

UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS
GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS Y CALIDAD DE
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA HIPERBODEGA PRECIO UNO –
HUACHO, EN EL AÑO 2019

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN

PRESENTADO POR:

GABRIELA YANETT SANCHEZ SANTOS

ASESOR:

Dr. SANTIAGO ERNESTO RAMOS Y YOVERA

Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión
Facultad de Ciencias Empresariales

Dr. Santiago E. Ramos y Yovera
DNU: 395

HUACHO – 2021

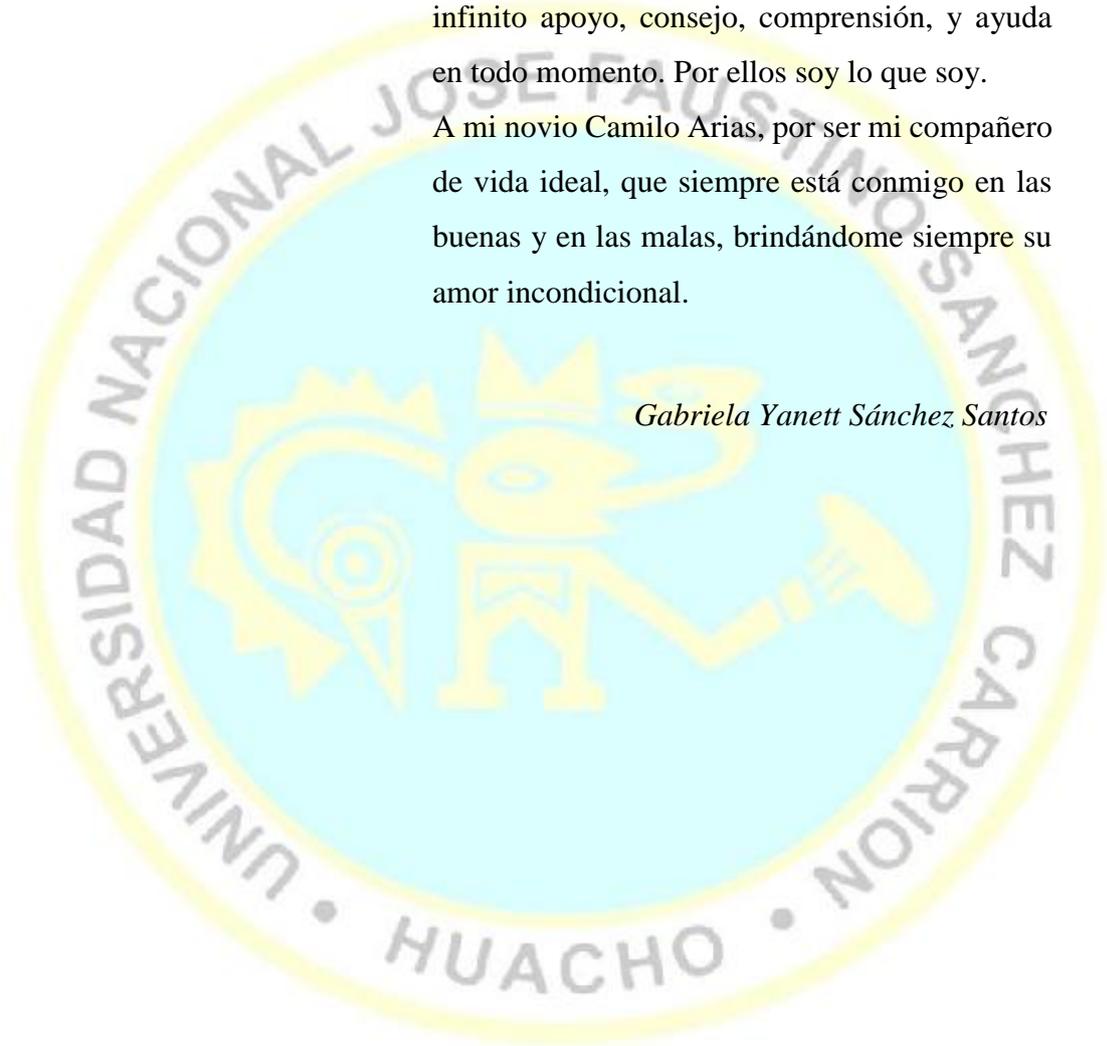
DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico con todo mi corazón a Dios, quien supo guiarme y darme fuerzas en toda circunstancia de la vida.

También dedicar esta tesis a mis padres, por su infinito apoyo, consejo, comprensión, y ayuda en todo momento. Por ellos soy lo que soy.

A mi novio Camilo Arias, por ser mi compañero de vida ideal, que siempre está conmigo en las buenas y en las malas, brindándome siempre su amor incondicional.

Gabriela Yanett Sánchez Santos



AGRADECIMIENTO

Al Dr. Santiago Ernesto Ramos Y Yovera.

Gabriela Yanett Sánchez Santos



ÍNDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	x
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción de la realidad problemática	1
1.2 Formulación del problema	4
1.2.1 Problema general	4
1.2.2 Problemas específicos	4
1.3 Objetivos de la investigación	5
1.3.1 Objetivo general	5
1.3.2 Objetivos específicos	5
1.4 Justificación de la investigación	6
1.5 Delimitación de la investigación	7
1.6 Viabilidad del estudio	8
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	9
2.1 Antecedentes de la investigación	9
2.1.1 Investigaciones internacionales	9
2.1.2 Investigaciones nacionales	12
2.2 Bases teóricas	15
2.3 Bases filosóficas	60
2.4 Definición de términos básicos	61
2.5 Hipótesis de la investigación	63

2.5.1 Hipótesis general	63
2.5.2 Hipótesis específicas	63
2.6. Operacionalización de las variables	64
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	66
3.1 Diseño metodológico	66
3.2 Población y muestra	68
3.2.1 Población	68
3.2.2 Muestra	68
3.3 Técnicas de recolección de datos	69
3.4 Técnicas para el procedimiento de la información	71
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	75
4.1 Análisis de resultados	75
4.2 Contrastación de hipótesis	93
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN	105
5.1 Discusión de resultados	105
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	108
6.1 Conclusiones	108
6.2 Recomendaciones	111
REFERENCIAS	113
7.1 Fuentes documentales	113
7.2 Fuentes bibliográficas	115
7.3 Fuentes electrónicas	117
ANEXOS	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de la variable Gestión de RR.HH. y sus dimensiones	64
Tabla 2. Operacionalización de la variable Calidad de atención y sus dimensiones	65
Tabla 3. Resultados de la confiabilidad del coeficiente de Alfa de Cronbach	71
Tabla 4. Baremación de las variables	72
Tabla 5. Baremación de las dimensiones de Gestión de recursos humanos	73
Tabla 6. Baremación de las dimensiones de la Calidad de atención al cliente	74
Tabla 7. Gestión de recursos humanos	75
Tabla 8. Provisión	76
Tabla 9. Organización	77
Tabla 10. Retención	78
Tabla 11. Desarrollo	79
Tabla 12. Evaluación	80
Tabla 13. Calidad de atención al cliente	81
Tabla 14. Atención al cliente	82
Tabla 15. Venta de productos y servicios	83
Tabla 16. Información al cliente	84
Tabla 17. Tratamiento de reclamaciones	85
Tabla 18. Tabla cruzada entre Gestión de RR.HH. y Calidad de atención al cliente	86
Tabla 19. Tabla cruzada entre Gestión de RR.HH. y Atención al cliente	87
Tabla 20. Tabla cruzada entre Gestión de RR.HH. y Venta de productos y servicios	88
Tabla 21. Tabla cruzada entre Gestión de RR.HH. e Información al cliente	89
Tabla 22. Tabla cruzada entre Gestión de RR.HH. y Tratamiento de reclamaciones	90
Tabla 23. Prueba de normalidad de Gestión de recursos humanos y dimensiones	91

Tabla 24. Prueba de normalidad de Calidad de atención al cliente y dimensiones	92
Tabla 25. Correlación entre Gestión de recursos humanos y Calidad de atención	94
Tabla 26. Correlación entre Provisión y Calidad de atención al cliente	96
Tabla 27. Correlación entre Organización y Calidad de atención al cliente	98
Tabla 28. Correlación entre Retención y Calidad de atención al cliente	100
Tabla 29. Correlación entre desarrollo y calidad de atención al cliente	102
Tabla 30. Correlación entre evaluación y calidad de atención al cliente	104



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Gestión de recursos huamnos	75
Figura 2. Provisión	76
Figura 3. Organización	77
Figura 4. Retención	78
Figura 5. Desarrollo	79
Figura 6. Evaluacion	80
Figura 7. Calidad de atención al cliente	81
Figura 8. Atención al cliente	82
Figura 9. Venta de productos y servicios	83
Figura 10. Información al cliente	84
Figura 11. Tratamiento de reclamaciones	85
Figura 12. Gestión de RR.HH. y Calidad de atención al cliente	86
Figura 13. Gestión de RR.HH. y Atección al cliente	87
Figura 14. Gestión de RR.HH. y Vnta de productos y servicios	88
Figura 15. Gestión de RR.HH. e Información al cliente	89
Figura 16. Gestión de RR.HH. y Tratamiento de reclamaciones	90
Figura 17. Correlación de Gestión de RR.HH. y Calidad de atención	94
Figura 18. Correlación de Provisión y Calidad de atención al cliente	96
Figura 19. Correlación de Organización y Calidad de atención al cliente	98
Figura 20. Correlación de Retención y Calidad de atención al cliente	100
Figura 21. Correlación de desarrollo y calidad de atención al cliente	102
Figura 22. Correlación de evaluación y calidad de atención al cliente	104

RESUMEN

Objetivo: Precisar de qué manera se relaciona la gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019. **Metodología:** Estudio de tipo aplicado, enfoque cuantitativo, diseño no experimental, y de nivel correlacional. La población conformada por 60 colaboradores de la mencionada entidad, siendo la misma cantidad para la muestra de estudio. La medición de variables se realizó mediante dos cuestionarios: sobre la Gestión de recursos humanos y la Calidad de atención al cliente. La confiabilidad de estos instrumentos fue validada por el coeficiente alfa de Cronbach. **Resultados:** Se evidenciaron e identificaron que, el 78% de trabajadores encuestados sostienen que la aplicación de la gestión de recursos humanos de su centro de trabajo es de nivel bueno, logrando que el 87% cuente con un nivel alto de calidad de atención al cliente. **Conclusión:** Se obtuvo suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis general formulada por la investigadora del presente estudio, al contar con una significancia calculada de 0.000 inferior al 5%, y una positiva y alta correlación Rho de Spearman de 0.918. Lo cual permite afirmar que, la gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

Palabras clave: Gestión de recursos humanos, calidad de atención al cliente, provisión, organización, retención, desarrollo, evaluación.

