

ESCUELA DE POSGRADO Y ESTUDIOS CONTINUOS

**MAESTRÍA EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DEL TALENTO
HUMANO**

**EFFECTIVIDAD DEL PLAN DE CAPACITACIÓN EN ATENCIÓN
AL CLIENTE PARA EL ÁREA DE OPERACIONES DE UNA
EMPRESA DE SEGURIDAD Y VIGILANCIA EN LA CIUDAD DE
CAJAMARCA EN EL AÑO 2023.**

Tesis para optar el grado de **MAESTRA** en:

DIRECCIÓN Y GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Autora

Bachiller Samantha del Carmen Giulliana Bardales Zegarra

Asesor

Maestro Wesly Rudy Balbin Ramos

<https://orcid.org/0000-0002-3454-7747>

Perú

2023

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Desarrollo sostenible y Gestión empresarial

SUB LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión de MYPE y PYME. Planeamiento Tributario. Econometría

JURADO EVALUADOR

Jurado 1	Mg. PATRICIA NELLY KAMISATO GUSHI	08214386
Presidente	Nombre y Apellidos	N.º DNI

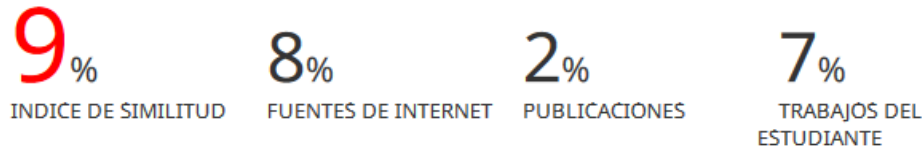
Jurado 2	Mg. CESAR AUGUSTO MONTOYA RAMIREZ	09534411
	Nombre y Apellidos	N.º DNI

Jurado 3	MG. JOSE LUIS GARCIA SAAVEDRA	10805767
	Nombre y Apellidos	N.º DNI

Informe similitud

Tesis_Bardales

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	6%
2	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	www.coopvigsan.co Fuente de Internet	1%
5	www.e-codices.unifr.ch Fuente de Internet	1%
6	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	1%

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 1%

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la efectividad del plan de capacitación en atención al cliente para el área de operaciones de una empresa de seguridad y vigilancia en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

El tipo de investigación es experimental de corte longitudinal. Se contó con una población de 101 colaboradores del Área de Operaciones, la muestra fue censal aplicado a todos los agentes que trabajan en 11 clientes. Se obtuvo que la correlación entre la variable independiente y dependiente es una correlación muy fuerte, porque se encuentra entre los límites de $\geq 0,07$ y se realizó la comparación con la prueba T entre la encuesta 1 y 3, cuyo resultado fue que la media de la atención al cliente después de la capacitación aumentó en 23,75%, determinando que la efectividad del plan de capacitación influye en la atención al cliente para el Área de Operaciones de una empresa de seguridad y vigilancia en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

Palabras Clave: Plan de capacitación, Atención al Cliente, Efectividad, Seguridad, Vigilancia.

Abstract

The main objective of this investigation was to determine the effectiveness of the customer service training plan for the Operations Area of a security and surveillance company in the city of Cajamarca in the year 2023.

The type of research is Experimental - Quantitative of longitudinal section. There was a population of 101 collaborators from the Operations Area. The results were obtained that the correlation between the independent and dependent variable is a very strong correlation, because it is between the limits of $\geq 0,07$ and the comparison was made with the T test between survey 1 and 3, it turned out that the mean of the Customer service after training increased by 23,75%, determining that the effectiveness of the training plan influences customer service for the Operations Area of security and surveillance companies in the city of Cajamarca in the year 2023.

Keywords: Training plan, Customer Service, Effectiveness, Security, Surveillance.

Dedicatoria y agradecimientos

DEDICATORIA

A mis padres, a mi esposo y a mis hijos que constituyen la fuerza y la razón que me impulsan a seguir mi superación personal

AGRADECIMIENTO

Al Dr. Wesly Rudy Balbin Ramos, por sus enseñanzas, dedicación y guiarme durante todo el desarrollo de la investigación

A la MBA Patricia Kamisato Gushi, por sus consejos y enseñanzas para lograr la meta

Tabla de contenidos

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	ii
SUB LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	ii
JURADO EVALUADOR	iii
Informe similitud	iv
Resumen.....	v
Abstract	vi
Dedicatoria y agradecimientos	vii
Tabla de contenidos	viii
Índice de figuras	xi
Índice de tablas	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
I.1. Realidad problemática	1
I.2. Pregunta de investigación	4
I.2.1. Pregunta general	4
I.2.2. Preguntas específicas	4
I.3. Objetivos de la investigación.....	5
I.3.1. Objetivo general.....	5
I.3.2. Objetivos específicos.....	5
I.4. Justificación de la investigación	6
I.5. Alcance de la investigación	7
II. MARCO TEÓRICO.....	7
II.1. Antecedentes	7
II.1.1. Antecedentes internacionales.....	7
II.1.2. Antecedentes nacionales	12
II.2. Bases teóricas.....	15
II.2.1. Efectividad del plan de Capacitación.....	15
(1) Efectividad.....	15
(2) Capacitación	17
II.2.2. Atención al Cliente	22
II.3. Marco conceptual (terminología)	26
III. HIPÓTESIS.....	29
III.1. Declaración de hipótesis	29

III.1.1.	Hipótesis general.....	29
III.1.2.	Hipótesis específicas	30
III.2.	Operacionalización de variables.....	31
Nota: En la presente tabla mostramos la Operacionalización de las variables		34
IV.	DESCRIPCIÓN DE MÉTODOS Y ANÁLISIS.....	35
IV.1.	Tipo de investigación.....	35
IV.2.	Nivel de investigación	35
IV.3.	Diseño de investigación.....	35
IV.4.	Método de investigación.....	35
IV.5.	Población.....	36
IV.6.	Muestra	37
IV.7.	Técnicas de recolección de datos.....	38
IV.8.	Presentación de resultados.....	39
V.	RESULTADOS	40
V.1.	Análisis descriptivo.....	40
V.1.1.	Efectividad del Plan de Capacitación.....	40
V.1.2.	Dimensiones del Plan de Capacitación.....	41
V.1.3.	Atención al cliente.....	45
V.1.4.	Dimensiones de Atención al cliente	48
V.2.	Prueba de normalidad.....	58
V.3.	Análisis Inferencial	59
V.3.1.	Prueba de hipótesis general.....	59
V.3.2.	Prueba de hipótesis específicos	60
V.3.3.	Prueba t.....	64
VI.	DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	66
VI.1.	Discusión	66
VI.2.	Conclusiones.....	69
VI.3.	Recomendaciones	70
Referencia		72
Apéndice.....		75
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA		75
ANEXO 2: INSTRUMENTOS.....		76
ANEXO 3: VALIDACIÓN DE JURADOS EXPERTOS		80
ANEXO 4: DATOS OBTENIDOS ANTES DE LA CAPACITACIÓN		86

ANEXO 5: DATOS OBTENIDOS DE LA CAPACITACIÓN	89
ANEXO 5: DATOS OBTENIDOS DESPUÉS DE LA CAPACITACIÓN	93

Índice de figuras

Figura 1 Niveles del Modelo Kirkpatrick	16
Figura 2 Gráfico de Niveles del Plan de capacitaciones	40
Figura 3 Gráfico e los niveles de las dimensiones de Plan de Capacitación	41
Figura 4 Gráfico del nivel de la dimensión Reacción.....	42
Figura 5 Grafico del nivel de la dimensión Aprendizaje.....	43
Figura 6 Grafico del nivel de la dimensión comportamiento.....	44
Figura 7 Grafico del nivel de la dimensión resultado.....	45
Figura 8 Gráfico del nivel de servicio antes de del plan de capacitaciones	46
Figura 9 Gráfico de los Niveles de Atención a los Clientes	47
Figura 10 Gráfico del nivel de fiabilidad antes de la capacitación	48
Figura 11 Gráfico del nivel Capacidad de Respuesta antes de la capacitación.....	49
Figura 12 Gráfico del nivel de Empatía antes de la capacitación.....	50
Figura 13 Gráfico de los niveles de garantía antes de la capacitación.....	51
Figura 14 Gráfico del nivel de tangibles antes de la capacitación	52
Figura 15 Gráfico del nivel de fiabilidad después de la capacitación.....	53
Figura 16 Gráfico del nivel de capacidad de respuesta después de la capacitación	54
Figura 17 Gráfico del nivel de empatía después de la capacitación	55
Figura 18 Gráfico del nivel garantía después de la capacitación	56
Figura 19 Gráfico del nivel de tangibles después de la capacitación	57
Figura 20 Prueba T: muestra de atención al cliente antes y después de la capacitación.	65

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	31
Tabla 2 Distribución de la población del área de operaciones.	37
Tabla 3 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	38
Tabla 4 Prueba de confiabilidad- Variable 1	38
Tabla 5 Prueba de confiabilidad - variable 2.....	39
Tabla 6 Categoría de Valoración	39
Tabla 7 Distribución de los niveles del Plan de Capacitación	40
Tabla 8 Distribución de los niveles de las dimensiones del Plan de Capacitación.....	41
Tabla 9 Distribución del nivel de la dimensión Reacción.....	42
Tabla 10 Distribución del nivel de la dimensión Aprendizaje	43
Tabla 11 Distribución del nivel de la dimensión Comportamiento	44
Tabla 12 Distribución del nivel de la dimensión Resultado	45
Tabla 13 Nivel de servicio antes de del plan de capacitaciones	46
Tabla 14 Dimensión de los Niveles de Atención a los Clientes	47
Tabla 15 Dimensión del nivel de fiabilidad antes de la capacitación.....	48
Tabla 16 Dimensión del nivel Capacidad de Respuesta antes de la capacitación	49
Tabla 17 Dimensión del nivel de Empatía antes de la capacitación.	50
Tabla 18 Dimensión de los niveles de garantía antes de la capacitación	51
Tabla 19 Dimensión del nivel de tangibles antes de la capacitación.....	52
Tabla 20 Dimensión del nivel de fiabilidad después de la capacitación	53
Tabla 21 Dimensión del nivel de capacidad de respuesta después de la capacitación.....	54
Tabla 22 Dimensión del nivel de empatía después de la capacitación.....	55
Tabla 23 Dimensión del nivel garantía después de la capacitación.....	56
Tabla 24 Dimensión del nivel de tangibles después de la capacitación	57
Tabla 25 Prueba de normalidad de la variable1	58
Tabla 26 Prueba de normalidad de la variable 2	58
Tabla 27 Regresión de las variables	59
Tabla 28 Correlación entre el plan de capacitación y atención al cliente	59
Tabla 29 Correlación de la dimensión Reacción y variable atención al cliente	60
Tabla 30 Correlación de la dimensión aprendizaje y la variable atención al cliente.....	61
Tabla 31 Correlación de la dimensión comportamiento y la variable atención al cliente.....	62
Tabla 32 Correlación entre la dimensión resultado y atención al cliente	63
Tabla 33 Prueba t: muestra de atención al cliente antes y después de la capacitación.....	64

I. INTRODUCCIÓN

I.1. Realidad problemática

En el Perú, en el año 2023 ha aumentado el mercado de empresas de seguridad y vigilancia, esto es debido a la inseguridad que se viene presentando en nuestro país tanto a nivel personal como de empresa, el mayor aumento de empresas dedicadas al rubro de vigilancia y seguridad se dio en pandemia con la finalidad de no solo reducir los robos, sabotajes, fraudes, entre otros, sino también implementaron el uso tecnológico para evitar los delitos cibernéticos. A la fecha de esta investigación, existían alrededor de 491 empresa ya autorizadas en Lima y 1,915 a nivel nacional, en la ciudad de Cajamarca reportadas existen 20 empresas hasta junio del año 2023. Este sector está en constante crecimiento, brindando una amplia gama de servicios para satisfacer las necesidades de sus clientes, debido que existe mayor demanda en el mercado ya sea para dar servicio a empresas privadas como instituciones públicas.

Los requisitos básicos que solicitan estas empresas a los candidatos para cubrir el servicio son: contar con estudios secundarios completos, tener mínimo un año de experiencia laboral, contar con un curso Superintendencia Nacional de Control de Servicios de Seguridad, Armas, Municiones y Explosivos de Uso Civil (SUCAMEC) y licencia para portar armas L4; asimismo, estas empresas buscan que los candidatos estén en la capacidad de brindar una adecuada atención a los clientes y de comunicarse efectivamente.

Las empresas de seguridad y vigilancia llegan a cubrir la parte básica de los requisitos y dejan en segundo plano lo aprendido en las capacitaciones. En un documento que data del año 2015 relacionado con aprendizaje en el lugar de trabajo (Satpute, 2015), reveló que de los empleados sólo un 11 % aplicó lo aprendido en la capacitación en sus lugares

de trabajo. Este resultado obtenido indica la importancia de las capacitaciones que ofrecen las empresas, las brechas que se presentan y las necesidades que presentan sus diversos empleados.

Con respecto a la organización materia de esta investigación, está conformada en un 95% por agentes de seguridad y un 5% por personal de soporte. Dichos colaboradores no cuentan con capacitaciones con respecto a la atención del cliente; la mayoría de los colaboradores pertenece a las zonas rurales, en donde el trato al cliente no necesariamente es amable y la manera de comunicarse no es adecuada.

El trato a las personas es esencial para que el cliente opte por repetir una compra o usar nuevamente un servicio; de lo contrario, la posibilidad de perderlo de manera definitiva es evidente según lo indicado en un informe relacionado con la calidad de servicio (Valdunciel, 2007).

Por lo que de una encuesta aplicada por Lauz, se tiene un 67%, que señala que los usuarios al tener una mala experiencia en el servicio no regresarían, mientras que un 60% solicita el Libro de Reclamaciones. Estas cifras se vieron más impactadas a partir del confinamiento por la pandemia, (Lauz, 2018).

A nivel mundial se paralizaron algunas actividades, hubo una rápida adaptación a las nuevas tecnologías y, sobre todo, se dejaron de lado las relaciones personales. Todo ello generó que diversas empresas que brindan el servicio de vigilancia y seguridad, tuvieran que definir nuevos protocolos y los que se vieron más afectados fueron los agentes de seguridad, debido a que ellos no dejaron de laborar, pues tuvieron que seguir cumpliendo el compromiso con las organizaciones yendo a sus puestos de trabajo, exponiéndose al contagio cada día y exponiendo a su familia a este virus. Estos factores conllevaron a que su actitud y cambiara y se comportaran a la defensiva; es decir, por causa del estrés su voz se alteraba y empezaban a dar respuestas cortantes, y sobre todo

a no atender adecuadamente a los clientes-. (Castillo, Repositorio Institucional ULADECH, 2021).

A pesar que los agentes de seguridad son la base principal del área de operaciones, dejaron de lado el buen trato al cliente para dedicarse sólo a tomar notas, llenar sus cuadernos de reportes y realizar sus otras funciones. De allí que las encuestas de satisfacción no dieran resultados óptimos.

La manera de atender a los clientes es un problema no sólo en el rubro de seguridad y vigilancia, sino en las diversas organizaciones ya sea bancos, notarías, restaurantes, entre otros, posiblemente sea por falta de una adecuada capacitación, esta habilidad se vuelva más indispensable para las organizaciones, sobre todo porque actualmente los clientes se vuelven más exigentes y difíciles de retener, la necesidad de posicionarse en el mercado es de vital importancia para las empresas, y este es uno de los aspectos que más marcan la diferencia para poder destacar. (Castillo Ramirez, Repositorio ULADECH, 2018)

A la vez los que reciben el servicio exigen que se cuente con capacitaciones al personal de seguridad. Estas exigencias no sólo nos hacen saber verbalmente, sino que ahora también lo incluyen dentro de los contratos y/o términos de referencia. Por ello y con el propósito de que las empresas cumplan con capacitar a sus colaboradores, en especial se hace hincapié en todo lo relacionado a la atención al cliente (cómo comunicarse efectivamente, técnicas para manejar el conflicto con clientes difíciles, entre otros). Esto mayormente sucede porque el agente de seguridad no cuenta con un trato amable hacia el cliente, no comunica oportunamente de alguna incidencia presentada en el puesto de servicio, algún conflicto con algún cliente, entre otros sucesos.

Las capacitaciones son importantes porque dan soporte al cumplimiento de logros de tareas y proyectos y representan el procedimiento mediante el cual los empleados

adquieren los conocimientos, herramientas, competencias y actitudes necesarias para desenvolverse en su entorno de trabajo y cumplir con las responsabilidades asignadas. Hay empresas que hacen o realizan estas capacitaciones con la finalidad de mejorar el servicio, pero no llevan un control para visualizar si lo aprendido por sus colaboradores es aplicado en el lugar de trabajo, es decir no evalúan si la capacitación otorgada ha sido efectiva para lograr sus objetivos (Chiavenato, Administración de recursos humanos - El Capital Humano de las organizaciones, 2009).

Las organizaciones no sólo deben de dar capacitaciones, sino que deben centrarse en comprobar si fue efectiva la capacitación. Es por ello que, en base en los argumentos mencionados, nace la necesidad de determinar la efectividad de las capacitaciones que se brindan al personal de seguridad con el fin de lograr mejorar la atención del cliente y, de esta manera, alcanzar el logro de los objetivos de la empresa.

I.2. Pregunta de investigación

I.2.1. Pregunta general

¿De qué manera la efectividad del programa de capacitación influye en la atención del cliente para el área de operaciones de la empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023?

I.2.2. Preguntas específicas

- (a) ¿Cómo influye la reacción a la capacitación en la atención del cliente para el área de operaciones de la empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023?
- (b) ¿Cómo influye el aprendizaje en la atención del cliente para el área de operaciones de la empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023?

- (c) ¿Cómo influye el comportamiento en la atención del cliente para el área de operaciones de la empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023?
- (d) ¿Cómo influye el resultado en la atención del cliente para el área de operaciones de la empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023?

I.3. Objetivos de la investigación

I.3.1. Objetivo general

Determinar si la efectividad del programa de capacitación influye en la atención del cliente para el área de operaciones de la empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.

I.3.2. Objetivos específicos

- (a) Determinar la influencia de la reacción a la capacitación en la atención del cliente para el área de operaciones de la empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.
- (b) Determinar la influencia del aprendizaje en la atención del cliente para el área de operaciones de la empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.
- (c) Determinar la influencia del comportamiento en la atención del cliente para el área de operaciones de la empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.
- (d) Determinar la influencia del resultado en la atención del cliente para el área de operaciones de la empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.

I.4. Justificación de la investigación

La presente investigación se enfocará en buscar si al implementar un programa de capacitación para el área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada en el departamento de Cajamarca, influye significativamente en la atención al cliente, puesto que debido a los constantes reclamos de los clientes, el servicio no satisface sus expectativas. Después de la pandemia por el SARS-CoV-2, retornar a las labores se volvió algo inseguro, puesto que socializar con otros daba temor a ser contagiados y, por ello, se mantenían aún las distancias, lo que conllevó a que el trato al cliente cambiase y las capacitaciones se realizaran en forma virtual.

El problema se evidenció mayormente en las empresas que ofrecen servicios al público, en cuestión de la empresa de seguridad y vigilancia, se vio afectada puesto que los agentes de seguridad, no se comunicaban adecuadamente con los clientes y se formaron brechas, además que la empresa no contaba con planes de capacitaciones, los agentes no tenían conocimiento de cómo actuar ante diversas situaciones que se les presentaban.

Para esto, utilizaré el modelo de Kirkpatrick, el cual se divide en cuatro niveles. En el primer nivel, se realiza la capacitación al personal y se observa la **reacción** que tiene ante este tema; luego en el segundo nivel se realizan diversas preguntas para ver el aprendizaje del personal; en el tercer nivel, se evalúa cómo el personal lo pone en práctica; y como último paso se valida el impacto que se obtiene por parte del personal y los clientes.

(Sanchez, N, 2007) En su libro nos manifiesta que actualmente un abundante interés en el marco lógico, esta afirmación se ha constatado en la asistencia a cursos y talleres en que esta metodología forma parte del programa a desarrollar.

(Kirkpatrick, D. L. & Craig, R. L., 1970) En su estudio donde explora la efectividad de un programa de capacitación, llegó a la conclusión que lo más importante para una capacitación exitosa son el nivel organizacional, el nivel del campo de aprendizaje y el nivel individual.

Por lo tanto, el presente trabajo tiene como finalidad determinar la influencia de la efectividad del programa de capacitación en la atención del cliente para el área de operaciones de la empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.

I.5. Alcance de la investigación

La investigación se desarrolló con agentes de seguridad que cuentan con nivel secundario de la empresa de seguridad y vigilancia de la ciudad de Cajamarca y abarca durante el año 2023.

