



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACION**

TESIS

**PLAN DE CAPACITACION AL PERSONAL PARA
MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIOS AL
CLIENTE EN LA EMPRESA COMBUSTIBLES
FERNANDEZ SAC - 2019**

**PARA OPTAR POR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

Autor(a):

Bach. Rabines Panduro, Ruth
<https://orcid.org/0000-0003-2537-7093>

Asesor(a):

Dr. Echeverría Jara, José Foción
<https://orcid.org/0000-0001-6750-0032>

Línea de Investigación:
Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel – Perú
2022

APROBACIÓN DEL JURADO

TESIS

**PLAN DE CAPACITACION AL PERSONAL PARA MEJORAR LA
CALIDAD DE SERVICIOS AL CLIENTE EN LA EMPRESA
COMBUSTIBLES FERNANDEZ SAC - 2019**

Asesor (a): Dr. Echeverría Jara José Foción

Nombre Completo	Firma
-----------------	-------

Presidente (a): Dr. Mego Nuñez Onesimo

Nombre completo	Firma
-----------------	-------

Secretario (a): Dr Balarezo Jaime Luis Fernando

Nombre Completo	Firma
-----------------	-------

Vocal (a): Dr Valera Aredo Julio Cesar

Nombre Completo	Firma
-----------------	-------

Dedicatoria

Dedico el presente informe a mi familia, quienes me han brindado amor, apoyo de y comprensión en toda ocasión, expresando con hechos que la familia es el motor que impulsa a cumplir nuestras metas.

A mis hermanas, que viven conmigo y me demuestran todo su cariño y sus ganas por sobresalir académicamente y personalmente.

A mí misma, por ser constante en todo lo que realizo.

Ruth Rabines.

Agradecimientos

Agradezco, en primer lugar, a Dios Todo Poderoso, por proporcionarme la salud y fortaleza para conseguir lo que me eh planteado, superando las diferentes pruebas pues siempre está conmigo guiándome y protegiéndome.

En segundo lugar, agradezco a mi docente Dr. José Echeverría por orientarme en el desarrollo del informe, por la paciencia y los conocimientos transmitidos.

Ruth Rabines.

Resumen

El presente informe tiene como finalidad proponer un plan de capacitación al personal para mejorar la calidad de servicios al cliente en la empresa Combustibles Fernández SAC – 2019; para lo cual utilizaremos el tipo de investigación aplicada.

En el desarrollo se llega a la siguiente pregunta de investigación ¿Un plan de capacitación mejorará la calidad de servicios en la empresa Combustibles Fernández SAC?

Es de vital importancia conocer la información de la empresa en general por lo cual los materiales y métodos que se emplearan son la encuesta y el cuestionario; acompañado de la confiabilidad y la validez.

Se concluye que las instalaciones de la empresa no son seguras, le falta equipos en relación a sus competidores y la atención no se realiza en el tiempo requerido. Como conclusión general tenemos que el personal de la empresa Combustibles Fernández SAC están de acuerdo en participar de un plan de capacitación.

Palabras Claves: Plan de capacitación, Calidad de servicio, cliente, combustibles.

Abstrac

The purpose of this report is to apply a personnel training plan to improve the quality of customer services in the company Combustibles Fernández SAC - 2019; for which we will use the type of applied research.

In the development the following research question is reached: Will a training plan improve the quality of services in the company Combustibles Fernández SAC?

It is of vital importance to know the information of the company in general for which the materials and methods that will be used are the survey and the questionnaire; accompanied by reliability and validity.

It is concluded that the company's facilities are not safe, it lacks equipment in relation to its competitors and the attention is not carried out in the required time. As a general conclusion we have that the personnel of the company Fuels Fernández SAC agree to participate in a training plan.

Keyword. Training plan, Quality of service, customer, fuel.

INDICE

Dedicatoria.....	III
Agradecimientos.....	IV
Resumen	V
Abstrac.....	VI
Índice de Tablas.....	ix
Índice de Figuras	x
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1 Realidad Problemática.	13
1.2 Antecedentes de Estudio.....	15
A) A Nivel Internacional.....	16
B) A Nivel Nacional.....	17
C) A Nivel Local.....	18
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	19
1.4 Formulación del Problema.....	30
1.5 Justificación e importancia del estudio.....	30
1.6 Hipótesis.	32
1.7 Objetivos.....	32
Objetivos específicos.....	32
II. MÉTODO.....	33
2.1 Tipo y Diseño de Investigación	33
2.1.1 Tipo.....	33
2.1.2 Diseño de Investigación.....	33
2.2 Población y muestra.	34
2.2.1 Población	34
2.2.2 Muestra	34
2.3 Variables, Operacionalización.	36

2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	39
2.5	Procedimiento de análisis de datos.	40
2.6	Criterios éticos.	40
2.7	Criterios de Rigor Científico.....	41
III.	RESULTADOS	42
3.1.	Análisis e interpretación de los resultados	42
3.2.	Discusión de resultados.....	80
IV.	CONCLUSIONES.....	82
V.	RECOMENDACIONES	83
	REFERENCIAS	84
	ANEXOS	87
	CUESTIONARIO	87
	MATRIZ DE CONSISTENCIA	90
	FICHA DE VALIDACIÓN	91
	CARTA DE ACEPTACION	97
	RESOLUCION DE PROYECTO DE INVESTIGACION	98
	FORMATO T1.....	102
	REPORTE TURNITIN.....	103
	ACTA DE ORIGINALIDAD	104
	FOTOGRAFÍAS	105

Índice de Tablas

Tabla 1: Los trabajadores deben participar en la planificación de las capacitaciones.	42
Tabla 2: Conocimientos requerido por el puesto.	43
Tabla 3: Habilidades para una atención de calidad.....	44
Tabla 4: Trabajador capacitado.	45
Tabla 5: El Gerente conoce los trabajadores.	46
Tabla 6: Requerimiento de capacitación.	47
Tabla 7: Tema de capacitación.	48
Tabla 8: Toma de decisión.	49
Tabla 9: Trabajo en equipo.....	50
Tabla 10: Cultura de servicio.	51
Tabla 11: Equipos de la empresa.	52
Tabla 12: Instalaciones de la empresa.	53
Tabla 13: Equipos en relación a la competencia.....	54
Tabla 14: Publicidad ofrecida.....	55
Tabla 15: Atención en tiempo requerido.	56
Tabla 16: Lenguaje para una buena atención.....	57
Tabla 17: Transacciones rápidas y seguras.....	58
Tabla 18: Seguridad ante robos.	59
Tabla 19: Personal capacitado en atención al cliente.....	60
Tabla 20: Atención con cortesía.	61
Tabla 21: Debilidades de la empresa.	62
Tabla 22: Fortaleza más importante.	63
Tabla 23: La empresa debe elegir el tema de capacitación.	64
Tabla 24: Capacitador ajeno a la empresa.	65
Tabla 25: Participación de un plan de capacitación.....	66
Tabla 26: Trabajadores de todas las sedes.....	67
Tabla 27: Horario del plan de capacitación.	68
Tabla 28: Resultados de la capacitación.....	69
Tabla 29: Certificación al finalizar capacitación.	70
Tabla 30: Evaluación posterior a la capacitación.	71
Tabla 31: Presupuesto de plan de capacitación.	78

Índice de Figuras

Figura 1: Dimensiones de necesidad de capacitación.	24
Figura 2: Significado de las dimensiones del modelo SERVQUAL	30
Figura 3: Cuadro de Operacionalización Plan de Capacitación	37
Figura 4: Cuadro de Operacionalización Calidad de Servicio.	38
Figura 5: Cuadro de confiabilidad.....	40
Figura 6: Los trabajadores deben participar en la planificación de las capacitaciones.	43
Figura 7: Conocimientos requerido por el puesto.	44
Figura 8: Habilidades para una atención de calidad.....	45
Figura 9: Trabajador capacitado.....	46
Figura 10: El Gerente conoce los trabajadores.....	47
Figura 11: Requerimiento de capacitación.....	48
Figura 12: Tema de capacitación.	49
Figura 13: Toma de decisión.....	50
Figura 14: Trabajo en equipo.	51
Figura 15: Cultura de servicio.....	52
Figura 16: Equipos de la empresa.	53
Figura 17: Instalaciones de la empresa.	54
Figura 18: Equipos en relación a la competencia.....	55
Figura 19: Publicidad ofrecida.	56
Figura 20: Atención en tiempo requerido.	57
Figura 21: Lenguaje para una buena atención.....	58
Figura 22: Transacciones rápidas y seguras.....	59
Figura 23: Seguridad ante robos.....	60
Figura 24: Personal capacitado en atención al cliente.....	61
Figura 25: Atención con cortesía.	62
Figura 26: Debilidades de la empresa.	63
Figura 27: Fortaleza más importante.....	64
Figura 28: La empresa debe elegir el tema de capacitación.....	65
Figura 29: Capacitador ajeno a la empresa.	66
Figura 30: Participación de un plan de capacitación.....	67
Figura 31: Trabajadores de todas las sedes.	68
Figura 32: Horario del plan de capacitación.	69

Figura 33: Resultados de la capacitación.	70
Figura 34: Certificación al finalizar capacitación.	71
Figura 35: Evaluación posterior a la capacitación.	72
Figura 36: Cronograma de plan de capacitación.	79
Figura 37: Matriz de consistencia.	90
Figura 38. Fotografía N° 01	105
Figura 39. Fotografía N° 02	106
Figura 40. Fotografía N° 03	106

I. INTRODUCCIÓN

El presente informe de investigación tiene como título Plan De Capacitación Al Personal Para Mejorar La Calidad De Servicios Al Cliente En La Empresa Combustibles Fernández SAC - 2019 se implementó con el propósito de obtener el grado profesional de título en administración teniendo como línea de investigación Gestión Empresarial y Emprendimiento.

La creadora Ruth Rabines Panduro eligió la empresa en mención porque desarrollo sus practicas profesionales y a la vez laboro en el área administrativa por lo cual se sintió identificada con sus compañeros de trabajo encontrando dificultades en el área de atención al cliente identificando el problema en que no se capacitaba al personal al ingreso de sus labores ni en desarrollo de sus funciones. Por lo cual asumió el objetivo general de Proponer un plan de capacitación al personal para mejorar la calidad de servicios al cliente en la empresa Combustibles Fernández SAC – 2019. Para la redacción y plan plasmados en este documento se resalta la constante presencia del gerente Jhony Fernández con la finalidad de se cumpla el reglamento interno y se enfoque a todo el equipo de trabajo y su entorno; en este contexto se plantea la hipótesis de si implementamos el plan de capacitación entonces mejoraremos la calidad de los servicios al cliente en la empresa Combustibles Fernández SAC.

En el contenido encontraremos: teorías relacionadas al tema y antecedentes que nos ayudaran a comparar sus resultados con los obtenidos del presente trabajo de investigación; aplicaremos encuestas a todo el personal en su mismo ambiente de trabajo para de esta forma logremos ver la realidad problemática de la empresa y podamos lograr el objetivo general. Resultado de las encuestas tendremos gráficos y tablas que nos encaminaran a la discusión. En medio de todo esto utilizaremos el tipo de investigación aplicada.

Después de todo los procesos realizados y los datos obtenidos se llega a la concluir que el personal de la empresa Combustibles Fernández SAC están de acuerdo en participar de un plan de capacitación.

1.1 Realidad Problemática.

En el mundo profesional en estos tiempos lo competitivo en cualquier área viene siendo el elemento que distingue el talento humano por los conocimientos que adquiere o alcanzan. Por lo que eh detallado los siguientes autores que describen la realidad problemática del presente informe:

Editorial, Importancia.org, (2014) párr. 1. Indica que la capacitación es algo efectivamente importante, algo que permite optimizar las actitudes, las conductas, las habilidades y los conocimientos del personal de una empresa o negocio. (Cantu, 2011) plantea que no se debe de considerar a las capacitaciones de los gerentes como una inversión, sino como un costo.

Todas las empresas viven de las ventas sea venta de productos o servicios; iniciando por la atención que le brinde el vendedor al cliente ya que será de total consideración para que éste regrese.

Frigo (2013) La empresa invierte diferentes recursos o presupuestos para cada trabajador al ser capacitado, incorporado o seleccionado. Razón por la cual buscan al talento humano que aproveche y emplee todos los aprendizajes de las capacitaciones en su "empleabilidad" permanente.

De manera general, se puede expresar que para resistir en el entorno cambiante y competitivos, las organizaciones deben de implementar capacitaciones, diferentes estrategias, en todas las áreas para que logren sus objetivos empresariales de una manera óptima, así como también aumenten la calidad del servicio. (Pineada, 2000 - P. 119-133)

Veamos la realidad problemática:

- A nivel internacional

Laureate (2016) según el contenido del documento que surge del acuerdo entre el Diálogo Interamericano y la red Laureate International Universities nos dice lo siguiente: Aproximadamente solo un 10% de la PEA ha recibido algún duto de capacitación, de esto se puede rescatar que de acuerdo a los resultados que se realizaron en la actualidad en América Latina los hogares que indagan sobre la materia son pocas. Por lo cual los empleadores de toda América Latina reportan cada vez más dificultades para acertar con solicitantes competentes para posiciones disponibles.

Es trascendental mencionar que las tendencias empresariales a nivel internacional vienen siendo significativas en relación con el aprendizaje de sus ejecutantes, es decir, que el encargado de la organización debe de tener conocimiento plasmado sobre lo competente que debe de ser en la organización, para que destaque en su labor, haciendo interpretaciones fundamentadas, referidas y más sencillas, para pueda dirigir bien a equipo, y esta a su vez enseñarles para que se puedan concretar las metas de la organización, con esto se pretende lograr un aprendizaje a nivel individual así como grupal, fomentando la creación de estabilidad, uniendo tecnologías y procesos útiles para tener resultados confortadores, estas perspectivas deben de ubicar en centro de interés, infiriendo los componente referenciales para las capacitaciones de los mismos. (Rengifo, 2017)

- A nivel nacional

Zumaeta (2018) de acuerdo al último aviso de la web Aptitus, el 48% de los profesionales peruanos (como recursos humanos), recibieron capacitaciones de acuerdo a su rama, además, menciona que los trabajadores que se capacitan, en su mayoría crecen laboralmente y personalmente, por estas razones es fundamental que las organizaciones consideren que sus colaboradores, deben de capacitarse para mantenerlos motivados, además, desafiarlos y empoderarlos para que brinden mejores rendimientos en sus labores.

Bret (2017) el pedagogo del Programa Vivencial en Recursos Humanos de la Universidad de Piura, a examinado los principales cambios en esta área y nos dice que la capacitación debe ser una prioridad para los que se especializan en recursos humanos.

Alles y Gestipolis (2002) Las organizaciones que deciden capacitar lo hacen con el fin de que los colaboradores a su cargo mejoren su competitividad y optimicen sus resultados, algún se automotivan con el fin de escalar en su empresa, creciendo profesionalmente y personalmente, con la finalidad de mejorar su calidad de vida.

- A nivel local

MTPE (2010) P – 20. En lambayeque según la PEA el nivel de la educación es bajo, dado que el 73.18% a lo más alcanzó solo el nivel secundario.

En el caso de la empresa Combustibles Fernández S.A.C., que se encarga a comercializar el combustible al por menor y mayor, cuenta con 06 establecimientos y su sede principal en José Leonardo Ortiz – Chiclayo – Lambayeque; la cual será evaluada

para desarrollar la investigación y mejorar la realidad problemática que se ha detectado en la calidad de los servicios que se brindan al momento de realizar el despacho de combustible a los clientes.

La empresa en mención se encuentra cruzando una deficiente atención a los clientes, esto puede ser por la falta de motivación, conocimiento y eficiencia de los colaboradores de ventas, se ve reflejado en los reclamos y quejas de los clientes mayoristas que son los usuarios y consumidores más frecuentes del servicio. Al igual que el estudio de (Aguilar & Marlo, 2015) donde pudo encontrar que, la falta de conocer un plan de capacitación es muy alto, lo que puede generar un bajo nivel de empatía, un bajo rendimiento laboral, sino se define bien las funciones del colaborador, también tendrá relación a que este no explote bien su talento humano.

En conclusión, se tiene en cuenta dos variables: plan de capacitación al personal y la calidad de servicio al cliente.

Suaréz (2015) P - 16. La eficacia de los trabajadores por sí sola no sostiene a la organización, para que estos cumplan sus objetivos propuestos, y para eso además de los trabajos en técnicas de producción, deben realizarse las actividades administrativas, contabilidad, seguridad, financieras y comerciales. Entonces surge la preocupación por los procesos de la organización, la estructura y con ella los estudios acerca de cómo traducir los fines de la empresa en organigramas o mapas organizacionales. Henry Fayol y sus seguidores ubican su interés en atenciones más amplias que las anteriores, su objeto de aplicación se encuentra en el entendimiento de los cargos y las partes que se componen en la organización.

1.2 Antecedentes de Estudio.

Hoy en día todas las organizaciones tienen como uno de sus objetivos lograr la perfección en la calidad de servicio ya que es fundamental para lograr sobrevivir en el mercado competitivo de la actualidad. Grandes empresas lo logran enfocándose en el personal y no en el cliente.

Veamos de forma breve los trabajos de investigación con sus resultados y teorías de diferentes autores sobre el problema planteado:

A) A Nivel Internacional

Gaitán (2017) En su Proyecto de mejoría de servicio para al cliente en la Empresa Distribuciones AC SAS Bogotá – Colombia – 2017. Tiene como propósito “lograr un mejor servicio en los usuarios de la organización Distribuciones ACSAS, con el fin de mejorar posicionamiento y crecimiento económico en el mercado”. Al finalizar este informe llega a la conclusión que cuando se incrementa el sueldo de los funcionarios se obtiene el agradecimiento por el buen trabajo desarrollado, de inmediato nace en ellos una motivación para seguir trabajando con dirección a las metas empresariales.

Villacrés (2016) en su Plan de capacitación servidores Administrativos y Trabajadores en la Escuela Superior Politecnica de Chimborazo – Riobamba – Ecuador – 2016. Teniendo como objetivo general lograr “que el personal a cargo de la organización desarrolle eficientemente sus funciones en su medio de trabajo”. Al finalizar este informe llega a la conclusión, que para evaluar el proceso de la actividad que se realiza en su institución en estudio, este debe de regirse constantemente, hasta la finalización del dicho plan, es decir, seguir la secuencia, inicio, durante y fin.

Barreda, Bolaños y Morales (2016) en su Plan de capacitación en el departamento de atención al cliente, para toda empresa que brinda servicios de seguridad en la municipalidad de Mejicanos. Se muestra como objetivo general. El analizar la situación de la empresa en estudio, teniendo en cuenta la integración de la seguridad, el mantenimiento y la administración (SERINAM, SA DE CV). Al finalizar el plan llega a la conclusión que es una parte esencial para la capacitación que dicho plan sea reforzado en varios temas y finalmente con la evaluación de los resultados, teniendo en cuenta que todo el servicio sistemático se alimenta con información electrónica, estos servirán para el mejoramiento del plan.

Nowell (2015) en su Plan de servicio y capacitación al cliente, estudio elaborado en los restaurantes Pasaje Mediterraneo de la zona 1 y Salón el Tecun de Quetzaltenango – Guatemala 2015. Con su propósito de establecer cómo se relaciona el servicio que se brinda al cliente con la capacitación en los restaurantes Pasaje Mediterráneo y Salón el Tecun. Al finalizar el plan llega a la conclusión de que aquellos recursos humanos que han tomado capacitaciones para que brinden buen servicio a los usuarios, en función al cargo que ocupan.