ABSTRACT

Objective: Specify how human resources management is related to the quality of customer service at Hiperbodega Precio Uno - Huacho, during 2019. **Methodology:** Applied type study, quantitative approach, non-experimental design, and level correlational. The population made up of 60 collaborators of the aforementioned entity, being the same amount for the study sample. The measurement of variables was carried out using two questionnaires: on Human Resource Management and Customer Service Quality. The reliability of these instruments was validated by Cronbach's alpha coefficient. **Results:** It was evidenced and identified that 78% of workers surveyed maintain that the application of human resources management in their workplace is of a good level, achieving that 87% have a high level of quality of customer service. **Conclusion:** Sufficient statistical evidence was obtained to accept the general hypothesis formulated by the researcher of the present study, having a calculated significance of 0.000 less than 5%, and a positive and high Spearman's Rho correlation of 0.918. Which allows us to affirm that human resources management is widely related to the quality of customer service at Hiperbodega Precio Uno - Huacho, during 2019.

Keywords: Human resource management, customer service quality, provision, organization, retention, development, evaluation.

INTRODUCCIÓN

Este estudio surge con la finalidad de precisar de qué manera se relaciona la gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

En el capítulo I, se formula la realidad problemática sobre la gestión de recursos humanos y la calidad de atención al cliente, asimismo, se han establecido los objetivos, justificaciones, delimitaciones, y viabilidad del estudio.

En el capítulo II, se ha desarrollado el marco teórico, citando estudios internacionales y nacionales sobre la gestión de recursos humanos y la calidad de atención al cliente en los antecedentes, se han desarrollado las bases teóricas y filosóficas, definiciones conceptuales, hipótesis, y la operacionalización de variables y dimensiones.

En el capítulo III, se ha desarrollado la metodología, donde se señala el tipo, enfoque, diseño, nivel, población y muestra de estudio, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, así como también, las técnicas para el procesamiento de la información.

En el capítulo IV, se ha consignado los resultados de la investigación, organizados en tablas y gráficos, y con ello, la prueba de normalidad y las contrastaciones de hipótesis.

En el capítulo V, se presentan las discusiones de la tesis, estableciendo comparaciones con los trabajos citados en los antecedentes de la investigación.

En el capítulo VI, se presentan las conclusiones y recomendaciones del estudio.

En el capítulo VII, se presentan las referencias de información, ordenadas según el tipo de fuente: documentales, bibliográficas, hemerográficas, y electrónicas.

Finalmente, se ha desarrollado los anexos de investigación, comprendidos por la matriz de consistencia, los instrumentos de recolección de datos, el proceso de Baremación, y la base de datos ordenada.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

Hasta hace poco, las organizaciones creían que el éxito empresarial se basaba únicamente por la administración de los recursos contables, financieros, y corporativos. De manera que, las áreas de Finanzas, Marketing, e inclusive la de Alta Gerencia, eran claves para obtener resultados esperados en el trabajo. No obstante, durante la última década se ha puesto en evidencia que, los recursos o talentos humanos, son de gran importancia al igual que los demás elementos de la organización, puesto que éstos, contribuyen directa y significativamente con los objetivos organizacionales.

Chiavenato (2017) señala que, la gestión de recursos humanos se basa en aquel conjunto de labores que engloba la gestión de personas pertenecientes a una determinada organización. De forma que, cada vez que una gestión se realiza de manera adecuada y óptima, ésta aumentará la productividad y los beneficios, tanto económicos como empresariales, demostrando ante el mercado, una alta competitividad. Esta área, no solo captura aquellas necesidades de la empresa, sino que también, está enfocada en cada uno de su personal, abarcando consigo, sus aspectos de manera personal y grupal.

De acuerdo al Índice de Competitividad por el Talento Global del 2019, organizado por el Instituto Europeo de Administración de Negocios (INSEAD), en asociación con Adecco Group y Tata Communications, los países que cuentan con los recursos humanos más competitivos son: Suiza con 81.8%, Singapur con 77.3%, Estados Unidos con 76.6%, Noruega con 74.7%, Dinamarca con 73.9%,

Finlandia con 73.8%, Suecia con 73.5%, Países Bajos con 73%, Reino Unido con 71.4%, y Luxemburgo con 71.2% (Agencia EFE, 2019).

De manera similar ocurre con el Ranking Mundial del Talento del 2019, presentado por el Centrum PUCP en asociación con el Institute of Management Development (IMD) de Suiza, los países con mejores resultados presentados en cuanto a inversión, desarrollo, atracción, y preparación, están los países europeos; mientras que, entre los países de Latinoamérica: Chile lidera con un 50% en la posición 46, seguido de Argentina con 49% y Colombia con 43%, en las posiciones 48 y 54 respectivamente. Mientras que, el Perú con 40.8% se ubica en la posición 56 de 63 países (Gestión, 2019).

Para ello, las empresas de hoy en día, saben que es de vital importancia el enfocarse en los colaboradores, quienes son, el activo más valioso que puedan poseer, ya que ellos ponen en funcionamiento y dan valor a su organización. Mientras mayor sea el enfoque dado hacia los trabajadores, mayor serán los niveles de cumplimiento de objetivos y metas que garanticen el éxito empresarial. Sin embargo, para que esto suceda, se debe de crear criterios y condiciones óptimas en todas las áreas y aspectos concernientes a la organización, más aún, para aquellas entidades que están en un continuo contacto con usuarios y/o clientes que acuden con frecuencia para la obtención de bienes o servicios.

Aquellas organizaciones que tienen la función de brindar un buen servicio al cliente para una eficiente compra de productos, tienen que tener en cuenta, algunos aspectos que derivan de la gestión de recursos humanos. Por ejemplo, de acuerdo a JL Consultores y su estudio Global Research Marketing (GRM), revela que en Lima, el 71% de personas que han experimentado un mal servicio, no regresa más a dicho lugar, además, éstos consideran que la calidad de atención al

cliente influye en un 60% en las decisiones de compras, y entre los aspectos más relevantes que las empresas deben de considerar para que se ejecute un buen servicio y atención al cliente, están: presentación, amabilidad, interés, y asesoría de los colaboradores en una atención rápida y en la disponibilidad de solucionar problemas, aspectos de una buena gestión de recursos humanos (Gestión, 2019).

Ante lo señalado con anterioridad, de acuerdo al estudio elaborado por Capkelenn, compañía especializada en formar jefes de equipo de empresas del rubro retail, se afirma que, cuanto mejor sea la atención al cliente brindado y mayor sea el compromiso que asuman sus colaboradores, los resultados de ventas se verán incrementadas hasta un 30% más de lo previsto. Por ello, Benoit Mahé, CEO de CapKelenn, afirma que, éstas empresas necesitan contar con vendedores más comprometidos con su trabajo y, principalmente, que compartan los mismos objetivos de su empresa (Perú Retail, 2015).

Varios de los problemas que se vienen generando en las empresas de nuestra localidad, están centradas en la gestión de recursos humanos, de acuerdo a estudios realizados, gran parte de los trabajadores perciben una mala gestión de recursos humanos en su centro de trabajo, debido a factores como: ineficientes provisiones, organizaciones y retenciones incompletas, desarrollos con resultados desfavorables, e inadecuadas evaluaciones. Y si la dirección de estas entidades no tiene en cuenta dichos factores, continuarán las malas atenciones de clientes, las pocas ventas de productos y servicios, informaciones imprecisas y tratamientos de reclamaciones inadecuadas, por ende, la imagen de estas entidades se verá deteriorada. Por tal motivo, esta investigación se desarrolla para conocer de qué manera se relaciona la gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera se relaciona la gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno - Huacho durante el año 2019?

1.2.2 Problemas específicos

¿De qué manera se relaciona la provisión de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno - Huacho durante el año 2019?

¿De qué manera se relaciona la organización de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno - Huacho durante el año 2019?

¿De qué manera se relaciona la retención de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno - Huacho durante el año 2019?

¿De qué manera se relaciona el desarrollo de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno - Huacho durante el año 2019?

¿De qué manera se relaciona la evaluación de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho durante el año 2019?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Precisar de qué manera se relaciona la gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

1.3.2 Objetivos específicos

Precisar de qué manera se relaciona la provisión de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

Precisar de qué manera se relaciona la organización de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

Precisar de qué manera se relaciona la retención de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

Precisar de qué manera se relaciona el desarrollo de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

Precisar de qué manera se relaciona la evaluación de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Justificación teórica

La presente investigación se justifica mediante la aplicación de teorías y conceptos básicos de la gestión de recursos humanos y la calidad de atención al cliente, así como la utilización de técnicas e instrumentos. Además, esta servirá como referencia para otras investigaciones, de esta forma, se pretende que se mejore la gestión de recursos humanos y la calidad de atención al cliente.

1.4.2 Justificación práctica

La presente investigación busca dar solución a los problemas que se han planteado en la descripción de la realidad problemática. Se espera que estas recomendaciones brindadas sirvan de ayuda a la Hiperbodega Precio Uno - Huacho, para que pueden alcanzar una óptima gestión de recursos humanos y, por ende, mejorar la calidad de atención al cliente. Asimismo, servir de referencia a otras empresas.