II. MARCO TEÓRICO

II.1. Antecedentes

II.1.1. Antecedentes internacionales

Teresa Lugo et al (2023) menciona que las empresas implementaron diversas estrategias de capacitación según el entorno en el que estuvieron inmersas: la pandemia Covid-19, la innovación tecnológica y los nuevos procesos que incidieron en la eficiencia de las organizaciones y generaron la necesidad de actualización del personal. Dicha investigación hizo hincapié en la importancia que se tiene al ofrecer capacitación, con el propósito de medir la eficacia y comprender el procedimiento de preparación del departamento de ventas en la industria automotriz de una empresa de Guasave, Sinaloa, México, así como

determinar si la formación es necesaria para el progreso del equipo y analizar las actividades que complementan el desarrollo del personal de ventas. El enfoque que se empleó en la investigación es el mixto con un estudio descriptivo y explicativo, considerado el más adecuado para este tipo de indagación. Dicho sector utiliza la capacitación con el fin de aumentar los conocimientos de sus empleados, los temas que se imparten son relativos a la empresa, productos, servicios y proceso de ventas. El objetivo es formar a los vendedores para que cuenten con la habilidad de proporcionar un servicio adecuado y que les permita detectar las necesidades de sus futuros y actuales clientes, logren fidelizarlos y alcancen las metas establecidas. El aporte de la investigación citada a la presente es la importancia de ofrecer un programa de capacitación al personal y la manera en que influye en la atención al cliente.

El estudio realizado por Miguel Pazmino (2022) se centra en la importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento efectivo de la empresa Cicles Sport. Inicialmente, se investigaron las teorías y conceptos relevantes relacionados con la mejora de la calidad del servicio al cliente a través de fuentes como sitios web, artículos y libros. Luego, se llevó a cabo una entrevista con el propietario de Cicles Sport para identificar los puntos críticos en la calidad del servicio al cliente. Además, se aplicó una encuesta a los clientes de la empresa, quienes desempeñan un papel clave en esta investigación. Los resultados revelaron que Cicles Sport ofrece productos de alta calidad, incluyendo marcas reconocidas y una amplia variedad de existencias y repuestos. Sin embargo, las encuestas de los clientes destacaron deficiencias en la atención proporcionada por los empleados. Los clientes señalaron que a menudo experimentan una atención lenta debido a la falta de capacitación de los empleados en la prestación de un servicio al cliente adecuado. También se recomendó la implementación de

un buzón de reclamos para atender mejor las necesidades y preocupaciones de los clientes. Por lo tanto, este estudio destaca la importancia de mejorar la calidad del servicio al cliente en Cicles Sport, centrándose en la capacitación de los empleados y la implementación de un sistema efectivo para recopilar y abordar las inquietudes de los clientes. El aporte que otorga el estudio citado a la investigación planteada es determinar qué manera un programa de capacitación sobre cómo atender a los clientes influye en la satisfacción de éste.

Batala L. (2022), en su investigación titulada *Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente entre Pequeños Contribuyentes: Análisis Crítico de la Autoridad de Ingresos de Zambia en Lusaka*, se centró en analizar críticamente la calidad del servicio en línea y la satisfacción del cliente en la recaudación de ingresos entre los pequeños contribuyentes en relación con la Carta de Servicio al Contribuyente de la Autoridad de Ingresos de Zambia (ZRA). La metodología utilizada fue el diseño de investigación correlacional, con enfoque en las variables de Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente.

El estudio se propuso tres objetivos específicos: (1) Establecer las percepciones de los pequeños contribuyentes sobre la calidad de los servicios en línea ofrecidos por la ZRA. (2) Evaluar en qué medida los servicios en línea se correlacionaban con la satisfacción del cliente entre los pequeños contribuyentes en la ZRA. (3) Determinar las medidas de política de la ZRA destinadas a mejorar la calidad de los servicios en línea y la prestación de servicios al cliente. La muestra utilizada consistió en 271 participantes y se seleccionó de manera estadística. Se aplicó un diseño de investigación correlacional, y se recopiló información mediante un cuestionario estructurado basado en el instrumento de investigación modificado E-S-QUAL y E-RecS-QUAL. Los datos obtenidos se sometieron a métodos

cuantitativos de análisis de datos utilizando SPSS (Versión 20). Además de estadísticas descriptivas, se llevaron a cabo análisis de correlación y regresión, y se presentaron resúmenes de los resultados. Las conclusiones del estudio revelaron que: (1) Los pequeños contribuyentes percibían la calidad de los servicios en línea como alta. (2) Se encontró un coeficiente de correlación de 0,461, indicando una asociación moderada entre la calidad de los servicios en línea y la satisfacción del cliente entre los pequeños contribuyentes en la Autoridad de Ingresos de Zambia. (3) La investigación también señaló que la ZRA tiene en funcionamiento dos sistemas de información de gestión: el Sistema en Línea de Impuestos y el Sistema Automatizado de Datos Aduaneros (ASYCUDA). Además, la ZRA cuenta con el Plan Estratégico Corporativo 2016-18 y la Carta de Derechos del Contribuyente. Como recomendaciones, el estudio sugiere que la Autoridad de Ingresos de Zambia debería tomar medidas para tener representantes de servicio al cliente disponible en línea y mejorar el sitio web para que los usuarios tengan la posibilidad de hablar con una persona en tiempo real en caso de problemas. El aporte que otorga la investigación citada es comprobar cómo aumenta la satisfacción del cliente, si recibe una buena atención y este cambio se logró a través de diversas capacitaciones al personal.

Alarcón Mendoza et al (2020) en su investigación, identificaron las principales causas de ineficiencia en el servicio al cliente mediante el uso de herramientas de calidad. Se llevó a cabo un proceso de recopilación de datos y un análisis de posibles causas, utilizando el diagrama de causa y efecto. Para evaluar el cumplimiento de los tiempos requeridos en la atención al cliente, se tomaron 10 muestras de 10 usuarios cada una utilizando una carta de control X-R. Si los tiempos de atención no se cumplen, se podría sugerir la asignación de más personal en ventanilla o la capacitación del personal para mejorar su eficiencia.

Por otro lado, si la atención se completa antes de 8 minutos, se podría considerar la reducción del personal en ventanilla. En resumen, se recomienda que la empresa implemente un programa de capacitación para su personal con el objetivo de mejorar la comunicación con los clientes y satisfacer sus necesidades de manera más eficiente. El aporte que otorga la investigación citada es como un plan de capacitación influye en el personal.

Hidalgo Cedeño et al (2019), en su investigación explicativa incluyó análisis estadístico con la prueba T de Student en pre y post test. Las conclusiones principales revelaron que el programa de capacitación fue altamente efectivo, respaldado por una prueba de hipótesis con un nivel de significancia del 5%. Se planteó una hipótesis nula (H_0) de que no había diferencias significativas entre los grupos, lo que implicaría que el tratamiento no funcionó, y una hipótesis alternativa (H_1) que sugiere que sí hubo diferencias significativas, indicando que el tratamiento tuvo éxito. Para el pretest, se encontró que no había diferencias significativas entre los grupos, ya que el valor de significancia bilateral fue mayor que 0,05. En el post test, se detectaron diferencias significativas entre los grupos, ya que el nivel de significancia bilateral cambió a "0", lo que indica que el tratamiento fue efectivo. En resumen, el tratamiento aplicado al grupo experimental tuvo un impacto positivo, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alternativa. Esto sugiere que los participantes de la capacitación adquirieron las habilidades necesarias para llevar a cabo procesos administrativos en cooperativas de transporte y ofrecer un servicio de calidad, lo que puede contribuir a la sostenibilidad de las cooperativas y al logro de políticas de bienestar general. La investigación citada aporta a la investigación planteada, ya que muestra un antes y un después de un programa de capacitación y cómo ésta influye en los participantes.

II.1.2. Antecedentes nacionales

Villacorta (2023) en su investigación para la mejora de atención al cliente utilizó una metodología aplicada que se enmarca en un diseño no experimental, de tipo transversal y descriptivo, con enfoque en la generación de una propuesta de mejora. La población de estudio estuvo conformada por 6 representantes de micro y pequeñas empresas, a quienes se les administró un cuestionario compuesto por 18 preguntas mediante la técnica de encuesta. Los resultados obtenidos revelaron que el 83,33% de las empresas casi siempre cuentan con un plan de capacitación; el 100,00% casi siempre cumple con el servicio prometido; el 50,00% casi siempre propone mejoras; el 66,67% en algunas ocasiones lleva a cabo encuestas de satisfacción del cliente y el 66,67% casi siempre garantiza que las funciones de los empleados estén alineadas con la misión y visión de la empresa. Como conclusión, se identificó la necesidad de priorizar la planificación de estrategias orientadas a la atención al cliente, tales como la formación de equipos de trabajo, el establecimiento de planes de contingencia, la implementación de mecanismos para recopilar la percepción del cliente y la mejora en la actitud de servicio por parte de los empleados. El aporte otorgado es que la atención al cliente se refleja en el nivel de servicio otorgado y la influencia de un plan de capacitación para mejorar la calidad de dicho servicio.

Castillo (2021) en su investigación centrada en la calidad de la capacitación en atención al cliente en microempresas, tuvo como objetivo principal el identificar las características de la gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente en micro y pequeñas empresas del sector de servicios, específicamente en el ámbito de las peluquerías en la ciudad de Huaraz durante el año 2018. El enfoque metodológico seleccionado se caracterizó como un diseño no experimental de

tipo descriptivo. La población de estudio comprendió un total de 80 Micro y Pequeñas Empresas (MYPES), mientras que la muestra se redujo a 66 empresas. Para la recopilación de datos, se emplearon técnicas de encuesta y cuestionario. Las variables que se consideraron en la investigación se relacionaron con *capacitación y atención al cliente*. Como resultado, se pudo identificar las características de la gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente en el ámbito de las peluquerías. Se observó la implementación de medidas correctivas con el propósito de prevenir y detectar errores en las operaciones de las empresas. Además, se constató que la mayoría del personal estaba debidamente capacitado y cumplía eficazmente con sus responsabilidades, demostrando un genuino interés en satisfacer las necesidades de los clientes. Estos elementos pueden contribuir al atractivo de las empresas de este sector para clientes potenciales. El aporte otorgado a la investigación presente es un plan de capacitación influye en la atención al cliente.

Curitima, C (2021) en su tesis plantea la necesidad de proponer mejoras en la gestión. Para ello, optó por un enfoque cuantitativo de nivel descriptivo, a través de un diseño no experimental de tipo transversal y descriptivo. Los resultados de este estudio permitieron identificar el perfil del gerente o administrador, el cual se caracteriza por contar con experiencia en dirección, formación profesional, madurez y una mentalidad abierta. En relación con la variable de "atención al cliente", se formularon preguntas abordando las dimensiones de capacitación, atención a quejas y sugerencias, así como el nivel de servicio, con el propósito de evaluar la orientación de la dirección y el equipo de trabajo en la búsqueda de la satisfacción del cliente. En lo que respecta a la variable de "gestión de calidad", las dimensiones consideradas fueron la mejora de procesos, la utilización de herramientas y la participación, con el fin de evaluar el nivel de gestión y

administración orientado hacia la calidad. Como conclusión general, se pudo determinar que las micro y pequeñas empresas (MYPES) muestran un enfoque en la atención al cliente con una perspectiva comercial, aunque este enfoque requiere modernizarse para poder satisfacer de manera eficaz y cultivar relaciones duraderas con los clientes. Sin embargo, estas empresas carecen de un sólido respaldo en lo que respecta a la gestión de calidad., El aporte de la investigación citada es cómo una pequeña empresa puede mejorar su servicio a través de las capacitaciones continuas a su personal.

Gstir Baumann (2020) en su estudio orientado a la mejora de la atención al cliente, tuvo como objetivo principal diseñar un plan de mejora en la atención al cliente para una empresa especializada en capacitación en temas de seguridad. La metodología utilizada se clasificó como descriptivo-aplicada. Las variables de interés en la investigación fueron el *plan de mejora* y la *atención al cliente*. El plan propuesto constó de dos acciones fundamentales. La primera acción consistió en la creación de un manual de funciones destinado a los asistentes de capacitación, con el propósito de que pudieran utilizarlo y seguirlo desde el primer día de sus labores en la empresa ISEM. La segunda acción incluyó la implementación de un programa de capacitación enfocado en el desarrollo de habilidades blandas para los asistentes de capacitación, ya que son los profesionales quienes interactúan de manera más directa con los clientes. El objetivo de esta capacitación fue proporcionarles las herramientas necesarias para abordar situaciones complicadas que pueden surgir en su rutina laboral. La población y la muestra del estudio se conformaron a partir de los clientes y las quejas registradas en el Libro de Reclamaciones de la empresa. Como conclusión, se determinó que las capacitaciones enfocadas en la atención al cliente y en el desarrollo de habilidades blandas contribuyeron a garantizar un trato cordial y adecuado por parte de los

asistentes hacia los clientes. El aporte otorgado por la investigación citada radica en la comprobación que las capacitaciones enfocadas a la atención al cliente influyen en el servicio otorgado.

Ñañez (2019) en su investigación de desarrollar capacitaciones para optimizar la atención en el área de Servicio al cliente en la empresa Tottus S.A. Open Plaza Chiclayo. El enfoque metodológico utilizado se clasificó como descriptivo-aplicado, empleando un diseño cuasi experimental de un solo grupo con mediciones previas (antes) y posteriores (después) de la variable dependiente, sin la inclusión de un grupo de control. Las variables de interés en la investigación fueron *capacitación y servicio al cliente*, basándose en las teorías de Chiavenato y Parasuraman. La población de estudio y la muestra consistieron en 30 empleados de la empresa. Para recopilar datos, se utilizó la técnica de encuestas con cuestionarios como instrumento. Como conclusión, se recomienda la implementación continua de capacitaciones, incluyendo charlas, talleres y sesiones de sensibilización dirigidas a los colaboradores, con el propósito de brindarles orientación y escuchar sus necesidades. Esto permitirá el desarrollo tanto en el ámbito laboral como en el personal, facilitando así el cumplimiento eficiente de sus funciones. El aporte de esta investigación es la medición de la influencia de las capacitaciones en el servicio al cliente.

II.2. Bases teóricas

II.2.1. Efectividad del Plan de Capacitación

(1) Efectividad

El término *efectividad* se refiere a la habilidad para alcanzar el resultado deseado o anticipado. Esta palabra se deriva del adjetivo *efectivo* o del latín *effectivus*, el cual

engloba el concepto de *efecto*, y se complementa con el sufijo abstracto *idad*, que denota una cualidad específica.

El modelo de evaluación de Kirkpatrick, desarrollado inicialmente por Donald Kirkpatrick en 1959 durante su tiempo como profesor emérito en la Universidad de Wisconsin, ha experimentado múltiples revisiones a lo largo del tiempo. La más reciente de estas actualizaciones, conocida como el Modelo Kirkpatrick del Nuevo Mundo, se presentó en 2016, y ha sido la última modificación realizada por Kirkpatrick y su familia. (Velázquez, 2023)

El modelo describe cuatro niveles de capacitación de la evaluación (Escuela Didáctica, 2020):

Figura 1

Niveles del Modelo Kirkpatrick



Nota: La figura muestra los niveles del modelo Kirkpatrick, para medir la influencia de la capacitación

- **Nivel 1. Reacción:** Las personas y su satisfacción. Para ello se puede elaborar un cuestionario de medición de variables que recoja la reacción de los participantes frente al curso, los relatores, las materias aprendidas, el

equipamiento y los apuntes. La información se tabula y se obtiene la valoración de cada variable y la valoración general del curso.

- **Nivel 2. Aprendizaje:** La medición del aprendizaje logrado en el campo de lo cognitivo, las habilidades y/o las actitudes. Este nivel está diseñado para que la evaluación la realice el organismo capacitador. Se miden los deltas de aprendizaje basados en el diseño de un perfil de entrada y uno de salida del alumno. Se obtiene el delta-curso de aprendizaje y los deltas individuales.
- **Nivel 3. Comportamiento:** La medición de la aplicación de lo aprendido por parte del capacitado y su impacto en el entorno inmediato de trabajo. Este nivel se mide con la aplicación de dos cuestionarios: uno al capacitado y otro al jefe directo. La confrontación de ambos permite concluir aquellas variables que aúnan el criterio de aplicabilidad y aquellas discrepantes, a las que se le hace seguimiento.
- **Nivel 4. Resultados:** El grado en que los resultados previstos se producen como resultado de la formación y el paquete de apoyo y rendición de cuentas.

(2) Capacitación

La palabra se refiere al proceso y resultado de preparar a una persona para desempeñar un trabajo, ocupar un cargo o realizar una actividad específica. Esta palabra tiene sus raíces en el latín:

- Capax , capaxis.- se refiere a la cualidad de tener una fuerte inclinación para absorber o contener algo en su interior, lo que implica una capacidad espaciosa. Por ejemplo, una persona es considerada capaz de asumir

responsabilidades o tareas debido a su disposición, resistencia y habilidades;

- tas.- sufijo que significa cualidad;
- ción.- sufijo que significa acción y efecto.

La evolución de la capacitación ha sido influenciada por la historia de las sociedades y sus demandas económicas y productivas. Se ha desarrollado en concordancia con las formas predominantes de organización laboral a lo largo del tiempo. Por tanto, la implementación de la capacitación ha estado condicionada por procesos históricos que han influido en su naturaleza desde una perspectiva socio - histórica. Por consiguiente, para comprender la naturaleza de la capacitación en el mundo moderno, es necesario analizar los momentos significativos que han dejado huella en su desarrollo. (Linares Garcia & Saavedra Heredia, 2019)

Es ampliamente aceptado que el proceso de capacitación ha adoptado diversas formas a lo largo de su evolución y ni siquiera ha sido denominado *capacitación* desde sus inicios. Por lo tanto, resulta fundamental explorar los orígenes de este proceso y su evolución a lo largo de la historia. Este conocimiento nos permite comprenderlo en profundidad, identificar los aspectos positivos que siguen siendo relevantes, perfeccionar la práctica de la capacitación en la actualidad y al mismo tiempo extraer lecciones del pasado que nos orienten en el futuro, evitando la repetición de errores.

La capacitación es una herramienta muy importante dentro de las organizaciones, de acuerdo a las principales teorías:

Según Taylor, nos manifiesta que la capacitación representa un recurso esencial en la gestión de recursos humanos, ya que brinda la oportunidad de potenciar la

eficacia laboral de la empresa, facilitando la capacidad de adaptación de las organizaciones a las transformaciones con flexibilidad. (2016)

Los cuatro principios de la teoría de la administración científica de Taylor son los siguientes:

Planeación: Sustituir prácticas laborales informales y la improvisación por métodos respaldados por procedimientos científicos.

Preparación: Elegir, capacitar y fomentar el crecimiento de cada empleado conforme al procedimiento planificado. Esto implica la preparación de maquinaria y equipos de producción, así como la disposición física y ordenada de herramientas y materiales.

Control: Es esencial supervisar el trabajo para garantizar que se lleve a cabo conforme a las políticas y regulaciones establecidas, así como al plan predeterminado. Esto implica proporcionar orientación y supervisión detallada sobre la ejecución de las tareas.

Ejecución: Distribuir el trabajo de manera equitativa entre los supervisores y los empleados, permitiendo a los supervisores aplicar los principios de la gestión científica para planificar las labores y las actuaciones de los trabajadores.

De acuerdo con Chiavenato, la capacitación se define como un proceso educativo de corta duración, llevado a cabo de manera sistemática y organizada, con el propósito de que las personas adquieran conocimientos y desarrollen habilidades y competencias de acuerdo a objetivos previamente establecidos. Esta capacitación implica la transmisión de conocimientos específicos relacionados con la labor, así como la promoción de actitudes frente a aspectos de la

organización, la tarea y el entorno, junto con el desarrollo de habilidades y competencias.

La formación del personal es un procedimiento vinculado con el desarrollo y la mejora de las habilidades de los individuos y los equipos que conforman una entidad. Al recibir formación, los individuos están invirtiendo en su propio crecimiento y amplían su competencia. La relevancia de la formación no puede ser subestimada.

La Teoría del aprendizaje organizacional es un campo de estudio más amplio, el cual ha sido empleado por diversos investigadores y teóricos. No existe un consenso unificado sobre las dimensiones específicas de esta teoría, ya que diferentes autores y enfoques han proporcionado diferentes perspectivas y elementos clave.

No obstante, algunas dimensiones comunes que se suelen asociar con el aprendizaje organizacional incluyen:

Doble bucle: El aprendizaje organizacional implica un proceso de reflexión y revisión crítica de las prácticas existentes y la búsqueda de cambios significativos en las estructuras y procesos de la organización.

Aprendizaje individual: Se refiere al desarrollo de conocimientos, habilidades y competencias por parte de los miembros de la organización a nivel individual.

Aprendizaje colectivo: Se refiere al proceso de compartir y aplicar el conocimiento adquirido a nivel individual en toda la organización, fomentando la creación de una cultura de aprendizaje compartido.

