	45.0	45.0	67.5
	De acuerdo	15	18.8	18.8	86.3
	Totalmente de acuerdo	11	13.8	13.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 37

P36: ¿Considera usted que los materiales visuales (folletos, volantes) del CTBI son visualmente interesantes y atractivos?



Fuente: Información obtenida de la encuesta.
Elaboración: Propia

Interpretación: La lectura de la tabla 43 y figura 37 muestra si el trabajador considera sí los materiales visuales(folletos, volantes) del CTBI son visualmente interesantes y atractivos, según la opinión de los trabajadores del CTBI, el 17.5 % equivalente a 14 trabajadores se encuentra totalmente en desacuerdo es decir que no consideran interesantes el material visual, el 5.0 % equivalente a 4 trabajadores están en desacuerdo, el 45.3 % equivalente a 36 trabajadores están en ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que no consideran atractivo pero no le dan importancia ,el 18.8 % equivalente a 15 trabajadores están de acuerdo pues para ellos el material visual si es atractivo y el 13.8% equivalente a 11 trabajadores están totalmente de acuerdo .