1.4.3 Justificación metodológica

La utilidad metodológica es el planteamiento de un instrumento para la recolección de datos que permitirá complementar a otras investigaciones, evaluar la gestión de recursos humanos y la calidad de atención al cliente, por lo que la base teórica está respaldada, lo cual permitió alcanzar los resultados esperados mediante la investigación.

1.5 Delimitación de la investigación

1.5.1 Delimitación del espacio

El estudio de investigación se realizó en la Hiperbodega Precio Uno - Huacho, ubicado en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, departamento Lima Provincias, Perú.

1.5.2 Delimitación del tiempo

El presente trabajo de investigación se considera de corte transversal, puesto que tiene por finalidad recolectar datos en un tiempo único, describiendo variables y analizado su incidencia e interrelación. No obstante, su elaboración y desarrollo transcurrieron en el segundo semestre del año 2019.

1.5.3 Delimitación de la teoría

El trabajo de investigación se basa en las teorías de la gestión de recursos humanos y calidad de atención al cliente, con sus respectivas dimensiones. Por lo tanto, el trabajo de investigación se delimita conceptualmente en lo siguiente: la provisión, organización, retención, desarrollo, y evaluación de la gestión de recursos humanos. Mientras que, la calidad de atención al cliente, cuenta con la atención al cliente, venta de productos y servicios, información al cliente, y tratamiento de reclamaciones.

1.5.4 Delimitación social

El presente trabajo de investigación comprende a todos los trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno - Huacho.

1.6 Viabilidad del estudio

En el presente trabajo de investigación se hizo uso de herramientas y teorías verídicas para la selección de informaciones específicas y detalladas para la empresa en estudio. Además, debe ser considerado viable, puesto que la investigadora contó con la autorización de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, para recabar la información que se necesitó. Señalando también, que el costo que involucró el desarrollo del estudio y los beneficios que devengaron de su aplicación, fueron asumidos por la autora de esta tesis.



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

Briones (2018) en su trabajo de investigación intitulada “Nivel de satisfacción del usuario en relación con la calidad de atención del Hospital Natalia Huerta de Niemes”, sustentada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, para la obtención del grado de Magister en Gerencia en Servicios de la Salud. Tuvo como objetivo, evaluar la satisfacción del usuario en relación a la calidad de la atención del hospital estudiado de la provincia de Manabí. La metodología de este trabajo se basó en un enfoque cuantitativo, descriptiva, no experimental de corte transversal y correlacional, con una encuesta aplicada a una muestra de estudio de 200 pacientes. Llegó a la conclusión que, la relación entre la calidad de atención como causa, y el nivel de satisfacción de los usuarios como efecto, es aceptable, dado que las dimensiones tomadas en consideración y que influyen en el servicio, son básicas para medir la satisfacción y percepción sobre la calidad de la atención recibida.

Bajaña (2018) en su tesis denominada “Incidencia de la rotación de personal en la productividad de la Compañía Exportadora del Sur”, presentada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, para la obtención del título de Ingeniero Comercial, tuvo como objetivo de poder contribuir y aportar con estrategias las cuales ayuden a evidenciar la

influencia de la rotación de personal, sobre la productividad de la compañía Exportadora del Sur. Su estudio es de tipo cuantitativo, no experimental y correlacional, donde realizó una entrevista aplicada a una muestra de estudio conformada por trabajadores de la entidad estudiada. Concluyendo consigo que, se pudo comprobar la existencia de una relación baja entre las variables antes mencionadas la cual fue del 17%, en base a este resultado se podría especular que existirían otras variables que estén teniendo una mayor afectación en la productividad.

Borja (2016) en su tesis “Correlación de la satisfacción de los pacientes con la calidad de atención en el Hospital Teófilo Dávila”, presentada en la Universidad de Guayaquil, para la obtención del grado académico de Magister en Gerencia y Administración en Salud, tuvo como objetivo, determinar la satisfacción de las pacientes correlacionada con la calidad de la atención en salud recibida en ginecología de emergencia del Hospital Teófilo Dávila. Su estudio tiene una base de investigación cuantitativa, analítico, correlacional, donde empleó una encuesta, aplicada a una muestra de estudio conformada por 50 pacientes que tuvieron atención directa en ginecología por emergencia. Concluyendo consigo que, hubo evidencia significancia estadística entre la satisfacción de las usuarias con el trato recibido, además que las sugerencias dadas por los pacientes dependen del tiempo de espera para la atención.

Dos y Ruíz (2015) presentaron su tesis denominada “Relación entre cultura organizacional y gerencia de recursos humanos”, sustentada en la

Universidad Central de Venezuela, para la obtención del título de Licenciadas en Psicología, teniendo como objetivo, el conocer el tipo de relación que existe entre la cultura organizacional y la percepción sobre el tipo de rol de los profesionales de recursos humanos en una empresa familiar y no familiar del sector de mensajería. El autor se basó en un tipo de investigación cuantitativa descriptiva, nivel correlacional, con una muestra de estudio conformada por 19 gerentes y 9 jefes de ambas empresas. Finalmente, concluyeron que, existe relación directamente proporcional entre el tipo de cultura organizacional y los roles de los profesionales de RRHH, lo que se evidencia tanto en la empresa familiar como en la empresa no familiar.

Pilataxi (2015) presentó su trabajo de investigación “Control interno y gestión del talento humano en la Unidad Educativa Bilingüe CEBI”, aprobada por la Universidad Técnica de Ambato, para la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA, donde su objetivo fue, analizar el control interno y la gestión del talento humano en la organización administrativa en la Unidad Educativa Bilingüe CEBI, de la ciudad de Ambato para proponer alternativas de mejora. La metodología de este trabajo se basó en un enfoque cuantitativo, diseño no experimental, nivel correlacional, con una muestra de estudio de 67 trabajadores del área administrativa y académica de la U.E.B. CEBI. Llegó a la conclusión que, no se logra evaluar los procesos administrativos aplicados en el control interno, para determinar la situación actual sobre la gestión del talento humano y optimizar el desempeño del personal en la U.E.B. CEBI.

2.1.2 Investigaciones nacionales

Quispe, Tino, y Gonzales (2019) en su tesis denominada “Gestión de recursos humanos y calidad del servicio en la Municipalidad Distrital de Manantay”, presentada en la Universidad Nacional de Ucayali, para la obtención del título profesional de Licenciado en Administración, tuvo como objetivo determinar la relación de la gestión de los recursos humanos y la calidad del servicio en la Municipalidad Distrital de Manantay, Ucayali, 2018. Su estudio es de tipo descriptivo correlacional con diseño transversal correlacional, donde empleó una encuesta aplicada a una muestra de estudio conformada por 81 trabajadores de dicha institución. Concluyendo consigo que, existe relación negativa muy baja y no significativa, entre la gestión de recursos humanos y la calidad del servicio, en la Municipalidad distrital de Manantay 2018, lo que indica que la gestión realizada por la Municipalidad, no alcanza para el logro de una relación positiva y significativa con la calidad del servicio que ofrece.

Huayanay (2017) presentó su trabajo de investigación “Gestión de recursos humanos y calidad de atención a usuarios en el Hospital Regional Hermilio Valdizan Medrano”, aprobada por la Universidad de Huánuco, para la obtención del título profesional de Licenciado en Administración de empresas, donde su objetivo fue, determinar la influencia de Gestión de Recursos Humanos en la calidad de atención a usuarios del servicio de Odontología - Hospital Regional Hermilio Valdizan Medrano Ciudad de Huánuco, 2017. La metodología se basó en un estudio de tipo descriptivo correlacional, con una encuesta aplicada a una muestra de 12 trabajadores

y 169 usuarios del hospital estudiado. Llegó a la conclusión que, se ha podido demostrar que la gestión de recursos humanos influye en la calidad de atención a los usuarios del servicio de Odontología del Hospital Regional Hermilio Valdizan Medrano.

Urquía (2017) en su trabajo de investigación “Gestión del talento humano y calidad del servicio en el Centro de Salud Villa Victoria Porvenir”, sustentada en la Universidad César Vallejo, para la obtención del grado académico de Magister en Gestión Pública. Tuvo como objetivo, determinar la relación existente entre, gestión del talento humano y calidad de servicio que permite comprender el comportamiento de las variables asociadas a la mejora de la calidad del servicio a los usuarios del Aseguramiento Universal en Salud (AUS). La metodología de este trabajo se basó en un tipo de estudio cuantitativo, descriptivo y correlacional de diseño no experimental, de corte transversal, con una encuesta aplicada a una muestra de estudio de 149 usuarios de la institución estudiada. Llegó a la conclusión que, existe relación directa y significativa entre la gestión del talento humano y calidad de servicio en el Centro de Salud Villa Victoria Porvenir, Surquillo. Coeficiente de Spearman de $r = 0,978$.

Osorio (2015) presentó su tesis denominada “Gestión del talento humano y calidad de servicio en el Minimarket Adonay”, sustentada en la Universidad Nacional José María Arguedas, para la obtención del título profesional de Licenciado en Administración de empresas, teniendo como objetivo determinar la relación existente entre la gestión del talento

humano y la calidad de servicio. El autor se basó en una investigación de enfoque cuantitativo y de tipo correlacional, aplicando una encuesta a una muestra de estudio conformada por 16 trabajadores y 73 clientes. Finalmente, concluyó que, la gestión de talento humano puede ayudar al mejorar el servicio al cliente, brindado por las empresas de autoservicio del distrito de Andahuaylas. Se aplicó en el Minimarket Adonay, a cada unidad de análisis y a través de la entrevista realizada a los trabajadores y clientes de la empresa.