Gestión del conocimiento: Implica la recopilación, el almacenamiento, la transferencia y el uso efectivo del conocimiento organizacional para que se tenga una toma de decisiones adecuada y una correcta eficiencia de la organización.

Así mismo para elaborar este plan de capacitaciones debemos de contar con procesos bien definidos, asertivos y que podamos colarlos en práctica; según Chiavenato propone cuatro pasos, en los cuál nos indica que primero debemos analizar qué tipo de capacitación vamos a dar, segundo elaborar el plan de capacitaciones evaluando el tiempo, los recursos y la tecnología disponible; este punto es el más importantes puesto que en la actualidad contamos con la tecnología más avanzada y debemos de dar un buen uso y de esa manera incentivar al aprendizaje, tercero la realización de la capacitación y como último paso es evaluar si el personal captó adecuadamente la capacitación y esto se realizará en forma práctica.

Según Martha Alles (2004), la transmisión de conocimientos y habilidades es esencial y requiere una organización, planificación y evaluación adecuadas. Un elemento crucial a tener en cuenta es el nivel de compromiso del trabajador con la empresa, ya que esto marca el punto de partida para generar cambios en el comportamiento y la estructura organizativa que se pueden observar en cada empleado.

Las dimensiones que emplea son:

Planificación de recursos humanos: Implica el reconocimiento de los requerimientos de personal presentes y que puedan surgir en el futuro dentro de la organización, así como la implementación de estrategias para atraer, seleccionar y contratar a los candidatos más adecuados.

Desarrollo de competencias: Mejora de capacidades: Hace referencia a las iniciativas y proyectos concebidos con el propósito de elevar las destrezas, saberes y aptitudes de los trabajadores, a través de métodos como la capacitación, el crecimiento en la carrera profesional y el aprendizaje en el entorno laboral, entre otros.

Evaluación del desempeño: Comprende la observación y valoración del rendimiento de los colaboradores con el propósito de determinar en qué medida están alcanzando los objetivos y competencias necesarios. Esto abarca la elaboración de criterios de rendimiento, el suministro de retroalimentación y el señalamiento de áreas que necesitan desarrollo.

Gestión del talento: Engloba la identificación, el desarrollo y la retención de los colaboradores clave en la organización. Esto puede incluir la planificación de sucesiones, la gestión del desarrollo de carrera y la creación de programas de reconocimiento y recompensa.

Gestión del cambio: se refiere a las acciones implementadas para gestionar los cambios organizacionales, teniendo en cuenta el impacto en los recursos humanos. Esto puede implicar comunicación efectiva, capacitación, participación de los empleados y apoyo en la transición

II.2.2. Atención al Cliente

Esta se divide en dos palabras que son:

- **Atención:** Se origina en el término latino *attentio, attentionis* y denota la acción y resultado de prestar consideración o enfocarse en quien está hablando.

- Cliente: Tiene su origen en la palabra latina *cliens* y denota la condición de estar amparado o protegido.

El inicio de la preocupación por el servicio al cliente se remonta a 1946, cuando la Organización Internacional de Normalización (ISO) estableció los primeros estándares relativos a la atención al cliente y la calidad en el servicio. Estos establecieron todos sus criterios basados en el cliente como el punto central, y a partir de estos, las empresas destinan todos sus recursos para asegurar la satisfacción de los usuarios.

Como principales teorías en atención al cliente se tiene:

Teoría de la expectativa de servicio (SERVQUAL): Según Parasuraman, Zeithaml y Berry, esta teoría plantea que la satisfacción del cliente se deriva de la disparidad entre sus expectativas y su percepción de la prestación del servicio. Esta teoría se concentra en la excelencia del servicio a través de cinco dimensiones esenciales que comprenden la confiabilidad del servicio, la prontitud en la atención del personal, la competencia de los empleados, la empatía hacia el cliente y los elementos tangibles del servicio.

Dimensiones:

- Fiabilidad: Capacidad de proporcionar el servicio de forma precisa y consistente.
- Capacidad de respuesta: Disposición para asistir al cliente y proporcionar un servicio puntual.
- Competencia: Conocimientos y habilidades del personal para brindar el servicio.
- Empatía: Trato amable, personalizado y atento hacia el cliente.

- Aspectos tangibles: El aspecto físico de las instalaciones, dispositivos y recursos empleados en la prestación del servicio.

Teoría de la equidad (Equity Theory), según Adams, se centra en la equidad percibida por el cliente en la relación de intercambio con el proveedor de servicios. Este explora la comparación entre los insumos (lo que el cliente aporta) y los resultados (lo que el cliente recibe). Si se percibe una relación equitativa, el cliente estará satisfecho, pero si se percibe una inequidad, puede generar insatisfacción.

Dimensiones:

- Equidad percibida: La comparación entre los insumos (esfuerzos, recursos, tiempo) que el cliente aporta y los resultados (beneficios, valor) que recibe del servicio.
- Inequidad percibida: La percepción de una relación desigual entre los insumos y los resultados, ya sea en desventaja o en ventaja.

Teoría de la disonancia cognitiva (Cognitive Dissonance Theory): según Festinger se centra en la disonancia cognitiva que experimenta un cliente cuando hay una discrepancia entre su actitud y su comportamiento después de una experiencia negativa con el servicio. La disonancia cognitiva genera un malestar y el cliente puede buscar reducirlo a través de estrategias como quejas, devoluciones o correcciones del proveedor de servicios.

Dimensiones:

- **Disonancia cognitiva:** El conflicto o malestar que experimenta un cliente cuando hay una discrepancia entre su actitud y su

comportamiento, especialmente después de una experiencia negativa con el servicio.

- **Reducción de la disonancia:** Estrategias utilizadas por los proveedores de servicios para minimizar la disonancia cognitiva, como ofrecer soluciones, compensaciones o disculpas.

Teoría del intercambio social (Social Exchange Theory): según Homans, examina la relación que se tiene entre el proveedor de servicios y el cliente desde una perspectiva de intercambio social. Esto se fundamenta en la calidad de la relación interpersonal, la confianza mutua, la reciprocidad en la satisfacción de necesidades y la gratitud percibida hacia el proveedor de servicios.

Dimensiones:

- **Calidad de la relación interpersonal:** La valoración que el cliente realiza de la calidad de la comunicación y la conexión con el proveedor de servicios.
- **Confianza:** La confianza que el cliente tiene en el proveedor de servicios y en su capacidad para cumplir con las expectativas.
- **Reciprocidad:** La reciprocidad percibida en la relación, donde el cliente siente que sus necesidades y deseos son atendidos de manera justa y equitativa.
- **Gratitud percibida:** La apreciación y el agradecimiento que el cliente experimenta hacia el proveedor de servicios.

Teoría de la calidad del servicio (*Service Quality Theory*), según Gronroos, este se enfoca en la calidad observada del servicio por parte del cliente. Examina dimensiones como lo es fiabilidad del servicio, la capacidad de respuesta del proveedor, la empatía hacia el cliente, la garantía de calidad y los aspectos visibles

asociados con el servicio. Estos abarcan la calidad del servicio y como este influye en la satisfacción y la generación de lealtad del cliente.

Dimensiones:

- **Fiabilidad:** Habilidad para proporcionar el servicio comprometido de forma fiable y precisa.
- **Capacidad de respuesta:** Estar accesible y mostrar la voluntad de asistir al cliente al proporcionar un servicio puntual.
- **Empatía:** Cuidado, atención y consideración personalizada hacia el cliente.
- **Garantía:** Promesa de cumplir las expectativas y ofrecer un servicio con garantía de calidad.
- **Tangibles:** El aspecto físico de las instalaciones, los dispositivos, el personal y los recursos vinculados al servicio.

Estas teorías proporcionan marcos conceptuales valiosos para comprender la atención al cliente desde diferentes perspectivas y pueden ser utilizadas para una mejor calidad del servicio y una adecuada experiencia de los clientes.

II.3. Marco conceptual (terminología)

AGENTE DE SEGURIDAD

Un agente de seguridad, en el contexto de la seguridad privada, se refiere a un profesional encargado de proteger y salvaguardar bienes, personas o instalaciones, generalmente en el ámbito privado. Estos agentes pueden desempeñar una variedad de funciones, como vigilancia, control de accesos, detección de riesgos y amenazas, y respuesta ante situaciones de emergencia (González. 2019).

APRENDIZAJE

Es un procedimiento de obtención de conocimientos, capacidades, valores y actitudes que se logra a través del estudio, la instrucción o la vivencia. Este proceso puede interpretarse desde varias perspectivas, lo que significa que existen diversas teorías relacionadas con el acto de adquirir conocimiento. Por ejemplo, la psicología conductista define el aprendizaje en función de las modificaciones observables en la conducta de un individuo.

CAPACITACIÓN

La capacitación se refiere al proceso y el logro de instruir, educar, entrenar o formar a alguien. Su objetivo principal es que una persona adquiera habilidades o destrezas necesarias para llevar a cabo acciones específicas.

COMPORTEAMIENTO

Se origina en la lengua latina y se compone de tres componentes claramente definidos: el prefijo *con-*, que significa *completamente*; el verbo *portare*, que es sinónimo de *llevar*; y el sufijo *-miento*, que se puede entender como *instrumento*. Este se refiere a la conducta o el comportamiento de las personas u organismos. Consiste en la manera en que se desenvuelven en respuesta a estímulos y en relación con su entorno.

COMPETENCIAS

Tiene su origen en el término latino *competentia* y abarca dos aspectos fundamentales. Por un lado, se refiere a la confrontación o disputa entre dos o más individuos en relación con algo. En un contexto similar, se hace alusión a la rivalidad entre aquellos que compiten por acceder a lo mismo, como en la realidad empresarial donde las compañías compiten en un sector de mercado específico al ofrecer o demandar un mismo producto o servicio, así como en la competición que tiene lugar en el ámbito deportivo.

EFECTIVIDAD

En el argumento de la investigación y evaluación se describe a la capacidad de un programa, intervención o acción para lograr los objetivos o impactos deseados de manera exitosa. La efectividad se relaciona con la medida en que se consiguen los objetivos establecidos y se produce un cambio positivo en la población o contexto objetivo. Rossi et al. (2004).

EMPATÍA

Se trata de la capacidad mental de una persona para comprender el mundo emocional de otra. El término *empatía* proviene del griego *empátheia* y también se conoce como *inteligencia interpersonal*, una expresión acuñada por Howard Gardner.

ENCUESTA

El término *encuesta* tiene sus raíces etimológicas en el francés. Proviene específicamente de la palabra *enquête*, que se traduce como *investigación* y que se origina en el latín *inquesta*. Esta palabra se forma al combinar dos partes distintas:

- El prefijo *in-*, que puede ser entendido como *dentro* o *en el interior*.
- El verbo *quaerere*, que es equivalente a *indagar* y *cuestionar*.

En nuestro idioma, el término se transformó en *encuesta*, que hace referencia a un conjunto de preguntas estandarizadas diseñadas para obtener la opinión de las personas acerca de diversos temas.

OPERACIONES

Dentro de ámbito empresarial, hace referencia a las acciones y procedimientos que una empresa realiza con el fin de alcanzar sus metas y proporcionar productos o servicios a sus clientes. Las operaciones abarcan aspectos como la planificación, el control, la

gestión de recursos, la producción, la logística y la eficiencia en general. (Jacobs y Chase 2019).

PLANEAMIENTO

Se refiere al proceso de definir metas, establecer estrategias y desarrollar planes detallados para alcanzar objetivos específicos. El planeamiento implica la identificación de acciones y recursos necesarios, así como la elaboración de un marco temporal y una secuencia lógica de actividades. (Bryson (2018).

REACCIÓN

El efecto o producto de una acción específica. De acuerdo con la teoría, este término se entiende como una oposición, una fuerza contraria o resistencia hacia algo. También se refiere a la forma en la que un objeto o persona responde a un estímulo particular.

RESULTADO

El resultado es la conclusión, el efecto o el producto de una situación o proceso específico. La forma en que se utiliza este concepto varía según el contexto.

III. HIPÓTESIS

III.1. Declaración de hipótesis

III.1.1. Hipótesis general

La efectividad del programa de capacitaciones influye de manera significativa en la atención del cliente para el área de operaciones de la empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.

III.1.2. Hipótesis específicas

- (a) La reacción a la capacitación influye de manera significativa en la atención del cliente para el Área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.
- (b) El aprendizaje fluye de manera significativa en la atención del cliente para el Área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.
- (c) El comportamiento influye de manera significativa en la atención del cliente para el Área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.
- (d) El resultado influye de manera significativa en la atención del cliente para el Área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.

III.2. Operacionalización de variables

Tabla 1
Operacionalización de variables

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES								
Variable	Tipo de Variable	Operacionalización		Dimensiones (Sub-variables)	Definición Conceptual	Indicador	Items	Nivel de Medición
	Según su naturaleza	Definición Conceptual	Definición Operacional					
EFECTIVIDAD DEL PLAN DE CAPACITACIÓN	Cualitativa Ordinal	La palabra "efectividad" significa capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera, proviene del adjetivo efectivo» o del latín <i>effectivus</i> que significa "efecto" y del sufijo abstracto <i>idad</i> que indica "cualidad". El Modelo de evaluación de Kirkpatrick Consta de cuatro fases:	Según El Modelo de evaluación de Kirkpatrick: el nivel de efectividad que tiene la capacitación ante el personal del área operativa mediante la reacción, el aprendizaje, comportamiento y el resultado.	REACCIÓN	Es el grado en que los participantes encuentran la capacitación adecuada, atractiva y relevante para su trabajo.	Satisfacción	1.- ¿Le gustó la capacitación? 2.- ¿Te pareció atractiva la presentación?	1.- ALTO 2.- MEDIO 3.- BAJO
						Impacto	3.- ¿Cuánto te impacto más de la capacitación? 4.- ¿Te gustó el método empleado?	
						Relevancia para el trabajo	5.- ¿Puedes aplicarlo en tu trabajo?	
				APRENDIZAJE	El grado en que los participantes adquieren el	Conocimiento	6.- ¿Consideras que lo aprendido te servirá significativamente en tu vida diaria?	

		Reacción, Aprendizaje, Comportamiento y Resultado.		conocimiento, las habilidades, la actitud, la confianza y el compromiso requerido en función de su participación en la capacitación.	Actitud	7.-¿Después de lo aprendido, consideras que cambiará tu actitud ante los clientes? 8.- ¿Consideras que tus habilidades mejoraran después de lo aprendido?	
					Compromiso	9.- ¿En cuánto te comprometes en aplicar estos conocimientos en tu centro de labores y en tu vida cotidiana?	
				COMPORTA- MIENTO	El grado en que los participantes aplican lo que aprendieron durante la capacitación cuando regresan al trabajo.	Comportamiento	1.- ¿El comportamiento del agente a cambiado después de la capacitación? 2.- ¿En qué medida el agente está aplicando lo aprendido?
						Habilidades	3.- ¿Las habilidades de los agentes han mejorado?
						Confianza	4.- ¿Cuál es la opinión del cliente ante el cambio observado de nuestros agentes de seguridad?
				RESULTADO	El grado en que los resultados previstos se producen como resultado de la formación y el paquete de apoyo y rendición de cuentas.	Medir previamente y posteriormente a la formación	1.- ¿Se ha visto mejoras en el rendimiento de nuestros agentes de seguridad? 2.- ¿La satisfacción del cliente a mejorado?
						Comparar los costos y beneficios del proceso	3.-¿La capacitación nos ha generado beneficios?
						Repetir la evaluación cuando se considere necesario	4.- ¿Consideras necesario realizar una retroalimentación cada tres meses?

ATENCIÓN A CLIENTE	Cualitativa Ordinal	Teoría de la calidad del servicio (Service Quality Theory), según Gronroos, se centra en la calidad percibida del servicio por parte del cliente. Examina dimensiones como la fiabilidad del servicio, la capacidad de respuesta del proveedor, la empatía hacia el cliente, la garantía de calidad y los aspectos tangibles asociados con el servicio. La calidad del servicio influye en la satisfacción y la lealtad del cliente.	Teoría de la calidad del servicio (Service Quality Theory) según Gronroos. El nivel de satisfacción que tienen los clientes con el servicio otorgado mediante la fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, garantía y tangibles.	FIABILIDAD	Capacidad de brindar el servicio prometido de manera confiable y precisa.	Atención	1.- ¿El servicio de vigilancia y seguridad privada brindado por nuestra empresa cumple con sus expectativas?	1.- ALTO 2.- MEDIO 3.- BAJO
						Precisa	2.- Si a efectuado una solicitud adicional a lo inicialmente pactado ¿nos adaptamos satisfactoriamente a sus necesidades?	
						Confiable	3.- ¿Cómo califica la Supervisión que efectúa nuestra compañía a los agentes de seguridad?	
				CAPACIDAD DE RESPUESTA	Disponibilidad y disposición para ayudar al cliente y brindar un servicio oportuno.	Disponibilidad	4.- ¿Cómo califica nuestra capacidad de atención y solución de quejas, reclamos y sugerencias?	
						Disposición	5.- ¿Cómo califica la asesoría brindada y la atención prestada a sus inquietudes por parte de nuestro personal del área de operaciones?	
						A tiempo	6.- ¿Cómo califica el tiempo de atención que brindan los agentes de seguridad?	
				EMPATÍA	Cuidado, atención y consideración personalizada hacia el cliente.	Cuidado	7.- ¿Cómo califica la competencia, las habilidades y la cortesía de nuestros guardias de seguridad?	
						Actitud	8.- ¿Cómo califica la actitud frente al servicio de nuestros guardias de seguridad?	
						Comunicación	9.- Hay una incidencia en el puesto de trabajo ¿Cómo califica la comunicación del agente de seguridad?	

				GARANTÍA	Promesa de cumplir las expectativas y ofrecer un servicio con garantía de calidad.	Expectativas	10.- ¿Cómo califica la oportunidad y eficacia de nuestro servicio?
							11.- ¿Cómo califica el nivel de conocimiento de los agentes de seguridad en atención al cliente?
						Servicio de calidad	12.- ¿De manera general cómo califica el servicio otorgado?
			TANGIBLES	Apariencia física de las instalaciones, equipos, personal y material asociados con el servicio.	Equipos	13.- ¿cómo califica los elementos de seguridad (armas, radios, etc.) y medios tecnológicos brindados por nuestra empresa para apoyar su seguridad?	
						Personal	14.- ¿Cómo califica la presentación personal de nuestros guardias de seguridad?
						Material	15.-¿Cómo califica el material que cuentan los agentes de seguridad?

Nota: En la presente tabla mostramos la Operacionalización de las variables

IV. DESCRIPCIÓN DE MÉTODOS Y ANÁLISIS

IV.1. Tipo de investigación

La presente investigación utilizó un enfoque cuantitativo, pues expresaremos los resultados de forma numérica, de estudio básica sustantiva y de campo, porque intenta describir y explicar qué tan efectiva es la capacitación en atención al cliente y por cuanto la información obtenida para el análisis se obtuvo directamente de los involucrados, aplicando el instrumento de la encuesta.

IV.2. Nivel de investigación

La presente investigación utilizó una investigación de tipo explicativa, de relación causal; esta permite un acercamiento al problema y logra encontrar las causas del mismo. En la investigación tratamos de encontrar cuán efectiva va a resultar la capacitación en atención al cliente, con la finalidad de saber si se mejora la atención del cliente en las diferentes unidades donde se ofrece el servicio de vigilancia.

IV.3. Diseño de investigación

La presente investigación empleó un diseño experimental con un corte longitudinal, pues éste permite estudiar y evaluar a los colaboradores por un período prolongado de tiempo. Es decir, que vamos a realizar una capacitación que está relacionada a la atención al cliente para el Área de Operaciones y luego observaremos si fue efectiva durante la puesta en práctica del conocimiento adquirido.

IV.4. Método de investigación

En el marco de esta investigación, se aplicó el enfoque hipotético-deductivo y se optó por una metodología de investigación cuantitativa. Según Álvarez (2020), esta metodología implica una secuencia de etapas, comenzando con la observación directa del objeto de

estudio, seguida de la formulación adecuada de hipótesis para explicar los hechos reales, y culminando con la obtención de resultados respaldados por una comparación adecuada y la validación de las afirmaciones.