Carrera (2015) En su Plan de capacitación para los colaboradores que brindan servicios turísticos de la parroquia Balsapamb – Guayaquil – Ecuador - 2015. Tiene como propósito Diseñar programas de capacitaciones que estén dirigidos a los recursos humanos en el lugar de estudio, todo esto con la finalidad de optimizar el propósito en bien de aumentar la calidad del servicio a los clientes. Al finalizar el plan llega a la conclusión de: Para mejorar el servicio que puedan brindar los que prestan servicios turísticos, deben de implementar un plan de capacitación que son necesarios para facilitar la asistencia de interacción al cliente, con el fácil conocimiento necesario de proporcionar la información necesaria a los que necesitan el servicio.

B) A Nivel Nacional

Bueno, Fabian y Jara (2016) en su plan de la capacitación sus colaboradores y relación con el servicio que brinda la organización “El Señor Limón” en la ciudad de Huánuco – 2016. Tiene como propósito conocer cómo influyen en el servicio la capacitación que realizan a los colaboradores de la empresa en su estudio. Llega a la conclusión de que en la empresa la capacitación influye positivamente en el servicio que realizan.

Cruz y Sánchez (2016) en su Plan de capacitación a los colaboradores de la organización servicios generales y publicidad BOGA S.A. para mejorar el desempeño laboral en el campus UPAO de la ciudad de Trujillo-2016. Tiene como objetivo general preparar a los trabajadores para la ejecución eficaz y eficiente en las áreas de trabajo, evitando incidentes de labores. Llega a la conclusión de que, para mejorar los niveles de eficacia y eficiencia de los operarios, se deben de brindar capacitaciones en función de prevención y operación laboral.

Monja y Puerta (2016) Realizaron un Plan de capacitación con el fin de mejorar la calidad de atención desarrollando habilidades directivas en la pollería “El Palacio del Pollo” Chachapoyas. Por estas razones tiene como propósito, Diseñar el plan de capacitación para mejorar la calidad de atención en función a las habilidades directivas en el lugar de estudio. Llega a la conclusión de que los elementos que aquejan la calidad de atención están influenciados por la capacidad de respuesta donde el 41% de los referidos clientes mencionan no estar de acuerdo, dado que mucho se demoran en recibir la atención, además, la empatía con el 56% mencionan que no es grato el trato que reciben.

Sánchez, Carhuavilca y Advincula (2016) En su Plan de desarrollo y capacitación en los colaboradores que brindan atención al cliente en las organizaciones de Tiendas Peruanas SA OECHSLE Jirón la Unión. Tiene como propósito identificar como influye en los colaboradores que brindan atención al cliente, el desarrollo y capacitación en las empresas mencionadas. Llega a la conclusión que el desarrollo y la capacitación del personal de manera significativa influye en los colaboradores de las empresas en estudio, demostrando que, cuando los colaboradores de estas empresas lo capaciten de manera eficiente estos brindarían atención al cliente, mejorando considerablemente posiblemente a su vez, la satisfacción del cliente

Miranda (2016) en su Tesis “Programa de capacitación, para mejorar el desempeño laboral del personal administrativo de transportes Rodrigo Carranza SAC, Trujillo-2016” tiene como propósito mejorar el desempeño laboral aplicando programas de capacitaciones, en el lugar de estudio. Llega a la conclusión de que, los encuestados en su mayoría presentan el interés y la necesidad de que los capaciten, así como también de recibir las motivaciones necesarias para poder realizar de manera eficiente y eficaz su trabajo.

C) A Nivel Local

Peltroche (2018) en su “Propuesta de un plan de capacitación con la finalidad de aumentar el desempeño laboral en la organización inmobiliaria y constructora M & G Perú SAC – Chiclayo 2018”. Tiene como propósito diseñar u proponer una serie de actividades (plan) para el mejoramiento del nivel de desempeño de los colaboradores de la empresa en estudio. Llega a la conclusión de en cuanto a la propuesta, es de gran importancia para la empresa, dado que permite aumentar el nivel de desempeño de los colaboradores.

Martinez y Milian (2016) en su “Propuesta de capacitación de los colaboradores del Restaurante SUMAQ, con el fin aumentar el nivel de calidad que se brinda, Chiclayo, 2016”. Tiene como propósito proponer un plan mediante un diseño de capacitaciones con el fin de mejorar la calidad de servicio que brinda la empresa en estudio. Llega a la conclusión que el nivel de capacitación de los colaboradores de la empresa en estudio, es relativamente bajo, además, se evidencio que por parte de sus colaboradores estos no efectuar bien sus actividades.

Castro & Cubas (2016) en su “Propuesta de un plan de capacitación en la Empresa XANDER Constructora y Servicios Generales S.R.L –Chiclayo, para mejorar la seguridad e higiene laboral. Tiene como propósito implementar la metodología y el procedimiento de concientización y capacitación a sus colaboradores sobre higiene y seguridad laboral, en la empresa en estudio. Llega a la conclusión de se obtuvo que se puede demostrar que la aplicación de un plan de capacitación mejora considerablemente las acciones de los colaboradores, disminuyendo así, los riesgos en la labor, estos resultados se dieron gracias a un análisis pre y post del plan de capacitación.

More (2016) en el mejoramiento del desempeño laboral gestionando el talento humano de la organización Ángel Divino, Chiclayo. Tiene como propósito, proponer una serie de estrategias que mejore considerablemente el desempeño de sus colaboradores, para esto aplicado a la gestión de talento humano en la empresa mencionado. Llega a la conclusión que, es necesario que se desarrolle estrategias de gestión en base a los talentos humanos en el lugar de estudio, para que estos den efectos positivos, es decir que mejore el desempeño de cada colaborador involucrado en la empresa.

Aguilar & Marlo (2015) en su “Plan de capacitación para el Hospital Regional Lambayeque – 2015, con el fin de aumentar el desempeño laboral”. Tiene como propósito para poder mejorar el desempeño de sus colaboradores en sus labores diseñar un plan de capacitación en el lugar mencionado. Llega a la conclusión que los temas en que el personal necesita ser capacitado son: atención al paciente, trabajo en equipo, clima organizacional, motivación, comunicación y relaciones interpersonales.

1.3 Teorías relacionadas al tema.

Teorías sobre plan capacitación al personal

- Concepto

Se refiere a una serie de actividades que se organizan y se redactan en función de las necesidades y las expectativas de la empresa para un periodo específico. (Delfin, 2012)

La capacitación se realiza teniendo un plan de perfección continúa teniendo en cuenta con las funciones de los colaboradores que se desempeñan en la empresa. Con el objetivo de efectuar las actividades de forma óptima, sin

embargo, este plan esta dirigido en la parte teórica y práctica para los que lo reciben; todo esto con la finalidad de mejorar el desempeño, desarrollar la excelencia, la calidad y potenciar eficientemente el trabajo, anticipándose a los posibles problemas que pueda suscitarse en la organización. (Delfin, 2012)

La capacitación se desenvuelve bajo una programación de actividades, basándose en las necesidades que cuente la organización en su manera real, encaminando hacia las actitudes del colaborador, habilidades y en la adquisición en conocimientos. (Siliceo, 2016 P. 25 - 26)

Para el objetivo de la empresa, primero se debe de tener en consideración la programación de como se debe de desarrollar, para este caso es necesario que los encargados tengan el conocimiento pertinente para llevarlo a cabo, por estas razones el plan de capacitación es primordial y necesaria para que se encuentren preparados en las tareas que se les asigne, el personal debe de integrar previamente las acciones necesarias para implementar las habilidades de solucionar las futuras problemáticas la cual no perjudique a la organización. (Siliceo, 2016 P. 25 - 26)

El plan de capacitación subdivide en las siguientes dimensiones:

1. Una particularmente “técnica” que está basado en responder las necesidades de la empresa, así como también, el desempeño de los colaboradores en función al área para hacer mejorado. Mediante la responsabilidad y habilidad de negociación.
2. Que los recursos humanos sepan la visión de la empresa, así como también, las funciones dentro de la organización y su papel que debe de cumplir.
3. La dimensión “humana”, se refiere a las experiencias y a los principios que se debe de tener en cuenta para los procesos de manejo, motivación, integración y comunicación de situaciones conflictivas, para la contribución al crecimiento personal, familiar y profesional.

- **Objetivos de la capacitación.**

Robbins (1998) P - 269. Lo define como un plan trazado de forma sintética y medible, para poder conllevar las necesidades de la empresa, que pueden ser determinados con las siguientes indicaciones:

- a. Garantizar a través del cambio el comportamiento, y las buenas prácticas de relaciones interpersonales.
- b. Restaurar la información de la empresa considerando los cambios que generen resultados positivos.
- c. Lograr el compromiso de los participantes teniendo en cuenta sus responsabilidades con la empresa.
- d. Certificar al equipo de trabajadores altamente capacitado.
- e. Organizar la elasticidad a la adaptación con la finalidad de crear situaciones atractivas o para nuevas terminaciones.
- f. La capacitación siembra un progreso constante para el personal en sus diferentes cargos laborales.
- g. Las realizaciones de las labores en el área deben ocuparse por trabajadores que anteriormente se han capacitado.

- **Importancia de la capacitación**

Idalberto Chiavenato, menciona que el plan de capacitación es importante porque es “aprovecha de manera organizada y sistemática con un plazo establecido los procesos, mediante el cual los participantes van a conseguir las habilidades, aptitudes y conocimientos para concretar de manera efectiva sus objetivos”

- **Beneficios de la Capacitación**

Dessler (2001) P – 248. Afirma que la capacitación trae los siguientes beneficios:

- ✓ Advierte conflictos y/o riesgos.
- ✓ Promueve actitudes eficientes entre los recursos humanos.
- ✓ Acrecienta los ingresos económicos.
- ✓ Acrecienta la integridad de los trabajadores.
- ✓ Acrecienta, desarrolla y perfecciona los conocimientos.
- ✓ Fortalece la relación entre los jefes y los colaboradores (subordinados).
- ✓ Logra que el colaborador se integre más con la organización.
- ✓ Fortalece la imagen de la empresa.
- ✓ Da a conocer el conocimiento de los reglamentos internos de le empresa.
- ✓ Promueve la comunicación y el trabajo en equipo en la empresa.
- ✓ Crea información sobre las necesidades de capacitación a futuro.
- ✓ Refuerza la capacidad de solucionar problemas.

- ✓ Acrecienta la productividad y la calidad del servicio.
- ✓ Mejorar el desarrollo en los trabajadores.

- **Estructura para el diseño de programa de capacitación.**

Todo plan de capacitación demanda de un diseño organizado de manera sistemática para esto debe de cumplir con los siguientes pasos:

1. Análisis de la situación: ¿La realidad problemática se puede resolver o no es factible aplicando la capacitación? Contiene los datos de la empresa en una presentación y justificación, para el desarrollo de este análisis se necesita la participación del gerente y jefes o coordinadores de los trabajadores que serán capacitados.
2. Definición de los objetivos: General y específico.
3. Definición del contenido, metas, teorías de capacitación para fundamentar con la junta directiva, temas, recursos, se involucra aquí al personal a capacitar.
4. Reunión de la Gerencia para concretar el financiamiento y el cronograma del plan de capacitación. (Ramirez, 2009 P. 4)

- **Planeación de la Capacitación (Delfin, 2012)**

Fase 1: Análisis de la Situación

Con el fin de detectar las necesidades de capacitación, es una fase que es muy importante para tomar las acciones necesarias a los temas de capacitación, en esta etapa se hallan las carencias que pueden tener los colaboradores.

La apreciación que se realiza en la organización esta basado en el análisis de lo que la empresa necesita para cumplir con sus metas, por eso es necesario que incluyan a su vez cada área de la empresa, la capacitación busca aumentar las capacidades, habilidades y el conocimiento de cada personal, el encargado de la organización tiene como fin estar atentos más el departamento de recursos humanos, verificando que tipo de capacitación les corresponde a cada departamento, cuando y como se debe de implementar, que les hace falta, y cuál de las técnicas se aplicaría a los trabajadores.

Una vez realizado el diagnóstico de la situación se genera el plan de capacitación, teniendo en cuenta la deliberación y a disposición de las herramientas a utilizar, todo esto con el propósito de minimizar las necesidades de la empresa. Cabe

resaltar que existen elementos que son necesarios para la elaboración como, por ejemplo:

Cuánto: Que tiempo durará la capacitación.

Fecha: Cronograma.

Medios: Recursos necesarios y métodos de capacitación.

Dónde capacitar: El sitio de la entidad o el lugar físico.

Contenido: Contenido y tema del programa.

Profesional capacitador: Asesor y facilitador.

Personal a capacitarse: Gerente, trabajador, empleado.

Resultados: Resultados esperados.

Según Sherman y Boblander (1994) para cerciorarse que la aplicación de un estímulo (capacitación) sea el mejor camino y que este se enfoque en aspectos que se han detectado necesarios, los encargados deben empezar por identificar las formas (metódicas) de las necesidades, manejando los tres tipos de análisis: De personas, de tareas y el análisis organizacional.

1. Análisis de personas a capacitar: Se refiere la identificación de las necesidades de cada trabajador para que los que lo requieran entren a capacitación, este es muy importante ya que, apoya a los encargados (gerentes) a establecer que personal debe de pasar a capacitarse y cuales serian las posibles formas de capacitarlos, además, porque permite ser meticuloso, para no caer en equivocaciones e invertir de la mejor manera sin tener perdidas en cuanto a las capacitaciones que se realizarán; todo esto debe de estar enfocado en la áreas que presentan deficiencias.

2. Análisis de tareas: Se refiere al acto de estudiar las definiciones y las funciones de cada puesto laboral, con el fin de poder determinar que actividades necesitan entrar a la lista de capacitación, para mejorarlas, ya sea las capacidades, las habilidades o el conocimiento de los trabajadores en función a sus actividades que realizan.

3. Análisis organizacional: Se refiere a la observación de los recursos, las estrategias en el entorno de la empresa, con el fin de identificar que temas y cuales de los departamentos es donde se va a enfatizar la capacitación. En este aspecto se supone la evaluación detallada de (los recursos humanos, financieros y tecnológicos).

Gómez (2001) asegura que teniendo en cuenta el enfoque en los

sistemas se lograra optimizar la explotación de los diferentes recursos que se van a necesitar para la capacitación en la empresa. Es decir, este enfoque tiene como función organizar cada elemento que sea necesario para el proceso de capacitación sabiendo sobre: la organización, las técnicas de instrucción a emplear, los instructores, los capacitados (empleados), entre otros.

Figura N° 01: Dimensiones De Necesidad de Capacitación

Dimensión	Indicadores
Conocimiento	-Básico. -Técnico. -Avanzado.
Habilidad	-Básica. -Técnica. -Avanzada. -Aprendizaje.
Requerimiento	-Mejoramiento. -Actualización.
Destrezas	-Resolución de problemas. -Toma de decisiones. -Cooperación y trabajo de equipo.

Fuente: Miguel Ángel Rojas. (2017)

Figura 1: Dimensiones de necesidad de capacitación.

Rengifo (2017) Preciso que el hallazgo adecuado para las necesidades que se puedan presentar en las capacitaciones, puede ayudar considerablemente el mejoramiento del desempeño de cada trabajador, por esto es esencial que se apliquen planes y programas que fortalezcan las actitudes, destrezas y los conocimientos, para que sea beneficiosos para la gestión. (P.25)

Organización de la Capacitación

Fase 2: Diseño del Plan de Capacitación:

Una vez se tenga definida las necesidades, se realiza el diseño para la implementación de la capacitación. Los expertos están considerando que los temas fundamentales que se debe de tener en cuenta para el diseño del plan son los siguientes:

a) **Objetivos específicos:** son denominados de un bajo nivel, que sirven para el avance del desarrollo del plan, por tanto, se refiere a las acciones que se implementarían en el logro del objetivo general, para el cada trabajador lo realice de manera eficaz- algunos autores también lo denominan objetivos operacionales.

b) **Objetivos terminales:** son posibles comportamientos que los trabajadores aplican al finalizar la capacitación. Para esto nos apoyamos de la teoría de aprendizaje, que cada persona que se prepare y adquiera un conocimiento nuevo, este tiende a cambiar la conducta.

Ejecución de la Capacitación

Fase 3: Implementar el Plan de Capacitación

En la actualidad existen diversas técnicas y métodos que se pueden utilizar para realizar la capacitación. Sin embargo, según autores el mejor método depende de:
El contenido que se desea y debe tener el programa.

La garantía respecto al costo.

El material a utilizar en la capacitación sea de calidad.

La ejecución de la capacitación reconoce: Que el plan de capacitación se adecue a las necesidades de la organización.

Los manuales que se utilizaran para el aprendizaje.

Las distinciones y su capacidad del capacitador profesional.

Las distinciones y las capacidades de las personas que participaran.

La capacidad del lugar físico en la que se efectuó la capacitación.

Que el personal de la empresa que participe coopere y apoye.

El profesional capacitador tenga amplia experiencia y preparación.

Estos son unos de los métodos que mayormente se utilizan ya que permite desplegar una relación entre el encargado de la empresa (gerente) con sus subordinados, facilitando y dando ventaja de experiencias directas.

Los programas y las capacitaciones que se le dan a los principiantes, así como los seminarios siempre dan buenos frutos de superación y eficacia en sus puestos de trabajo.

Evaluación de la Capacitación

Fase 4: Evaluación del Plan de Capacitación

En esta fase se puede apreciar los logros que se obtienen en el proceso de retroalimentación y en base a los objetivos propuestos. Para esto se necesita cuatro criterios que se pueden emplear en la evaluación:

- **Resultados:** Da un enfoque de los términos que fueron útiles y competentes en la ejecución del programa de capacitación.

- Comportamiento: en este aspecto cabe precisar, que cada comportamiento del trabajador no cambia repentinamente, todo lleva su tiempo, así también funciona cuando estos toman sus puestos, de manera general se puede decir, que la capacitación es una forma efectiva que se puede aplicar a los principios de cada participante; con el fin de maximizar el acoplamiento, estos enfoques pueden ser visto como:
Establecer un clima para la trasmisión
Enfocarse en los principios generales.
Presentar elementos semejantes.
- Aprendizaje: lograr que los trabajadores prueben las habilidades y el conocimiento que se proporciona en base a la cuantificación de cada proceso de capacitación, es decir, con el fin de que se establezca los progresos en cada individuo.
- Reacciones: Esperando que los trabajadores que participen se sientan felices y colaborativos para aplicar lo aprendido en sus departamentos de trabajo.

Seguimiento de la Capacitación

Fase 5: Seguimiento del Proceso

Se refiere al acto de realizar un seguimiento de cada proceso en la obtención de los resultados, para verificar cuales serian las consecuencias que acarrear en la empresa. Es decir, es un proceso exhaustivo, eficiente e interactivo que esta enfocado en obtener las informaciones necesarias en la producción para que el encargado tome las mejores decisiones en el desarrollo de las acciones, en el desarrollo profesional, el desempeño, la ubicación y la retroalimentación que necesiten los trabajadores que estén participando en la capacitación, con la finalidad de encontrar lo que se espera.

Un excelente plan de capacitación siempre vincula y vislumbra acciones de seguimiento y monitoreo, en lo que respecta a la planificación, organización y los aspectos logísticos de una empresa, para que sean encaminadas al lograr un impacto significativo (incrementar la productividad, que toda empresa lo

requiere), todo fin de capacitar da la oportunidad de aprendizaje en cualquier rubro.