Ugaz (2015) en su tesis denominada “Gestión de recursos humanos y calidad de atención al cliente en la empresa Turismo CIVA SAC.”, presentada en la Universidad César Vallejo, para la obtención del título profesional de Licenciada en Administración, tuvo como objetivo el determinar la relación entre la gestión de los recursos humanos y la calidad de atención al cliente de la empresa de Transportes Turismo CIVA SAC, 2016. Su estudio es de diseño no experimental, transversal, descriptivo y correlacional, donde empleó una encuesta aplicada a una muestra de estudio conformada por 74 clientes internos y externos de la empresa estudiada, a través del método deductivo-inductivo, analítico y estadístico. Concluyendo consigo que, la gestión de recursos humanos se relaciona de manera directa con la calidad de atención al cliente de la empresa Transportes CIVA SAC, Jaén.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Gestión de recursos humanos

Una organización compone la unión de diferentes e ilimitados factores de producción, los cuales se les conoce como recursos productivos que deberán ser empleados con total efectividad. Comúnmente, entre los factores que han sido considerados dentro de los procesos productivos, han sido naturaleza, capital, y trabajo. Por un lado, la naturaleza es aquella que involucra a todos los materiales físicos empleados dentro de estos procesos, los cuales llegan a convertirse en productos o servicios. En cuanto al capital, será el medio por el cual se obtienen los materiales de trabajo, involucrando el pago correspondiente de dichos recursos, así como el encargarse de pagar a los miembros del personal. Con respecto al trabajo, este conlleva la intervención de las personas en la utilización de los materiales para llevar a cabo el proceso productivo. Sin embargo, estos tres elementos son una réplica simple de lo que en realidad se lleva a cabo en las organizaciones y su desarrollo. Con el pasar de los años, se ha podido evidenciar que el manejo y desarrollo de las empresas no solo basta con el contar materiales y recursos físicos, sino que, existen recursos más complejos y diversos de lo que se creía. De esta manera, se presenta cinco tipos de recursos organizacionales: recursos físicos y materiales, los cuales involucran desde la materia prima hasta la tecnología utilizada o el espacio físico empleado; recursos financieros, es decir, el dinero en todas sus expresiones, el cual permitirá la adquisición y obtención de los materiales a emplearse; recursos mercadológicos, los cuales implica el mercado de clientes, consumidores o usuarios, o lo que hoy podemos conocer como

marketing; recursos humanos, que son integrados por las personas involucradas en el proceso de producción, es decir desde directores o gerentes hasta empleados u obreros; y los recursos administrativos, estos implicarán los medios con los cuales se planean, organizan, dirigen, y controlan las tareas desarrolladas en las organizaciones. De esta manera, se puede diferenciar las actividades de las diferentes áreas de una empresa, como es el de la administración general por los recursos administrativos, y que, a su vez, involucra a los demás recursos, materiales, financieros, humanos y mercadológicos. Ante esto, serán los recursos humanos quienes serán los elementos claves en todas estas áreas, y dependerá mucho de sus capacidades y competencias demostradas en el trabajo. Para entender a la gestión de recursos humanos, es fundamental conocer su implicancia e importancia dentro de las organizaciones (Chiavenato, 2017).

2.2.1.1 Definición

La gestión de recursos humanos puede definirse como aquel proceso administrativo que tiene como fin de aumentar y preservar el esfuerzo, las capacidades, conocimientos, habilidades, destrezas, entre otros, de las personas que laboran en la organización, de tal manera que, no solo garantiza un beneficio al individuo, sino que a la par, a la misma empresa en su desarrollo dentro del mercado. Por ello, se conoce a la gestión de recursos humanos como el proceso que involucra la planeación, organización, desarrollo y evaluación del personal de trabajo, promoviendo su desempeño eficiente y eficaz dentro de los lineamientos que exige estas mismas empresas (Gómez, Balkin, & Cardy, 1998).

De acuerdo a Chiavenato (2017) se puede señalar sobre la gestión de recursos humanos lo siguiente:

Este es un campo relativamente nuevo, que aún sigue pasando por diferentes cambios y modificaciones. Su rol está extendiéndose y desarrollándose de manera más estratégica que operativa. Como objetivos, la gestión de recursos humanos se está enfocando más en los negocios de las organizaciones, insertando ventajas competitivas por medio de creaciones, desarrollos, difusiones y aplicaciones de conocimientos corporativos por medio de habilidades fundamentales en alcanzar el éxito esperado. Asimismo, se está tratando de ocupar con los activos intangibles, los cuales ayudan al crecimiento del talento humano y resultan de manera directa en la solidación y mejora del capital intelectual de las organizaciones. (p.96)

Además, Grandío (2005) señala que: “la gestión de recursos humanos dentro de las organizaciones representan el medio que hace posible la participación efectiva de las personas y de cómo llegan alcanzar sus propios objetivos y los de su empresa” (p.79).

Porret (2007) agrega que: “gestionar recursos humanos implica saber atraer y mantener personas dentro de la organización, mediante un trabajo que presente las mejores condiciones, otorgándoles paz y tranquilidad en el desempeño de sus labores” (p.36). Es decir, representa todos aquellos aspectos que concierne la empresa en lograr permanecer satisfechos a sus trabajadores.

La gestión de recursos humanos como área implica un sinfín de roles y actividades. Bohlander, Snell, & Sherman (2001) señalan con respecto a esto, lo siguiente:

Esta área que cada vez presenta mayor protagonismo en las empresas, sin importar el tipo, tamaño o magnitud de éstas, siempre será un aspecto clave tenerlo presente dentro de los asuntos del comité ejecutivo. A su vez, esta área involucra otras sub áreas, como las encargadas de retribuciones, formaciones, selecciones, evaluaciones, entre otras con diversas funciones, encargadas de las personas dentro de estas organizaciones. Este manejo, tiene que ser lo más efectivo posible, suponiendo consigo, un gran reto para los involucrados dentro de la empresa. Por ello, será pieza clave el contar con trabajadores competentes e idóneos, que estén dispuestos a colaborar con el crecimiento de la empresa y con todas las decisiones que éstas pueden tomar. En definitiva, la gestión de recursos humanos implica todas aquellas funciones que buscan sostener un buen estado de trabajo en las personas, y de cómo estos se puedan sentir a gusto con su trabajo y sus directivos.

Las empresas tienen que saber que, a cuanto mayor preocupación y dedicación por su personal, mejores serán los resultados, estos trabajadores dispondrán de actitudes positivas con su trabajo y organización, con un mayor nivel de concientización laboral y, por ende, un mejor desempeño laboral.

2.2.1.2 Características

Porret (2007) afirma que, la gestión de recursos humanos busca unir a trabajadores con organización. Por ello, una de las cosas que más caracteriza a esta área, es que su presencia y labor dentro de la empresa, es de vital importancia, no puede haber trabajo sin el manejo, control y cuidado de los colaboradores, quienes necesitan contar con esa seguridad que todo estará bien, y que la empresa está para apoyarlos cada vez que sea necesario. Este contacto es permanente y constante, puesto que las personas son el principal factor de desarrollo y desenvolvimiento de trabajo. Es común, ver a esta gestión ser parte de aquellas funciones que garanticen un mejor manejo de decisiones, donde no se obvian pautas dedicadas a las personas y su trabajo.

Robbins & Coulter (2005) señalan algunas características propias de la gestión de recursos humanos, entre ellas tenemos:

Establece políticas de selección de personal

La gestión de recursos humanos está encargada de señalar los procesos de selección para próximas incorporaciones de trabajadores que demuestren ser los más idóneos para el puesto disponible. En este proceso, se ven reflejadas las funciones de realizar convocatorias, reclutamientos, entrevistas, evaluaciones y selecciones de candidatos

Establece políticas de formación

Esta área se caracteriza por fomentar un crecimiento de capacidades, habilidades y destrezas del personal de

trabajo, a fin de presentar avances y mejoras en el desarrollo de las actividades encomendadas. Entre estas funciones se destacan el plan de formación, el cual tiene como fin identificar las deficiencias y problemas del trabajador, para que puedan ser corregidos y mejorados con el apoyo absoluto de la organización.

Establece políticas de evaluación de desempeño

Las organizaciones están en constantes evaluaciones de desempeño, y por ello, destacan por el diseño de procesos de evaluación, donde se conoce a detalle, todo lo referente al trabajador con sus labores, y de qué manera se les puede brindar retroalimentaciones que incentiven y aumenten su rendimiento de trabajo.

Establece políticas de retribución

Entre las diversas funciones de la gestión de recursos humanos, una de sus mayores características, es que se centran en brindar una política estructurada y adecuada que garantice las retribuciones de trabajo. Esta labor es una de las más sensible para la empresa, puesto que aquí se deben de señalar los niveles de salarios, retribuciones, incentivos, y demás, que garanticen un beneficio social.

Se encarga de gestionar personas

La gestión de personas, involucra un carácter fundamental para la empresa, de manera que, la estructura de personas, definen el sitio de ubicación para cada miembro de trabajo,

y cómo éstos tienen que basar sus criterios dentro de las actividades demandadas. Por su parte, el manejo de personas es, el mayor reto y desafío para esta área y para la organización en general.

Se encarga de mantener un buen clima laboral

La fomentación de contar con un buen clima laboral, es el principio de tener a gusto a los trabajadores en sus puestos y con la organización. Con un buen clima de trabajo, se podrá caminar hacia otros aspectos que involucren los valores y objetivos de la empresa.

Se encarga de administrar

Ninguna gestión podría ser efectiva sino se administra, por ello, esta área, tiene bajo su cargo el recoger actividades como la elaboración de nóminas, contrataciones, sanciones o despidos, entre otros, que involucren al trabajo realizado del personal en la organización.