Por lo que se cuenta con las siguientes variables y dimensiones:

V1 = Efectividad del plan de capacitación

D1 = Primera Dimensión: reacción

D2 = Segunda Dimensión: aprendizaje

D3 = Tercera Dimensión: comportamiento

D4 = Cuarta Dimensión: resultado

V2 = Atención al cliente

G1 = Primera Dimensión: fiabilidad

G2 = Segunda Dimensión: capacidad de respuesta

G3 = Tercera Dimensión: empatía

G4 = Cuarta Dimensión: garantía

G5 = Quinta Dimensión: tangibles

IV.5. Población

Como es ampliamente reconocido, las múltiples limitaciones, como los horarios ocupados del jefe de operaciones, los supervisores y los agentes de seguridad, hacen que sea imposible analizar a toda la población. Por lo tanto, es esencial trabajar con una muestra (Chaudhuri et al. 2018). En este contexto, la población en cuestión consiste en 101 colaboradores que forman parte de una entidad privada de seguridad en Cajamarca

durante el año 2023., que tal como se puede evidenciar en la tabla 2 se distribuye de la siguiente forma:

Tabla 2

Distribución de la población del área de operaciones

ÁREA DE OPERACIONES	CANTIDAD	POBLACIÓN
JEFE DE OPERACIONES	1	0,99%
SUPERVISORES	2	1,98%
AGENTES DE SEGURIDAD	98	97,03%
TOTAL	101	100,00%

Fuente: Padrón de asistencia del área de RR.HH.

Debido a que se tiene un muestreo estratificado, éste permite tener estratos que permitirá separar la población en segmentos homogéneos.

IV.6. Muestra

Debido que se cuenta con una población reducida y se cuenta con los recursos, se aplicó una muestra censal a los 101 colaboradores.

IV.7. Técnicas de recolección de datos

Tabla 3

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

VARIABLE	TÉCNICA	INSTRUMENTO	AUTOR
Efectividad Del plan de capacitación	Encuesta	Escala de capacitación en atención al cliente para los agentes de seguridad de la empresa de vigilancia y seguridad.	Propio
Atención al cliente	Encuesta	Escala de calidad del servicio de la empresa de vigilancia y seguridad.	RR.HH de la Empresa de Seguridad y Vigilancia

Para la variable 1, se aplicó la prueba de confiabilidad, donde se obtuvo un valor del Alfa de Cronbach de 0,912, valor que nos permite decir que el instrumento es confiable excelente.

Tabla 4

Prueba de confiabilidad- Variable 1

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,912	19

Para la variable 2, se aplicó la prueba de confiabilidad, donde se obtuvo un valor del Alfa de Cronbach de 0,871, valor que nos permite decir que el instrumento es confiable excelente.

Tabla 5

Prueba de confiabilidad - variable 2

Alfa de Cronbach	No. de elementos
0,871	15

Así mismo para la variable 1, el instrumento aplicado es una encuesta que cuenta con 19 ITEMS; y para la variable 2, el instrumento aplicado es una encuesta que cuenta con 15 ITEMS; ambas serán evaluadas mediante Likert. Cada uno de estos ítems presentará diversas categorías de valoración:

Tabla 6

Categoría de Valoración

ITEM	CATEGORÍAS
1	Malo
2	Necesita Mejorar
3	Regular
4	Bueno
5	Excelente

IV.8. Presentación de resultados

Se realizó la tabulación los datos que fueron recolectados mediante una hoja de cálculo y luego se procedió a ingresar, procesar y analizar los datos mediante el software estadístico SPSSv.25.

V. RESULTADOS

V.1. Análisis descriptivo

V.1.1. Efectividad del Plan de Capacitación

De lo observado en la tabla 7, se puede indicar que el 53,5% de los encuestados consideran que su percepción por el plan de capacitación es regular y el 46,5% de los encuestados considera que su percepción por el plan de capacitación es buena.

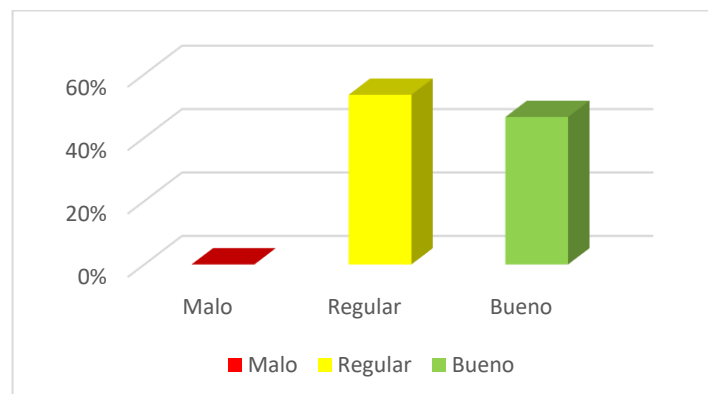
Tabla 7

Distribución de los niveles del Plan de Capacitación

		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válido	Malo	0	0
	Regular	54	53,5
	Bueno	47	46,5
	Total	101	100,0

Figura 2

Gráfico de Niveles del Plan de Capacitación



V.1.2. Dimensiones del Plan de Capacitación

Tabla 8

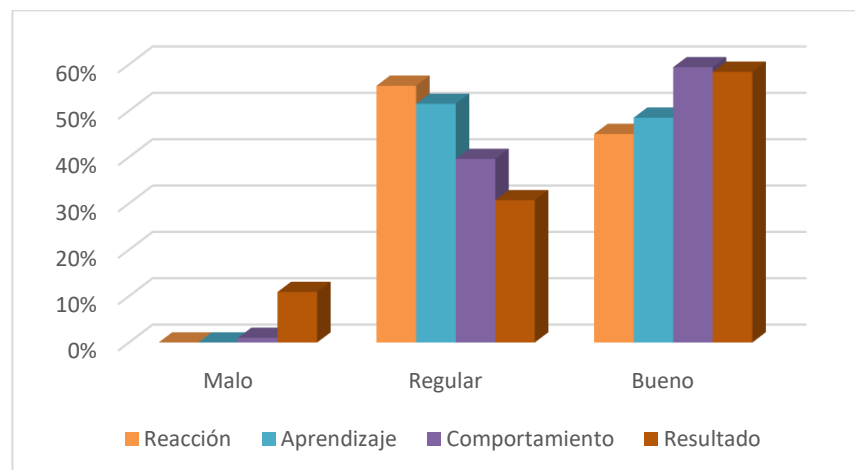
Distribución de los niveles de las dimensiones del Plan de Capacitación

	Reacción	Aprendizaje	Comportamiento	Resultado
Malo	0%	0%	1,0%	10,9%
Regular	55,4%	51,5%	39,6%	30,7%
Bueno	45,0%	48,5%	59,4%	58,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Se puede entender que en la tabla 8, los rangos que tienen las dimensiones de la variable Plan de capacitación, se están dividiendo de la siguiente manera según sus dominios.

Figura 3

Gráfico e los niveles de las dimensiones de Plan de Capacitación



- **Reacción**

Tabla 9

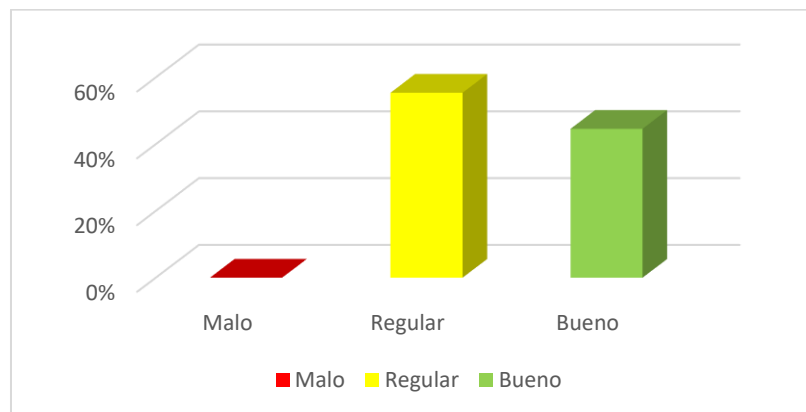
Distribución del nivel de la dimensión Reacción

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	0	0
	Regular	56	55,4
	Bueno	45	44,6
Total		101	100,0

Respecto de la dimensión Reacción: de los 101 colaboradores del área de operaciones, 56 colaboradores puntuaron con un 55,4% en nivel regular, 45 colaboradores les pareció muy atractiva la capacitación con un 44,6% en nivel bueno y a ningún colaborador le pareció malo.

Figura 4

Gráfico del nivel de la dimensión Reacción



- **Aprendizaje**

Tabla 10

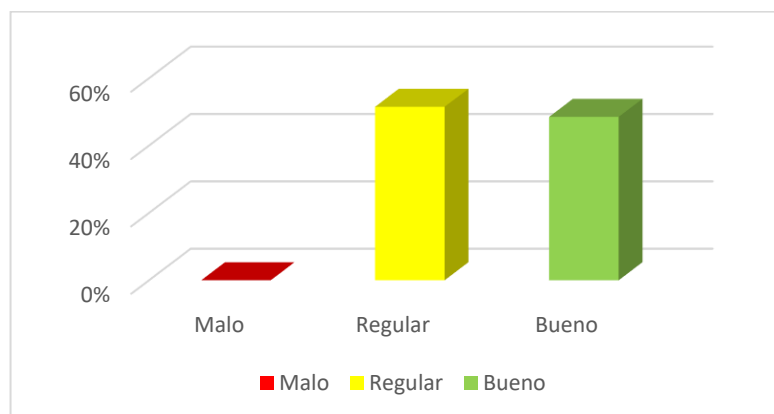
Distribución del nivel de la dimensión Aprendizaje

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	0	0
	Regular	52	51,5
	Bueno	49	48,5
Total		101	100,0

Con respecto a la segunda dimensión Aprendizaje: en el nivel malo no se hallaron colaboradores, lo cual en la muestra equivale a un 0%. Un grupo de 52 colaboradores calificó el aprendizaje de la capacitación en el nivel regular, con un 51,5%. Además, como parte final, 49 colaboradores calificaron el aprendizaje de la capacitación en el nivel alto con un 49,5%, lo que permitió obtener un resultado cuantitativo de la muestra analizada.

Figura 5

Gráfico del nivel de la dimensión Aprendizaje



Nota: En la figura se muestra la Distribución del nivel de la dimensión Aprendizaje.

- **Comportamiento**

Tabla 11

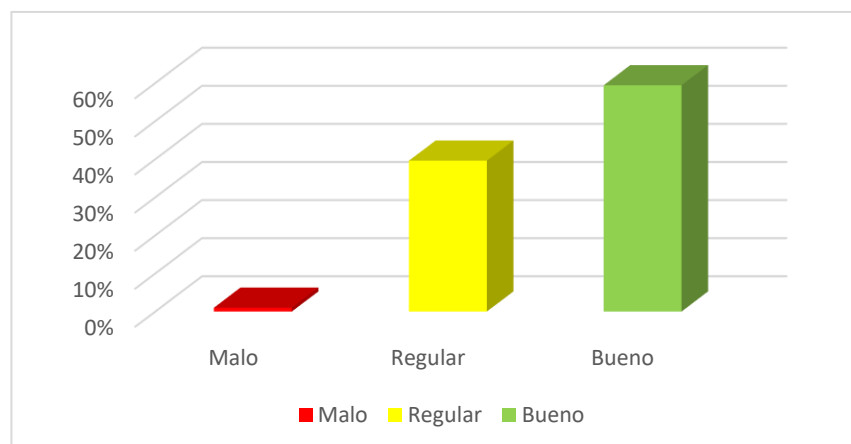
Distribución del nivel de la dimensión Comportamiento

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	1	1,0
	Regular	40	39,6
	Bueno	60	59,4
Total		101	100,0

En relación a la tercera dimensión de comportamiento, uno de los colaboradores, en el grado en que los participantes aplican lo que aprendieron durante la capacitación cuando regresan al trabajo obtuvo un nivel bajo con el 1%. Otros 40 colaboradores se ubican en el nivel regular, con un 45% de la muestra. Y para el nivel bueno, 60 colaboradores, aplican lo aprendido, con un 59,5%.

Figura 6

Grafico del nivel de la dimensión comportamiento



- **Resultado**

Tabla 12

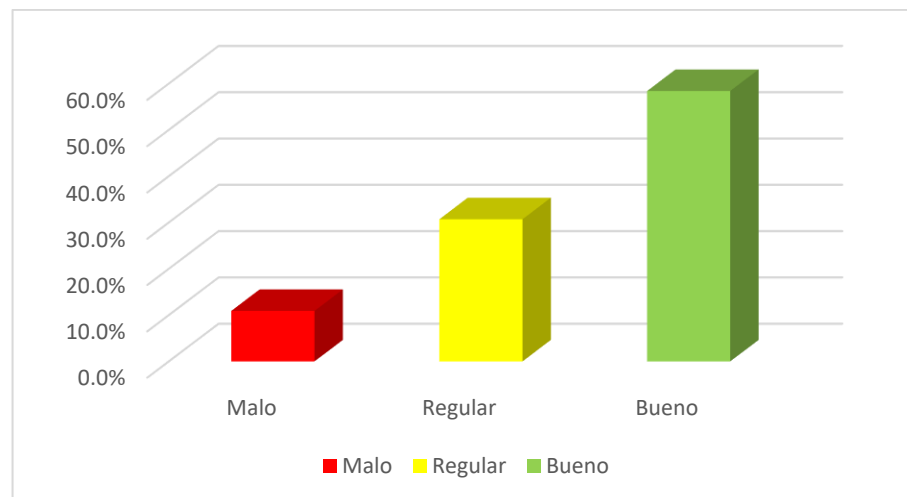
Distribución del nivel de la dimensión Resultado

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	11	10,9
	Regular	31	30,7
	Bueno	59	58,4
Total		101	100,0

En relación a la cuarta dimensión de respuesta, 11 de los colaboradores, en el grado en que los resultados previstos se producen como resultado de la formación, obtuvo un nivel bajo con el 10%. Otros 31 colaboradores se ubican en el nivel regular, con un 30,7% de la muestra. Y para el nivel bueno, 59 colaboradores, se ubican en el nivel Bueno, con un 59,5%.

Figura 7

Grafico del nivel de la dimensión Resultado



V.1.3. Atención al cliente

Se procedió a realizar dos encuestas a la muestra seleccionada, una antes de dar el plan de capacitación y una después.

Antes

Los resultados observados en la tabla 13 es información levantada antes de aplicar la capacitación en atención al cliente a todo el personal del Área de Operaciones. Los datos que obtuvimos son encuestas realizadas a los clientes para medir la satisfacción de nuestro servicio y podemos indicar que el 24,8% de los encuestados consideran que su percepción a la atención al cliente es Malo y el 75,2% de los encuestados consideran que su percepción a la atención al cliente es Regular.

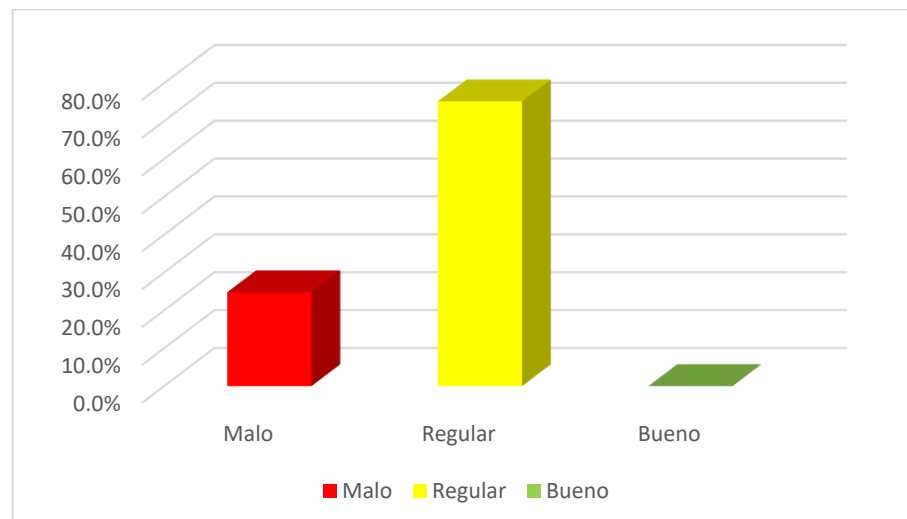
Tabla 13

Nivel de servicio antes de del plan de capacitaciones

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	25	24,8
	Regular	76	75,2
	Bueno	0	0
Total		101	100,0

Figura 8

Gráfico del nivel de servicio antes del Plan de Capacitación



Después

Después de haber realizado el plan de capacitación en el tema atención al cliente, se puede indicar que el 85,1% de los encuestados consideran que su percepción a la atención al cliente es Bueno y el 14,9% de los encuestados consideran que su percepción a la atención al cliente es Regular.

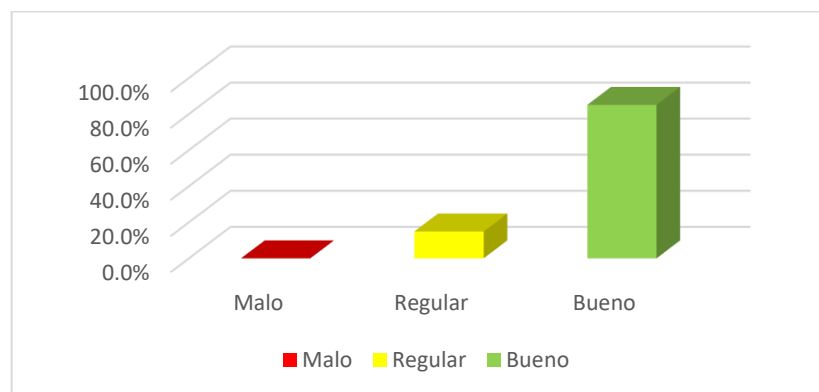
Tabla 14

Dimensión de los Niveles de Atención a los Clientes

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	0	0
	Regular	15	14,9
	Bueno	86	85,1
Total		101	100,0

Figura 9

Gráfico de los Niveles de Atención a los Clientes



Nota: en la figura se muestra la Dimensión de los Niveles de Atención a los Clientes

V.1.4. Dimensiones de Atención al cliente

Antes

- **Fiabilidad**

Tabla 15

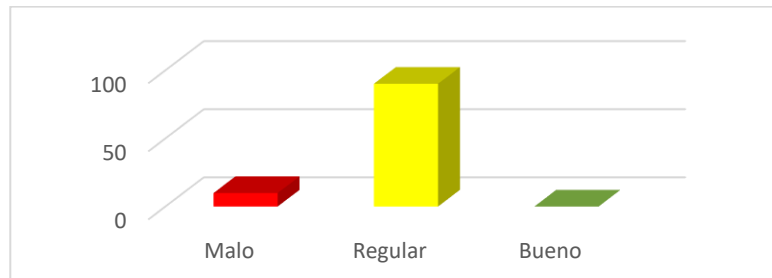
Dimensión del nivel de fiabilidad antes de la capacitación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	10	9,9
	Regular	91	90,1
	Bueno	0	0
	Total	101	100,0

De las 101 encuestas, podemos indicar que 9,9% de encuestados opina que la atención al cliente es de nivel malo, el 90,1% de encuestados indican que la fiabilidad de la atención al clientes es de nivel regular y se no se obtuvo nivel bueno.

Figura 10

Gráfico del nivel de fiabilidad antes de la capacitación



- **Capacidad de Respuesta**

Tabla 16

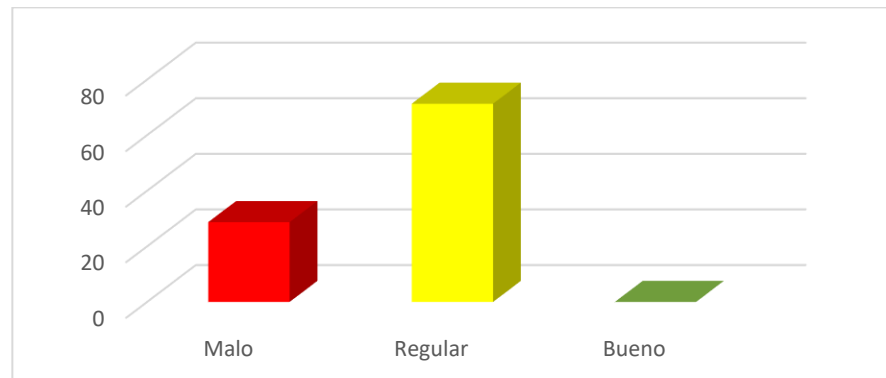
Dimensión del nivel Capacidad de Respuesta antes de la capacitación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	29	28,7
	Regular	72	71,3
	Bueno	0	0
Total		101	100,0

Antes del plan de capacitación en atención al cliente, un grupo de 72 personas indicó un nivel regular, con un 71,3%; otro grupo de 29 encuestados indicó que era de un nivel bajo, con 28,7% y no se obtuvo nivel bueno.