En definitiva, se puede decir que, el seguimiento es el acto de evaluar las solicitudes y las acciones de las diversas actividades que se realizan en el programa de capacitación, así como, por ejemplo: en formatos que deben ser llenados, en los informes, en las reuniones, etc. (Delfin, 2012)

Teorías de calidad de servicio

Podemos definir la calidad como:

“El conjunto de características y aspectos que un servicio y un producto, que tienen una estrecha relación con las cualidades que se tienen para la satisfacción de las necesidad señaladas o disfrazadas, es decir, las necesidades que no fueron identificadas ni atendidas por parte de la organización, pero son esenciales demandantes por el cliente o público”. (Vertice, 2008)

La calidad representa en la medida que se logra dicha la perfección del servicio o producto, para satisfacer las necesidades de sus clientes objetivos. (Vertice, 2008)

El cliente espera que el servicio que brinda la empresa sea un conjunto de beneficios para él, sin exagerar la reputación del mismo, la imagen y el precio. (Vertice, 2008)

La empresa debe de tener en claro que, si desean ofrecer un excelente servicio, sus colaboradores deben de proporcionar amabilidad y gentileza en sus labores que pueden ser en la atención al cliente, sin embargo, aunque estas condiciones son imprescindibles hace falta algo más. La calidad del servicio al cliente es de gran importancia ya que permite dar éxito a cualquier empresa y también a garantizar la rentabilidad. Además en que estos sean fieles a tus servicios y productos que proporcionan, pues en la actualidad el mercado es muy competitivo. (Vertice, 2008)

Es así que, también hay que resaltar lo concerniente a la cultura de calidad, la cual es entendida como la contemplación de un cambio en los cimientos de los valores culturales naturalizados a los participantes; así mismo, los valores empresariales presentes dentro de las organizaciones deben de convertirse en un principio de trabajo, mejorar con la capacitación, el cual de la misma forma deberá ser orientado hacia el mejoramiento constante. Es por ello que, es importante que los valores orientados a la

obtención de la calidad se encuentren sujetos a la cultura de servicio dentro de las organizaciones, logrando así, que estas logren avanzar en relación al desarrollo de la cultura por calidad (Aldana, 2010).

En relación a ello, cabe mencionar que la planificación de la calidad consiste en (Aldana, 2010):

- ✓ Trasladar operaciones que se deben comunicar las áreas jerárquicas.
- ✓ Constituir controles de proceso y trasladar los planes a las áreas correspondientes.
- ✓ Ampliar el proceso de producir dichas características.
- ✓ Ampliar las características del servicio o producto que los clientes lo requieren.
- ✓ Establecer las necesidades reales del público y/o los clientes.
- ✓ Personalización de los clientes.

La importancia de la Calidad del Servicio

La calidad del servicio, se mide teniendo en cuenta la comunicación verbal y no verba, los signos y símbolos que envuelven al producto o al servicio que lo rodea, también incluye las características fisiológicas como la forma de sonreír, el mirar al cliente a la cara, expresar placer y amabilidad llamándoles por su nombre todo en base, a que conquisten al cliente, y de esta manera poder brindar un servicio de calidad. (Vertice, 2008)

Es decir, se evalúa de acuerdo a las percepciones que da el cliente, ya sea por las diferentes experiencias que estos tuvieron en la empresa; cabe resaltar que existen empresas que presentan un servicio básico a mediocre, pero siempre influyen de manera positiva en los clientes, ya que estos les informan las razones que deben de mejorar. Puede ser por las colas que se hacen, por el tiempo de demora, siempre recibiendo críticas constructivas por parte de ellos. (Vertice, 2008)

Fundamentos teóricos sobre la calidad de servicio

Modelo análisis importancia – desempeño IPA

Este modelo se inició aproximadamente en los 70, que propone la definición y la identificación de las debilidades y fortalezas del cliente, teniendo como referencia los factores de ofertas, consumo o compras que se producen en el mercado. La oferta de mercado argumenta las propiedades de estas, además, la eficiencia que se presentan en el

mercado de acuerdo a sus características, según lo señalado por Martilla y James (1997) este es una herramienta que permite elaborar estudios básicos en relación a la importancia y la satisfacción que se les brinda a los clientes, que puede dividirse en 4 secciones:

En la primera sección se atiende al desempeño y su alta importancia, en la segunda sección al bajo desempeño y a una alta importancias, en la tercera sección el bajo desempeño y la baja importancia, y finalmente en la cuarta sección el alto desempeño y la baja importancias. Así mismo, de acuerdo a Mullins, G. & Spetich, B. (2010) el grado de desempeño-importancia radica principalmente en establecer el futuro el efecto de dos factores, el rendimiento percibido en el atributo y la trascendencia de las características.

Modelo de creación de la calidad atractiva (Modelo de Kano)

Este modelo se define como la percepción del usuario o el cliente respecto a la satisfacción de los mismos, cumpliendo con los requisitos, las obligaciones y las emociones esenciales que se presentan en el desempeño de las labores (servicios al cliente), este modelo ayuda imperiosamente la elección (Trade-off) en condiciones que permitan obtener aprobación en un periodo perfeccionado en beneficio de los atributos de la calidad del producto, entre estos tenemos, el beneficio para la ilustración de la “Voz del Cliente”, el nivel de ejecución y el nivel de satisfacción, como métodos de utilización y cambio en el presta miento del servicio. (Mora, 2011 P. 151 - 158)

Adicionalmente, el modelo Kano redime una de las funciones más importantes como una herramienta que tiene un importante valor en la administración que provoca el desarrollo en las tomas de decisiones. Así mismo, permite implementar herramientas eficaces para cada departamento aumentando las expectativas y la firmeza de los clientes. Además, se enfoca en la investigación y la información en base a los objetivos que la empresa se ha trasado y que desea alcanzar, concentrando la inclusión de software, procesos de negocios, servicios y productos, camino por la cual se desarrolla la empresa.(Mora, 2011 P. 151 - 158)

Sub Variables - El modelo SERVQUAL

Este modelo está siendo muy utilizados en la actualidad ya que proporciona eminentes resultados en el mejoramiento y la identificación del nivel de calidad del servicio que aportan las organizaciones además, en aumentar el porcentaje de productividad en el mercado, permite también la captación de nuevos clientes, a lealtad,

los costes, la motivación personal, y la competencia, estos sin duda, los más importantes, por estas razones la gestión que las empresas aplican se convirtieron en una estrategia en la calidad en los servicios, por estas razón son más posibles de perfeccionarlas, medirla y definirlas. (Mendoza A. J., 2009 P. 9 - 11)

La creciente importancia de la calidad del servicio a nivel mundial y en los aspectos económicos sin duda ha sido una de las más tomadas en cuenta, por esto la literatura sobre movimientos empresariales, marketing se convierten en temas abundantemente bien considerados. Existen diversos modelos e instrumentos para medir la calidad del servicio como el Servperf (Cronin Y Taylor, 1992) y el SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml Y Berry, 1985, 1988) estos son los que se utiliza en gran medida. En el cuadro 2 se presenta el significado de cada una de estas dimensiones. (Mendoza A. J., 2009 P. 9 - 11)

Figura N° 02: Significado de las dimensiones del modelo SERVQUAL

Dimensión	Significado
Empatía (E)	Atención individualizada al cliente
Seguridad (A)	Conocimiento del servicio prestado y cortesía de los empleados, así como su habilidad para transmitir confianza al cliente
Capacidad de respuesta (R)	Deseo de ayudar a los clientes y de servirles de forma rápida
Fiabilidad (RY)	Habilidad de prestar el servicio prometido de forma precisa
Elementos tangibles (T)	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, empleados y materiales de comunicación.

Fuente: (Mendoza A. J., 2009 P. 9 - 11)

Figura 2: Significado de las dimensiones del modelo SERVQUAL

1.4 Formulación del Problema.

¿Un plan de capacitación mejorará la calidad de servicios en la empresa Combustibles Fernández SAC?

1.5 Justificación e importancia del estudio.

La justificación que se utilizo fue de carácter metodológico, práctico y teórico. (Cesar, 2016 - P. 106 - 107)

Justificación Teórica

Se refiere al acto de mostrar las posibles soluciones en la investigación, enmarcados en todos los casos, sea administrativos o económicos, es decir, es un proceso de constitución investigativo con principios y teorías relacionadas a las variables en estudio. (Cesar, 2016 - P. 106 - 107)

Se consideró esta justificación dado que en la presente investigación se realizó tomando en cuenta las variedades de modelos y las teorías necesarias que permitieron definir y analizar los resultados de aciertos y diferencias, con el fin de contrastar los objetivos.

Justificación Práctica

Una investigación tiene una justificación práctica, cuando este permite resolver una realidad problemática, aunque sea en la proposición de estrategias que ayuden a favorecer para resolverlos; en el campo de las administrativas y económicas, en su gran parte son prácticos ya que se diseñan estrategias, representando y analizando el problema con el fin de solucionar los fenómenos en la organización. (Cesar, 2016 - P. 106 - 107)

Esta investigación tuvo justificación práctica ya que se planteó un modelo de plan de capacitación con temas relacionados a la calidad de atención y la variable servicio al cliente, se tomó en cuenta otros subtemas que se relacionan con las variables de proyecto de investigación con la finalidad de solucionar la problemática que se presenta.

Justificación Metodológica

Se aplica esta justificación ya que permite desarrollar nuevas estrategias o nuevos métodos que generen conocimientos confiables y válidos. (Cesar, 2016 - P. 106 - 107)

Según lo mencionado por Cesar A. Bernal se adopta la justificación metodológica desde el punto que plantearemos una nueva estrategia de solución a la empresa Combustibles Fernández SAC., esta estrategia basada en teorías y modelos totalmente confiable para su aplicación.

Importancia de la investigación

En la actualidad el tiempo de vida de las empresas depende de los clientes, por lo cual es importante brindarles una atención y calidad de servicio, en el desarrollo del proyecto se elaborará un plan de capacitación al personal de la empresa Combustibles

Fernández SAC., con el objetivo de lograr que el personal se encuentre calificado para brindar una atención de calidad.

1.6 Hipótesis.

Si implementamos el plan de capacitación entonces mejoraremos la calidad de los servicios al cliente en la empresa Combustibles Fernández SAC.

1.7 Objetivos.

Proponer un plan de capacitación al personal para mejorar la calidad de servicios al cliente en la empresa Combustibles Fernández SAC – 2019.

Objetivos específicos

- ✓ Determinar la necesidad de capacitación en el que se encuentra el personal en la Empresa Combustibles Fernández SAC.
- ✓ Describir el estado en el que se encuentra la calidad de servicio en la Empresa Combustibles Fernández SAC.
- ✓ Diseñar un plan de capacitación para mejorar la calidad de servicio al cliente en la Empresa Combustibles Fernández SAC.

II. MÉTODO

2.1 Tipo y Diseño de Investigación

2.1.1 Tipo

El presente proyecto de investigación fue elaborado con tipo aplicada, dado que se analizó el problema, y se propuso un plan para capacitar al personal con el fin de mejorar la calidad de servicios al cliente en la empresa Combustibles Fernández SAC – 2019.

Jiménez & Carreras, (2005) Estos reconocidos autores explican que la investigación propositiva se centraliza en diseñar una serie de pasos para alcanzar los objetivos propuestas por lo que demanda de un diagnóstico previo. Parte del hipotético: “los sucesos pueden cambiar para mejorar una situación”

2.1.2 Diseño de Investigación.

Se utilizó el diseño no experimental, dado que se demostró la hipótesis a través de métodos estadísticos. Y transversal, ya que en este trabajo se recopiló información en solo un periodo de marzo - abril que sirvió para procesar los resultados posteriores.

Toro y Parra (2006) P – 158. Estos autores definen que la investigación observacional o también conocida como No experimental es la forma de investigar sin estimular la variable, es decir, no se realizan modificaciones y tampoco se estimula la variable intencionalmente, solo se trata de observar los anómalos en su forma natural.

(V1) Plan de capacitación al personal.

Alles, (2007) P. 97. Nos afirma que un plan de capacitación se refiere al conjunto de actividades y pasos que estas sistematizadas, permitiendo certificar las tareas a cumplir y compartir en los planes estratégicos de una empresa. Cuyas etapas pueden ser: Auditoria, evaluación de resultados, implementación, diseño y necesidades.

(V2) Calidad de servicio.

Mendoza J. (2009) P-2. Define que es una exigencia imprescindible que sirve como componente de competencia para las empresas que los proveen, siendo además un mecanismo estratégico que otorga de una ventaja diferenciadora, competitiva y perdurable a través del tiempo.

2.2 Población y muestra.

2.2.1 Población

Población 1

La población 1 de la investigación son los trabajadores de la empresa Combustibles Fernández SAC enero – 2019. Siendo un total de 45 trabajadores para sus 06 establecimientos.

Población 2

La población 2 de la investigación son todos los clientes de la empresa Combustibles Fernández SAC enero – 2019. Siendo un total de clientes registrados de 1803, y clientes varios de 856. Total, de 2,659.

2.2.2 Muestra

Muestra 1

Para esta muestra se considerará todos los trabajadores que son 45.

Muestra 2

Para determinar la muestra se usará el muestreo aleatorio simple con una confianza de 95% y un error de 5%.

La fórmula que se aplicara es la de poblaciones finitas:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

p = Probabilidad favorable (0.5)

e = Nivel de error (0.05)

Z = Nivel de confianza (1.95)

N = Universo o población (2659)

$$n = \frac{1.95^2 * 0.5 * 0.5 * 2659}{(2659 - 1) * 0.05^2 + 1.95^2 * 0.5 * 0.5}$$

n = 332 clientes

2.3 Variables, Operacionalización.

Variables	Dimensiones	Indicadores	Item	Técnica e instrumento de recolección de datos
Plan de Capacitación al personal	Necesidad de Capacitación	Conocimiento	¿Considera usted que los trabajadores deben participar en la planificación de las capacitaciones?	Cuestionario
			¿Considera usted que sus conocimientos cumplen con lo requerido por el puesto?	
			¿Considera que tienes las habilidades necesarias para brindar una atención de calidad?	
		Habilidad	¿Considera usted que un trabajador capacitado desarrollara mejor sus habilidades laborales?	
			¿Considera usted que el gerente de la empresa conoce las habilidades y destrezas de los trabajadores?	
		Requerimiento	¿Considera usted que los colaboradores requieran una capacitación?	
			¿Considera usted que los temas de capacitación los debería elegir la empresa?	
			¿Considera usted que puede identificar un problema y tomar la decisión de resolverlo?	
		Destrezas	¿Considera usted que existe trabajo en equipo en su organización?	
			¿Considera usted que existe cultura de servicio en sus compañeros de trabajo y jefes?	

Plan de Capacitación al personal	Análisis de situación	- Definir fortalezas y debilidades del ámbito laboral.	¿Considera que las debilidades de la empresa son mínimas? ¿Considera que la fortaleza más importante de la empresa es el talento humano? ¿Considera usted que la empresa elija el tema de capacitación?	Cuestionario
	Diseño del plan de Capacitación	- Definir el contenido del plan de capacitación.	¿Considera usted que el capacitador debe ser ajeno a la empresa? ¿Considera usted en participar de un plan de capacitación?	
	Validación del plan de capacitación	- Presentación del plan de capacitación a los empleados.	¿Considera usted compartir el plan de capacitación con los trabajadores de las demás sedes?	
	Ejecución del plan de capacitación	- Ejecutar el plan de capacitación a los trabajadores.	¿Considera usted que el plan de capacitación se lleve a cabo fuera del horario de trabajo? ¿Considera usted que se publiquen los resultados de la capacitación?	
	Evaluación de plan de capacitación	- Resultados del desarrollo del plan de capacitación. - Pros y contras del plan de capacitación	¿Considera usted recibir una certificación al finalizar la capacitación? ¿Considera usted en participar de una evaluación posterior a la capacitación?	

Fuente: Producción propia.

Figura 3: Cuadro de Operacionalización Plan de Capacitación

Variables	Dimensiones	Indicadores	Item	Técnica e instrumento de recolección de datos
Calidad de Servicio	Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> - Equipos. - Iluminación. - Infraestructura. - Inmobiliarios. 	¿Considera que los equipos se encuentran en buen estado?	Cuestionario
			¿Considera que las instalaciones de la empresa son seguras?	
			¿Considera que a la empresa le faltan equipos en relación a sus competidores?	
			¿Considera que la empresa cumple con la publicidad ofrecida?	
	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de cumplimiento de publicidad. 	¿Considera que el personal realiza la atención en el tiempo requerido?	
			¿Considera que el personal utiliza el lenguaje adecuado para una buena atención al cliente?	
	Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempo de espera. - Capacidad de respuesta. 	¿Considera que realizar transacciones comerciales en las instalaciones de la empresa es seguro y rápido?	
			¿Considera que la empresa cuenta con seguridad ante robos?	
	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de seguridad en las instalaciones. - Seguridad en las transacciones comerciales 	¿Considera que el personal de la empresa está capacitado en atención al cliente?	
			¿Considera que el personal brinda una atención con cortesía?	
Empatía	<ul style="list-style-type: none"> - Cortesía del trabajador. - Orientación al cliente. 			

Fuente: Producción propia.

Figura 4: Cuadro de Operacionalización Calidad de Servicio.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

La Encuesta

Se refiere al desarrollo y a la concentración de un proceso estandarizado que ayuda alcanzar datos e informaciones de forma escrita de la muestra en estudio, orientándose particularmente en las circunstancias sociales de los individuos, a las actitudes, valores y sobre todo la conducta, así mismo, la información que sea relevante para la investigación. (Mendez, 2007 P. 85 - 109)

A partir de esta definición se utilizó como en la mayoría de proyectos de investigación las encuestas las cuales se aplicaron a los clientes en las instalaciones de la empresa para así obtener la información necesaria.

El Cuestionario

El cuestionario está compuesto por una serie de ítems, en la mayoría de los casos por una secuencia de preguntas, que estas a su conjunto forman el cuestionario. (Mendez, 2007 P. 85 - 109)

Se realizó 2 cuestionarios de 10 preguntas cada uno, el primero sobre el plan de capacitación y restante de acuerdo al servicio al cliente.

Las alternativas que dieron respuesta al cuestionario son:

La escala de Likert, que se refiere a una serie de valores en escala, para indagar las actitudes y las opiniones de las personas, esto fue elaborado por el Psicólogo Rensis Likert. (QuestionPro, 2017)

Confiabilidad

Según (Briones, 2010 - P. 59) para la investigación cualitativa, se debe de describir la seguridad y la confianza que el cuestionario debe de presentar en función de los posibles resultados, y los valores deben de oscilar entre cero y uno, con esto la interpretación se realiza en base a la consistencia interna con las siguientes escalas que se presentan a continuación.

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Fuente: Tomado de Ruiz Bolívar (2002)

Figura 5: Cuadro de confiabilidad.

Validez

Es una herramienta que pretende medir el grado de una variable, en lo que se pretende medir. (Hernández, Fernández, Baptista, 2010)

Los cuestionarios fueron validados por tres expertos en el tema, estos profesionales son:

- Mg. Miguel Ángel Castro Castro
- Mg Abraham Garcia Yovera Abraham
- Lic. Eduardo Nuñez Gayozo

2.5 Procedimiento de análisis de datos.

Para el proceso de los datos recolectados se utilizó Microsoft Excel, presentando los resultados obtenidos en tablas y gráficos con ayuda del programa estadístico SPSS donde nos muestran las respuestas finales de los encuestados. Al final de cada tabla y grafico encontraran la interpretación.