2.2.1.3 Dimensiones

Según Chiavenato (2017) el área de gestión de recursos humanos presenta un efecto dentro del cuerpo laboral para con su empresa. Ésta se centrará en la manera cómo las personas son seleccionadas, reclutadas, integradas y orientadas, para luego ser parte de la producción y desarrollo de la empresa, añadiéndoles su recompensación y evaluación. De tal manera que, la gestión del personal laboral, es un aspecto clave para la competitividad organizacional, y esto dependerá exclusivamente de la gestión de

recursos humanos. Por ello, existen los procesos básicos de la gestión de personas, y éstos son: integrar o proveer, organizar, retener, desarrollar y evaluar. Siendo estos procesos íntimamente interrelacionados e interdependientes. Y para el presente estudio, estos procesos son tomados como dimensiones de estudio para la variable gestión de recursos humanos.

A. Provisión

La provisión de recursos humanos implica el suministrar personas con su organización, a través de tareas y labores de reclutamientos, selección de personas, y planificaciones, y de cómo estas personas logran integrarse en su puesto y con su empresa. Esta etapa de la gestión de recursos humanos es aquella que se encarga de añadir nuevos talentos humanos en el momento más adecuado, y bajo las mejores condiciones posibles, acompañado de criterios y estándares de calidad para las admisiones presentadas y, sobre todo, con una velocidad y eficacia de integración realizada. Las organizaciones tienen en cuenta que, el incorporar nuevos trabajadores, también implica saber incorporar nuevas necesidades y deseos de superación, puesto que, todo individuo presenta objetivos personales y profesionales, que tendrán que estar alineados con aquellos del trabajo. De esta manera, se presentan los principales retos que se tiene en esta primera etapa de la gestión de recursos humanos, los cuales son, el reclutamiento, selección, y planeación de personas (Chiavenato, 2017).

Reclutamiento

El reclutamiento de personal se constituye por medio de un proceso donde se identifican y añaden nuevos trabajadores capacitados e idóneos a fin de cumplir con los objetivos de la organización. Este proceso, es el inicio de la provisión de la gestión de recursos humanos, y se dará con una vacante disponible. Dicha vacante, surgirá por diversos motivos, ya sea por una renuncia, suspensión, despido, vacaciones, descansos, entre otros. El área de recursos humanos es el encargado de remitir la vacante con las características y el perfil que se busca. El reclutamiento puede darse de dos formas, de manera interna y externa. La primera se dará en una primera instancia, y comprende cuando la vacante a cubrirse está disponible entre los mismos trabajadores de la empresa, de manera que puede ser por transferencia o ascenso. En cuanto al reclutamiento externo, se podrá dar de diferentes maneras: por candidatos espontáneos (aquellos que dejan su hoja de vida en la empresa sin haber sido solicitados), por recomendaciones, por medios de comunicación, agencias de empleos, entre otros (Robbins, 2004).

Selección

La selección se basa en hacer corresponder a las personas con sus propias características, es decir, sus capacidades, experiencias, y otros, con aquellos requisitos

propios que el trabajo les exige. De tal manera que, se busca a una persona que cumpla con los criterios del puesto, y para ello se emplea una serie de evaluaciones que serán destinadas en beneficio de contar con un personal altamente competente y adaptable. Estas evaluaciones se darán a través de algunos medios de selección, los cuales buscan reunir información del solicitante, para comprender sus habilidades, conocimientos y capacidades. Entre estos medios, se pueden señalar: las entrevistas, donde se observarán las facultades mentales, nivel de escrupulosidad y capacidades interpersonales del solicitante; los exámenes escritos, los cuales tienen como fin explorar la inteligencia, aptitud, capacidad, interés e integridad del evaluado; y exámenes de simulación del desempeño, los cuales se centran en prestar los trabajos rutinarios a la persona, y poner en prueba su accionar (Robbins, 2004).

Planeación

Esta técnica ayuda en la provisión y demanda de trabajadores que podrá tener una organización. Cuando se conoce la cantidad y el perfil de los trabajadores que se necesitan, se podrá planear las labores de reclutamiento, selección, capacitación y demás. La gestión de recursos humanos tiene como tarea, el reunir un personal adecuado en el momento adecuado, es decir, solo cuando se necesite de su intervención y que éste garantice su buen desarrollo,

a través de evaluaciones de reclutamiento y de selección. De esta manera, la planeación se anticipa a tiempos sin recursos humanos, promueve y garantiza oportunidades igualitarias para los postulantes (Robbins, 2004).

B. Organización

La organización de recursos humanos se refiere a la manera en que se estructura a los trabajadores y sus actividades por realizar. Esto es un punto clave para el buen desarrollo de tareas, y para el buen funcionamiento de la organización. Organizar personas, implica saber definir puestos y roles, de tal manera que, con ello, se espera un buen desenvolvimiento de los equipos de trabajo. Cada vez que se incorpore un nuevo trabajador a la empresa, se necesitará de herramientas que ayuden a identificar el puesto más idóneo, para mejores resultados. Estos son, el diseño de puesto, el análisis de puestos, y la evaluación de desempeño (Chiavenato, 2017).

Diseño de puestos

El diseño de puestos abarca el contenido, requisitos y retribuciones de los trabajadores, sirviendo como herramienta para medir la motivación laboral. El diseño de puestos implica consigo, un arduo trabajo que busca señalar los puestos con sus objetivos, actividades, desafíos, y responsabilidades que deberá afrontar la persona encomendada para su desarrollo. Estos diseños deben de contar con un determinado alcance que no termine

saturando al trabajador, una profundidad dependiente de la autoridad encomendada, y debe permitir las relaciones entre diferentes puestos, es decir, que favorezcan e incentiven a la participación entre los integrantes de más de un solo departamento de trabajo, de manera que, la comunicación y relación entre compañeros de trabajo se vea garantizada.

Cada vez que, un trabajador sienta que su trabajo es monótono y repetitivo, con la ayuda del diseño de puestos, se podrá verificar la cantidad de tareas, para ampliar nuevos retos de trabajo, y reducir lo monótono (Robbins, 2004).

Análisis de puestos

Esta etapa consiste en elaborar descripciones detalladas de las actividades de un determinado puesto de trabajo, señalar las relaciones entre los puestos, y aclarar los conocimientos, habilidades y capacidades que se requieren para un adecuado desarrollo del trabajo. Entre los métodos más utilizados del análisis de puestos, están: la observación, donde un analista observa de manera directa a los trabajadores en sus puestos; las entrevistas, donde se entrevista con gran minuciosidad al personal seleccionado a fin de centrar los resultados en un mismo análisis; diarios, donde los colaboradores detallan sus funciones de trabajo en un diario; y cuestionarios, donde se indican o califican los elementos que desarrollan en las tareas de trabajo. Las informaciones reunidas a través de estos métodos, permitirá

a la empresa preparar una descripción y especificación del puesto. Una descripción del puesto comprende todo aquello desarrollado en el puesto, desde la manera de hacerlo, hasta el motivo de su desarrollo. Mientras que, una especificación del puesto implica las habilidades mínimas aceptables de un trabajador en la realización adecuada de su trabajo. Es decir, en la primera se detallan las características del puesto, y en la segunda se identifican dichas características de la persona que lo desarrolla. Ambos documentos, son de gran importancia en un proceso de selección, el primero ayuda a los solicitantes conocer el trabajo y toda su implicancia, y el segundo, ayuda a enfocar la atención de quienes se acercan al perfil del puesto de trabajo (Robbins, 2004).

Evaluación de desempeño

Este es un proceso sistemático y periódico, que serán estimadas de manera cualitativa y cuantitativa del nivel de efectividad que los trabajadores realizan sus funciones y tareas dentro de sus puestos de trabajo. Las evaluaciones de desempeño buscan valorar o determinar de qué manera se está contribuyendo con la organización, si los resultados obtenidos son los esperados, o solo están siendo productos de las actividades realizadas. Con este instrumento, se mide el rendimiento, conducta y la obtención de resultados de las personas en el trabajo, ya sea, de manera individual o por equipos, evaluando consigo,

fortalezas, destrezas, capacidades, aptitudes, problemas, insuficiencias, entre otros (Robbins, 2004).

C. Retención

La retención de recursos humanos involucra el deseo de permanecer en su organización. Siendo este, indicador que la empresa está desarrollando correctamente estrategias enfocadas en su personal de trabajo, y un buen nivel de compromiso del trabajador. La retención tiene la finalidad de mantener a las personas satisfechos e identificados con su trabajo. Para ello, el área de gestión de recursos humanos tiene que tener algunos asuntos como la remuneración y retribución dada, prestaciones, servicios sociales presentados, clima laboral, higiene y seguridad de trabajo, y relaciones sindicales. Disponer de un buen talento humano, no es tan sencillo como parece, puesto que se necesita de muchos esfuerzos y recursos para que se forme un equipo de trabajo altamente competente y capaz de llevar a resultados esperados (Chiavenato, 2017).

Remuneración y retribuciones

Entre las funciones claves de la gestión de recursos humanos como el reclutamiento y selección de personal, se encuentra la retribución. Las retribuciones con el monto contable con valor económico brindado por el servicio realizado del trabajador en la empresa. Mientras tanto la remuneración se asocia a los pagos brindados a través del sueldo y beneficios no monetarios. Además, la retribución

tiene tres enfoques, desde el punto de vista económico, esta comprende a la capacidad adquisitiva, desde un enfoque psicológico, representa el valor personal del trabajador, y sociológicamente hablando, esta se referirá al nivel o status que el trabajador sentirá en su organización. Por ello, la gestión de recursos humanos es el encargado de esta dimensión, ya que no solo abarca aspectos de índole económico o monetario, sino que, abarca a la persona y su importancia percibida a través de la remuneración o retribución otorgada (Dessler, 2001).

Prestaciones y servicios sociales

Está claro que, el sueldo no basta en el trabajador y su satisfacción laboral con su organización. Por esto, es necesario que se les permita contar con buenos tratos, reconocimientos, oportunidades de crecer o desarrollo y prestaciones; de tal manera que, estos trabajadores demuestren todas sus potencialidades y se alineen a las metas y objetivos de su trabajo. Entre las prestaciones de carácter obligatorias, se encuentran las vacaciones, seguros sociales, y los aguinaldos o gratificaciones. Mientras que en las prestaciones superiores, están los seguros de gastos médicos mayores, seguros de vida, vales por determinadas cantidades de dinero para ser canjeados, transportes o vales de movilidad, fondos de ahorro, préstamos, comedores, acondicionados a bajo costo, entre otros (Dessler, 2001).