Figura 11

Gráfico del nivel Capacidad de Respuesta antes de la capacitación



- **Empatía**

Tabla 17

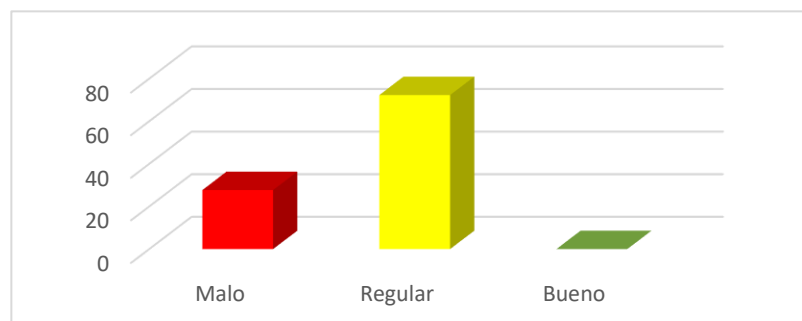
Dimensión del nivel de Empatía antes de la capacitación.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	28	27,7
	Regular	73	72,3
	Bueno	0	0
Total		101	100,0

Antes del plan de capacitación en atención al cliente, un grupo de 73 encuestados indicaron un nivel regular; la empatía demostrada por los colaboradores del área de operaciones, con un 72,3%; otro grupo de 28 encuestados indicaron que era de un nivel bajo, con 2,7% y no se obtuvo ninguna encuesta para el nivel bueno.

Figura 12

Gráfico del nivel de Empatía antes de la capacitación.



- **Garantía**

Tabla 18

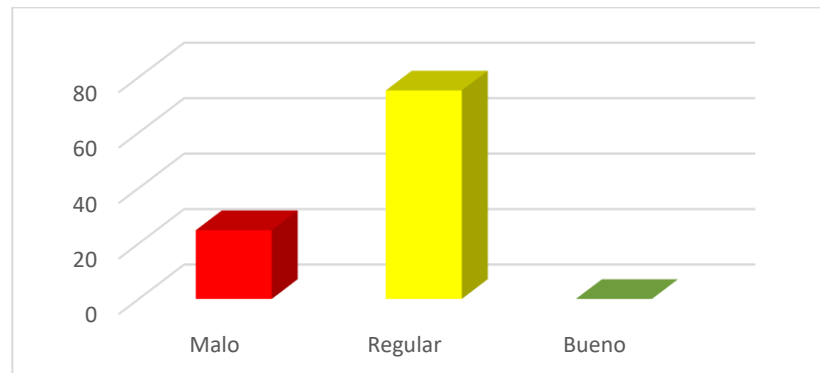
Dimensión de los niveles de garantía antes de la capacitación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	25	24,8
	Regular	76	75,2
	Bueno	0	0
Total		101	100,0

Antes de la capacitación en atención al cliente, un grupo de 76 encuestados indicó un nivel regular, con un 75,2%; otro grupo de 25 encuestados indicó que era de un nivel bajo, con 24,8% y no se obtuvo ninguna encuesta para el nivel bueno.

Figura 13

Gráfico de los niveles de garantía antes de la capacitación



Tangibles

Tabla 19

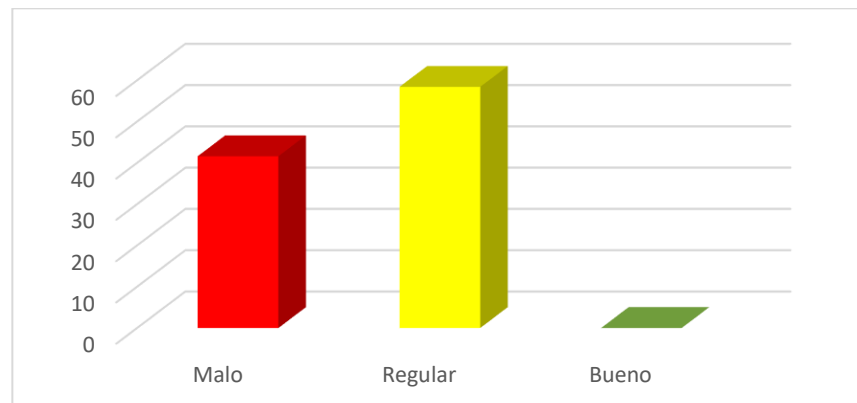
Dimensión del nivel de tangibles antes de la capacitación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	42	41,6
	Regular	59	58,4
	Bueno	0	0
Total		101	100,0

Antes de la capacitación en atención al cliente, un grupo de 59 encuestados indicaron un nivel regular, con un 58,4%; otro grupo de 42 encuestados indicaron que era de un nivel bajo, con 41,6% y no se obtuvo ninguna encuesta para el nivel bueno.

Figura 14

Gráfico del nivel de tangibles antes de la capacitación



Nota: En la tabla se muestra la Dimensión del nivel de tangibles antes de la capacitación

Después

- **Fiabilidad**

Tabla 20

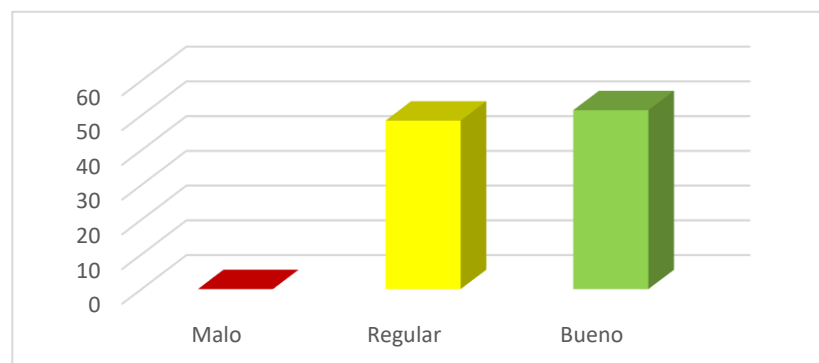
Dimensión del nivel de fiabilidad después de la capacitación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	0	0
	Regular	49	48,5
	Bueno	52	51,5
	Total	101	100,0

Después de la capacitación en atención al cliente, un grupo de 49 encuestados indicaron un nivel regular, con un 48,5%; otro grupo de 52 encuestados indicaron que era de un nivel bueno, con 51,5% y no se obtuvo ninguna encuesta para el nivel malo.

Figura 15

Gráfico del nivel de fiabilidad después de la capacitación



- **Capacidad de Respuesta**

Tabla 21

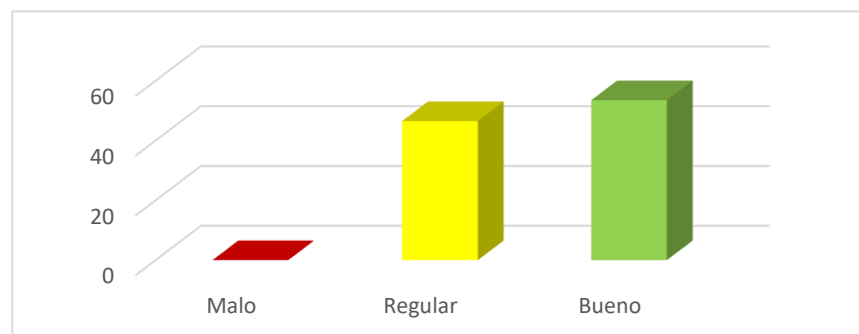
Dimensión del nivel de capacidad de respuesta después de la capacitación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	0	0
	Regular	47	46,5
	Bueno	54	53,5
Total		101	100,0

Después de la capacitación en atención al cliente, un grupo de 47 encuestados indicaron un nivel regular, con un 46,5%; otro grupo de 54 encuestados indicaron que era de un nivel bueno, con 53,5% y no se obtuvo ninguna encuesta para el nivel malo.

Figura 16

Gráfico del nivel de capacidad de respuesta después de la capacitación



Nota: En la tabla se muestra la Dimensión del nivel de capacidad de respuesta después de la capacitación

- **Empatía**

Tabla 22

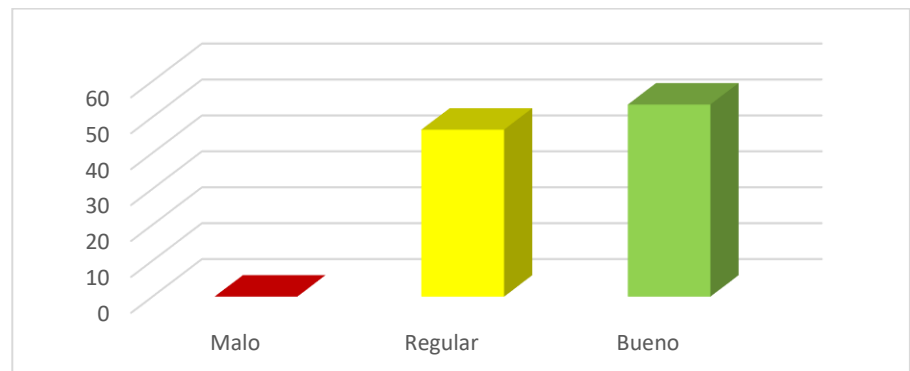
Dimensión del nivel de empatía después de la capacitación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	0	0
	Regular	24	23,8
	Bueno	77	76,2
	Total	101	100,0

Después de la capacitación en atención al cliente, un grupo de 47 encuestados indicaron un nivel regular, con un 46,5%; otro grupo de 54 encuestados indicaron que era de un nivel bueno, con 53,5% y no se obtuvo ninguna encuesta para el nivel malo.

Figura 17

Gráfico del nivel de empatía después de la capacitación



- **Garantía**

Tabla 23

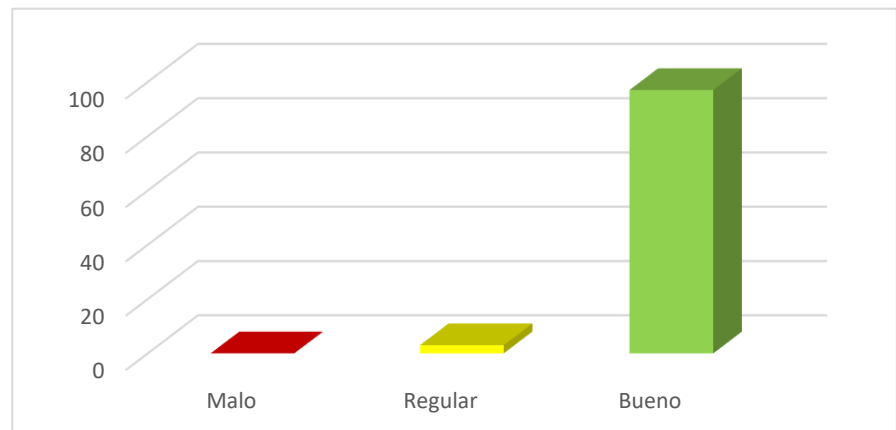
Dimensión del nivel garantía después de la capacitación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	0	0
	Regular	3	3,0
	Bueno	98	97,0
Total		101	100,0

Después de la capacitación en atención al cliente, un grupo de 3 encuestados indicaron un nivel regular, con un 3,0%; otro grupo de 98 encuestados indicaron que era de un nivel bueno, con 97,0% y no se obtuvo ninguna encuesta para el nivel malo.

Figura 18

Gráfico del nivel garantía después de la capacitación



Nota: En la tabla se muestra la Dimensión del nivel garantía después de la capacitación

- **Tangibles**

Tabla 24

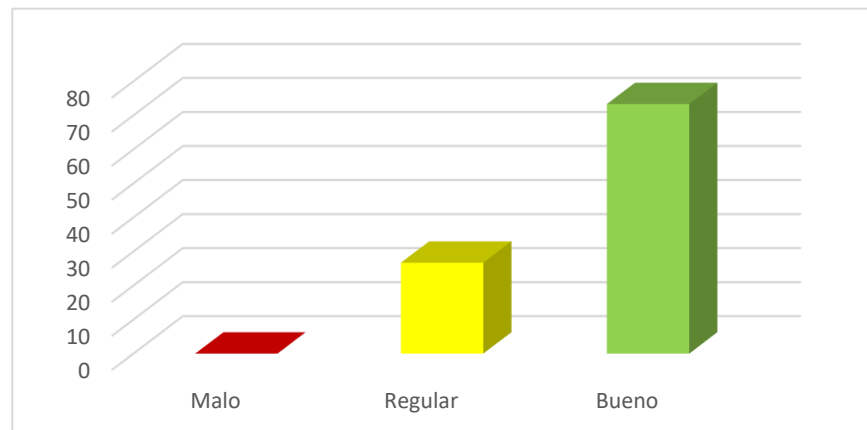
Dimensión del nivel de tangibles después de la capacitación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	0	0
	Regular	27	26,7
	Bueno	74	73,3
Total		101	100,0

Después de la capacitación en atención al cliente, un grupo de 27 encuestados indicaron un nivel regular, con un 26,7%; otro grupo de 74 encuestados indicaron que era de un nivel bueno, con 73,3% y no se obtuvo ninguna encuesta para el nivel malo.

Figura 19

Gráfico del nivel de tangibles después de la capacitación



V.2. Prueba de normalidad

- **Prueba de la variable – Plan de Capacitación**

Tabla 25

Prueba de normalidad de la variable1

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Plancapa	0,089	101	0,048	0,984	101	0,269

a. Corrección de significación de Lilliefors

A través de la prueba de Kolmogorov - Smirnov se pudo llegar a la conclusión a que la muestra termina siendo no normal, debido a que el nivel de significancia es menor a 0,05

- **Prueba de la variable – Atención al cliente**

Tabla 26

Prueba de normalidad de la variable 2

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
AtenCliente	0,109	101	0,005	0,962	101	0,005

a. Corrección de significación de Lilliefors

A través de la prueba de Kolmogorov – Smirnov, se pudo llegar a la conclusión a que la muestra termina siendo no normal, debido a que el nivel de significancia es menor a 0,05.

V.3. Análisis Inferencial

V.3.1. Prueba de hipótesis general

Ho: La efectividad del plan de capacitación no influye en la atención al cliente para el Área de Operaciones de una empresa de seguridad y vigilancia en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

H1: La efectividad del plan de capacitación sí influye en la atención al cliente para el Área de Operaciones de una empresa de seguridad y vigilancia en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

Tabla 27

Regresión de las variables

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta			
	1 (Constante)	49,594	3,735			
Plancapa	0,163	0,054	0,290		3,011	0,003

a. Variable dependiente: AtenCliente

Dentro de la tabla 25 podemos observar que el nivel de significancia que se ha obtenido es de 0.003, valor menor a 0,05, a lo que podemos indicar que si existe dependencia, por lo tanto se rechaza la Ho y se acepta la H1.

Tabla 28

Correlación entre el plan de capacitación y atención al cliente

			Plancapa	AtenCliente
Rho de	Plancapa	Coeficiente de correlación	1,000	0,236*
Spearman		Sig. (bilateral)	.	0,018

	N	101	101
AtenCliente	Coefficiente de correlación	0,236*	1,000
	Sig. (bilateral)	0,018	.
	N	101	101

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

De acuerdo a Sierra (1999), se ha encontrado que la correlación entre la variable plan de capacitación con la variable atención al cliente, es una correlación muy fuerte, porque se encuentra entre los límites de $\geq 0,07$.

Así mismo, es una correlación significativa donde podemos indicar que el plan de capacitación si influyen en la atención al cliente, puesto que ha salido $< 0,05$, rechazando la H_0 y no rechazando la H_1 .

V.3.2. Prueba de hipótesis específica

- **Primera hipótesis específica**

H_0 : La reacción a la capacitación no influye de manera significativa en la atención del cliente para el Área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.

H_1 : La reacción a la capacitación si influye de manera significativa en la atención del cliente para el Área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.

Tabla 29

Correlación de la dimensión Reacción y variable atención al cliente

			Reacción	AtenCliente
Rho de	Reacción	Coefficiente de correlación	1,000	0,341**
	Spearman	Sig. (bilateral)	.	0,000

	N	101	101
AtenCliente	Coefficiente de correlación	0,341**	1,000
	Sig. (bilateral)	0,000	.
	N	101	101

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

De acuerdo a Sierra (1999), se ha encontrado que la correlación entre la dimensión reacción con la variable atención al cliente, es una correlación moderada, porque se encuentra entre los límites de $\geq 0,30$; $< 0,50$.

Así mismo, es una correlación significativa donde podemos indicar que la reacción a la capacitación si influyen en la atención al cliente, puesto que ha salido $< 0,05$, rechazando la H_0 y no rechazando la H_1 .

- **Segunda hipótesis específica**

H_0 : El aprendizaje no influye de manera significativa en la atención del cliente para el Área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.

H_1 : El aprendizaje si influye de manera significativa en la atención del cliente para el Área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.

Tabla 30

Correlación de la dimensión aprendizaje y la variable atención al cliente

		Aprendizaje	AtenCliente	
Rho de	Aprendizaje	Coefficiente de correlación	1,000	0,360**
Spearman		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	101	101
	AtenCliente	Coefficiente de correlación	0,360**	1,000

Sig. (bilateral)	0,000	.
N	101	101

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

De acuerdo a Sierra (1999), se ha encontrado que la correlación entre la dimensión aprendizaje con la variable atención al cliente, es una correlación moderada, porque se encuentra entre los límites de $\geq 0,30$; $< 0,50$.

Así mismo, es una correlación significativa donde podemos indicar que lo aprendido en la capacitación si influyen en la atención al cliente, puesto que ha salido $< 0,05$, rechazando la H_0 y no rechazando la H_1 .

- **Tercera hipótesis específica**

H_0 : El comportamiento no influye de manera significativa en la atención del cliente para el Área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.

H_1 : El comportamiento si influye de manera significativa en la atención del cliente para el Área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.

Tabla 31

Correlación de la dimensión comportamiento y la variable atención al cliente

		Comportamiento	AtenCliente	
Rho de	Comportamiento	Coefficiente de correlación	1,000	0,021
Spearman		Sig. (bilateral)	.	0,833
		N	101	101
	AtenCliente	Coefficiente de correlación	0,021	1,000
		Sig. (bilateral)	0,833	.
		N	101	101

De acuerdo a Sierra (1999), se ha encontrado que la correlación entre la dimensión comportamiento con la variable atención al cliente, es una correlación baja, porque se encuentra entre los límites de $\geq 0,10$; $< 0,30$.

Así mismo, es una correlación no significativa donde podemos indicar que el comportamiento en la capacitación no influyen en la atención al cliente, puesto que ha salido $> a 0,05$, no rechazando la H_0 y rechazando la H_1 .

- **Cuarta hipótesis específica**

H_0 : El resultado no influye de manera significativa en la atención del cliente para el Área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.

H_1 : El resultado sí influye de manera significativa en la atención del cliente para el Área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.

Tabla 32

Correlación entre la dimensión resultado y atención al cliente

			Resultado	AtenCliente
Rho de	Resultado	Coefficiente de correlación	1,000	0,082
Spearman		Sig. (bilateral)	.	0,415
		N	101	101
	AtenCliente	Coefficiente de correlación	0,082	1,000
		Sig. (bilateral)	0,415	.
		N	101	101

De acuerdo a Sierra (1999), se ha encontrado que la correlación entre la dimensión resultado con la variable atención al cliente, es una correlación despreciable, porque se encuentra entre los límites de $\geq 0,00, < 0,10$.

Así mismo, es una correlación no significativa donde podemos indicar que el resultado de la capacitación no influyen en la atención al cliente, puesto que ha salido $> a 0,05$, no rechazando la H_0 y rechazando la H_1 .

V.3.3. Prueba t

Se utilizó la herramienta estadística prueba t, para comparar la media de los datos de atención al cliente antes de la capacitación y después de la capacitación, con la finalidad de determinar si es efectiva realizar el plan de capacitaciones en el tema de atención al cliente.

Tabla 33

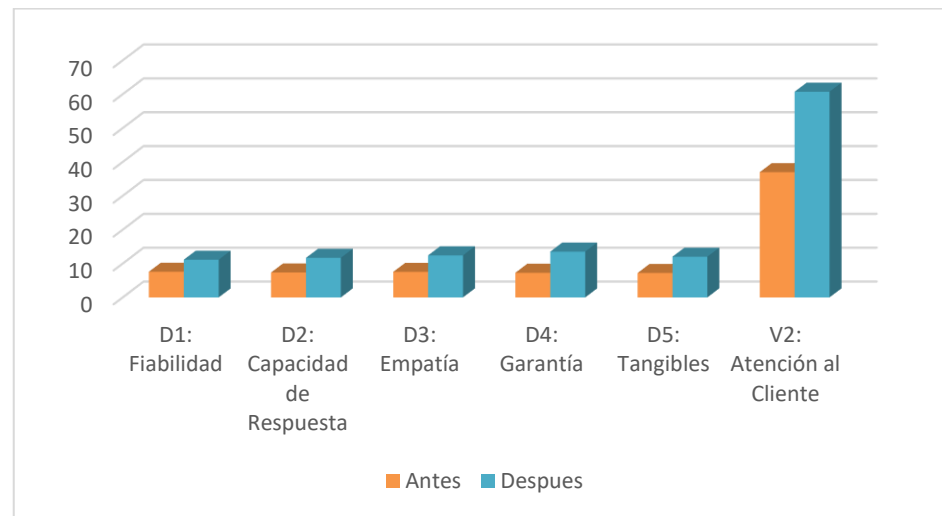
Prueba t: muestra de atención al cliente antes y después de la capacitación.