2.6 Criterios éticos.

Principios Éticos Básicos

Para la presente investigación se considera los principios básicos teniendo en cuenta la cultura de área que incluyen sujetos humanos: la Justicia, la beneficencia y los principios de respeto a la persona. (Belmont, 1979)

Respeto a las Personas

Reúne las principales convicciones éticas como, por ejemplo: toda persona tiene autonomía de ser protegidos y el siguiente toda persona debe de ser tratado como funcionarios independientes. Así mismo, se dividen en exigencias morales como la de

proteger a sus semejantes con limitaciones de libertad y la de mostrarse de acuerdo a su libertad. Todo esto en función a que la persona pueda fortalecer y actuar para cumplir sus metas personales. (Belmont, 1979)

Beneficencia

Se refiere a los hechos de caridad o bondad que se le brinda a la persona sin tener la obligación, respetando sus decisiones y resguardando para que no tengan daños, es decir, encaminar al bienestar todo en base a beneficiar a personas que los requieran, agrandado el beneficio, no haciendo daño y disminuyendo los posibles daños. (Belmont, 1979)

Justicia.

Se refiere al repartimiento de lo que se merece cada persona, compartiendo las mismas responsabilidades, los mismos derechos, todo deben de tratarse con igualdad, sin perjudicar a terceros, no se debe de negar a la persona sin razón lícita sus derechos, esto es un asunto de justicia. (Belmont, 1979)

2.7 Criterios de Rigor Científico

Se utilizó las normas APA para el desarrollo del trabajo científico reconocidas internacionalmente:

Normas APA, consentimiento informado de las fuentes, normas de la USS, respeto a los derechos de autor, respetar el proceso de la investigación científica.

III. RESULTADOS

En este capítulo presentare los resultados obtenidos de las encuestas y análisis de datos realizados que son producto del estudio realizado en la empresa Combustibles Fernández SAC.

3.1. Análisis e interpretación de los resultados

3.1.1 Necesidad de capacitación del personal de la Empresa Combustibles Fernández SAC

Variable: Plan de Capacitación

Dimensión: Necesidad de Capacitación

Indicador: Conocimiento

Tabla 1.

¿Considera usted que los trabajadores deben participar en la planificación de las capacitaciones?

	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2,2%
En desacuerdo	2,2%
Indeciso	46,7%
De acuerdo	24,4%
Totalmente de acuerdo	24,4%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

¿Considera usted que los trabajadores deben participar en la planificación de las capacitaciones?

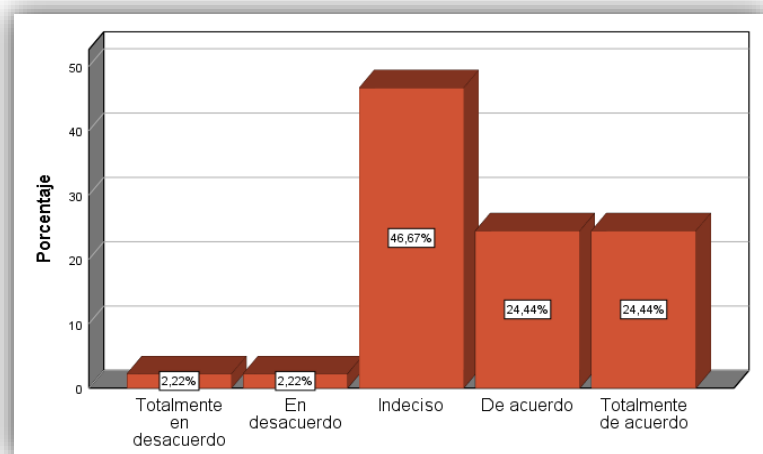


Figura 6: Los trabajadores deben participar en la planificación de las capacitaciones.

Interpretación: Según la *Figura N° 06* el 46,67% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están indecisos en participar de la planificación de las capacitaciones y el 2,22% está totalmente desacuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC.

Tabla 2.

¿Considera usted que sus conocimientos cumplen con lo requerido por el puesto?

	Porcentaje
Indeciso	40,0 %
De acuerdo	33,3%
Totalmente de acuerdo	26,7%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

¿Considera usted que sus conocimientos cumplen con lo requerido por el puesto?

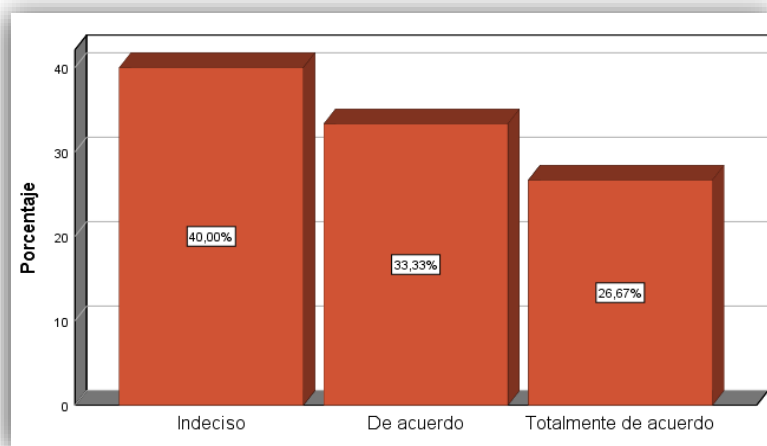


Figura 7: Conocimientos requerido por el puesto.

Interpretación: Según la *Figura N° 07* el 40,00% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están indecisos en que sus conocimientos sean los requeridos para el puesto que ocupan y el 26,67% está totalmente de acuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

Variable: Plan de Capacitación

Dimensión: Necesidad de Capacitación

Indicador: Habilidad

Tabla 3.

¿Considera que tienes las habilidades necesarias para brindar una atención de calidad?

	Porcentaje
Indeciso	40,0 %
De acuerdo	33,3 %
Totalmente de acuerdo	26,7%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

¿Considera que tienes las habilidades necesarias para brindar una atención de calidad?

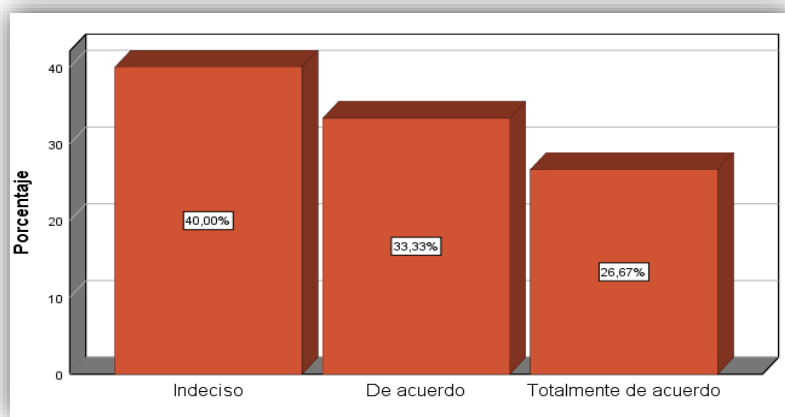


Figura 8: Habilidades para una atención de calidad.

Interpretación: Según la *Figura N° 03* el 40,00% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están indecisos en que tienen las habilidades necesarias para brindar un servicio de calidad y el 26,67% está totalmente de acuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC.

Tabla 4..

¿Considera usted que un trabajador capacitado desarrollara mejor sus habilidades laborales?

	Porcentaje
Indeciso	40,0%
De acuerdo	33,3%
Totalmente de acuerdo	26,7%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

¿Considera usted que un trabajador capacitado desarrollara mejor sus habilidades laborales?

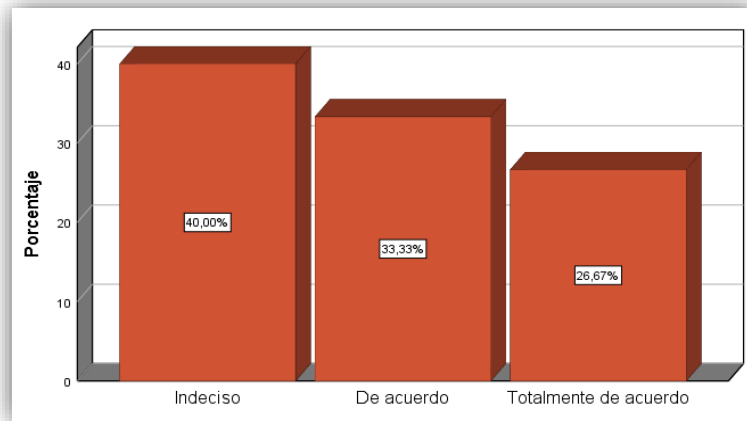


Figura 9: Trabajador capacitado.

Interpretación: Según la *Figura N° 09* el 40,00% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están indecisos en que un trabajador desarrolla mejor sus habilidades laborales y el 26,67% está totalmente de acuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

Tabla 5.

¿Considera usted que el gerente de la empresa conoce las habilidades y destrezas de los trabajadores?

	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	17,8%
En desacuerdo	26,7%
Indeciso	37,8%
De acuerdo	15,6%
Totalmente de acuerdo	2,2%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

¿Considera usted que el gerente de la empresa conoce las habilidades y destrezas de los trabajadores?

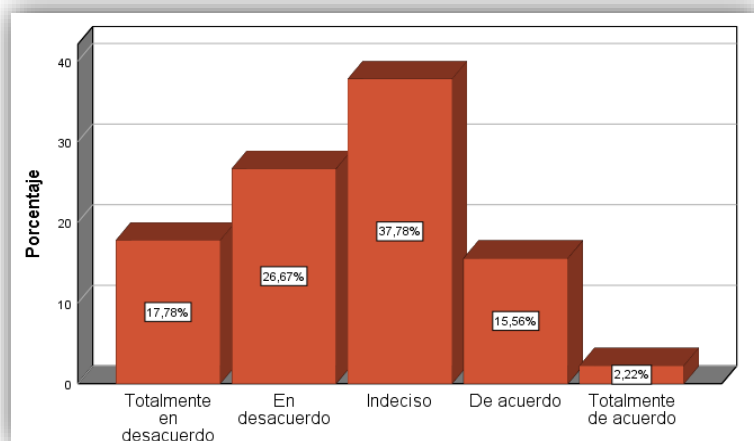


Figura 10: El Gerente conoce los trabajadores.

Interpretación: Según la *Figura N° 10* el 37,78% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están indecisos en que el gerente de la empresa conozca las habilidades y destrezas de los trabajadores y el 2,22% está totalmente de acuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

Variable: Plan de Capacitación

Dimensión: Necesidad de Capacitación

Indicador: Requerimiento

Tabla 6.

¿Considera usted que los colaboradores requieran una capacitación?

	Porcentaje
Indeciso	40,0%
De acuerdo	33,3%
Totalmente de acuerdo	26,7%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

¿Considera usted que los colaboradores requieran una capacitación?

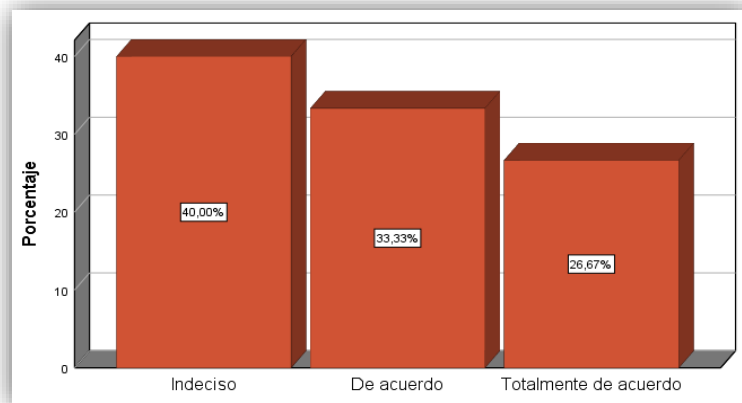


Figura 11: Requerimiento de capacitación.

Interpretación: Según la *Figura N° 11* el 40,00% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están indecisos en que los colaboradores requieran una capacitación y el 26,67% está totalmente de acuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

Tabla 7..

¿Considera usted que los temas de capacitación los debería elegir la empresa?

	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2,2%
En desacuerdo	6,7%
Indeciso	13,3%
De acuerdo	64,4%
Totalmente de acuerdo	13,3%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

¿Considera usted que los temas de capacitación los debería elegir la empresa?

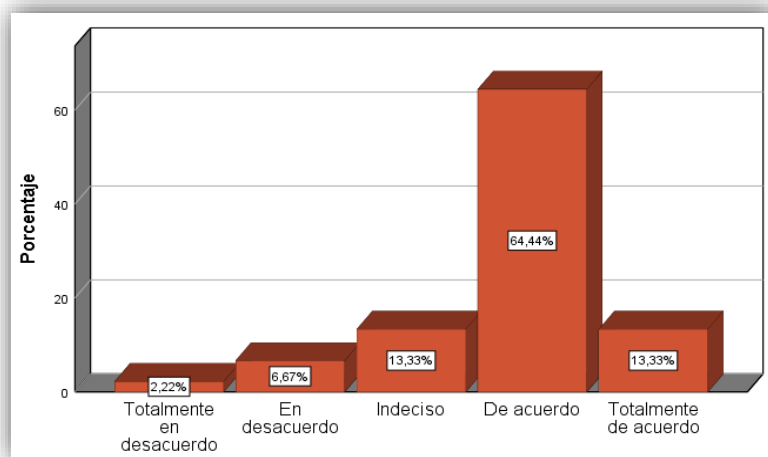


Figura 12: Tema de capacitación.

Interpretación: Según la *Figura N° 12* el 64,44% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están de acuerdo en que los temas de capacitación los debería elegir la empresa y el 2,22% está totalmente en desacuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC.

Variable: Plan de Capacitación

Dimensión: Necesidad de Capacitación

Indicador: Destrezas

Tabla 8.

¿Considera usted que puede identificar un problema y tomar la decisión de resolverlo?

	Porcentaje
Indeciso	40,0%
De acuerdo	33,3%
Totalmente de acuerdo	26,7%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

¿Considera usted que puede identificar un problema y tomar la decisión de resolverlo?

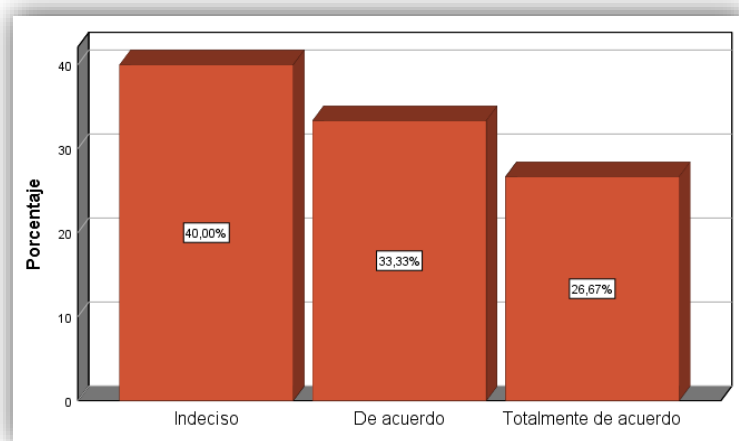


Figura 13: Toma de decisión.

Interpretación: Según la *Figura N° 13* el 40,00% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están indecisos en que poder identificar un problema y tomar la decisión de resolverlo y el 26,67% está totalmente de acuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

Tabla 9.

¿Considera usted que existe trabajo en equipo en su organización?

	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	20,0%
En desacuerdo	22,2%
Indeciso	22,2%
De acuerdo	15,6%
Totalmente de acuerdo	20,0%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

¿Considera usted que existe trabajo en equipo en su organización?

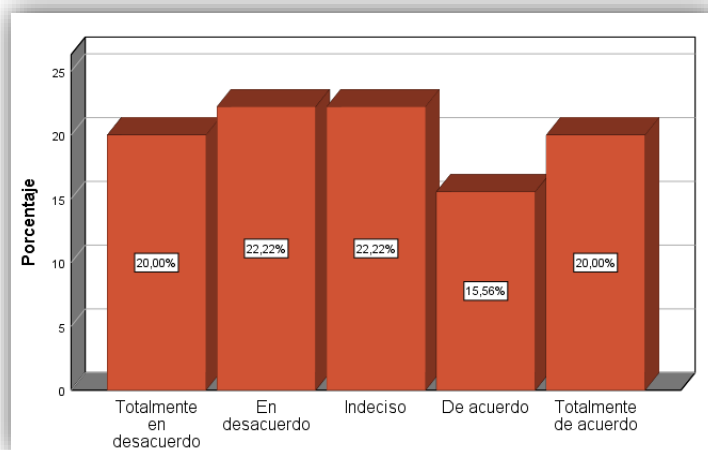


Figura 14: Trabajo en equipo.

Interpretación: Según la *Figura N° 14* el 22,22% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están indecisos en que existe trabajo en equipo en la organización y el 15,56% está de acuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

Tabla 10.

¿Considera usted que existe cultura de servicio en sus compañeros de trabajo y jefes?

	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	17,8%
En desacuerdo	26,7%
Indeciso	37,8%
De acuerdo	15,6%
Totalmente de acuerdo	2,2%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

¿Considera usted que existe cultura de servicio en sus compañeros de trabajo y jefes?

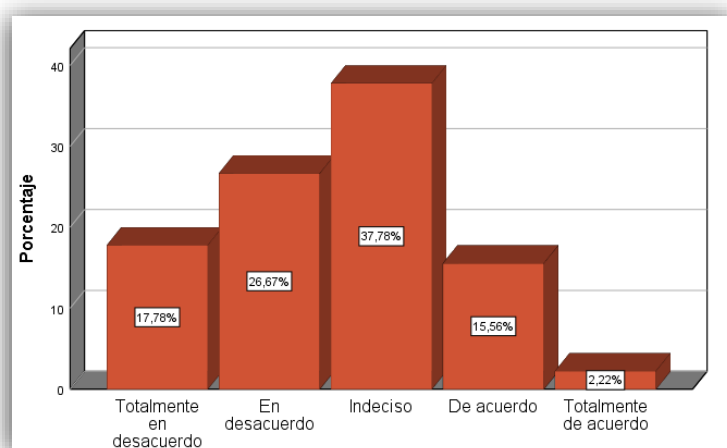


Figura 15: Cultura de servicio.

Interpretación: Según la *Figura N° 15* el 37,78% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están indecisos en que existe cultura de servicio en sus compañeros de trabajo y jefes, y el 2,22% está totalmente de acuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

3.1.2 Estado actual de la calidad de servicio en la Empresa Combustibles Fernández SAC.

Variable: Calidad de Servicio

Dimensión: Elementos Tangibles

Indicador: Equipos

Tabla 11.

¿Considera que los equipos se encuentran en buen estado?

	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0,3%
En desacuerdo	0,6%
Indeciso	34,6%
De acuerdo	34,0%
Totalmente de acuerdo	30,4%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

¿Considera que los equipos se encuentran en buen estado?