Clima organizacional

Cuando se habla de clima organizacional, se hace referencia al ambiente presentado en un entorno de trabajo, de tal modo que, este factor se ha convertido en un aspecto tan relevante en las organizaciones. A un buen clima organizacional, mejores resultados dentro del desarrollo de actividades, por medio de un sistema dinámico que garantiza la tranquilidad y compatibilidad entre los equipos de trabajo. Es importante que, los trabajadores cuenten con una percepción adecuada sobre su trabajo, colegas y jefes, ya que esto incide de manera directa en sus desempeños laborales. En el clima laboral entran aspectos como el trato entre jefe y subordinado, y hasta con proveedores y clientes. Por esta razón, estos vínculos o relaciones deben presentar pocos obstáculos, los cuales garanticen el buen desempeño laboral. No obstante, ante la percepción del trabajador, en relación con el clima de su empresa, puede verse alterada según ciertos factores, como aquellos externos e internos, principalmente internos (Dessler, 2001).

Higiene y seguridad de trabajo

El área de gestión de recursos humanos, tiene bajo su cargo también, dedicarse a los aspectos del ambiente laboral que influyen dentro del bienestar físico, mental, y psicológicos de los trabajadores, es decir, higiene y seguridad de trabajo, o salud y seguridad laboral. En una

primera instancia, la organización está en obligación de mantener en buena salud física, mental y social del personal laboral, de manera que, el desarrollo de sus actividades y el lugar de trabajo, no amenacen o afecten de manera directa o indirecta el bienestar integral de estas personas. Se tiene que velar por adoptar medidas de cuidado y de seguridad, que eliminen el riesgo de sufrir accidentes de trabajo o todo tipo de enfermedades (Dessler, 2001).

Relaciones sindicales

Con la realización de un contrato de trabajo, surge diferentes relaciones entre jefe y subordinado, asumiendo un nuevo rol en la gestión de recursos humanos. Al igual que, las funciones de selección o reclutamiento, se encuentran las relaciones sindicales, los cuales comprenden el conjunto interactivo y deliberada entre los trabajadores representados sindicalmente y sus jefes, a fin de garantizar el cumplimiento de derechos y deberes del personal laboral. La importancia de estas relaciones radica en mantener conexiones armoniosas y cooperativas entre los dirigentes y los representantes del sindicato, por medio de un trato equitativo, confiable, y de respeto mutuo. Las empresas y sus trabajadores buscan con esto, que se satisfagan las necesidades para ambos lados. Mientras que las organizaciones se enfocan en obtener una productividad, crecimiento de utilidades, estabilidad y desarrollo; los

trabajadores se concentran en la búsqueda de mejores ingresos económicos, seguridad, estabilidad, y oportunidad de crecimiento personal y laboral (Dessler, 2001).

D. Desarrollo

El desarrollo de recursos humanos consiste aquellas tareas que se enfocan en originar planeaciones de formación, y realizarlas, a fin de poder visualizar el potencial de cada uno de los colaboradores, evaluando sus motivaciones, controlando sus desempeños de actividades, incentivando sus participaciones, y estudiando los posibles absentismos y problemas presentados. Por ello, es clave que la organización sepa impulsar tanto el desarrollo personal como el desarrollo organizacional del trabajador con su trabajo. Asimismo, el desarrollo de recursos humanos comprende la formación brindada hacia el colaborador, para que pueda crecer y realizar con efectividad su puesto de trabajo. Normalmente, este desarrollo, se incentiva a través de capacitaciones y programas que potencializan las capacidades y habilidades del personal (Chiavenato, 2017).

Capacitación

Las capacitaciones abarcan compartir al personal destrezas básicas de trabajo hasta clases avanzadas de liderazgo gerencial. Por ello, es fundamental conocer que las capacitaciones de trabajo, serán de cuatro tipos, aquellas que imparten capacidades técnicas, las de habilidades sobre relaciones interpersonales, y aquellas de habilidades sobre

resolución de problemas. La primera capacitación, busca reforzar capacidades técnicas, dirigidas a actualizar y mejorar aspectos técnicos del trabajador con su trabajo; siendo éstas comprendidas por la utilización de equipos, la variedad de tecnología requerida y por utilizar, entre otros. Siguiendo con las capacitaciones que buscan potencializar aquellas habilidades de relaciones interpersonales, éstas están enfocadas a ayudar al trabajador en la relación social con sus compañeros y jefes de trabajo. Las capacitaciones que impulsan las habilidades de resolución de problemas, están alineadas a poder hacer frente a las dificultades presentadas en el trabajo, en cómo reconocerlas, la manera de actuación frente a ello, y cómo prevenir estas situaciones, con la finalidad de establecer equipos de trabajo autodirigidos (Robbins, 2004).

Desarrollo personal

Es recomendable que los trabajadores de todas las empresas se desarrollen como si fuesen gerentes de sus propias mini empresas, pensando que son independientes, y que pueden llevarlas al éxito. Esto ayuda a que las personas se centren en sus actividades de trabajo como parte de un equipo laboral y como dueños de su propia vida. Por ello, hay aspectos que son congruentes con esta idea, de ser los dueños absolutos de nuestras carreras, entre ellas, conocernos, cultivar una reputación intachable, establecer

y conservar una red de contactos, equilibrar nuestras capacidades de especialistas y generalistas, mantenernos actualizados, documentar aquellos logros obtenidos, y tener abiertas siempre diferentes opciones. Estos lineamientos no solo ayudarán a mejorar como personas, sino que mejorará nuestra participación con los demás y afianzará a concretar todos los objetivos previstos (Robbins, 2004).

Desarrollo organizacional

El desarrollo organizacional se enfoca en un avance y mejora del trabajador junto a su organización, y de qué manera ésta desempeña un papel importante en ella. Las empresas tienen la responsabilidad de fomentar una plena confianza en sus trabajadores y ayudarlos a continuar con su competitividad a través de capacitaciones continuas. De manera que, el desarrollo organizacional se dará una vez que se quiera apoyar a los colaboradores en incrementar sus habilidades, capacidades y conocimientos a fin de concretar actividades de manera efectiva. Entre los pasos que se deben de tomar, está el comunicar de forma clara las metas del trabajo y las estrategias a utilizar, ayudando al personal situarse hacia dónde va la empresa, y de qué manera estos podrán ayudar; crear oportunidades de crecimiento, es decir, dar nuevos retos de trabajo y ascenso profesional; ofrecer ayudas económicas, y otorgar tiempos para un continuo aprendizaje (Robbins, 2004).

E. Evaluación

Es normal saber que, las empresas están en constantes evaluaciones del personal de trabajo, y será en este proceso, el conocer qué tanto se ha aprendido, y de qué manera se está logran implementar los nuevos aprendizajes adquiridos. De manera que, las organizaciones buscan introducir un aprendizaje organizacional para la adquisición de nuevos conocimientos, que garanticen la competitividad del trabajador. No obstante, se debe señalar que, con los controles y evaluaciones se busca que se aumente la productividad y desempeño de trabajo, tarea que viene siendo de gran importancia en las organizaciones durante los últimos años (Chiavenato, 2017).

Aprendizaje organizacional

Las organizaciones únicamente aprenden a través de las personas que asimilan conocimientos. Cuando se realiza un aprendizaje personal no se garantiza que la organización haya aprendido, sin embargo, será imprescindible si es lo que se quiere lograr. El aprendizaje organizacional abarca la capacidad de crear nuevas ideas y compartirla en toda la empresa. Una vez aclarado que, las empresas no generan conocimientos por sí mismas, sino que dependen del aprendizaje de sus miembros e integrantes de trabajo, es importante señalar que, las iniciativas e interacciones de éstas personas serán puntos clave si se desarrollan de manera grupal o en equipos. El aprendizaje en sí, implica

adquirir capacidades, conocimientos, habilidades, actitudes y competencias, por ende, dentro de las organizaciones, dichas adquisiciones involucrarán una potencialización del desarrollo de las actividades de trabajo (Dessler, 2001).

Conocimiento corporativo

El conocimiento corporativo surge con el desarrollo de las habilidades y capacidades de los trabajadores en sus actividades, de manera que, consiste en la información reunida a disposición de la organización. Este conjunto de metodologías y estrategias ayudan a las personas a crear ventajas competitivas para su misma empresa. Estos conocimientos adquiridos deberán ser formalizadas, almacenadas, y utilizadas en las oportunidades adecuadas, a fin de mejorar los procesos internos de la organización. El conocimiento que cuentan los trabajadores son tan importantes, como aquellos que se les brinda durante sus actividades de trabajo. Durante las evaluaciones de trabajo, se identificarán los conocimientos aplicados, y los nuevos conocimientos que deberán ser aplicados, a fin de crear un solo modelo a seguir (Dessler, 2001).

Competitividad

Las organizaciones no solo quieren un personal estático que sea dispensable en una misma área de trabajo, sino que sea capaz de realizar diversas actividades, y de no presentar problemas al momento de migrar de un rol a otro.

De manera que, se busca que todos estos nuevos trabajadores, presente capacidades para el trabajo, y que estén dispuesto en seguir con el enfoque, cultura, metas y objetivos de la organización. Por esto, una finalidad de las organizaciones, es contar con trabajadores que se sientan capaces e importantes con su trabajo, sin la necesidad de sentirse inútiles o inferiores, permitiéndoles realizar una gran variedad de tareas, donde puedan demostrar sus habilidades, destrezas, y competencias (Dessler, 2001).