		Media	N	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
Par 1	FiabilidadAntes	7,57	101	0,920	0,092
	FiabilidadDesp	11,12	101	2,264	0,225
Par 2	CapaRespAntes	7,36	101	1,119	0,111
	CapaRespDesp	11,68	101	1,749	0,174
Par 3	EmpatiaAntes	7,53	101	1,229	0,122
	EmpatiaDesp	12,41	101	1,790	0,178
Par 4	GarantiaAntes	7,27	101	1,057	0,105
	GarantiadDesp	13,51	101	1,026	0,102
Par 5	TangiblesAntes	7,21	101	1,227	0,122
	TangiblesDesp	12,01	101	1,237	0,123
Par 6	AtenClienAntes	36,98	101	3,490	0,347
	AtemClienDesp	60,73	101	5,128	0,510

De acuerdo con los resultados mostrados, podemos ver que la media de la variable 2 y sus dimensiones varían significativamente, por lo cual se puede deducir que, la variable 1 influye en la variable dos; es decir que si es efectiva el plan de capacitación en atención al cliente.

Figura 20

Prueba T: Muestra de atención al cliente antes y después de la capacitación.



VI. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

VI.1. Discusión

En la investigación se tuvo como objetivo principal determinar la efectividad de un plan de capacitación en atención al cliente para el Área de Operaciones de una empresa de seguridad y vigilancia de la ciudad de Cajamarca en el año 2023. Para la variable “Plan de capacitación”, se obtuvo que a ningún colaborador les pareció malo, al 53,5% de los colaboradores les pareció regular y al 46,5% colaboradores les pareció bueno, por lo que se obtuvo un nivel de significancia de 0,000, es decir que no se rechaza la influencia de la capacitación en la variable dependiente. Para comprobar si la capacitación fue efectiva, se realizó un diseño experimental de corte longitudinal comparando las respuestas de las encuestas de calidad de servicio a los clientes de las diversas unidades, obteniendo dos grupos de datos con respecto a la variable atención al cliente, el primer grupo de datos fueron antes de aplicar la capacitación, a lo que podemos indicar que 25 clientes indicaron que el nivel de servicio es malo y 76 colaboradores indicaron que el servicio era regular; con respecto al segundo grupo de datos realizadas al mismo grupo de clientes, se lo realizó 15 días después de haber realizado la capacitación, teniendo como resultado que el 14,9% el servicio otorgado es regular y el 85,1% el servicio es bueno.

Con respecto a la variable “Atención al cliente”, Curitima (2021) manifiesta que se tiene que contar con instrumentos de capacitación en atención al cliente con la finalidad de mejorar la calidad del servicio otorgado. En los resultados se aprecia que un plan de capacitación mejoraría relativamente esta variable. El 40,9% dice que en la empresa casi siempre buscan métodos que permiten alcanzar objetivos., A partir de los datos obtenidos en la investigación, se deduce que las empresas deben buscar métodos

adecuados para lograr sus objetivos, pues el 76,2% de los clientes manifestó que nuestro servicio ha mejorado.

Si comparamos a la variable “Efectividad del plan de capacitación”, Nañez (2019) demostró que la aplicación constante de capacitaciones logra optimizar y mejorar el proceso en el Área de Servicio al Cliente, generando la fidelización de sus clientes. Al realizar una encuesta pre-test, encontró que el 93% respondió que la capacitaciones se daban en pocas ocasiones y que no contaban con relación al servicio esperado; además, un 87% conocía muy pocas veces los procedimientos en relación a la atención y un 97% no conocía a plenitud los reglamentos para atender un reclamo. Esto es lo que sucede actualmente en muchas empresas, lo que se reflejaría en los reclamos que nos realizaban los clientes con respecto al trato, comunicación asertiva y la forma de interactuar con los clientes de cada unidad.

Según Teresa Lugo et al (2023), se hizo ver a los gerentes de la importancia de capacitar a su personal, con una frecuencia mensual y de medir la efectividad de estas capacitaciones. Para ello, existen distintos métodos para medir la efectividad de la fuerza de ventas después de haber aplicado una capacitación. El 64% de la empresa coincidieron en que la mejor manera de medir la efectividad de los vendedores es en base a los resultados: el 18% toma como medida el aprendizaje, el 9% utiliza el comportamiento para medir la efectividad de su desempeño y otro 9 % en base a la reacción. Comparándola con la investigación realizada, podemos deducir que depende del colaborador y el interés que tome. De acuerdo a los datos recogidos, evaluamos la efectividad del plan de capacitación de acuerdo a los resultados obtenidos, es decir, cómo el personal puso en práctica lo aprendido en la capacitación y el impacto que tuvo en los clientes.

Con respecto a la Hipótesis 1, la reacción a la capacitación influye de manera significativa en la atención del cliente para el Área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023, se obtuvo que el 55,4% de los colaboradores se sitúa en un nivel regular y un 44,6% lo calificó con nivel bueno. Teresa Lugo et al (2023), manifiesta que se emplean diversas estrategias de capacitación de acuerdo al contexto y depende del colaborador reaccionar a éstas.

Con respecto a la Hipótesis 2, el aprendizaje influye de manera significativa en la atención del cliente para el Área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023. Se obtuvo que el nivel de aprendizaje de un 51,5% de colaboradores fue regular y el 48,5% colaboradores del nivel de aprendizaje fue bueno. De donde se coincide con Nañez (2019) en que el aprendizaje debe ser constante.

De acuerdo a la Hipótesis 3, el comportamiento influye de manera significativa en la atención del cliente para el Área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023. Se obtuvo los siguientes resultados: el 1% de los colaboradores calificó en nivel bajo, 45% de los colaboradores calificó en nivel regular y 59,5% de los colaboradores calificó en nivel bueno, no se concuerda con Teresa Lugo et al (2023), puesto que para monitorear si lo aprendido se está poniendo en práctica, se debe considerar el comportamiento que los colaboradores muestran durante la capacitación y después de ésta.

De acuerdo con la Hipótesis 4, los resultados influyen de manera significativa en la atención del cliente para el Área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023, Teresa Lugo et al (2023), manifiesta que se debe de monitorear el resultado que da cada colaborador, lo que se puede ver reflejado en los resultados obtenidos en la investigación; es decir, el

10,9% de colaboradores estuvieron en el nivel bajo, el 30,7% de los colaboradores estuvieron en el nivel regular y el 59,5% de los colaboradores estuvieron en el nivel bueno. De lo anterior, se deduce que los resultados obtenidos son una forma más adecuada para evaluar el desempeño de los colaboradores y ver si están poniendo en práctica lo aprendido.

VI.2. Conclusiones

- A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el nivel de satisfacción de los clientes se incrementó en un 23,75% luego de la capacitación en “Atención al cliente”, dirigida al personal operativo de una empresa de seguridad y vigilancia de la ciudad de Cajamarca en el año 2023.
- Se verificó que el nivel de significancia que se obtiene es de 0,000, determinándose que existe una dependencia entre la variable “capacitación” y “satisfacción al cliente” y que la media de la atención al cliente después de la capacitación aumentó en 23,75.
- En relación al primer objetivo específico, existe una correlación significativa entre la reacción a la capacitación y la atención al cliente, con un nivel de significancia de 0,000; por lo que se puede determinar claramente que la reacción a la capacitación sí influye de manera significativa en la atención del cliente para el Área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.
- En relación al segundo objetivo específico, se encontró una correlación significativa entre el aprendizaje y la atención al cliente, con un nivel de significancia de 0,000; por lo que se puede determinar claramente que el aprendizaje sí influye de manera significativa en la atención del cliente para el Área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.
- En relación al tercer objetivo específico, se obtuvo no hay una correlación significativa entre el comportamiento y la atención al cliente, con un nivel de significancia de 0,833; por

lo que se puede determinar que el comportamiento no influye de manera significativa en la atención del cliente para el Área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.

- En relación al cuarto objetivo específico, se obtuvo que no hay una correlación significativa entre los resultados y la atención al cliente, con un nivel de significancia de 0,415; por lo que se puede determinar que los resultados no influyen de manera significativa en la atención del cliente para el Área de Operaciones de una empresa de vigilancia y seguridad privada del departamento de Cajamarca en el año 2023.

VI.3. Recomendaciones

Al Gerente General, promover y facilitar las condiciones para que se capacite permanentemente a todos los trabajadores, no sólo en temas relacionados a la atención al cliente, sino en la cultura organizacional para generar un compromiso con la empresa, así como también en el desarrollo de inteligencia emocional como autoconcepto, autorregulación, empatía y habilidades sociales. Corresponde al Gerente General personificar los valores expresados en los comportamientos específicos que se espera de todo colaborador de la empresa.

Al Gerente de Operaciones, coordinar con la Gerencia de Recursos Humanos una Escuela de Formación de Agentes de Seguridad, participando activamente en el diseño de la malla curricular. Asimismo, brindar las condiciones necesarias para que los agentes reciban capacitación en forma permanente. Además, controlar que todo el personal a su cargo replique lo aprendido en sus puestos de trabajo, realizando un monitoreo quincenal con visitas inopinadas a cada cliente. Todo ello con la finalidad de que lo enseñado no quede sólo en palabras, sino que se ejecute.

A los Supervisores Operativos, realizar diariamente una charla de 5 minutos a los agentes de seguridad, con la finalidad de que los agentes apliquen lo aprendido ante nuestros clientes y usuarios de cada unidad.

Al Gerente de Recursos Humanos, monitorear el proceso de aprendizaje tanto de los agentes de seguridad como del personal de las áreas de soporte en los cuatro niveles del modelo de Kirkpatrick: reacción, conocimiento, aplicación y resultados. De otro lado, identificar a los agentes que podrían desarrollar una línea de carrera dentro de la empresa y prepararlos para asumir nuevas responsabilidades. Dado el impacto positivo de las capacitaciones en el nivel de satisfacción de los clientes, se recomienda realizarlas cada tres meses buscando mejorar el contenido y la metodología constantemente y adaptándolas al nivel de instrucción de los participantes y utilizando ejemplos reales a partir de casuística. Asimismo, se sugiere utilizar otros medios como vídeos, podcasts, charlas, clínicas de buenas prácticas, etc., con el fin de reforzar lo aprendido, lo que se verá reflejado en los resultados de las encuestas de satisfacción de los clientes. A mediano plazo, se sugiere medir el impacto de dichas capacitaciones en el retorno de inversión (disminución de la rotación de personal, satisfacción de los clientes, incremento del número de clientes por referencias, entre otros).

Se recomienda involucrar a las áreas que brindan soporte al área operativa para que comprendan el trabajo de los agentes y cómo el servicio interno que les brindan es parte de una cadena de valor que impacta en el nivel de satisfacción del cliente, así como para reforzar una cultura de trabajo colaborativo.

Referencias

- Alarcón Mendoza, V., Sarmiento Campo, W., Mejía Quiones, J., Castao Álvarez, Á., & Troncoso Palacio, A. (2020). *Análisis de causas de ineficiencia en servicio al cliente*. Obtenido de <https://revistascientificas.cuc.edu.co/bilo/article/view/3048>
- Alles, M. (2019). *Diccionario de Competencias: La Trilogía. Tomo 1(Nueva Edición)*. Buenos Aires. Argentina: Edision Granica.
- Alles, M. (2019). *Formación, Capacitación, Desarrollo. Volumen 1*. Buenos Aires. Argentina: Ediciones Granica.
- Banda Sandoval, W. (2021). *Revista de Investigación Académica Sin Fronteras*. Obtenido de <https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RDIASF/article/view/382>
- Batala, L. J. (2022). *The University of Zambia*. Obtenido de <http://dspace.unza.zm/handle/123456789/7608>
- Cacho, D. (2020). *Camaleon*. Obtenido de <https://www.calameo.com/read/0061380408b1a12222db3>
- Castillo Ramirez, I. B. (2018). *Repositorio ULADECH*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/24534>
- Castillo Ramirez, I. B. (2021). *Repositorio Institucional ULADECH*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/24534>
- Chiavenato, I. (2008). *Administración de Recursos Humanos: El capital Humano de las Organizaciones (8va ed.)*. México: Mc-Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Administración de recursos humanos - El Capital Humano de las organizaciones*. Mexico: McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A de C.V.
- Curitima Tinoco, C. A. (2021). *Repositorio Institucional ULADECH*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/24566>
- Escuela Didáctica. (2020). *Escuela Didáctica*. Obtenido de <https://www.escueladidactica.com/ques-el-modelo-kirkpatrick/>
- Garcia Seminario, R. A. (2019). *Universidad Señor de Sipán*. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/5548>
- Gstir Baumann, A. W. (2020). *Universidad San Ignacio de Loyola*. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/fd1e21ed-7d05-41fc-9d7d-f72dc54f457c/content>
- Hidalgo Cedeño, M., Romero Zambrano, M. A., & Pazmiño Chica, V. E. (2020). *Portal Amelica*. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/journal/362/3621539011/html/>


- Honores, N., Vargas, C., Espinoza, C., & Tapia, N. (2020). *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7897679>
- Kirkpatrick, D. L., & Craig, R. L. (1970). *Evaluation of training. Evaluation of short-term training in*. Obtenido de <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED057208.pdf#page>
- Lauz, J. (2018). *Global Research Marketing*. Obtenido de <https://infomarketing.pe/marketing/noticias/un-67-de-clientes-se-aleja-de-un-servicio-por-mala-atencion/>
- Linares Garcia, M. P., & Saavedra Heredia, R. P. (2019). *Universidad Señor de Sipan*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12802/5482>
- Lugo Hernández, L. T., Urías Rivas, M. O., Barraza Rubio, G., & Lopez Lopez, M. L. (2023). *Academia Journals*. Obtenido de <https://static1.squarespace.com/static/55564587e4b0d1d3fb1eda6b/t/6464efe7eb01180276b1e598/1684336616034/MORR229LugoHern%C3%A1ndez+++ATS2023+++1-8.pdf>
- Ñañez Pintado, C. L. (2019). *Universidad Cesar Vallejos*. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41074/%C3%91a%C3%B1ez_PCL.pdf?sequence=1
- Pazmiño Caisa, M. á. (2022). *Universidad Técnica de Babahoyo*. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/12601>
- Sanchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de. En P. L. Browning, *Visión gerencial* (págs. 328-343). Obtenido de <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED057208.pdf#page>
- Satpute, M. (2015). *NewsWire*. Obtenido de <https://www.newswire.com/news/report-on-workplace-learning-released-by-24x7-learning-inc>
- Silceo Aguilar, A. (2008). *Capacitación y Desarrollo Personal. (4ta Ed.)*. México: Editorial Limusa.
- Taylor, F. (2016). *Los Recursos Humanos*. Obtenido de <https://www.losrecursoshumanos.com/teoria-clasica-de-taylor>
- Ugarte Casafranca, W. D., Melgar Campos, T. V., & Tacillo Yauli, E. F. (2020). *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Obtenido de <https://doi.org/10.15381/gtm.v23i45.18940>
- Valdunciel, L. M. (2007). Análisis de la Calidad de Servicio que prestan las Entidades Bancarias y su repercusión en la satisfacción del cliente y la lealtad hacia la Entidad. . *Revista Asturiana de Economía*, 85.
- Vega Molano, L. N. (2022). *repository.unimilitar*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/43758/VegaMolanoLadyNathalia2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Velázquez, A. (2023). *questionpro logo*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/modelo-de-evaluacion->

kirkpatrick/#:~:text=El%20modelo%20de%20evaluaci%C3%B3n%20Kirkpatrick%20fue%20creado%20por%20el%20profesor,existir%20uno%20sin%20el%20otro.

Villacorta Rivera, G. A. (2023). *Repositorio Institucional ULADECH*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/33724>

Apéndice

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA DE POSGRADO					
AUTOR:	Bardales Zegarra Samantha del Carmen Giulliana				
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:	Desarrollo sostenible y Gestión empresarial				
SUB LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:	Gestión MYPE Y PYME. Planeamiento Tributario. Econometría				
TÍTULO*:	Efectividad del plan de capacitación en atención al cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023				
PREGUNTA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES / CATEGORÍA	METODOLOGÍA	
1. Pregunta general:	1. Objetivo general:	1. Hipótesis general:	Variable / Categoría 1:	1. Tipo de investigación:	
¿De qué manera la efectividad del programa de capacitación influye en la atención del cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023?	Determinar como la efectividad del programa de capacitación influye en la atención del cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023	La efectividad del programa de capacitaciones influye de manera significativa en la atención del cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023.	Efectividad del plan de capacitación	Enfoque Cuantitativa - Básica sustantiva	
2. Preguntas específicas (opcional):	2. Objetivos específicos (opcional):	2. Hipótesis específicas (opcional):	Variable / Categoría 2:	2. Nivel de investigación:	
P1: ¿Cómo influye la reacción a la capacitación en la atención del cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023?	O1: Determinar como influye la reacción a la capacitación en la atención del cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023	H1: La reacción a la capacitación influye de manera significativa en la atención del cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023	Atención al cliente	Explicativa	
P2: ¿Cómo influye el aprendizaje en la atención del cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023?	O2: Determinar como influye el aprendizaje en la atención del cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023	H2: El aprendizaje influye de manera significativa en la atención del cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023		3. Diseño de la investigación:	Experimental - longitudinal
P3: ¿Cómo influye el comportamiento en la atención del cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023?	O3: Determinar como influye comportamiento en la atención del cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023.	H3: El comportamiento influye de manera significativa en la atención del cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023		4. Método:	Hipotético deductivo
P4: ¿Cómo influye el resultado en la atención del cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023?	O4: Determinar como influye el resultado en la atención del cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023	H4: El resultado influye de manera significativa en la atención del cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023		5. Población:	101 agentes de seguridad de empresas de vigilancia de la ciudad de Cajamarca.

(* Se recomienda como máximo 12 palabras, pero no se limita a esto.

ANEXO 2: INSTRUMENTOS

VARIABLE 1: EFECTIVIDAD DEL PLAN DE CAPACITACION

ESCALA DE CAPACITACIÓN EN ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LOS AGENTES DE SEGURIDAD DE LA EMPRESA DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD

Estimado(a)s colaboradores, la presente es para pedirle su colaboración con el llenado del siguiente cuestionario, el mismo que tiene por finalidad evaluar el nivel de efectividad que tiene la capacitación otorgada por la empresa de vigilancia y seguridad. La información recogida en el presente cuestionario será tratada de forma anónima y confidencial.

A continuación, se le presenta un conjunto de afirmaciones. Las que debe valorar del 1 al 5 el grado de certeza o desacuerdo con respecto al servicio y trato recibido por dicha empresa.

Por favor elija las opciones que corresponda en cada interrogante planteada. La encuesta dura aproximadamente 10 minutos.

GRUPO DE PREGUNTAS

Recuerde responder este cuestionario a partir de su experiencia como cliente de la empresa de vigilancia y seguridad, considerando la siguiente escala:

- | | | |
|----------|---|------------------|
| 1.- MALO | 2.- NECESITA
MEJORAR
MEJORAR EL FORMATO | 3.- REGULAR |
| | 4.- BUENO | 5.-
EXCELENTE |

Nota. Por favor marque con una (x) de acuerdo a la percepción que tenga:

Edad:

Sexo: F M

REACCIÓN	RESPUESTAS				
	1	2	3	4	5
1.- ¿Qué tan buena estuvo la capacitación?					
2.- ¿Qué tan buenos estuvieron los temas tratados?					

3.- ¿Cómo calificarías al instructor?					
4.- ¿Cómo calificarías el método empleado?					
5.- ¿Qué tan importante crees que sea aplicarlo en tu trabajo?					
APRENDIZAJE					
6.- ¿En cuánto consideras que lo aprendido te servirá significativamente en tu vida diaria?					
7.- ¿Después de lo aprendido, en cuanto consideras que cambiará tu actitud ante los clientes?					
8.- ¿En cuánto consideras que tus habilidades mejoraran después de lo aprendido?					
9.- ¿En cuánto te comprometes en aplicar estos conocimientos en tu centro de labores y en tu vida cotidiana?					
10.- La capacitación contribuye a elevar mi compromiso con mi puesto de trabajo					
COMPORTEAMIENTO					
11.- Considero que la capacitación mejora mi actitud ante los retos de mi puesto de trabajo					
12.- ¿En qué medida estás aplicando lo aprendido?					
13.- ¿Cuánto consideras que tus habilidades han mejorado?					
14.- ¿En cuánto consideras que ha mejorado tú nivel de atención al cliente?					
15.- ¿En cuánto consideras que tu confianza ha mejorado?					
RESULTADOS					
16.- ¿Qué tanto consideras que estar capacitado mejora tu rendimiento laboral?					
17.- ¿En cuánto consideras que la satisfacción del cliente ha mejorado después de la capacitación?					
18.- ¿Qué tanto crees que la capacitación nos ha generado beneficios?					
19.- ¿Qué tanto crees necesario realizar una retroalimentación cada tres meses al agente de seguridad?					