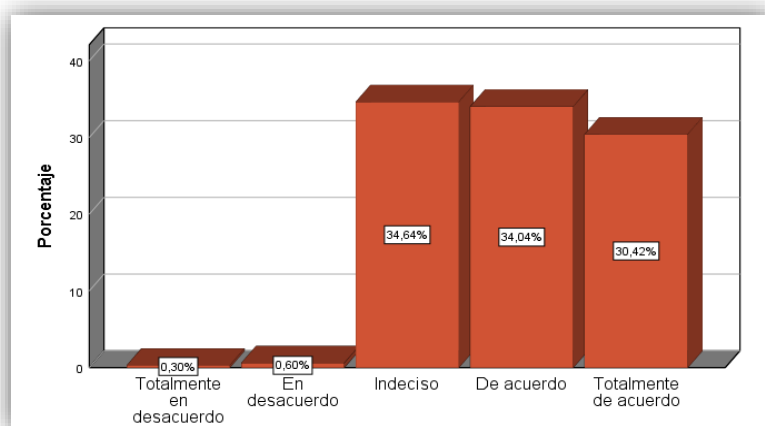


Figura 16: Equipos de la empresa.

Interpretación: Según la *Figura N° 16* el 34,04% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están de acuerdo en que los equipos se encuentran en buen estado y el 0,30% está totalmente en desacuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

Tabla 12.

¿Considera que las instalaciones de la empresa son seguras?

	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	20,2%
En desacuerdo	20,5%
Indeciso	18,1%
De acuerdo	20,8%
Totalmente de acuerdo	20,5%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

¿Considera que las instalaciones de la empresa son seguras?

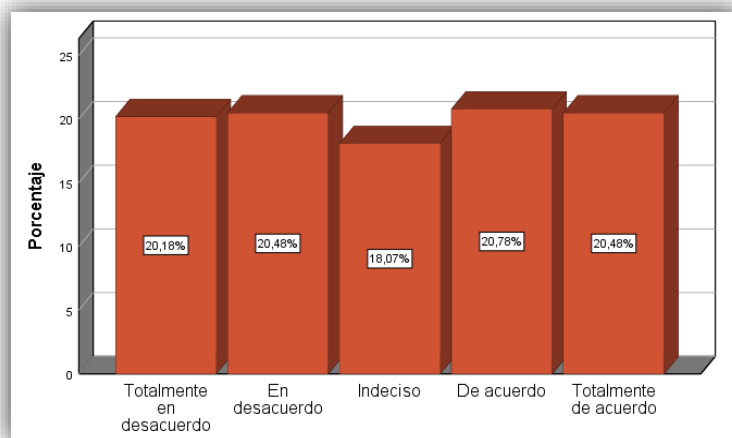


Figura 17: Instalaciones de la empresa.

Interpretación: Según la *Figura N° 17* el 20,78% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están en desacuerdo en que las instalaciones de la empresa son seguras y el 18,07% está indeciso.

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

Tabla 13.

¿Considera que a la empresa le faltan equipos en relación a sus competidores?

	Porcentaje
En desacuerdo	26,5%
Indeciso	22,0%
De acuerdo	25,0%
Totalmente de acuerdo	26,5%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

¿Considera que a la empresa le faltan equipos en relación a sus competidores?

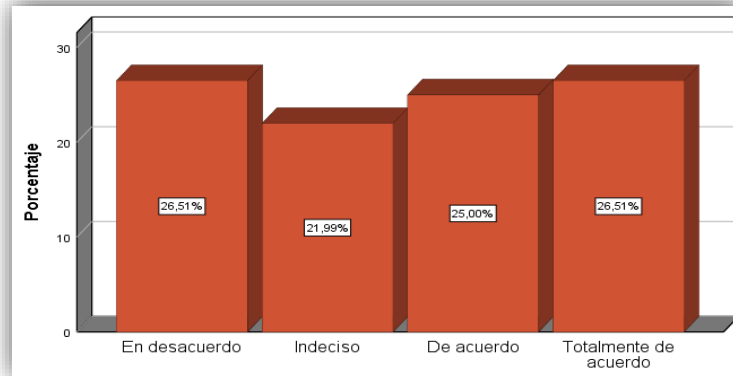


Figura 18: Equipos en relación a la competencia.

Interpretación: Según la *Figura N° 18* el 26,51% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están totalmente de acuerdo en que a la empresa le faltan equipos en relación a sus competidores y el 21,99% está indeciso.

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

Variable: Calidad de Servicio

Dimensión: Fiabilidad

Indicador: Nivel de cumplimiento de publicidad

Tabla 14.

¿Considera que la empresa cumple con la publicidad ofrecida?

	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0,9%
En desacuerdo	32,2%
Indeciso	34,0%
De acuerdo	30,4%
Totalmente de acuerdo	2,4%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

¿Considera que la empresa cumple con la publicidad ofrecida?

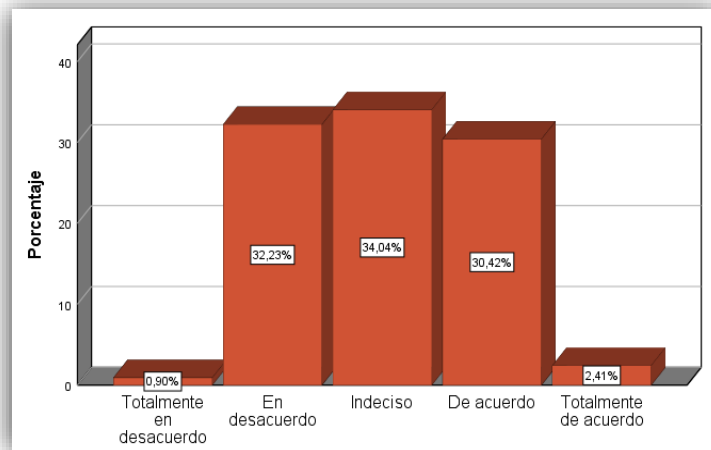


Figura 19: Publicidad ofrecida.

Interpretación: Según la *Figura N° 19* el 34,04% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC se consideran indecisos en que la empresa cumple con la publicidad ofrecida y el 0,90% está totalmente en desacuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

Variable: Calidad de Servicio

Dimensión: Capacidad de respuesta

Indicador: Tiempo de espera

Tabla 15

¿Considera que el personal realiza la atención en el tiempo requerido?

	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0,6%
En desacuerdo	25,9%
Indeciso	25,0%
De acuerdo	26,2%
Totalmente de acuerdo	22,3%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

¿Considera que el personal realiza la atención en el tiempo requerido?

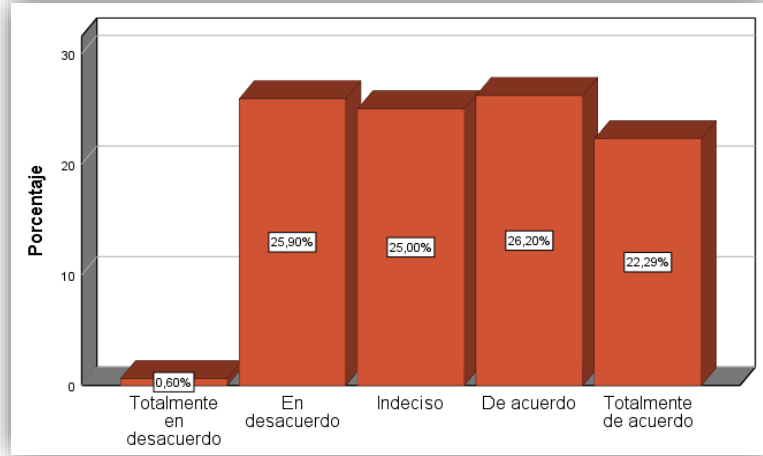


Figura 20: Atención en tiempo requerido.

Interpretación: Según la *Figura N° 20* el 26,20% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran estar de acuerdo en que el personal realiza la atención en el tiempo requerido y el 0,60% está totalmente en desacuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

Variable: Calidad de Servicio

Dimensión: Capacidad de respuesta

Indicador: Capacidad de respuesta

Tabla 16.

¿Considera que el personal utiliza el lenguaje adecuado para una buena atención al cliente?

	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0,6%
En desacuerdo	25,9%
Indeciso	25,0%
De acuerdo	26,2%
Totalmente de acuerdo	22,3%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

¿Considera que el personal utiliza el lenguaje adecuado para una buena atención al cliente?

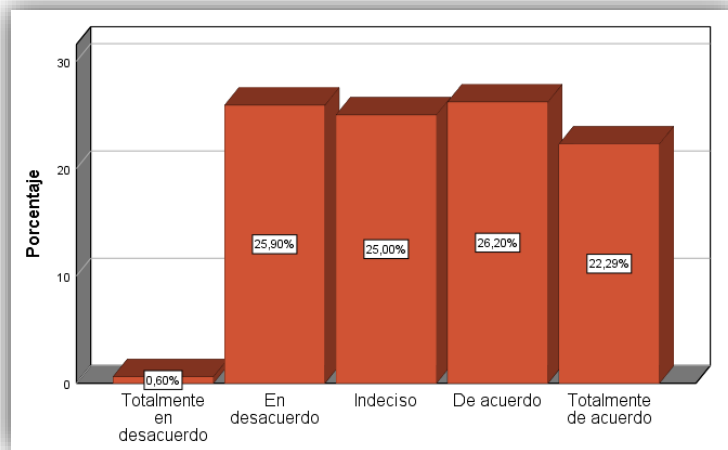


Figura 21: Lenguaje para una buena atención.

Interpretación: Según la *Figura N° 21* el 26,20% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran estar de acuerdo en que el personal utiliza el lenguaje adecuado para una buena atención al cliente y el 0,60% está totalmente en desacuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

Variable: Calidad de Servicio

Dimensión: Seguridad

Indicador: Nivel de seguridad

Tabla 17.

¿Considera que realizar transacciones comerciales en las instalaciones de la empresa es seguro y rápido?

	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0,9%
En desacuerdo	33,4%
Indeciso	34,0%
De acuerdo	30,4%
Totalmente de acuerdo	1,2%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

¿Considera que realizar transacciones comerciales en las instalaciones de la empresa es seguro y rápido?

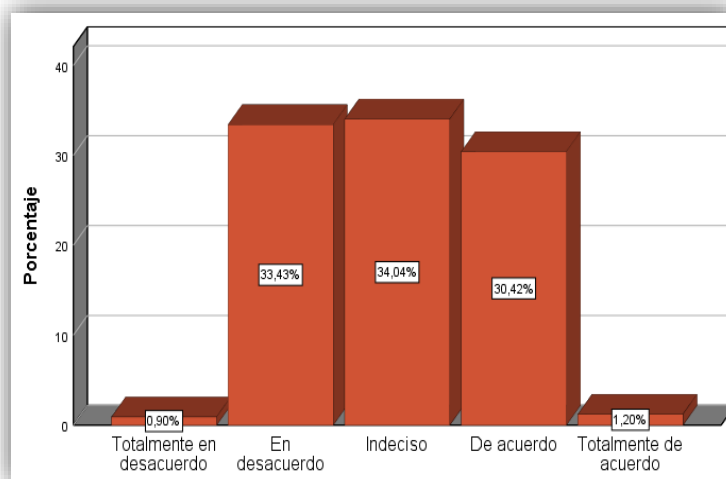


Figura 22: Transacciones rápidas y seguras.

Interpretación: Según la *Figura N° 22* el 34,04% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC se consideran indecisos en que realizar transacciones comerciales en las instalaciones de la empresa es seguro y rápido y el 0,90% está totalmente en desacuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

Tabla 18.

¿Considera que la empresa cuenta con seguridad ante robos?

	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0,9%
En desacuerdo	33,4%
Indeciso	34,0%
De acuerdo	30,4%
Totalmente de acuerdo	1,2%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

¿Considera que la empresa cuenta con seguridad ante robos?

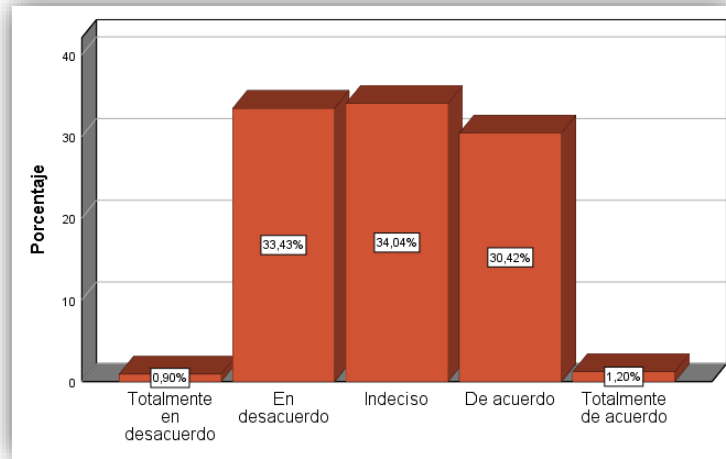


Figura 23: Seguridad ante robos.

Interpretación: Según la *Figura N° 23* el 34,04% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC se consideran indecisos en que la empresa cuenta con seguridad ante robos y el 0,90% está totalmente en desacuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

Variable: Calidad de Servicio

Dimensión: Empatía

Indicador: Cortesía

Tabla 19.

¿Considera que el personal de la empresa está capacitado en atención al cliente?

	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0,6%
En desacuerdo	25,9%
Indeciso	25,0%
De acuerdo	26,2%
Totalmente de acuerdo	22,3%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

¿Considera que el personal de la empresa está capacitado en atención al cliente?

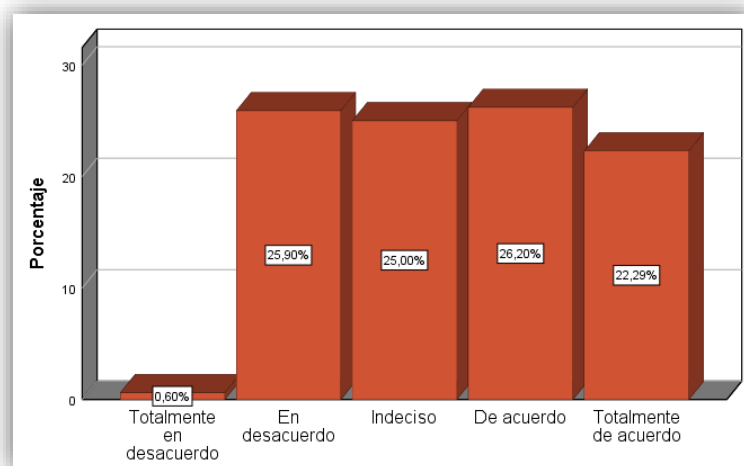


Figura 24: Personal capacitado en atención al cliente.

Interpretación: Según la *Figura N° 24* el 26,20% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran estar de acuerdo en que el personal está capacitado en atención al cliente y el 0,60% está totalmente en desacuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

Tabla 20.

¿Considera que el personal brinda una atención con cortesía?

	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0,6%
En desacuerdo	25,9%
Indeciso	25,0%
De acuerdo	26,2%
Totalmente de acuerdo	22,3%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

¿Considera que el personal brinda una atención con cortesía?

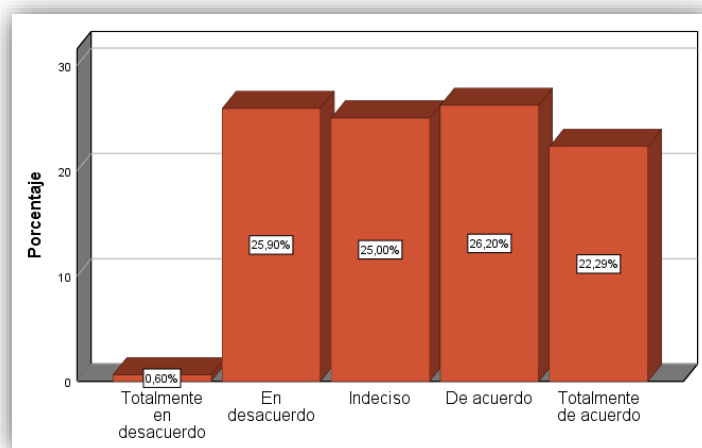


Figura 25: Atención con cortesía.

Interpretación: Según la *Figura N° 25* el 26,20% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran estar de acuerdo en que el personal brinda una atención con cortesía y el 0,60% está totalmente en desacuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

3.1.3 Plan de capacitación para mejorar la calidad de servicio al cliente en la Empresa Combustibles Fernández SAC.

Variable: Plan de Capacitación.

Dimensión: Necesidad de Capacitación.

Indicador: Plan de capacitación.

Tabla 21.

¿Considera usted que las debilidades de la empresa son mínimas?

	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	8,9 %
En desacuerdo	11,1%
Indeciso	28,9%
De acuerdo	17,8%
Totalmente de acuerdo	33,3%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

¿Considera usted que las debilidades de la empresa son mínimas?

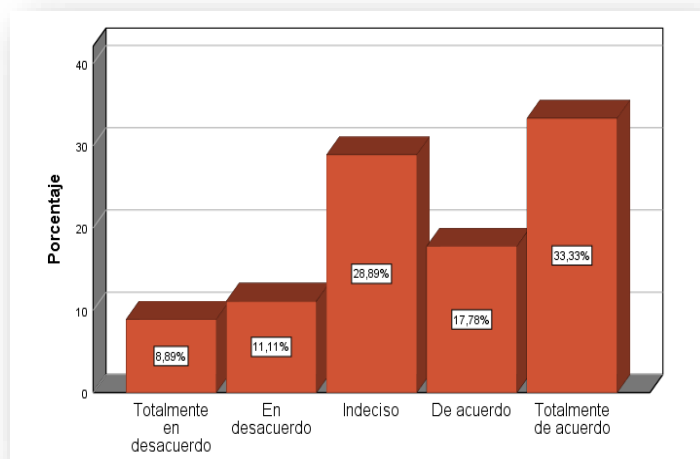


Figura 26: Debilidades de la empresa.

Interpretación: Según la *Figura N° 26* el 33,33% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están totalmente de acuerdo en que las debilidades de la empresa son mínimas, y el 8,89% está totalmente en desacuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

Tabla 22.

¿Considera usted que la fortaleza más importante de la empresa es el talento humano?

	Porcentaje
Indeciso	6,7%
De acuerdo	35,6%
Totalmente de acuerdo	57,8%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

¿Considera usted que la fortaleza más importante de la empresa es el talento humano?

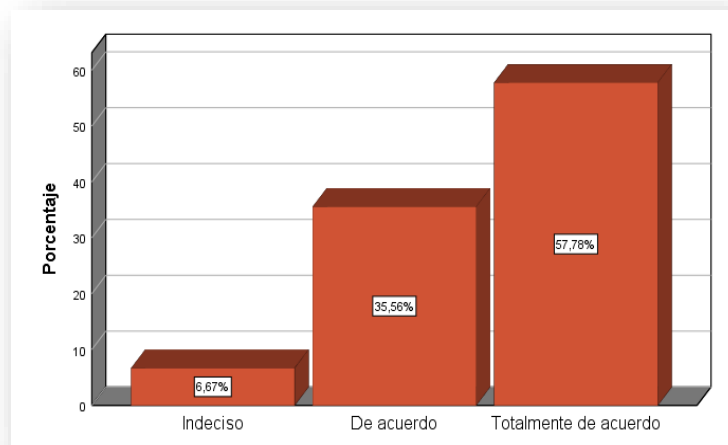


Figura 27: Fortaleza más importante.

Interpretación: Según la *Figura N° 27* el 57,78% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están totalmente de acuerdo en que la fortaleza más importante de la empresa es el talento humano, y el 6,67% está totalmente en desacuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

Tabla 23.

¿Considera usted que la empresa debe elegir el tema de capacitación?