Sistema de información

Los sistemas de información en las organizaciones son el conjunto de componente interrelacionados que ayudan en la recopilación, proceso, almacenamiento y difusión de informaciones para mejores decisiones tomadas. De esta manera, las organizaciones cuentan con el apoyo de estos sistemas para coordinar, controlar, analizar y visualizar de manera general y amplia el trabajo realizado y los movimientos realizados. La importancia de los sistemas de información radica en sus componentes, los cuales son el hardware, por medio de un monitor o servicio en la nube; software, programas empleados para la gestión y análisis; base de datos, recursos estructurados por medio de tabulaciones y archivos; red, o conexión del sistema de funcionamiento; y procedimientos, es decir, la manera de procesos y análisis de los datos y recursos (Dessler, 2001).

Controles

Los controles de recursos humanos con aquellos medios de regulación de la organización. Aquí se evalúan las tareas específicas del personal, por medio de controles basados en sistemas automáticos, ya sea con la ayuda de bases de datos o sistemas de información, y con auditorías del talento humano. Los controles del personal se centran en verificar si todo marcha de acuerdo a los lineamientos de trabajo, señalan aquellas deficiencias y errores cometidos, a fin de ser corregidos y eliminados. Cada control elaborado se rige por medio de establecimiento de modelos esperados, observaciones de desempeño, comparaciones de estos desempeños con los modelos esperados, y la puesta en marcha de las acciones correctivas. Estas acciones correctivas implican revisiones y modificaciones de tareas que residen en lo errado o desfasado, ajustando a nuevos lineamientos que servirán de solución (Dessler, 2001).

Productividad

Una organización es productiva cuando logra conseguir sus metas y a su vez, logra transformar sus insumos en productos a un bajo costo posible, por ello, se afirma que la productividad se basará en la preocupación y realización de la eficiencia y la eficacia. Cada empresa que es eficaz podrá conseguir sus metas de ventas en el mercado, sin embargo, ésta debe de contar con una

eficiencia para que pueda ser denominada como productiva. Asimismo, se debe señalar que, para aquellas empresas que brindan servicios, éstas estarán bajo un enfoque de atender las necesidades y requisitos de sus clientes, es decir, tratar de satisfacer sus necesidades lo mejor posible. Por ello, será tan imprescindible que los encargados de atención causen una buena reacción y efecto en los clientes, demostrando actitudes y conductas adecuadas y dirigidas hacia el bien de los consumidores, quienes generan los ingresos y ganancias para la empresa (Dessler, 2001).

2.2.2 Calidad de atención al cliente

Indudablemente, los clientes se han vuelto más consciente en exigir por aquello que pagaron, conllevando consigo a que las organizaciones se deban de preparar para responderles con actitud, efectividad, atención y calidad, aquellas necesidades y deseos requeridos. Hoy en día, la presencia de un mercado de libre comercio, implica todo un reto el poder diferenciar productos y servicios. La competencia constante entre las organizaciones radica en poder brindar productos y servicios de calidad y a un justo precio, destacando por sus características y, sobre todo, en la atención presentada. La atención al cliente es aquel servicio intangible, el cual es plasmado en hechos que enriquecen a quienes lo reciben y engrandecen a quienes lo prestan (las organizaciones), lo cual deberá mostrar orgullo y satisfacción en los resultados obtenidos. No obstante, el servicio en una organización deberá estar basado en dos aspectos susceptibles, una direccionado a las acciones que se toman dentro de la empresa para la realización del servicio,

y otra enfocada al mensaje que se quiera proyectar con el servicio y, que difícilmente la competencia pueda superar. Dichos aspectos, encaminan a la organización a generar un servicio de calidad, con la finalidad de poder optimizar su relación con los clientes (Blanco, 2006).

2.2.2.1 Definición

De acuerdo a Palomo (2014), una empresa brinda una atención al cliente de calidad, “cuando esta garantice una plena satisfacción de los clientes y, por ende, garantice la misma vida organizacional, por medio de un conjunto de estrategias esenciales resumidas en la planificación, concienciación, retroalimentación, y una gestión sistemática” (p.22).

Por su parte, Paz (2007) realiza el siguiente análisis en la búsqueda por conseguir una definición ajustada para la calidad de servicio o de atención al cliente:

La calidad de servicio es un factor tan relevante en las decisiones de compra. Por ello, con la presencia de un mundo globalmente competitivo, el cliente busca una diversidad de servicios, el cual contenga mayores valores agregados del producto o servicio ofrecido. De manera que, en cuanto se tengan dos productos al mismo precio, la decisión de compra se verá apoyada por aquel que ofrece mejor servicio. Agregado a eso, estos consumidores se han convertido en indagadores e informantes, por el cual la decisión que tome, ya no se verá influencia por el bajo precio o un sinnúmero de ofertas, sino que, éste buscará sentirse

cómo y a gusto con la atención otorgada. Por ello, no es de extrañarse que, la organización más exitosa será aquella que brinde un mejor servicio. Las exigencias del cliente, son cada vez mayores, lo cual, empuja a las empresas a adoptar criterios de calidad que se adapten a sus lineamientos de trabajo, siguiendo consigo, el caminar de la competencia, para próximas estrategias a tomarse. Un servicio o atención al cliente de calidad, es aquella que se diferencie por tratar de reducir los riesgos notados por los clientes, a través de un cuidado de imagen, marca, o reputación, con miras a entregar un servicio claro, honesto y abundante, y con un personal disponible a colaborar, orientar, y resolver dudas e inconvenientes. (p.15)

Una atención de calidad se alcanza cuando el servicio responde satisfactoriamente las demandas de los clientes. Esto implica que se cumpla aquellas expectativas del cliente, y cada grado de excelencia deberá garantizar un determinado valor que el cliente disponga a pagar. La calidad de atención al cliente, es aquel servicio que garantiza el buen uso y gusto, con tendencias de cero defectos, donde se conozcan los motivos y preferencias de los clientes, a fin de conseguir un éxito asegurado (De la Parra, 1997).

Asimismo, Sewell & Brown (1994) manifiestan que, “la empresa tiene que definir sus prioridades en base a las expectativas de los clientes y optar por una determinada política a aplicar antes, durante y después de la atención brindada” (p.37).

2.2.2.2 Características

Las organizaciones deben de ofrecer productos y servicios que estén bajo el seguimiento de profesionales que garanticen procesos técnicos efectivos, precios justos, y valores y principios éticos por parte de los trabajadores, los cuales ayuden en la satisfacción de los clientes con relación a sus necesidades y deseos presentados. Un servicio o atención de calidad se caracterizará por el cumplimiento de objetivos, un servicio orientado a su enfoque, adecuado en su uso, solucionar necesidades, y por proporcionar resultados favorables para la empresa (De la Parra, 1996).

Además, Buffone (2006) precisa cuatro características de un servicio al cliente de calidad, entre ellas se tiene lo siguiente:

Garantiza un trato empático

La empresa que es capaz de ponerse en el lugar del cliente, podrá entender más a fondo, sus necesidades, y podrá tener ese impulso necesario de dar mejores experiencias. Las atenciones deben estar acompañadas de amabilidad y de la empatía, las cuales ayudarán en momentos tensos, o cuando se presenten quejas o reclamaciones de los clientes. Cuando los consumidores perciban que el trato es empático, se sentirán más seguros y optarán por la fidelidad de consumo.

Garantiza agilidad de atención

Entre los aspectos que más valoran los clientes, está la agilidad del servicio. Para esto, existen diversas técnicas y herramientas que ayudan en la atención al cliente en tiempo

real, como es la automatización, o el empleo de sistemas digitales. Una empresa tiene que tener en cuenta que, el servicio no puede generar retrasos o inconvenientes, por esto, es necesario formular estrategias de agilización del servicio, siendo un punto clave ante la competencia.

Garantiza experiencia personalizada

La experiencia o servicio especializado busca atraer y retener al cliente a través de un trato preocupado por satisfacer las necesidades específicas del cliente, y análisis que avalen el seguimiento del hábito de consumo. El punto clave está en saber cómo se comporta el cliente, y bajo qué criterio se puede atender sus pedidos. Conocer el perfil del cliente permitirá ofrecerle una experiencia personalizada.

Garantiza la anticipación de problemas y su conversión en oportunidades

Saber anticiparse a posibles problemas, es un criterio que podrá ser realizado si se cuenta con un equipo de trabajo capacitado, que sepa manejar situaciones inesperadas, y que tengan conocimientos sobre los procesos y productos de la empresa. La presentación de quejas o reclamos en la empresa no es buena, sin embargo, éstas mismas podrían convertirse en oportunidades de mejora del servicio dado. La realización de encuestas ayuda a conocer la mentalidad del consumidor, y revelarán datos valiosos que incentivarán la creación de estrategias de fidelización.

2.2.2.3 Dimensiones

Para la variable calidad de atención al cliente, se tiene como dimensiones los siguientes: atención al cliente, venta de productos y servicios, información brindada al cliente, y el tratamiento de reclamaciones. A continuación, las descripciones correspondientes de cada uno de los puntos señaladas:

A. Atención al cliente

Proceso de comunicación

Se ha comprobado que la humanidad necesita y pasa la mayor parte de su tiempo relacionándose con los demás, de manera que emplean la comunicación continuamente, ya sea por medio de la lectura, escuchando, dialogando o escribiendo. La comunicación se ha convertido en el medio más importante de supervivencia y de comprensión para las personas. Por ello, las empresas deben de emplear el mejor proceso comunicativo posible para que sus actividades se desarrollen satisfactoriamente. Los elementos básicos de comunicación deben de estar presente siempre que cada vez se requiera compartir una idea, estos son, emisor, mensaje, canal, código, receptor y retroalimentación. Si no se toman en cuenta dichos elementos, no habrá comunicación, solo serán palabras pronunciadas. Es necesario que, cada vez que se quiera comunicar algo, se trate de hacer entender el mensaje, más aún cuando se emplea una comunicación en el trabajo (Palomo, 2014).