4.- ¿Cómo califica nuestra capacidad de atención y solución de quejas, reclamos y sugerencias?					
5.- ¿Cómo califica la asesoría brindada y la atención prestada a sus inquietudes por parte de nuestro personal del área de operaciones?					
6.- ¿Cómo califica el tiempo de atención que brindan los agentes de seguridad?					
EMPATÍA					
7.- ¿Cómo califica la competencia, las habilidades y la cortesía de nuestros guardias de seguridad?					
8.- ¿Cómo califica la actitud frente al servicio de nuestros guardias de seguridad?					
9.- Ante una incidencia en el puesto de trabajo, ¿cómo califica la comunicación del agente de seguridad?					
GARANTÍA					
10.- ¿Cómo califica la oportunidad y eficacia de nuestro servicio?					
11.- ¿Cómo califica el nivel de conocimiento de los agentes de seguridad en atención al cliente?					
12.- De manera general, ¿cómo califica el servicio otorgado?					
TANGIBLES					
13.- ¿Cómo califica los elementos de seguridad (armas, radios, etc.) y medios tecnológicos brindados por nuestra empresa para apoyar su seguridad?					
14.- ¿Cómo califica la presentación personal de nuestros guardias de seguridad?					
15.- ¿Cómo califica el material con el que cuentan los agentes de seguridad?					

ANEXO 3: VALIDACIÓN DE JURADOS EXPERTOS

VARIABLE 1: EFECTIVIDAD DEL PLAN DE CAPACITACION



UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE ESCUELA DE POSGRADO Y ESTUDIOS CONTINUOS

Efectividad del plan de capacitación en atención al cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: SALCEDO CAMPOS, RONAL
- 1.2 Grado académico: DOCTOR EN CIENCIAS
- 1.3 Áreas de experiencia profesional: DOCENCIA
- 1.4 Cargo e institución donde labora: DOCENTE INVITADO UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
- 1.5 Nombre del instrumento motivo de evaluación: Escala de capacitación en atención al cliente para el área de operaciones de seguridad de la empresa de vigilancia y seguridad S.R.L
- 1.6 Autor del Instrumento: Samantha del Carmen Giulliana Bardales Zegarra

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

ITEMS	PREGUNTA	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	X		
2	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	X		
3	¿Las dimensiones que se han tomado en cuenta son adecuadas para la realización del instrumento?	X		
4	¿El instrumento responde a la operacionalización de las variables?	X		
5	¿La estructura que presenta el instrumento es de forma clara y precisa?	X		
6	¿Los ítems están redactados en forma clara y precisa?	X		
7	¿El número de ítems es el adecuado?	X		
8	¿Los ítems del instrumento son válidos?	X		
9	¿Se debe incrementar el número de ítems?	X		
10	¿Se debe eliminar algunos ítems o modificar? Detalle en el anexo 3	X		

Aportes y/o sugerencias:

EL INSTRUMENTO TIENE COHERENCIA Y SE PUEDE APLICAR.

X_Aplicable

No aplicable



Dr. Ronald Salcedo Campos
CORLAD: 22840

Nombre y Firma
Fecha: 15/07/2023



UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
ESCUELA DE POSGRADO Y ESTUDIOS CONTINUOS

Efectividad del plan de capacitación en atención al cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: Rodríguez Avila Sandra Cecilia
 1.2 Grado académico: Doctor
 1.3 Áreas de experiencia profesional: Sistemas de Información
 1.4 Cargo e institución donde labora: Docente - Universidad Nacional de Cajamarca
 1.5 Nombre del instrumento motivo de evaluación: Escala de Capacitación en Atención al Cliente
 1.6 Autor del Instrumento: Bardalos Zegarra Samantha del Carmen Giulliana

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

ITEMS	PREGUNTA	APRECIACION		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	✓		
2	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	✓		
3	¿Las dimensiones que se han tomado en cuenta son adecuadas para la realización del instrumento?	✓		
4	¿El instrumento responde a la operacionalización de las variables?	✓		
5	¿La estructura que presenta el instrumento es de forma clara y precisa?	✓		
6	¿Los ítems están redactados en forma clara y precisa?	✓		
7	¿El número de ítems es el adecuado?	✓		
8	¿Los ítems del instrumento son válidos?	✓		
9	¿Se debe incrementar el número de ítems?	✓		
10	¿Se debe eliminar algunos ítems o modificar? Detalle en el anexo 3	✓		

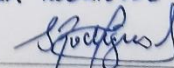
Aportes y/o sugerencias:

.....

Aplicable

No aplicable

SANDRA RODRIGUEZ AVILA



Nombre y Firma

Fecha: 16.07.2023



UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
ESCUELA DE POSGRADO Y ESTUDIOS CONTINUOS

Efectividad del plan de capacitación en atención al cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: Valencio Castillo, Edwin
 1.2 Grado académico: Doctor
 1.3 Áreas de experiencia profesional: Ingeniería de sistemas
 1.4 Cargo e institución donde labora: Director de escuela / Univ. Priv. Cajamarca
 1.5 Nombre del instrumento motivo de evaluación: Escala de Capacitación en Atención al Cliente
 1.6 Autor del Instrumento: Samantha del Carmen Guillana Bardales Zegarra

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

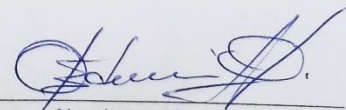
ITEMS	PREGUNTA	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	✓		
2	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	✓		
3	¿Las dimensiones que se han tomado en cuenta son adecuadas para la realización del instrumento?	✓		
4	¿El instrumento responde a la operacionalización de las variables?	✓		
5	¿La estructura que presenta el instrumento es de forma clara y precisa?	✓		
6	¿Los ítems están redactados en forma clara y precisa?	✓		
7	¿El número de ítems es el adecuado?	✓		
8	¿Los ítems del instrumento son válidos?	✓		
9	¿Se debe incrementar el número de ítems?	✓		
10	¿Se debe eliminar algunos ítems o modificar? Detalle en el anexo 3	✓		

Aportes y/o sugerencias:

.....

Aplicable

No aplicable



Nombre y Firma

Fecha: 15.07.2023

VARIABLE 2: ATENCIÓN AL CLIENTE



**UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
ESCUELA DE POSGRADO Y ESTUDIOS CONTINUOS**

Efectividad del plan de capacitación en atención al cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: SALCEDO CAMPOS, RONAL
- 1.2 Grado académico: DOCTOR EN CIENCIAS
- 1.3 Áreas de experiencia profesional: DOCENCIA
- 1.4 Cargo e institución donde labora: DOCENTE INVITADO UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
- 1.5 Nombre del instrumento motivo de evaluación: Escala de Calidad del Servicio de la empresa de Vigilancia y Seguridad S.R.L.
- 1.6 Autor del Instrumento: Samantha del Carmen Giulliana Bardales Zegarra

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

ITEMS	PREGUNTA	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	X		
2	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	X		
3	¿Las dimensiones que se han tomado en cuenta son adecuadas para la realización del instrumento?	X		
4	¿El instrumento responde a la operacionalización de las variables?	X		
5	¿La estructura que presenta el instrumento es de forma clara y precisa?	X		
6	¿Los ítems están redactados en forma clara y precisa?	X		
7	¿El número de ítems es el adecuado?	X		
8	¿Los ítems del instrumento son válidos?	X		
9	¿Se debe incrementar el número de ítems?	X		
10	¿Se debe eliminar algunos ítems o modificar? Detalle en el anexo 3	X		

Aportes y/o sugerencias:

EL INSTRUMENTO ES COHERENTE Y APLICABLE.

Aplicable No aplicable



Dr. Ronal Salcedo Campos
CORLAD: 21800

Nombre y Firma
Fecha: 15/07/2023



UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
ESCUELA DE POSGRADO Y ESTUDIOS CONTINUOS

Efectividad del plan de capacitación en atención al cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: Valencia Cosillo, Edevin
 1.2 Grado académico: Doctor
 1.3 Áreas de experiencia profesional: Impartición de sistemas
 1.4 Cargo e institución donde labora: Director de escuela / Univ. Priv. Cajamarca
 1.5 Nombre del instrumento motivo de evaluación: Escala de Calidad del Servicio
 1.6 Autor del Instrumento: Samantha del Carmen Guilliana Bardales Zegarra

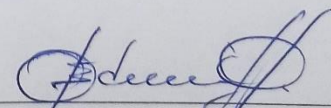
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

ITEMS	PREGUNTA	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	✓		
2	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	✓		
3	¿Las dimensiones que se han tomado en cuenta son adecuadas para la realización del instrumento?	✓		
4	¿El instrumento responde a la operacionalización de las variables?	✓		
5	¿La estructura que presenta el instrumento es de forma clara y precisa?	✓		
6	¿Los ítems están redactados en forma clara y precisa?	✓		
7	¿El número de ítems es el adecuado?	✓		
8	¿Los ítems del instrumento son válidos?	✓		
9	¿Se debe incrementar el número de ítems?	✓		
10	¿Se debe eliminar algunos ítems o modificar? Detalle en el anexo 3	✓		

Aportes y/o sugerencias:

.....

Aplicable No aplicable



Nombre y Firma
 Fecha: 15/07/2023



UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
ESCUELA DE POSGRADO Y ESTUDIOS CONTINUOS

Efectividad del plan de capacitación en atención al cliente para el área de operaciones de las empresas de vigilancia y seguridad privada de la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: Rodríguez Avila, Sandra Cecilia
 1.2 Grado académico: Doctor
 1.3 Areas de experiencia profesional: Sistemas de Información
 1.4 Cargo e institución donde labora: Docente- Universidad Nacional de Cajamarca
 1.5 Nombre del instrumento motivo de evaluación: Escala de calidad del Servicio
 1.6 Autor del Instrumento: Bardales Zegarra Samantha del Carmen Guillana

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

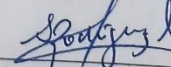
ITEMS	PREGUNTA	APRECIACION		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	✓		
2	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	✓		
3	¿Las dimensiones que se han tomado en cuenta son adecuadas para la realización del instrumento?	✓		
4	¿El instrumento responde a la operacionalización de las variables?	✓		
5	¿La estructura que presenta el instrumento es de forma clara y precisa?	✓		
6	¿Los ítems están redactados en forma clara y precisa?	✓		
7	¿El número de ítems es el adecuado?	✓		
8	¿Los ítems del instrumento son válidos?	✓		
9	¿Se debe incrementar el número de ítems?	✓		
10	¿Se debe eliminar algunos ítems o modificar? Detalle en el anexo 3	✓		

Aportes y/o sugerencias:

.....

Aplicable No aplicable

SANDRA RODRÍGUEZ AVILA



Nombre y Firma

Fecha: 16.07.2023

ANEXO 4: DATOS OBTENIDOS ANTES DE LA CAPACITACIÓN

CLIENTE	Fiabilidad				Capacidad de respuesta				Empatía				Garantía				Tangibles				Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Empatía	Garantía	Tangibles	Atención al Cliente
	1	2	3	Total	4	5	6	Total	7	8	9	Total	10	11	12	Total	13	14	15	Total						
C1	3	3	3	9	3	3	3	9	2	3	3	8	3	2	3	8	2	3	3	8	9	9	8	8	8	42
C2	3	3	3	9	3	3	3	9	2	3	3	8	3	2	3	8	2	3	3	8	9	9	8	8	8	42
C3	3	3	3	9	2	3	2	7	2	2	3	7	3	3	3	9	2	2	3	7	9	7	7	9	7	39
C2	2	3	3	8	3	3	3	9	2	1	1	4	3	2	3	8	2	1	1	4	8	9	4	8	4	33
C3	2	2	2	6	2	3	3	8	2	3	3	8	2	3	3	8	2	3	3	8	6	8	8	8	8	38
C6	2	3	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	9	8	9	9	8	9	43
C7	2	2	2	6	3	2	2	7	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	9	6	7	9	8	9	39
C8	2	2	3	7	2	1	2	5	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	9	7	5	9	8	9	38
C9	2	2	3	7	2	2	2	6	2	3	2	7	3	3	3	9	2	3	2	7	7	6	7	9	7	36
C10	2	2	3	7	2	2	2	6	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	9	7	6	9	8	9	39
C11	2	2	3	7	2	2	2	6	2	3	3	8	2	3	3	8	2	3	3	8	7	6	8	8	8	37
C12	2	2	3	7	2	3	3	8	3	3	3	9	2	2	3	7	3	3	3	9	7	8	9	7	9	40
C13	2	2	3	7	2	3	3	8	3	2	2	7	2	1	1	4	3	2	2	7	7	8	7	4	7	33
C12	2	2	3	7	2	3	3	8	2	1	2	5	2	3	3	8	2	1	2	5	7	8	5	8	5	33
C13	2	2	3	7	2	3	3	8	2	2	2	6	3	3	3	9	2	2	2	6	7	8	6	9	6	36
C16	2	2	3	7	2	3	3	8	2	2	2	6	3	3	3	9	3	2	3	8	7	8	6	9	8	38
C17	2	2	3	7	2	3	3	8	2	2	2	6	3	3	3	9	3	2	3	8	7	8	6	9	8	38
C18	2	2	3	7	2	3	3	8	2	3	3	8	2	3	2	7	3	3	3	9	7	8	8	7	9	39
C19	2	2	3	7	2	3	3	8	2	3	3	8	3	3	3	9	3	2	3	8	7	8	8	9	8	40
C20	3	3	3	9	2	3	3	8	2	3	3	8	2	3	3	8	2	3	3	8	9	8	8	8	8	41
C21	3	2	3	8	2	3	3	8	2	3	3	8	3	3	3	9	2	3	3	8	8	8	8	9	8	41
C22	3	2	3	8	2	3	3	8	3	2	3	8	3	2	2	7	2	3	3	8	8	8	8	7	8	39
C23	3	3	3	9	2	3	3	8	3	2	3	8	2	1	2	5	2	3	3	8	9	8	8	5	8	38
C22	3	2	3	8	2	3	3	8	3	3	3	9	2	2	2	6	3	3	3	9	8	8	9	6	9	40
C23	2	3	3	8	2	3	3	8	3	2	3	8	3	2	3	8	3	2	3	8	8	8	8	8	8	40
C26	2	3	3	8	2	3	3	8	2	3	3	8	2	3	3	8	2	3	3	8	8	8	8	8	8	40
C27	2	3	3	8	2	2	3	7	2	3	3	8	2	3	3	8	2	3	3	8	8	7	8	8	8	39
C28	2	3	3	8	2	1	1	4	2	3	3	8	2	3	3	8	2	3	3	8	8	4	8	8	8	36
C29	3	3	3	9	2	3	3	8	2	3	3	8	2	3	3	8	2	3	3	8	9	8	8	8	8	41
C30	2	3	1	6	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	6	9	9	9	9	42
C31	2	3	3	8	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	3	7	8	6	6	6	7	33
C32	2	3	3	8	2	3	3	8	3	2	3	8	2	3	2	7	3	2	3	8	8	8	8	7	8	39
C33	2	3	3	8	2	3	3	8	3	2	2	7	2	2	3	7	3	3	3	9	8	8	7	7	9	39

C32	2	3	3	8	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	8	6	6	6	6	32
C33	3	3	3	9	2	3	3	8	3	2	2	7	2	2	3	7	3	3	3	9	9	8	7	7	9	40
C36	2	3	1	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	3	7	6	6	6	6	7	31
C37	2	2	3	7	2	2	3	7	2	3	2	7	3	2	3	8	3	2	3	8	7	7	7	8	8	37
C38	2	2	3	7	2	2	2	6	3	2	3	8	2	3	2	7	3	2	3	8	7	6	8	7	8	36
C39	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	2	2	3	7	3	2	2	7	9	9	9	7	7	41
C20	3	2	3	8	2	2	3	7	3	2	3	8	2	3	2	7	2	2	2	6	8	7	8	7	6	36
C21	3	2	3	8	2	2	3	7	2	3	2	7	3	2	3	8	3	2	3	8	8	7	7	8	8	38
C22	3	3	3	9	2	3	2	7	3	2	3	8	3	3	2	8	3	2	2	7	9	7	8	8	7	39
C23	3	2	3	8	2	3	3	8	3	2	3	8	2	3	2	7	3	2	3	8	8	8	8	7	8	39
C22	3	3	3	9	2	3	3	8	2	2	3	7	3	3	2	8	3	3	3	9	9	8	7	8	9	41
C23	3	3	3	9	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	9	6	6	6	6	33
C26	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	9	9	9	9	9	45
C27	2	3	3	8	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	8	6	6	6	6	32
C28	2	2	2	6	2	3	2	7	3	2	3	8	2	3	3	8	2	3	2	7	6	7	8	8	7	36
C29	2	3	3	8	2	2	3	7	3	3	3	9	3	2	2	7	2	2	3	7	8	7	9	7	7	38
C30	2	2	2	6	3	3	2	8	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	6	8	6	6	6	32
C31	2	2	3	7	2	2	3	7	2	3	2	7	3	2	3	8	3	2	3	8	7	7	7	8	8	37
C32	2	2	3	7	2	2	2	6	3	2	3	8	2	3	2	7	3	2	3	8	7	6	8	7	8	36
C33	2	2	3	7	2	2	2	6	2	3	3	8	3	3	3	9	3	2	2	7	7	6	8	9	7	37
C32	2	2	3	7	3	2	3	8	2	3	2	7	3	2	3	8	3	3	2	8	7	8	7	8	8	38
C33	2	2	3	7	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	7	6	6	6	6	31
C36	2	2	3	7	3	3	3	9	2	2	2	6	3	3	3	9	3	3	2	8	7	9	6	9	8	39
C37	2	2	3	7	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	7	6	6	6	6	31
C38	2	2	3	7	3	3	3	9	3	2	2	7	2	2	3	7	3	3	3	9	7	9	7	7	9	39
C39	2	2	3	7	3	2	2	7	2	2	3	7	2	3	2	7	3	3	2	8	7	7	7	7	8	36
C60	2	2	3	7	2	3	3	8	3	2	3	8	2	3	2	7	3	2	3	8	7	8	8	7	8	38
C61	2	2	3	7	2	3	3	8	2	2	3	7	3	3	2	8	3	3	3	9	7	8	7	8	9	39
C62	2	2	3	7	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	7	6	6	6	6	31
C63	2	2	3	7	2	2	3	7	2	3	2	7	3	2	3	8	3	2	3	8	7	7	7	8	8	37
C62	2	2	3	7	2	2	2	6	3	2	3	8	2	3	2	7	3	2	3	8	7	6	8	7	8	36
C63	2	2	3	7	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	2	7	2	2	3	7	7	9	9	7	7	39
C66	2	2	3	7	2	2	3	7	2	3	2	7	3	2	3	8	2	3	3	8	7	7	7	8	8	37
C67	2	2	3	7	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	2	7	2	2	2	6	7	9	9	7	6	38
C68	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	9	9	9	9	9	45
C69	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	2	7	2	2	2	6	9	9	9	7	6	40
C70	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	2	7	2	2	2	6	9	9	9	7	6	40

C71	2	3	3	8	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	8	6	6	6	6	32
C72	2	2	2	6	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	6	9	9	9	9	42
C73	2	3	3	8	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	8	6	6	6	6	32
C72	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	3	3	8	3	3	3	9	6	6	6	8	9	35
C73	3	3	3	9	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	9	6	6	6	6	33
C76	3	3	3	9	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	9	6	6	6	6	33
C77	3	3	3	9	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	9	6	6	6	6	33
C78	2	3	3	8	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	8	6	6	6	6	32
C79	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	6	6	6	6	6	30
C80	2	3	3	8	2	3	2	7	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	8	7	6	6	6	33
C81	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	6	6	6	6	6	30
C82	2	2	3	7	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	7	6	6	6	6	31
C83	2	2	3	7	2	3	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	7	8	9	9	9	42
C82	2	2	3	7	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	7	6	6	6	6	31
C83	2	2	3	7	2	3	3	8	3	3	3	9	3	2	2	7	2	2	2	6	7	8	9	7	6	37
C86	2	2	3	7	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	7	6	6	6	6	31
C87	2	2	3	7	2	2	2	7	2	2	2	7	2	2	2	6	2	2	2	6	7	7	7	6	6	33
C88	2	2	3	7	2	2	3	7	3	3	3	8	3	2	2	7	2	2	2	6	7	7	8	7	6	35
C89	2	2	3	7	2	2	3	7	3	3	3	8	3	2	2	7	2	2	2	6	7	7	8	7	6	35
C90	2	2	3	7	2	3	3	7	3	3	3	8	3	2	2	7	2	2	2	6	7	7	8	7	6	36
C91	2	2	3	7	2	3	3	7	3	3	3	8	3	2	2	7	2	2	2	6	7	7	8	7	6	36
C92	2	2	3	7	2	3	3	8	3	3	3	9	3	2	2	7	2	2	2	6	7	8	9	7	6	36
C93	2	2	3	7	2	3	3	8	3	3	3	9	3	2	2	7	2	2	2	6	7	8	9	7	6	36
C92	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	9	3	2	2	7	2	2	2	6	9	8	9	7	6	39
C93	3	2	3	8	2	3	3	8	3	3	3	9	3	2	2	7	2	2	2	6	8	8	9	7	6	38
C96	3	2	3	8	2	3	3	8	3	3	3	9	3	2	2	7	2	2	2	6	8	8	9	7	6	38
C97	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	9	3	2	2	7	2	2	2	6	9	8	9	7	6	39
C98	3	2	3	8	2	3	3	8	3	3	3	9	3	2	2	7	2	2	2	6	8	8	9	7	6	39
C99	2	3	3	8	2	3	3	8	3	3	3	9	3	2	2	7	2	2	2	6	8	8	9	7	6	39
C100	2	3	3	8	2	3	3	8	3	3	3	9	3	2	2	7	2	2	2	6	8	8	9	7	6	39
C101	3	2	3	8	2	3	3	8	3	3	3	9	3	2	2	7	2	2	2	6	8	8	9	7	6	39