	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2,2%
En desacuerdo	6,7%
Indeciso	13,3%
De acuerdo	64,4%
Totalmente de acuerdo	13,3%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

¿Considera usted que la empresa debe elegir el tema de capacitación?

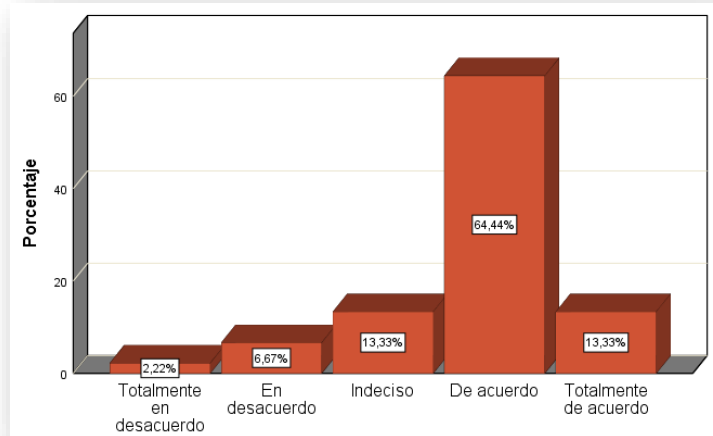


Figura 28: La empresa debe elegir el tema de capacitación.

Interpretación: Según la *Figura N° 28* el 64,44% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están de acuerdo en que la empresa debe elegir el tema de capacitación, y el 2,22% está totalmente en desacuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

Tabla 24.

¿Considera usted que el capacitador debe ser ajeno a la empresa?

	Porcentaje
De acuerdo	8,9%
Totalmente de acuerdo	91,1%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

¿Considera usted que el capacitador debe ser ajeno a la empresa?

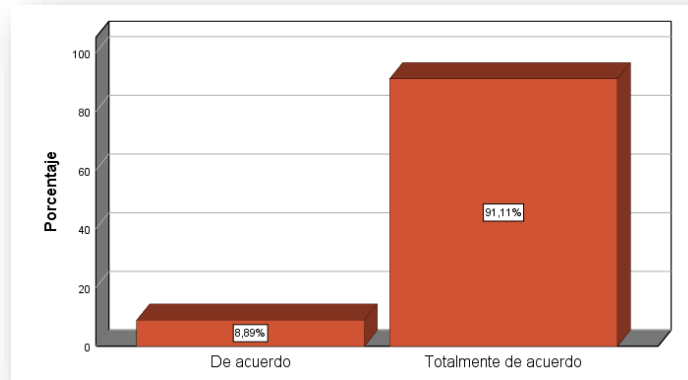


Figura 29: Capacitador ajeno a la empresa.

Interpretación: Según la *Figura N° 29* el 91,11% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están totalmente de acuerdo en que el capacitador debe ser ajeno a la empresa, y el 8,89% está de acuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

Tabla 25.

¿Considera usted su participación de un plan de capacitación?

	Porcentaje
De acuerdo	44,4%
Totalmente de acuerdo	55,6%
Total	100%

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

¿Considera usted su participación de un plan de capacitación?

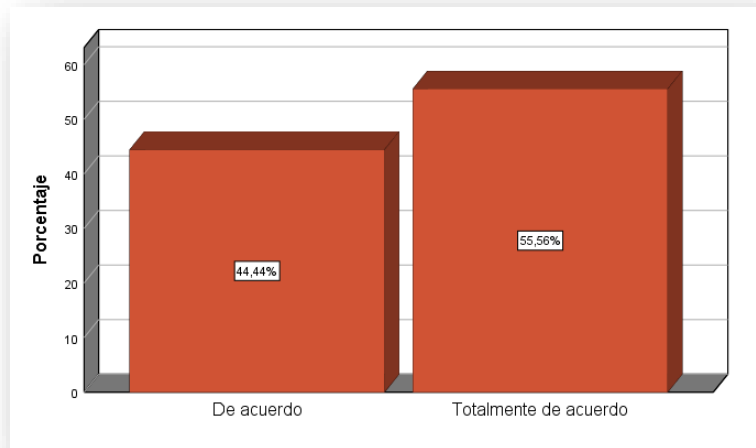


Figura 30: Participación de un plan de capacitación.

Interpretación: Según la *Figura N° 30* el 55,56% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están totalmente de acuerdo en su participación de un plan de capacitación y el 44,44% está de acuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

Tabla 26..

¿Considera usted compartir el plan de capacitación con los trabajadores de las demás sedes?

	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2,2%
En desacuerdo	6,7%
Indeciso	6,7%
De acuerdo	40,0%
Totalmente de acuerdo	44,4%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

¿Considera usted compartir el plan de capacitación con los trabajadores de las demás sedes?

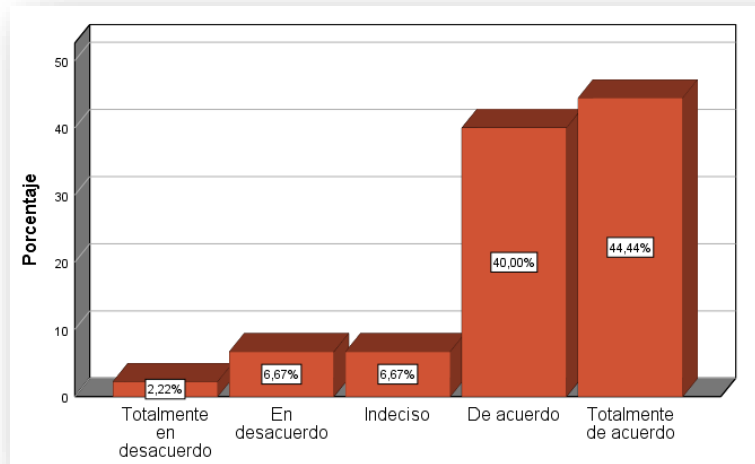


Figura 31: Trabajadores de todas las sedes.

Interpretación: Según la *Figura N° 26* el 44,44% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están totalmente de acuerdo en compartir el plan de capacitación con los trabajadores de las demás sedes, y el 2,22% está de acuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

Tabla 27.

¿Considera usted que el plan de capacitación se lleve a cabo fuera del horario de trabajo?

	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	20,0%
En desacuerdo	11,1%
Indeciso	22,2%
De acuerdo	20,0%
Totalmente de acuerdo	26,7%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

¿Considera usted que el plan de capacitación se lleve a cabo fuera del horario de trabajo?

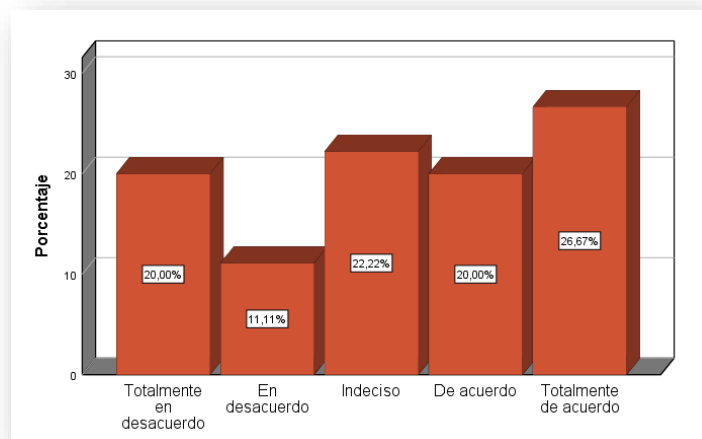


Figura 32: Horario del plan de capacitación.

Interpretación: Según la *Figura N° 27* el 26,67% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están totalmente de acuerdo en que el plan de capacitación se lleva a cabo fuera del horario de trabajo, y el 11,11% está en desacuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

Tabla 28.

¿Considera usted que se publiquen los resultados de la capacitación?

	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4,4%
En desacuerdo	33,3%
Indeciso	24,4%
De acuerdo	22,2%
Totalmente de acuerdo	15,6%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

¿Considera usted que se publiquen los resultados de la capacitación?

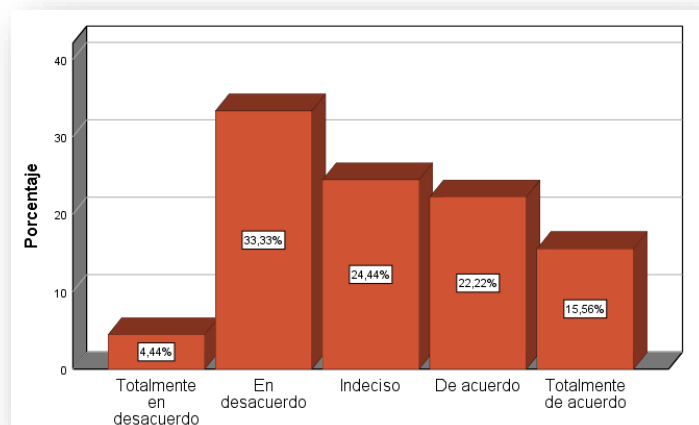


Figura 33: Resultados de la capacitación.

Interpretación: Según la *Figura N° 28* el 33,33% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están en desacuerdo en que se publiquen los resultados de la capacitación, y el 4,44% está de acuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

Tabla 29..

¿Considera usted sería ideal recibir una certificación al finalizar la capacitación?

	Porcentaje
De acuerdo	26,7%
Totalmente de acuerdo	73,3%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

¿Considera usted que sería ideal recibir una certificación al finalizar la capacitación?

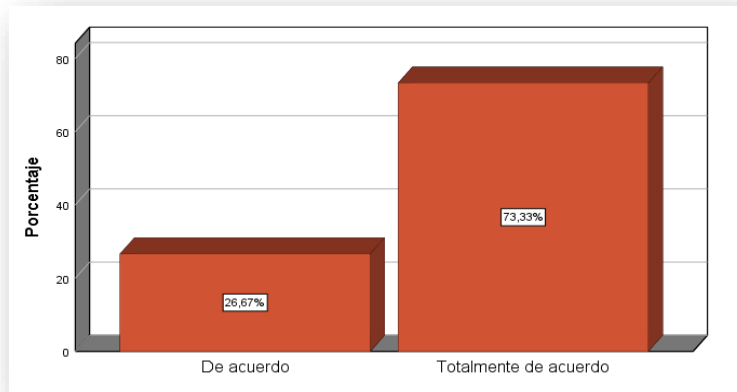


Figura 34: Certificación al finalizar capacitación.

Interpretación: Según la *Figura N° 29* el 73,33% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están totalmente de acuerdo en que sería ideal recibir una certificación al finalizar la capacitación, y el 26,67% está de acuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

Tabla 30.

¿Considera usted participar de una evaluación posterior a la capacitación?

	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4,4%
En desacuerdo	33,3%
Indeciso	24,4%
De acuerdo	22,2%
Totalmente de acuerdo	15,6%
Total	100 %

Fuente: Encuesta aplicada al personal de Combustibles Fernández SAC

¿Considera usted participar de una evaluación posterior a la capacitación?

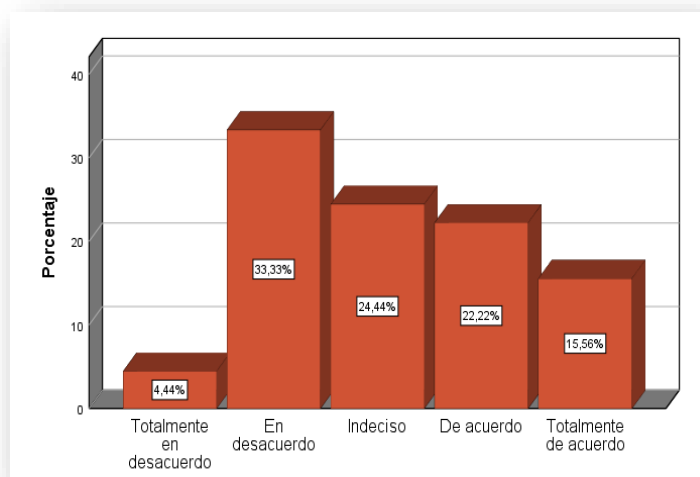


Figura 35: Evaluación posterior a la capacitación.

Interpretación: Según la *Figura N° 30* el 33,33% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están en desacuerdo en participar posterior a la capacitación, y el 4,44% está de acuerdo.

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de Combustibles Fernández SAC

Como podemos ver en la respuesta al objetivo sobre necesidad de capacitación la gran mayoría de trabajadores no nos brindan una respuesta concreta, es decir, positiva o negativa, sino que se muestran indecisos con esta respuesta. Entonces en base al porcentaje de los indecisos se realiza un plan de capacitación, ya que tomo esta respuesta como un sí solo que no quieren responder con un sí por miedo a perder su trabajo.

Nos basamos en la estructura citada en la teoría. A continuación:

PLAN DE CAPACITACIÓN AL PERSONAL COMBUSTIBLES FERNÁNDEZ SAC

PRESENTACIÓN

El presente plan de capacitación es elaborado con el propósito de mejorar la calidad de servicios al cliente en la empresa Combustible Fernández SAC para el próximo año 2020.

La empresa Combustibles Fernández SAC ubicada en Av. Argentina N° 2600 Urb. Lujan José Leonardo Ortiz – Chiclayo - Lambayeque, dedicada a la venta por menor y mayor de combustibles, cuenta con 06 sedes en distintos distritos Chepén, Pomalca, Nueva Cajamarca (San Martín) y 03 sedes en el distrito, donde su sede principal se encuentra en José Leonardo Ortiz (J.L.O). El gerente general es el Sr. Yony Bello Fernández Vásquez quien ha decidido que la capacitación será para todos los trabajadores de la empresa personal de venta y de administración de las 06 sedes.

La capacitación es muy importante ya que permite aplicar estrategias educacionales de manera organizada para que los colaboradores desarrollen nuevas habilidades y conocimientos respecto a sus actividades de trabajo, y modificará sus actitudes en cuanto a la calidad de servicio para beneficio de la organización y el cliente. Tomaremos este plan de capacitación como la mejor opción que se puede desarrollar en el departamento de Recursos Humanos de la organización, ya que la capacitación implica lograr la integración de los trabajadores a sus áreas de trabajo, el mejoramiento y mantenimiento de su desarrollo laboral y personal cumpliendo eficientemente con lo que se le encomienda.

En estos casos la capacitación es un eje primordial para que el colaborador realice un mejor servicio de calidad al cliente, buscando la mayor productividad y la eficiencia en el desarrollo de sus actividades.

JUSTIFICACION DEL PLAN DE CAPACITACIÓN

La calidad de servicio tiene una influencia en toda empresa ya que esta atención será el principal motivo para que el cliente decida regresar o no a la empresa. La conducta y el rendimiento del personal influye directamente la calidad de servicio es por eso que deben dar prioridad al recurso humano de la empresa.

Tener un personal motivado, con un buen ambiente laboral y trabajando en equipo, conllevará al éxito y al logro de los objetivos empresariales pues todos trabajaran en dirección a la misma meta. Los conocimientos y las habilidades del puesto que desempeñan los trabajadores también es muy importante sobre todo en la fuerza de ventas ya que se verá reflejado en la calidad de servicio al usuario y/o cliente.

Sin embargo, las empresas de nuestro País, no toman en cuenta la capacitación a su personal, ni en cuanto a mantenerlos motivados, ni en los conocimientos del puesto del trabajo que desempeñan. Si se tomara en cuenta esta posibilidad de capacitación se lograría transmitir nuevos conocimientos al personal y el desarrollo de nuevas habilidades, los trabajadores compartirían la capacitación entre ellos mismos sea del área que sea, de esta forma se podría obtener mayor reconocimiento de acuerdo a los aportes de la fuerza laboral que se pueda general en base a la satisfacción de los clientes, posiciones y ganancias para ser más competitivo en el mercado.

Las proposiciones nos llevar a tomar las mejores decisiones como el capacitar al personal enfocado en el principal elemento para cambiar o mejorar los comportamientos y las actitudes de los trabajadores dentro de las empresas, direccionado a la mejorar y optimizar la calidad del servicio al cliente y desempeño laboral.

Por todo lo antes mencionado se plantea el presente Plan de Capacitación para así con esto poder mejorar la calidad de servicios al cliente en la empresa Combustible Fernández SAC.

Este plan tiene como propuesta ser realizado el año 2020, en el mes de enero con fechas de 06 al 10. Ya que para ser aplicado aún se tiene que evaluar los expositores y capacitadores, indagar el tema de la certificación a los participantes y realizar la invitación con tiempo anticipado a los trabajadores.

OBJETIVOS DEL PLAN DE CAPACITACIÓN

- Objetivo General

Proporcionar al participante de la capacitación la información y herramientas para mejorar la calidad de servicios al cliente en la empresa Combustible Fernández SAC.

- Objetivos Específicos

- Proporcionar información y orientación sobre la empresa, sus objetivos, sus políticas, normas, funcionamiento y organización.

- Actualizar las competencias y desarrollar habilidades requeridos para mejorar la calidad de servicio a los clientes.
- Lograr la integración y participación en equipo de los participantes.

META DEL PLAN DE CAPACITACIÓN

Capacitar al 100% del personal Gerente General, jefes de Sedes, jefes de venta, personal oficina y personal de venta de la empresa Combustibles Fernández SAC.

ESTRATEGIAS

Los que se desarrollarán en la capacitación serán:

- Presentación de información sobre el cliente y la calidad de servicio.
- Desarrollo de casos prácticos de sus actividades diarias.
- Talleres de juegos entre áreas (Integración de las diferentes sedes)
- Exposición sobre el contenido de la capacitación (Uno por sede)

TEMAS DE CAPACITACION

- **PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO.**

Transmitir a los asistentes que el planeamiento estratégico de toda organización es el camino organizado que los líderes deben de aplicar en busca de hacer más factible los procesos de negocio, y con el fin de cumplir con las metas, objetivos, estrategias, etc. Para que logren generar una cadena de valor como trabajadores. Se les entregara a los asistentes una guía de como elaborar un plan estratégico y la importancia de reconocer todo su contenido.

Plan estratégico según Milagros Ruiz Barroeta

- Paso 1: Valores de una empresa, Visión y Misión.
 - ¿Qué son los Valores de una empresa y cómo se definen en el Plan estratégico de una empresa o negocio?
 - Ejemplos de Valores
 - ¿Qué es la Visión de una empresa?
 - ¿Qué es la Misión de una empresa?
- Paso 2: Análisis Externo y Análisis Interno, herramientas.
 - Análisis Externo del plan estratégico de una empresa o negocio
 - 5 fuerzas de Porter

- Te dejo el artículo Análisis PESTEL: ¿Qué es y para qué sirve?
Ejemplo
 - Análisis PESTEL
- Análisis Interno del plan estratégico de una empresa o negocio
 - Cadena de Valor
- Paso 3: Matriz DAFO:
- Paso 4: Elaboración Objetivos Plan estratégico
 - Objetivos Estratégicos
- Paso 5: Matriz CAME
- Paso 6: Meta e Indicadores
 - Tipos de indicadores de gestión
 - Indicadores de evaluación
 - Indicadores de cumplimiento
 - Indicadores de eficacia
 - Indicadores de eficiencia
 - Características de un Indicador
- Ejemplos; metas, indicadores, estrategia y objetivos.
- Conclusiones

Desarrollándose en el día 1 se conformarán grupos (cada sede será un grupo) y se les pedirá realicen un plan estratégico. Se les interrogara previamente que tanto conocen el plan estratégico de la empresa.

- ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN.

La organización y la administración tienen un aspecto fundamental como la generación del valor en la empresa, siendo este punto la base para analizar y medir el desempeño en la organización, esto se da porque tiene relación directa con la gestión financiera.

Desarrollándose en el día 2 la ponente realizara dinámicas grupales para que entiendan que a unión y el apoyo en equipo es importante para la administración y organización, se les consultara sobre la recepción económica de la empresa y buscando evalúen que tan importante es su participación para los ingresos.

- CULTURA ORGANIZACIONAL.

Es importante tener en claro que la cultura organizacional tiene repercusiones en el ámbito externo e interno de la organización, por estas razones, su importancia radica en como la forma de relación que tienen los trabajadores con la empresa, ya sea a través de sus políticas de bienestar y las relaciones internas.

Y por la parte externa se ve reflejado en el comportamiento de las demás entidades, cuando existe actitud social en la entidad para la cara exterior, así como la imagen corporativa, la filosofía, la gobernabilidad, la participación clara en las actividades y las demás cuestiones a los clientes.

En el día 3 se buscará exponer los conflictos, tomando en cuenta los días anteriores para buscar soluciones y la participación de todos para la mejoría.

- RELACIONES PÚBLICAS.

Se refiere al proceso interacción y comunicación entre las audiencias y las organizaciones con el fin de generar relaciones mutuamente públicas, que permitan crear narrativas sobre los servicios y productos, vincular los valores, y ampliar la marca.

- CALIDAD DE SERVICIO.

Como excelencia: Se refiere a obtener los mejores resultados en este caso, de los servicios que brinda la organización, sin embargo, en la mayor parte se aplica la subjetividad acaparando consecuencias no beneficiosas, por estas razones es necesario que se marquen directrices para cumplir con el nivel exigido.

Como ajuste a las especificaciones: Son normas que se plantea para desarrollar medidas necesarias y estandarizadas para cumplir con los objetivos básicos, y además, con el fin de encontrar las posibles causas y las dificultades en la calidad del servicio en distintos períodos, además, en la evaluación del consumidor o usuario desde el punto de vista de la empresa.

Como valor: Para esto se debe de identificar las características de cada consumidor del servicio, además, considerando la efectividad externa y la eficiencia interna de la organización, desde los costes hacia la satisfacción del usuario, estos pueden ser muy dinámicos que puede variar en el transcurso del tiempo.

Como satisfacción de las expectativas de los usuarios o consumidores: En este caso se mide el grado de satisfacción del consumidor, teniendo en cuenta con los indicadores que se relacionan con las mismas, empleando la percepción y el juicio de las personas que estuvieron recibiendo el servicio.

En el día 5 se buscará poner ejemplos y dinámicas sobre la atención a los diferentes clientes también se buscará resumir lo aprendido en los días anteriores y en sumatoria exponer la calidad de servicio.

RECURSOS

- **Humanos:** Lo conformarán los participantes los cuales se rotarán por turnos para no dejar sin personal a la empresa, expositores y capacitadores especialistas en los temas propuestos como: Magísteres en administración, Psicólogos, entre otros.
- **Materiales:**
 Infraestructura: Las actividades de capacitación tienen que desarrollarse en un ambiente adecuado proporcionado por la misma empresa.
 Mobiliario, equipos y otros: (mesas, sillas, equipos multimedia, plumones, lápices, borradores, lapiceros, hojas bond y folders).
 Certificación: Certificación por participar de la capacitación.

FINANCIAMIENTO

El financiamiento de este plan de capacitación será cubierto completamente con los ingresos de la propia empresa.

- Presupuesto
 Para realizar el presupuesto se realizó una investigación real de los costos que se encuentran la siguiente tabla:

Tabla 31: Presupuesto de plan de capacitación.

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Útiles para los 5 días				
Viáticos		6	S/ 20.00	S/ 120.00
Plumones de colores	Unid.	50	S/ 1.00	S/ 50.00
Lápices	Unid.	50	S/ 0.50	S/ 25.00
Borradores	Unid.	50	S/ 0.25	S/ 12.50
Lapiceros	Unid.	50	S/ 0.50	S/ 25.00
Papel A4	Millar	1	S/ 10.00	S/ 10.00
Fólderes	Ciento	1	S/ 8.50	S/ 8.50
Alquiler equipos multimedia	Día	5	S/ 80.00	S/ 400.00

Certificación	Unid.	45	S/ 80.00	S/ 3,600.00
Refrigerios	Unid.	45	S/ 5.00	S/ 225.00
Imprevistos			S/ 500.00	S/ 500.00
Día 1: Planeamiento estratégico				
Mg en Administración de Empresas	H/Día	8	S/ 100.00	S/ 800.00
Día 2: Administración y organización				
Mg en Finanzas	H/Día	8	S/ 100.00	S/ 800.00
Día 3: Cultura Organizacional				
Psicóloga	H/Día	8	S/ 80.00	S/ 640.00
Día 4: Relaciones Publicas				
Esp en ventas	H/Día	8	S/ 100.00	S/ 800.00
Día 5: Calidad de Servicio				
Psicóloga	H/Día	8	S/ 80.00	S/ 640.00
Mg en Administración de Empresas	H/Día	8	S/ 100.00	S/ 800.00
TOTAL PRESUPUESTO				S/ 9,456.00

Fuente: Producción propia.

- Cronograma

Figura 36: Cronograma de plan de capacitación.

TEMAS A DESARROLLAR	ENERO 2022				
	Días				
	6	7	8	9	10
Planeamiento estratégico	-				
Administración y organización		-			
Cultura Organizacional			-		
Relaciones Publicas				-	
Calidad de Servicio					-

Fuente: Producción propia.

Hay que tener en cuenta que las actividades se realizaran en local de la sede principal de la empresa y se contara con el apoyo del área administrativa para todo el desarrollo.

3.2. Discusión de resultados

Teniendo en cuenta el primer objetivo planteado determinar la necesidad de capacitación en el que se encuentra el personal en la Empresa Combustibles Fernández SAC.

Según los resultados obtenidos de acuerdo a la necesidad de capacitación, el 46,67% de los encuestados consideran que están indecisos en participar de la planificación de las capacitaciones (*Ver Figura N° 01*) y un 40% consideran que no opinan (indecisos) que sus conocimientos sean los requeridos para el puesto que ocupan (*Ver Figura N° 02*). Esto quiere decir que hay falta de conocimiento respecto a las necesidades que tiene la empresa sobre capacitaciones, concepto que para la empresa es importante toda vez que según (Rengifo, 2017) precisa que para identificar las acciones necesarias en base a lo que se requiere en la capacitación, se debe de fortalecer el efecto, las actitudes, la destreza y el conocimiento que favorezcan la gestión, con esto esperar que mejore el desempeño de los colaboradores.

Respecto al segundo objetivo describir el estado en el que se encuentra la calidad de servicio en la Empresa Combustibles Fernández SAC.

Según los resultados obtenidos de acuerdo a la calidad de servicio el 20,78% de la muestra en estudio, consideran que están en desacuerdo en que las instalaciones de la empresa son seguras (*Ver Figura N° 17*), un 26,51% consideran que están totalmente de acuerdo en que a la organización le faltan equipos en relación a sus competidores (*Ver Figura N° 18*) y el 25,90% estar de desacuerdo con el personal realiza la atención en el tiempo requerido (*Ver Figura N° 20*). Los resultados no son muy favorables, por lo que hay que buscar las formas necesarias para mejorar la calidad de servicio, toda vez de que (Vertice, 2008) nos dice que es fundamental que el cliente o consumidor garantice su satisfacción al servicio que se le brinde, además que, contribuya con la lealtad, garantizando el éxito y la viabilidad de la compañía.

Con respecto al tercer objetivo diseñar un plan de capacitación para mejorar la calidad de servicio al cliente en la Empresa Combustibles Fernández SAC.

Según los resultados que se obtuvieron, de acuerdo a la dimensión plan de capacitación el 55,56% de los encuestados de la empresa Combustibles Fernández SAC consideran que están totalmente de acuerdo en su participación para la ejecución del plan de capacitación y el 44,44% está de acuerdo (*Ver Figura N° 25*). En base a estos porcentajes

afirmo que el 100% de los trabajadores están de acuerdo en participar, así mismo, Idaberto Chivenato nos dice que el plan de capacitación es importante porque es “un proceso que se realiza de manera organizada y sistemática en un corto tiempo, para que las personas obtengan habilidades, aptitudes y conocimientos en función de objetivos” para así mejorar el desempeño en sus funciones. Esto concuerda con Aguilar y Marlo (2015) que llega a la conclusión que el personal del Hospital Regional Lambayeque necesita ser capacitado.

IV. CONCLUSIONES

Se concluye que los trabajadores no responden sobre la necesidad de capacitación, nos con lleva a pensar que se debe al temor de responder que necesitan la capacitación o la falta de información acerca del tema.

Se concluye que las instalaciones de la empresa no son seguras, le falta equipos en relación a sus competidores y la atención no se realiza en el tiempo requerido.

Se concluye que el personal de la empresa Combustibles Fernández SAC están de acuerdo en participar de un plan de capacitación.

V. RECOMENDACIONES

Se recomienda capacitar al personal de la empresa Combustibles Fernández SAC, toda vez de que Idalberto Chiavenato, autor de reconocido prestigio en el área de recursos humanos, nos dice que el plan de capacitación es importante porque es “un proceso a corto plazo, mediante el cual las personas obtienen habilidades, aptitudes y conocimientos en función de objetivos definidos” para así mejorar el desempeño en sus funciones.

Se recomienda mejorar las instalaciones, los equipos de la empresa con respecto a la competencia y la atención, de esta forma buscar mejorar la calidad de servicio lo antes posible ya que el éxito de la empresa depende de un cliente satisfecho.

Se recomienda aplicar la propuesta del plan de capacitación del proyecto de investigación.

REFERENCIAS

- Aguilar, Z. J., & Marlo, L. O. (2015). Plan de capacitación para mejorar el desempeño laboral de los trabajadores del Hospital Regional Lambayeque. Lambayeque.
- Aldana, D. V. (2010). Administración por calidad. Colombia: Alfaomega. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=3199403&query=calidad>
- Alles, M. (2007 P. 97). Codesarrollo una nueva forma de aprendizaje. Buenos Aires: Granica SA.
- Alles, M. (04 de 03 de 2012). Gestipolis. Obtenido de <https://www.gestipolis.com/porque-es-importante-la-formacion-del-personal-en-la-empresa/>
- Barreda, G. M., Bolaños, V. Á., & Morales, C. D. (2016). Plan de capacitación en el área de atención al cliente para las empresas que prestan servicios de seguridad en el Municipio de Mejicanos. El Salvador.
- Belmont. (1979). Principios y Guías Éticos para la Protección de los Sujetos Humanos de Investigación. USA.
- Bret, R. (15 de 09 de 2017). El Comercio. Obtenido de <https://elcomercio.pe/publirreportaje/capacitacion-debe-prioridad-quienes-recursos-humanos-noticia-457290>
- Briones, G. (2010 - P. 59). La investigación social y educativa. Bogota - Colombia: Tercer Mundo Editores.
- Bueno, H. G., Fabian, C. M., & Jara, R. J. (2016). La capacitación del personal y su influencia en los servicios de la empresa "El señor Limón". Huánuco.
- Cantu, H. (2011). Capacitación y adiestramiento factor base de productividad y competitividad en las empresas. México.: MCGraw-Hill.
- Carrera, A. M. (2015). Plan de Capacitación dirigido a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia Balsapamb. Guayaquil - Ecuador.
- Castro, A. C., & Cubas, T. K. (2016). Propuesta de un plan de capacitación para mejorar la seguridad e higiene laboral para la empresa XANDER Constructora y Servicios Generales SRL. Chiclayo.
- Cesar, A. B. (2016 - P. 106 - 107). Metodología de la Investigación. Bogota: Prentice Hall.
- Cruz, N. A., & Sánchez, S. L. (2016). Plan de capacitación para mejorar el desempeño laboral del personal de la empresa publicidad y servicios generales BOGA SA que labora en el campus UPAO. Trujillo.
- Delfin, O. (11 de Junio de 2012). Wikipedia. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos82/elaboracion-plan-capacitacion/elaboracion-plan-capacitacion2.shtml>

- Dessler, G. (2011 P. 248). *Administración de Personal*. México: Pearson Education.
- Editorial. (29 de 11 de 2014, párr. 1). *Importancia.org*. Obtenido de <https://www.importancia.org/capacitar-al-personal.php>
- Editorial. (2015). *Importancia de capacitar al personal*. Obtenido de <https://www.importancia.org/capacitar-al-personal.php>
- Frigo, E. (2013). *¿Que es la capacitacion?* Obtenido de <http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>
- Gaitán, M. N. (2017). *Mejora de servicio al cliente en la Empresa Distribuciones AC SAS*. Colombia.
- Jiménez, O. R., & Carreras, Z. M. (2005). *Metodología para la Investigacion*. México: Publicaciones Cruz O.
- Laureate, I. U. (2016). *La capacitación laboraal en América Latina*. Washington: The Dialogue.
- Martinez, C. E., & Milian, V. E. (2016). *Propuesta de capacitación de personal para mejorar la calidad de servicio del Restaurante SUMAQ*. Chiclayo.
- Mendez, R. (2007 P. 85 - 109). *Investigación y Metodología*. México: El Cid.
- Mendoza, A. J. (2009 P. 9 - 11). *Medición de la Calidad del Servicio*. Bolivia: EL Cid Editor.
- Mendoza, J. (2009 P. 2). *Medición de la calidad del servicio*. Madrid: El Cid. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=3181587&query=calidad+de+servicio>
- Miranda, C. L. (2016). *Programa de capacitación, para mejorar el desempeño laboral del personal administrativo de transportes Rodrigo Carranza SAC*. Trujillo.
- Monja, M. R., & Puerta, R. B. (2016). *Diseño de un plan de capacitación en el desarrollo de habilidades directivas, para mejorar la calidad de atención al cliente en la pollería "El Palacio del Pollo"*. Chachapoyas.
- Mora, C. (2011 P. 151 - 158). *LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR*. *Revista Brasileira de Marketing*, 151-158. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>
- More, M. L. (2016). *Gestión del talento humano para la mejora del desempeño laboral en la empresa Ángel Divino*. Chiclayo.
- MTPE. (2010, P - 20). *Dinamica Ocupacional en la Region Lambayeque*. Lambayeque: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

- Nowell, L. C. (2015). Capacitación y servicio al cliente, estudio realizado en los restaurantes Salón el Tecun y Pasaje Mediterraneo de la zona 1 de Quetzaltenango. Guatemala.
- Peltroche, A. W. (2018). Propuesta de un plan de capacitación para mejorar el desempeño laboral en la empresa constructora e inmobiliaria M & G Perú SAC. Chiclayo.
- Pineada, P. (2000 - P. 119-133). Evaluación del impacto de la formación en las organizaciones. Colombia: Educar.
- QuestionPro. (2017). QuestionPro. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/>
- Ramirez, F. (2009 P. 4). Guía para el diseño de programa de capacitación. Bolivia: El Cid Editor.
- Rengifo, R. (2017). Proceso de capacitación y el desempeño laboral del personal administrativo del organismo de evaluación y fiscalización ambiental. Lima.
- Robbins, S. (1998 P. 269). Fundamentos de comportamiento organizacional. México: Prentice Hall Latinoamérica.
- Sánchez, L. M., Carhuavilca, C. V., & Advincula, O. J. (2016). Capacitación y Desarrollo y su Influencia en el personal de atención al cliente de la empresa Tiendas Peruanas SA OECHLE Jirón de la Unión. Lima.
- Sherman, & Boblander. (2014). Administración de los Recursos Humanos. Mexico: Iberoamericana Editorial SA.
- Siliceo, A. A. (2016 P. 25 - 26). Capacitación y Desarrollo de Personal. México: Limusa Noriega.
- Suaréz, P. L. (2015 - P. 16). Teorias General de la Administración: Una Reflexión Entorno a su Vigencia en las Organizaciones del Mundo Moderno. In Vestigium, 16.
- Toro, I., & Parra, D. (2016 P. 158). Método y conocimiento. Colombia: Universidad Eafit.
- Vertice, E. (2008). La Calidad en el Servicio al Cliente. España: Vertice.
- Villacrés, S. B. (2016). Plan de Capacitación servidores Administrativos y Trabajadores en la Escuela Superior Politecnica de Chimborazo. Riobamba - Ecuador.
- Zumaeta, J. (29 de 08 de 2018). Gestion. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/management-empleo/48-trabajadores-peruanos-recibio-capacitacion-actual-242979>

ANEXOS
CUESTIONARIO

El presente cuestionario es parte de una investigación que tiene por objetivo Elaborar un plan de capacitación al personal para mejorar la calidad de servicios al cliente en la empresa Combustibles Fernández SAC – 2019. Es totalmente confidencial y anónimo, por lo cual le agradeceremos ser los más sincero posible.

Instrucciones: Lea atentamente y marque con una X en el casillero de su preferencia del ítem correspondiente.

Datos Generales

Edad: () **Sexo:** ()

Ocupación:

1. Profesional () 2. Técnico () 3. Secundaria ()

Para evaluar las variables, marcar con una “X” en el casillero correspondiente según a la siguiente escala:

Totalmente en desacuerdo = 1

En desacuerdo = 2

Indeciso = 3

De acuerdo = 4

Totalmente de acuerdo = 5

Cuestionario 1: Población Trabajadores

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
	VARIABLE: PLAN DE CAPACITACIÓN AL PERSONAL					
	NECESIDAD DE CAPACITACIÓN					
	Conocimiento					
1	¿Considera usted que los trabajadores deben participar en la planificación de las capacitaciones?					
2	¿Considera usted que sus conocimientos cumplen con lo requerido por el puesto?					
	Habilidad					
3	¿Considera que tienes las habilidades necesarias para brindar una atención de calidad?					

4	¿Considera usted que un trabajador capacitado desarrollara mejor sus habilidades laborales?					
5	¿Considera usted que el gerente de la empresa conoce las habilidades y destrezas de los trabajadores?					
	Requerimiento					
6	¿Considera usted que los colaboradores requieran una capacitación?					
7	¿Considera usted que los temas de capacitación los debería elegir la empresa?					
	Destrezas					
8	¿Considera usted que puede identificar un problema y tomar la decisión de resolverlo?					
9	¿Considera usted que existe trabajo en equipo en su organización?					
10	¿Considera usted que existe cultura de servicio en sus compañeros de trabajo y jefes?					
	ANÁLISIS DE SITUACIÓN					
11	¿Considera usted que las debilidades de la empresa son mínimas?					
12	¿Considera usted que la fortaleza más importante de la empresa es el talento humano?					
	DISEÑO DEL PLAN DE CAPACITACIÓN					
13	¿Considera usted que la empresa debe elegir el tema de capacitación?					
14	¿Considera usted que el capacitador debe ser ajeno a la empresa?					
	VALIDACIÓN DEL PLAN DE CAPACITACIÓN					
15	¿Considera usted su participación de un plan de capacitación?					
16	¿Considera usted compartir el plan de capacitación con los trabajadores de las demás sedes?					
	EJECUCIÓN DEL PLAN DE CAPACITACIÓN					
17	¿Considera usted que el plan de capacitación se lleve a cabo fuera del horario de trabajo?					
	EVALUACIÓN DE PLAN DE CAPACITACIÓN					
18	¿Considera usted que se publiquen los resultados de la capacitación?					
19	¿Considera usted sería ideal recibir una certificación al finalizar la capacitación?					
20	¿Considera usted participar de una evaluación posterior a la capacitación?					