ANEXO 5: DATOS OBTENIDOS DE LA CAPACITACIÓN

ÁREA DE OPERACIONES	Reacción						Aprendizaje						Comportamiento						Resultado					Reacción	Aprendizaje	Comportamiento	Resultado	Plan de capacitación
	P1	P2	P3	P4	P5	Total	P6	P7	P8	P9	P10	Total	P11	P12	P13	P14	P15	Total	P16	P17	P18	P19	Total					
JEFE DE OPERACIONES	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	20	20	20	16	76
S1	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17	3	4	4	4	15	20	20	17	15	72
S2	4	5	5	5	5	24	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	24	21	20	16	81
A1	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	20	20	20	16	76
A2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	20	20	20	16	76
A3	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	20	20	20	16	76
A4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	20	20	20	16	76
A5	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	20	20	20	16	76
A6	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	15	20	20	16	71
A7	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	15	15	20	16	66
A8	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	4	4	4	15	15	15	15	15	60
A9	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	20	20	20	16	76
A10	3	3	4	4	4	18	3	3	4	2	2	14	3	3	3	4	4	17	4	3	3	3	13	18	14	17	13	62
A11	3	4	3	3	4	17	4	4	3	2	2	15	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	14	17	15	20	14	66
A12	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	15	15	20	16	66
A13	5	4	4	4	4	21	3	3	2	2	2	12	3	3	3	3	3	15	3	2	2	2	9	21	12	15	9	57
A14	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	25	25	20	16	86
A15	3	3	3	3	3	15	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	15	18	20	16	69
A16	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	15	15	20	16	66
A17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	20	20	20	16	76
A18	3	2	2	2	3	12	3	4	4	4	4	19	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	12	12	19	16	12	59
A19	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	15	15	20	16	66
A20	2	3	2	3	2	12	3	3	2	2	3	13	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	12	13	15	12	52

A21	3	4	3	4	4	18	3	4	4	3	3	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	18	17	20	16	71
A22	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	3	4	5	4	16	25	20	15	16	76
A23	4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	3	17	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	13	20	17	15	13	65
A24	3	4	3	3	4	17	3	4	3	4	3	17	4	3	3	3	3	16	3	4	3	4	14	17	17	16	14	64
A25	4	3	3	3	4	17	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	17	17	20	16	70
A26	2	3	3	4	4	16	5	4	3	3	4	19	4	3	4	3	4	18	4	3	4	4	15	16	19	18	15	68
A27	3	3	3	2	2	13	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	14	13	15	20	14	62
A28	3	3	3	3	3	15	4	3	4	4	3	18	3	4	3	4	4	18	4	4	3	4	15	15	18	18	15	66
A29	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	25	25	25	20	95
A30	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	18	25	21	20	18	84
A31	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	20	20	20	16	76
A32	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	16	20	17	17	16	70
A33	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	20	20	20	16	76
A34	5	5	5	5	5	25	4	5	4	5	4	22	5	4	4	4	4	21	4	4	4	3	15	25	22	21	15	83
A35	4	4	5	5	4	22	4	4	3	4	5	20	4	3	4	4	3	18	3	5	4	3	15	22	20	18	15	75
A36	5	5	4	4	4	22	5	5	5	4	4	23	4	5	5	5	4	23	4	4	5	5	18	22	23	23	18	86
A37	4	5	4	5	4	22	5	4	5	5	4	23	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	19	22	23	20	19	84
A38	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	20	20	20	16	76
A39	4	5	4	5	4	22	5	4	5	5	4	23	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	19	22	23	20	19	84
A40	5	4	5	4	5	23	5	5	4	4	4	22	4	5	5	5	5	24	5	4	4	4	17	23	22	24	17	86
A41	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	3	18	3	3	4	4	4	18	4	3	3	4	14	20	18	18	14	70
A42	4	5	4	4	3	20	3	4	3	4	3	17	4	4	3	4	4	19	4	3	3	5	15	20	17	19	15	71
A43	4	3	3	3	3	16	4	4	4	3	3	18	3	3	4	3	3	16	3	4	4	3	14	16	18	16	14	64
A44	5	3	3	3	3	17	4	4	4	3	4	19	5	4	4	3	4	20	4	3	3	4	14	17	19	20	14	70
A45	3	3	4	3	4	17	5	4	3	3	4	19	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	14	17	19	20	14	70
A46	3	3	4	4	4	18	3	3	4	2	2	14	3	3	3	4	4	17	4	3	3	3	13	18	14	17	13	62
A47	3	4	3	3	4	17	4	4	3	2	2	15	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	14	17	15	20	14	66
A48	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	15	15	20	16	66
A49	5	4	4	4	4	21	3	3	2	2	2	12	3	3	3	3	3	15	3	2	2	2	9	21	12	15	9	57

A50	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	25	25	20	16	86
A51	4	3	3	3	4	17	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	17	17	20	16	70
A52	4	3	3	4	4	18	5	4	3	3	4	19	4	3	4	3	4	18	4	3	4	4	15	18	19	18	15	70
A53	3	3	3	2	2	13	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	14	13	15	20	14	62
A54	3	3	3	3	3	15	4	3	4	4	3	18	3	4	3	4	4	18	4	4	3	4	15	15	18	18	15	66
A55	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	20	20	20	16	76
A56	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	20	20	20	16	76
A57	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	20	20	20	16	76
A58	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	15	20	20	16	71
A59	3	4	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	19	18	20	16	73
A60	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	18	4	3	4	4	3	18	3	4	5	5	17	20	18	18	17	73
A61	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	20	20	20	16	76
A62	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	15	15	20	16	66
A63	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	4	4	4	15	15	15	15	15	60
A64	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	20	20	20	16	76
A65	3	3	4	4	4	18	3	3	4	2	2	14	3	3	3	4	4	17	4	3	3	3	13	18	14	17	13	62
A66	3	4	3	3	4	17	4	4	3	2	2	15	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	14	17	15	20	14	66
A67	3	3	3	3	3	15	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	15	19	20	16	70
A68	3	3	3	3	3	15	3	4	4	4	4	19	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	16	15	19	18	16	68
A69	5	4	4	4	4	21	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19	3	2	2	2	9	21	19	19	9	68
A70	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	25	21	20	16	82
A71	4	3	3	3	3	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	13	16	20	20	13	68
A72	5	3	3	3	3	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	12	17	20	19	12	68
A73	3	3	4	3	4	17	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	11	17	21	19	11	68
A74	3	3	4	4	4	18	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19	3	2	2	2	10	18	19	19	10	67
A75	3	4	3	3	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	3	2	2	2	10	17	20	19	10	66
A76	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	3	19	3	2	2	2	9	15	15	19	9	58
A77	5	4	4	4	4	21	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	2	2	2	8	21	15	15	8	59
A78	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	3	19	3	2	2	2	8	25	21	19	8	72

A79	4	3	3	3	4	17	3	3	4	2	2	14	3	3	3	4	3	16	3	1	1	1	7	17	14	16	7	54
A80	4	3	3	4	4	18	5	4	3	2	2	16	4	4	4	4	3	19	3	1	1	1	6	18	16	19	6	59
A81	3	3	3	2	2	13	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	3	19	3	1	1	1	6	13	15	19	6	52
A82	3	3	3	3	3	15	4	3	2	2	2	13	3	3	3	3	2	14	2	1	1	1	5	15	13	14	5	47
A83	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	5	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	20	24	20	16	80
A84	4	2	2	2	5	15	4	3	3	3	2	15	2	3	2	2	3	12	3	3	3	3	12	15	15	12	12	54
A85	4	2	2	2	3	13	4	3	3	3	3	16	3	4	2	2	3	14	3	3	3	3	12	13	16	14	12	55
A86	4	3	3	3	3	16	4	4	4	4	4	20	4	4	2	2	4	16	4	4	4	4	16	16	20	16	16	68
A87	5	3	3	3	3	17	4	4	2	2	2	14	5	4	2	2	3	16	3	4	2	2	11	17	14	16	11	58
A88	3	3	4	3	4	17	5	4	2	2	2	15	3	4	2	2	4	15	4	3	2	2	11	17	15	15	11	58
A89	3	3	4	4	4	18	3	4	3	3	3	16	3	4	2	2	3	13	3	3	3	3	12	18	16	13	12	59
A90	3	4	3	3	4	17	4	5	3	3	3	18	3	4	2	2	3	13	3	2	2	2	9	17	18	13	9	57
A91	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	2	14	2	3	2	2	5	13	5	5	5	5	20	15	14	13	20	62
A92	5	4	4	4	4	21	3	3	3	3	3	15	3	4	1	1	3	13	3	3	3	2	11	21	15	13	11	60
A93	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21	4	4	1	1	3	14	3	3	3	3	12	25	21	14	12	72
A94	4	3	3	3	4	17	3	4	2	2	2	13	5	4	1	1	4	15	4	4	4	4	16	17	13	15	16	61
A95	4	3	3	4	4	18	5	4	2	2	2	15	3	4	1	1	3	12	3	3	3	3	12	18	15	12	12	57
A96	3	3	3	2	2	13	3	4	3	3	3	16	3	4	1	1	3	12	3	3	3	3	12	13	16	12	12	53
A97	3	3	3	3	3	15	4	5	3	3	3	18	3	4	1	1	4	13	4	4	4	4	16	15	18	13	16	62
A98	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	2	15	2	3	1	1	3	10	3	4	2	2	11	20	15	10	11	56

ANEXO 5: DATOS OBTENIDOS DESPUÉS DE LA CAPACITACIÓN

CLIENTE	Fiabilidad				Capacidad de respuesta				Empatía				Garantía				Tangibles				Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Empatía	Garantía	Tangibles	Atención al Cliente
	1	2	3	Total	4	5	6	Total	7	8	9	Total	10	11	12	Total	13	14	15	Total						
C1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	4	12	15	15	15	13	12	70
C2	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	15	15	15	15	15	75
C3	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	4	12	15	15	15	13	12	70
C4	2	5	5	12	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	12	12	15	12	13	12	64
C5	2	4	4	10	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	12	10	12	15	12	12	61
C6	2	5	5	12	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15	12	15	12	15	15	69
C7	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	10	12	12	12	12	58
C8	2	2	4	8	2	4	4	10	4	4	4	12	4	5	5	14	5	5	5	15	8	10	12	14	15	59
C9	2	2	4	8	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	8	10	12	12	12	54
C10	2	2	4	8	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	8	10	12	12	12	54
C11	2	2	4	8	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	8	10	12	12	12	54
C12	2	2	4	8	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	8	10	12	12	12	54
C13	2	2	4	8	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	8	10	12	12	12	54
C14	2	2	5	9	2	5	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	9	11	12	12	12	56
C15	2	2	4	8	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	8	10	12	12	12	54
C16	2	2	4	8	2	4	4	10	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	12	8	10	15	12	12	57
C17	2	2	5	9	2	5	5	12	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15	9	12	12	15	15	63
C18	2	2	4	8	2	4	4	10	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	12	8	10	15	12	12	57
C19	2	2	5	9	2	5	5	12	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	12	9	12	12	13	12	58
C20	4	4	4	12	2	4	4	10	4	2	2	8	4	4	4	12	4	4	4	12	12	10	8	12	12	54
C21	5	5	5	15	2	5	3	10	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	4	10	15	10	12	9	10	56
C22	4	4	4	12	2	4	4	10	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	4	12	12	10	9	12	12	55
C23	3	3	3	9	2	3	3	8	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	12	9	8	12	11	12	52
C24	4	4	4	12	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	12	10	12	12	12	58

C25	4	5	5	14	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	14	10	12	12	9	57
C26	4	4	4	12	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	12	10	12	12	12	58
C27	4	4	4	12	2	4	4	10	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	12	12	10	15	12	12	61
C28	4	4	4	12	2	5	5	12	3	4	5	12	4	4	4	12	4	4	5	13	12	12	12	12	13	61
C29	3	4	3	10	2	5	4	11	3	4	3	10	3	3	4	10	3	4	4	11	10	11	10	10	11	52
C30	4	3	4	11	3	4	4	11	4	4	3	11	3	4	3	14	4	3	4	11	11	11	11	14	11	58
C31	3	3	3	9	4	3	3	10	5	5	5	15	3	3	4	14	3	3	3	9	9	10	15	14	9	57
C32	5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	14	5	5	3	13	15	15	14	14	13	71
C33	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	13	5	5	5	14	5	4	5	14	12	12	13	14	14	65
C34	4	5	4	13	5	4	5	14	4	4	4	12	5	4	5	14	5	5	4	14	13	14	12	14	14	67
C35	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	14	4	4	5	13	12	12	11	14	13	62
C36	4	3	3	10	3	3	3	9	4	4	5	13	4	4	3	14	5	3	3	11	10	9	13	14	11	57
C37	4	5	5	14	5	4	4	13	4	4	4	12	4	3	4	14	3	5	3	11	14	13	12	14	11	64
C38	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	3	10	4	4	4	14	4	4	3	11	12	12	10	14	11	59
C39	4	4	4	12	4	3	3	10	5	4	4	13	4	3	4	14	5	4	4	13	12	10	13	14	13	62
C40	5	4	5	14	4	5	5	14	4	4	4	12	4	4	5	14	5	5	4	14	14	14	12	14	14	68
C41	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	14	4	4	3	11	12	12	13	14	11	62
C42	5	4	5	14	4	5	5	14	4	4	4	12	4	4	5	14	5	5	4	14	14	14	12	14	14	68
C43	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	14	4	4	3	11	12	12	11	14	11	60
C44	3	3	3	9	4	4	3	11	3	4	3	10	3	4	5	14	3	4	3	10	9	11	10	14	10	54
C45	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	4	3	4	14	3	4	4	11	12	12	9	14	11	58
C46	4	4	5	13	5	5	5	15	3	4	3	10	4	4	3	14	3	4	5	12	13	15	10	14	12	64
C47	4	3	5	12	4	4	3	11	4	3	4	11	4	3	4	14	4	4	4	12	12	11	11	14	12	60
C48	3	3	3	9	4	4	3	11	3	4	5	12	3	4	5	14	3	4	4	11	9	11	12	14	11	57
C49	3	4	3	10	4	5	4	13	3	4	3	10	3	3	4	14	3	4	3	10	10	13	10	14	10	57
C50	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	3	11	4	3	4	14	5	4	4	13	12	10	11	14	13	60
C51	3	3	3	9	4	3	3	10	4	4	4	12	3	3	4	14	3	3	3	9	9	10	12	14	9	54
C52	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	14	4	4	3	11	12	12	15	14	11	64
C53	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	14	5	5	4	14	15	15	12	14	14	70

C54	5	4	4	13	4	4	4	12	3	4	3	10	4	4	4	14	4	4	4	12	13	12	10	14	12	61
C55	3	3	4	10	4	3	4	11	3	3	3	9	4	5	3	14	4	3	4	11	10	11	9	14	11	55
C56	3	3	4	10	4	4	3	11	4	4	4	12	3	4	4	14	4	4	4	12	10	11	12	14	12	59
C57	4	5	5	14	5	5	4	14	4	3	4	11	4	4	4	14	4	4	4	12	14	14	11	14	12	65
C58	3	3	3	9	4	4	3	11	3	4	3	10	3	4	5	14	3	4	3	10	9	11	10	14	10	54
C59	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	5	14	4	3	4	14	3	4	4	11	12	12	14	14	11	63
C60	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	13	5	5	5	14	5	4	3	12	12	12	13	14	12	63
C61	4	5	4	13	5	4	5	14	4	4	4	12	5	4	5	14	5	5	3	13	13	14	12	14	13	66
C62	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	14	4	4	4	12	12	12	12	14	12	62
C63	5	5	5	15	5	5	3	13	4	4	4	12	3	3	3	14	3	3	3	9	15	13	12	14	9	63
C64	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	14	4	4	3	11	12	12	11	14	11	60
C65	4	3	3	10	3	3	3	9	4	4	5	13	4	4	3	14	5	3	3	11	10	9	13	14	11	57
C66	4	5	5	14	5	4	4	13	3	4	3	10	4	3	4	14	3	5	3	11	14	13	10	14	11	62
C67	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	3	11	4	3	4	14	5	4	4	13	12	10	11	14	13	60
C68	3	3	3	9	4	3	3	10	4	4	4	12	3	3	4	14	3	3	5	11	9	10	12	14	11	56
C69	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	14	4	4	4	12	12	12	11	14	12	61
C70	3	3	3	9	4	4	3	11	3	4	3	10	3	4	5	14	3	4	4	11	9	11	10	14	11	55
C71	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	4	3	4	14	3	4	4	11	12	12	9	14	11	58
C72	5	5	5	15	5	5	3	13	4	3	4	11	3	4	4	14	4	4	5	13	15	13	11	14	13	66
C73	4	4	3	11	4	4	3	11	5	5	5	15	3	4	3	14	4	3	4	11	11	11	15	14	11	62
C74	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	14	4	4	5	13	15	15	15	14	13	72
C75	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	14	5	5	4	14	15	15	15	14	14	73
C76	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	14	4	4	4	12	15	15	15	14	12	71
C77	2	5	5	12	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	4	14	4	4	4	12	12	15	12	14	12	65
C78	2	4	4	10	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	14	4	4	4	12	10	12	15	14	12	63
C79	2	5	5	12	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	14	5	5	4	14	12	15	12	14	14	67
C80	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	14	4	4	4	12	10	12	12	14	12	60
C81	2	2	4	8	2	4	4	10	4	4	4	12	4	5	5	14	5	5	4	14	8	10	12	14	14	58
C82	2	2	4	8	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	4	14	4	4	4	12	8	10	12	14	12	56

C83	2	2	4	8	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	4	14	4	4	5	13	8	10	12	14	13	57
C84	2	2	4	8	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	4	14	4	4	4	12	8	10	12	14	12	56
C85	2	2	4	8	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	4	14	4	4	4	12	8	10	12	14	12	56
C86	2	2	4	8	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	4	14	4	4	4	12	8	10	12	14	12	56
C87	2	2	5	9	2	5	4	11	4	4	4	12	4	4	4	14	4	4	4	12	9	11	12	14	12	58
C88	2	2	4	8	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	4	14	4	4	4	12	8	10	12	14	12	56
C89	2	2	4	8	2	4	4	10	5	5	5	15	4	4	4	14	4	4	4	12	8	10	15	14	12	59
C90	2	2	5	9	2	5	5	12	4	4	4	12	5	5	5	14	5	5	4	14	9	12	12	14	14	61
C91	2	2	4	8	2	4	4	10	5	5	5	15	4	4	4	14	4	4	4	12	8	10	15	14	12	59
C92	2	2	5	9	2	5	5	12	4	4	4	12	5	4	4	14	4	4	4	12	9	12	12	14	12	59
C93	4	4	4	12	2	4	4	10	5	5	5	15	4	4	4	14	4	4	4	12	12	10	15	14	12	63
C94	3	3	5	11	2	5	5	12	5	5	5	15	5	4	4	14	4	4	4	12	11	12	15	14	12	64
C95	3	3	5	11	2	5	5	12	5	5	5	15	5	4	4	14	4	4	4	12	11	12	15	14	12	64
C96	3	3	5	11	2	5	5	12	5	5	5	15	5	4	4	14	4	4	4	12	11	12	15	14	12	64
C97	3	3	5	11	2	5	5	12	5	5	5	15	5	4	4	14	4	4	4	12	11	12	15	14	12	64
C98	3	3	5	11	2	5	5	12	5	5	5	15	5	4	4	14	4	4	4	12	11	12	15	14	12	64
C99	4	4	5	13	2	5	5	12	5	5	5	15	5	4	4	14	4	4	4	12	13	12	15	14	12	66
C100	4	4	5	13	2	5	5	12	5	5	5	15	5	4	4	14	4	4	4	12	13	12	15	14	12	66
C101	4	4	5	13	2	5	5	12	5	5	5	15	5	4	4	14	4	4	4	12	13	12	15	14	12	66