Gracias.

Cuestionario 2: Población Clientes

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
VARIABLE : CALIDAD DE SERVICIO						
ELEMENTOS TANGIBLES						
1	¿Considera que los equipos se encuentran en buen estado?					
2	¿Considera que las instalaciones de la empresa son seguras?					
3	¿Considera que a la empresa le faltan equipos en relación a sus competidores?					
FIABILIDAD						
4	¿Considera que la empresa cumple con la publicidad ofrecida?					
CAPACIDAD DE RESPUESTA						
5	¿Considera que el personal realiza la atención en el tiempo requerido?					
6	¿Considera que el personal utiliza el lenguaje adecuado para una buena atención al cliente?					
SEGURIDAD						
7	¿Considera que realizar transacciones comerciales en las instalaciones de la empresa es seguro y rápido?					
8	¿Considera que la empresa cuenta con seguridad ante robos?					
EMPATÍA						
9	¿Considera que el personal de la empresa está capacitado en atención al cliente?					
10	¿Considera que el personal brinda una atención con cortesía?					

Gracias.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PLAN DE CAPACITACION AL PERSONAL PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIOS AL CLIENTE EN LA EMPRESA COMBUSTIBLES FERNANDEZ SAC - 2019

NOMBRE DEL ESTUDIANTE: RUTH RABINES PANDURO

FACULTAD/ESCUELA: CIENCIAS EMPRESARIALES / ACADEMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	TÉCNICAS	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS
¿En qué forma y áreas la capacitación al personal mejorara la calidad de servicios en la empresa Combustibles Fernández SAC?	<p>Objetivo general Elaborar un plan de capacitación al personal para mejorar la calidad de servicios al cliente en la empresa Combustibles Fernández SAC – 2019.</p> <p>Objetivos específicos -Describir que tan capacitado se encuentra el personal en la Empresa Combustibles Fernández SAC. -Analizar en qué estado se encuentra la calidad de servicio en la Empresa Combustibles Fernández SAC. -Determinar la relación entre la capacitación y la calidad de servicio al cliente en la Empresa Combustibles Fernández SAC.</p>	Si implementamos el plan de capacitación entonces mejoraremos la calidad de los servicios al cliente en la empresa Combustibles Fernández SAC.	-Plan de Capacitación. -Calidad de Servicio.	<p>El presente proyecto de investigación fue elaborado con tipo de investigación descriptiva.</p> <p style="text-align: center;">DISEÑO</p> <p>El diseño de la investigación que se utilizara es no experimental.</p>	<p>Son todos los clientes de la empresa Combustibles Fernández SAC enero – 2019. Siendo un total de clientes 2659.</p> <p style="text-align: center;">MUESTRA</p> <p>45 trabajadores. 332 clientes.</p>	<p>-La encuesta</p> <p style="text-align: center;">INSTRUMENTOS</p> <p>-El cuestionario</p>	<p>-Programa SPSS</p> <p>-Microsoft Excel.</p>

Fuente: Producción propia.

Figura 37: Matriz de consistencia.

FICHA DE VALIDACIÓN



FICHA DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

I. INFORMACIÓN DEL EXPERTO

- 1.1 Apellidos y nombres : *CASANO CASTAÑO RIGUEL ANGEL*
- 1.2 Título profesional : *HC. EN ADMINISTRACION*
- 1.3 Grado académico : *MAESTRIA EN ADMINISTRACION*
- 1.4 Institución o empresa donde trabaja : *UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN*
- 1.5 Cargo que desempeña : *DOCENTE A TIEMPO COMPLETO*
- 1.6 Experiencia profesional en años : *8 años*
- 1.7 Teléfono : *990561354*
- 1.8 Correo electrónico : *mejorcastano_riguel_castanocastro@hotmail.com*
- 1.9 Nombres y apellidos del investigador (a):

II. VALORACIONES A LOS INSTRUMENTOS

2.1 Pertinencia de las preguntas o ítems con los objetivos de la investigación

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Cuestionario 1	✓			
Cuestionario 2				

2.2 De los ítems con las variables.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Cuestionario 1	✓			
Cuestionario 2				

2.3 Pertinencia de los ítems con las dimensiones.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Cuestionario 1	✓			
Cuestionario 2				

2.4 Pertinencia de los ítems con los indicadores.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Cuestionario 1	✓			
Cuestionario 2				

2.5 Redacción de los ítems.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Cuestionario 1	✓			
Cuestionario 2				

Fecha: 15 de Mayo 2019

Firma del experto
DNI: 16423080



FICHA DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

I. INFORMACIÓN DEL EXPERTO

- 1.1 Apellidos y nombres : *Gerardo Lovaca Morales Vero*
 1.2 Título profesional : *Dir. Administración*
 1.3 Grado académico : *Mb. Valente Huanaco*
 1.4 Institución o empresa donde trabaja : *Universidad Señor de Sipán*
 1.5 Cargo que desempeña : *Rector*
 1.6 Experiencia profesional en años : *12 años*
 1.7 Teléfono : *—*
 1.8 Correo electrónico : *gjosopp@cece.uss.edu.pe*
 1.9 Nombres y apellidos del investigador (a):

II. VALORACIONES A LOS INSTRUMENTOS

2.1 Pertinencia de las preguntas o ítems con los objetivos de la investigación

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Cuestionario 1	✓			
Cuestionario 2				

2.3 De los ítems con las variables.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Cuestionario 1	✓			
Cuestionario 2				

2.3 Pertinencia de los ítems con las dimensiones.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Cuestionario 1	✓			
Cuestionario 2				

2.4 Pertinencia de los ítems con los indicadores.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Cuestionario 1	✓			
Cuestionario 2				

2.5 Redacción de los ítems.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Cuestionario 1	✓			
Cuestionario 2				

Fecha: 15 - 05 - 2019


Firma del experto
DNI: 80270530

FICHA DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

I. INFORMACIÓN DEL EXPERTO

- 1.1 Apellidos y nombres : Nunez Gayozo Eduardo
 1.2 Título profesional : Lic. en Administración
 1.3 Grado académico : Licenciado
 1.4 Institución o empresa donde trabaja : I.S.T.P. Juan Mejía Baca
 1.5 Cargo que desempeña : Docente
 1.6 Experiencia profesional en años : 25 años
 1.7 Teléfono : 975908476
 1.8 Correo electrónico : laboinnovador@hotmail.com
 1.9 Nombres y apellidos del investigador (a): Falen Chavez Mariela

II. VALORACIONES A LOS INSTRUMENTOS

2.1 Pertinencia de las preguntas o ítems con los objetivos de la investigación

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Cuestionario 1	X			
Cuestionario 2	X			

2.3 De los ítems con las variables.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Cuestionario 1	X			
Cuestionario 2	X			

2.3 Pertinencia de los ítems con las dimensiones.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Cuestionario 1	X			
Cuestionario 2	X			

2.4 Pertinencia de los ítems con los indicadores.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Cuestionario 1	X			
Cuestionario 2	X			

2.5 Redacción de los ítems.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Cuestionario 1	X			
Cuestionario 2	X			

Fecha: 28-05-19.

E. Nuñez Gayoso

Firma del experto

DNI: 16655665

CARTA DE ACEPTACION



COMBUSTIBLES FERNÁNDEZ SAC

RUC: 20487420337
ESTACIONES DE SERVICIOS CON GASOCENTROS DE GLP



Dra Carmen Elvira Rosas Prado

Decana Facultad de Ciencias Empresariales

Tengo a bien dirigirme a usted para saludarle cordialmente y a la vez informarle que la srta Ruth Rabines Panduro, con DNI N° 74443513, trabajadora de la empresa Combustibles Fernández SAC, ha sido aceptado su solicitud para realizar su INFORME DE INVESTIGACION con título PLAN DE CAPACITACION AL PERSONAL PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIOS AL CLIENTE EN LA EMPRESA COMBUSTIBLES FERNANDEZ SAC – 2019.

Se expide el presente documento para los fines que el interesado estime conveniente.

Chiclayo, 18 de abril de 2019.

COMBUSTIBLES FERNANDEZ S.A.C.
Yony Bella Fernandez Vasquez
GENENTE

Av. Argentina N° 2600 Urb. Lujan – José Leonardo Ortiz - Lambayeque

RESOLUCION DE PROYECTO DE INVESTIGACION



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 0168-FACEM-USS-2019

Chiclayo, 11 de marzo de 2019

VISTO:

El oficio N° 0160-2019/FACEM-DA-USS de fecha 11/03/2019, presentado por la Directora de la EAP de Administración y el proveído de la Decana de la FACEM de fecha 11/03/2019, sobre aprobación de proyecto de tesis, y;

CONSIDERANDO:

Que, la investigación constituye una función esencial y obligatoria de la Facultad de Ciencias Empresariales de la USS; ya que a través de la producción del conocimiento se desarrollan propuestas de solución a las necesidades de la sociedad; con especial énfasis en la realidad nacional.

Que, el trabajo de investigación: tesis, es un estudio que debe denotar rigurosidad metodológica, originalidad, relevancia social, utilidad teórica y/o práctica en el ámbito empresarial.

Que, según el artículo 29° del Reglamento de Grados y Títulos Específico de la FACEM, una vez aprobado el título del trabajo de investigación: Tesis, por parte del comité de Investigación de la escuela profesional; éste será registrado en el catálogo virtual de trabajos de investigación de la Facultad, a cargo del coordinadora de investigación de la escuela profesional de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

SE RESUELVE

ARTÍCULO ÚNICO: APROBAR, los proyecto de tesis de los estudiantes de la EAP de Administración, modalidad presencial, PCA, sección "A", a cargo del docente Dr. JOSÉ FOCIÓN ECHEVERRÍA JARA, del semestre académico 2018-II, según cuadro adjunto

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.

USS UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN SAC
Carmen Elena Regal Prado
Dra. Carmen Elena Regal Prado
Decana
Facultad de Ciencias Empresariales

USS UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
Sandra Mory Guarnizo
Mg. Sandra Mory Guarnizo
Secretaría Académica
Facultad de Ciencias Empresariales

ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel

Chiclayo, Perú

Cc.: Escuela., archivo

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 0168-FACEM-USS-2019

N°	APELLIDOS y NOMBRES	Título del proyecto de investigación	Línea de investigación
1	CASTILLO CASTILLO, ISaura ✓	PLAN DE CAPACITACIÓN PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SANTO DOMINGO - PIURA- 2018.	Talento Humano y Comportamiento organizacional
2	CHANTA LABAN, OSCAR ✓	PLAN DE NEGOCIO PARA MEJORAR LAS VENTAS DEL MINIMARKET "NEGOCIOS EL OFERTON" E.I.R.L	Emprendedurismo y planes de negocio
3	CHAPOÑAN MILLAN, CINTHYA ABIGAIL ✓	ESTRATEGIA DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL USUARIO EN EL HOSPITAL BELEN – LAMBAYEQUE 2019	Gestión y Competitividad
4	COBEÑAS SOPLOPUCO, LISSET CLOTILDE ✓	CLIMA ORGANIZACIONAL Y MOTIVACIÓN AL PERSONAL EN LA EMPRESA COMPARTAMOS FINANCIERA, OLMOS, 2019	Talento Humano y Comportamiento organizacional
5	CRUZ HERRERA, MARIELA ✓	LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL JAEN	Talento Humano y Comportamiento Organizacional
6	DE LA CRUZ SIESQUEN, YONATHAN ✓	PLAN DE MOTIVACIÓN PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS COLABORADORES DEL HOSPITAL REGIONAL PNP- CHICLAYO, 2018	Talento Humano y Comportamiento Organizacional
7	DELGADO VEGA, ROLANDO ✓	PLAN DE PUBLICIDAD PARA INCREMENTAR LAS VENTAS DE LICORERÍAS EL "KORCHO" CHICLAYO - 2019.	Marketing
8	DÍAZ DE LA CRUZ, JOSEIN MAXIMILIANO ✓	CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES VIA SAC – CHICLAYO 2019	Marketing
09	FALEN CHAVEZ, MARIELA HIDALINA ✓	GESTION DEL CLIMA ORGANIZACIONAL PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL EN LA EMPRESA CASNU DISTRIBUIDORES S.A.C - CHICLAYO	Talento humano y comportamiento organizacional



ADMISIÓN E INFORMES
074 481610 - 074 481632
CAMPUS USS
Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, Perú

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 0168-FACEM-USS-2019

10	FERNANDEZ PISCOYA, RUTH NATALY	LA MOTIVACION Y SU INFLUENCIA EN EL LA MOTIVACION Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS COLABORADORES DEL AREA DE VENTA EMPRESAS SODIMAC CHICLAYO - 2018	Talento Humano y Comportamiento Organizacional
11	GALVEZ SANCHEZ, LUCIA	EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA CAJA SIPAN AGENCIA CUTERVO, 2018	Talento Humano y Comportamiento Organizacional
12	GONZALES ANCAJIMA, EDINSON BERNEY	EL ESTRÉS LABORAL Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO DE LOS TRABAJADORES DEL GRUPO OPERATIVO DE LA ADUANA DE CHICLAYO - 2018	Talento Humano y Comportamiento Organizacional
13	GUEVARA DELGADO, CARLOS WILMER	GESTION DE COBRANZA PARA REDUCIR EL INDICE DE MOROSIDAD EN CAJA PIURA AGENCIA MOSHOQUEQUE	Auditoría, Finanzas y Proyectos de Inversión
14	HUIMAN TARRILLO, SEGUNDO JOSE	PLAN DE MOTIVACIÓN PARA OPTIMIZAR EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS COLABORADORES DE LA I.E. "PEDRO A. LABARTHE DURAND" CHICLAYO	Talento humano y comportamiento organizacional
15	IRIGOIN LLAGUENTO, ANTHONY ALEXIS	ESTRATEGIAS DE MOTIVACION PARA POTENCIAR EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL HOSPITAL CLINICO PROVIDA SAC – CHICLAYO 2019	Talento Humano Y Comportamiento Organizacional
16	PISCOYA GUZMAN, JOHANSON JAVIER	GESTIÓN POR COMPETENCIAS PARA INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD DE LOS COLABORADORES EN LA EMPRESA JET PERÚ S.A. – CHICLAYO 2019	Talento Humano y Comportamiento organizacional
17	PISCOYA PUPUCHE, ROSA	PLAN ESTRATEGICO PARA OPTIMIZAR LA COMPETITIVIDAD DE LA PASTELERÍA PANADERÍA "SANTA MERCEDES" – CHICLAYO.	Emprendedurismo y planes de negocio
18	PURIZACA ACOSTA, STEFANI NATHALY	LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCION DE LOS CLIENTES EN EL RESTAURANT DANY DANIEL, MOTUPE, 2018	Marketing
19	RABINES PANDURO, RUTH	PLAN DE CAPACITACION AL PERSONAL PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIOS AL CLIENTE EN LA EMPRESA COMBUSTIBLES FERNANDEZ SAC - 2018	Talento Humano Y Comportamiento Organizacional

ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, Perú

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 0168-FACEM-USS-2019

20	ROJAS DE LA CRUZ, HUGO YOELITO	INFLUENCIA DEL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS ASESORES DE NEGOCIOS, OFICINA MIBANCO - MOTUPE, 2018	Talento Humano Y Comportamiento Organizacional
21	ROMERO GUEVARA, MARIA SANTOS ESTER	GESTION DE RECURSOS HUMANOS Y CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA REYES SERVICIO GENERALES FUMIGACIONES Y PQS S.R.L - 2018	Talento Humano Y Comportamiento Organizacional
22	SANTA CRUZ CESPEDAS, HUGO IVAN	CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PUCALA, 2018.	Talento Humano Y Comportamiento Organizacional
23	SEVERINO SANCHEZ, JANETH	LA MOTIVACIÓN Y LA SATISFACCIÓN LABORAL DE LOS COLABORADORES DE MI BANCO, MOTUPE, 2018	Talento Humano y Comportamiento Organizacional
24	SUXE SANCHEZ, NEYSY YUDITH	CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA SUMINISTROS ELECTRICOS DE CONTROL INDUSTRIAL-2018.	Talento Humano y Comportamiento Organizacional
25	TINEO REYES, PEDRO LADIMIR	CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA DISCOTECA BASS DISCO, CHICLAYO, 2018	Marketing
26	TINEO VASQUEZ, CYNTHIA JACKELINE	PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA RECICLADORA EMILIA CHICLAYO	Gestión y competitividad
27	TORRES VALIENTE, RONALD RENY	NEUROMARKETING COMO HERRAMIENTA PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DE LA CAJA PIURA AGENCIA MOSHOQUEQUE, JOSE LEONARDO ORTIZ - 2018	Marketing
28	VASQUEZ CALDERON, LELIS WILLAN	PLAN DE CAPACITACIÓN LABORAL PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL EN EL ÁREA DE CRÉDITOS DE LA CAJA PIURA AGENCIA MOSHOQUEQUE	Talento Humano y Comportamiento Organizacional

ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, Perú

FORMATO T1



FORMATO Nº T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES) (LICENCIA DE USO)

Pimentel, 16 de junio de 2021

Señores
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Señor de Sipán
Presente. -

EL suscrito:
Ruth Rabines Panduro, con DNI 74443513

En mí (nuestra) calidad de autor (es) exclusivo (s) del trabajo de grado titulado: PLAN DE CAPACITACION AL PERSONAL PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIOS AL CLIENTE EN LA EMPRESA COMBUSTIBLES FERNANDEZ SAC - 2019, presentado y aprobado en el año 2021 como requisito para optar el TITULO PROFESIONAL EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS, de la Facultad de Ciencias empresariales, Programa Académico de ADMINISTRACION, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Vicerrectorado de investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.

Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo Nº 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APellidos y Nombres	Número de Documento de Identidad	Firma
RABINES PANDURO RUTH	74443513	

REPORTE TURNITIN

PLAN DE CAPACITACION AL PERSONAL PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIOS AL CLIENTE EN LA EMPRESA COMBUSTIBLES FERNANDEZ SAC - 2019

INFORME DE ORIGINALIDAD

15%

INDICE DE SIMILITUD

15%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	7%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	milagrosruizbarroeta.com Fuente de Internet	1%
4	www.clubensayos.com Fuente de Internet	<1%
5	1library.co Fuente de Internet	<1%
6	repositorio.udl.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	<1%
8	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1%

ACTA DE ORIGINALIDAD



ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Abraham José García Yovera, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de Administración y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° **0168-FACEM-USS-2019**, presentado por el/la Bachiller, **Ruth Rabines Panduro**, con su tesis Titulada "PLAN DE CAPACITACION AL PERSONAL PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIOS AL CLIENTE EN LA EMPRESA COMBUSTIBLES FERNANDEZ SAC – 2019"

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del **15%** verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación, aprobada mediante Resolución de directorio N° 221-2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 04 de octubre de 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Abraham José García Yovera', is written over a horizontal line.

Dr. Abraham José García Yovera
DNI N° 80270538
Escuela Académico Profesional de Administración.

FOTOGRAFÍAS



Figura 38. Fotografía N° 01

Encuestando trabajador establecimiento Chapén.

Fuente: Producción propia



Figura 39. Fotografía N° 02

Encuestando trabajador establecimiento JLO.

Fuente: Producción propia



Figura 40. Fotografía N° 03

Área administrativa JLO.

Fuente: Producción propia