Barreras y dificultades comunicativas

Un proceso comunicativo tiende a presentar errores en alguna de sus etapas, siendo estas barreras de clase interna, externa y fisiológica. En el primer tipo de barrera se encuentran aquellas diferencias culturales o de género entre la persona emisora y receptora, el no escuchar, los juicios, suposiciones, e historial de relaciones. Mientras que, en las barreras externas, encontramos a los ruidos externos que impiden el entendimiento del mensaje, las señales no verbales utilizadas como distractores, informaciones irrelevantes o desbordes de informaciones, medios inapropiados, presión de tiempo, y el uso de diferentes términos o palabras como el lenguaje técnico. En cuanto a las barreras de índole fisiológicas, son aquellas que se originan por disfunciones corporales, como aquellos problemas de audición, visión o del habla. Y en cuanto a las dificultades comunicativas, estas se darán cada vez que uno de los elementos, entre emisor y receptor, se presente una interrupción o un desinterés en querer llegar hacer comprender y llegar el mensaje (Palomo, 2014).

Motivación, frustración y mecanismos de defensa

Las organizaciones de hoy en día, tienen que tener en cuenta que, algo fundamental y de suma relevancia para el logro de sus objetivos, será el contar con un personal que sea capaz de incentivar una motivación de compra en los

clientes, es decir, saber direccionarlos a sentirse a gusto con sus adquisiciones. Sin embargo, pocas veces se logra, y esto pasa, por no saber compartir un buen estado de ánimo. Si el trabajador no se siente a gusto o motivado con su puesto de trabajo y con todo lo concerniente a su organización, entonces no podrá animar a sus clientes. Es vital que el trabajador entienda su gran importancia en la empresa, y de cómo éste puede influir en las progresiones de compra y venta de productos y servicios. A diferencia de la motivación, la frustración hace que los trabajadores se sientan reprimidos y agobiados en el desarrollo de sus actividades, y aunque estas no se demuestren físicamente, serán percibidas, como el simple hecho de no lograr conectar. Ante esta problemática, existen los mecanismos de defensa, entre ellas, la compensación, expiación, identificaciones, aislamientos, negaciones, proyecciones, regresiones, entre otras (Palomo, 2014).

Comunicación verbal

La comunicación verbal u oral se realiza a través de la palabra hablada. Las personas lo han tomado como la forma más normal de comunicar y compartir algo hacia los demás, puesto que, se obtiene una respuesta rápida e inmediata. En la actualidad, las organizaciones requieren de un personal que hable bien, es decir, que sepa expresarse y comunicarse con sus compañeros, jefes, usuarios y/o

clientes, y demás; dominando diálogos que vayan de acuerdo a la situación y contexto presentado, con el apoyo de ciertos elementos, propios de la comunicación verbal, entre ellos se tiene a la voz, el tono, el vocabulario y el lenguaje. La voz debe ser nítida, con un tono moderado y timbre adecuado, por ello, se debe de conocer el volumen que se utilizará de la voz y el tono que se necesita para realizar una correcta comunicación (Palomo, 2014).

Comunicación no verbal

Reconocer lo que se quiere transmitir a través de una comunicación no verbal, será tan importante como el mantener un diálogo fluido y exitoso. Las organizaciones que están en función de las personas, como clientes y/o usuarios, deben de saber reconocer aquellos gestos de desagrado o disgusto, sea con el producto, aspecto del lugar, y hasta con el trato percibido. Esto ayudará a cambiar y solucionar de manera rápida aquellas fallas presentadas, garantizando conseguir mejores resultados dinámicos e instantáneos. Desde la manera de saber expresar con las manos, hasta el tipo de contacto visual empleado, se podrá tener una idea de cómo se está queriendo transmitir un mensaje, y que tan relevante es este en el entendimiento del receptor. Con mayor razón, si este mensaje es dado por un cliente en la atención o servicio, que busca transmitir una idea o información relevante (Palomo, 2014).

B. Venta de productos y servicios

Actuación del vendedor

Para que un proceso de venta se realice de manera eficiente, se deberá de contar con algunos aspectos propios del vendedor, quién tiene la función de demostrar un profesionalismo y compromiso con su puesto de trabajo. En primera instancia, se encuentra la escucha activa, para escuchar se requiere de las capacidades cognitivas y empáticas. El saber escuchar es muy importante dentro de la comunicación, y más aún si se quiere conectar con la otra persona. En segunda instancia, está: asertividad, y es que esta permite que se expresen ideas y opiniones de manera adecuada y efectiva, sin la necesidad de caer en hostilidades o agresividades ante los demás. En tercera instancia, se debe señalar: la empatía. Este valor ayuda a entender del porqué de las decisiones tomadas, del porqué de las posturas y opiniones, o del cómo es que surgieron los motivos de accionar. Por último, se encuentran los estilos de comunicación, entre ellos: el pasivo, el agresivo, el pasivo-agresivo, y el asertivo (Palomo, 2014).

Exposición de cualidades de productos y servicios

Aunque parezca poco relevante, la exposición de los productos juega un rol importante en la promoción y difusión de los mismos. La seducción visual en el producto será una herramienta efectiva para que se realice su venta,

de manera que, con la ayuda de su promoción y exposición se concrete en la tan esperada fidelización. Es necesario seguir un lineamiento que implica el contar con productos de alta calidad y que se le sea confiable al comprador, tener como responsable a una persona altamente capacitada en saber promover y hacer seguimiento del proceso de venta, el posicionamiento o ubicación de estos productos en las zonas de ventas correspondientes, el tiempo empleado en la promoción y publicidad, el seguimiento y rendimiento las cifras de ventas de aquellos productos promocionados y vendidos, y ante todo, la comunicación dada, la cual debe ser asertiva, amable, honesta, y comprensiva con el cliente, sin llegar a incomodar, hostigar, y saturar (Palomo, 2014).

El vendedor

Los clientes buscan comprar seguridad y confianza transmitidas por los vendedores, estos últimos tienen que saber demostrar una alta autoestima y saber atraer con pensamientos positivos. Para vender se debe de empezar con la motivación del vendedor, y que tan disponible estará en su actuar dentro de la organización. Por esto, es necesario que estas personas encargadas de las ventas sean positivas, optimistas y realistas, deben de demostrar un autocontrol y administración de sus propias potenciales intelectuales, psicológicos y físicos. Asimismo, se debe de mantener una tolerancia a la frustración, es decir, no decaer

ante posibles negativas presentadas; compartir seguridad y confianza; tener capacidad de interactuar y socializar, de manera honesta, auténtica y humilde (Palomo, 2014).

El proceso de venta

Las personas encargadas de vender, deben de seguir un lineamiento de trabajo, el cual le permita emplear sus propios dotes individuales. Más conocido como proceso de venta, basado en seis fases: de tanteo, acercamiento, presentación, tratamiento de objeciones, cierre y seguimiento. En el tanteo o indagación de información sobre el cliente, se da antes que ocurra la presentación de venta. El vendedor tiene que saber venderse antes de querer ofrecer un producto. Una vez dada el primer contacto entre vendedor y cliente, se deberá mostrar cordialidad e interés en las personas y sus necesidades. Con la información recibida, se pasa a ofrecer o demostrar el producto o servicio, y para ello, es fundamental que se conozca todo sobre lo que se está ofreciendo y el cómo será presentado, siendo lo más convincente posible para la adquisición de la misma. En cuanto al tratamiento de objeciones, se refiere a la búsqueda de conciliar alguna posible compra insatisfecha. El cierre de venta se obtendrá una vez que el cliente pida hacer la transacción de compra y venta. Para luego, estar la etapa de seguimiento, o también denominado como servicio de posventa, que tiene la función de

corroborar que tan satisfecho está el cliente con el producto comprado, y de qué manera se puede incitar a realizar próximos consumos (Palomo, 2014).

Técnicas de venta

Cada vez que el cliente logra ingresar a la empresa, se podrá llevar a cabo algunas técnicas de venta, los cuales ayudarán a que se aumente el ingreso elevado de los gastos por clientes, y consigo el aumento del grado de satisfacción. Entre estas técnicas se tienen las ventas sugestivas, el merchandising, y el método AIDA. La primera técnica, la venta sugestiva, implica realizar sugerencias en los clientes en optar por productos similares a los que ha realizado su venta, de manera que estos normalmente sean menores en tamaño y en precios, con el fin de complementar sus necesidades. Por su parte, el merchandising es el conjunto de técnicas que ayuda a promover la venta del producto o servicio de manera efectiva, ya sea desde el punto de venta, publicidad en medios de comunicación, y a través de las redes sociales. Por último, la técnica de AIDA, compuesta por la atención, interés, deseo, y acción. Dichos términos sirven como escalas en el cliente y su decisión final de realizar una compra. De manera que, se empieza con atraer su atención e interés, que satisfaga su deseo y necesidad, prosiguiendo a ejecutar la compra del producto como acto voluntario y de suma relevancia (Palomo, 2014).

C. Información al cliente

El cliente

El consumidor cliente es la persona que adquirirá el bien o servicio ofrecido por la organización. Esta persona cada vez más está formado e informado, incrementando su nivel de exigencia, y determinando sus hábitos de compras de acuerdo a sus necesidades y/o deseos. Ante esto, las empresas saben que, están frente a un mercado competitivo y ante clientes conocedores que no están dispuestos a pasar por un mal trato brindado. La tipología de clientes radicará tanto en el nivel de satisfacción y el nivel de fidelidad para con la empresa. Serán opositores cuando no se sienten a gusto con el servicio, generando publicidad negativa hacia la empresa. Los clientes mercenarios, son aquellos que son parte de la empresa cada vez que necesitan un producto sin ningún compromiso. Los cautivos, serán aquellos que están descontentos y se sienten obligados a acudir a la empresa sean por diversos motivos. Finalmente, están los clientes prescriptores, aquellos que están satisfechos y se fidelizan con el servicio brindado (Paz, 2007).

Atención personalizada

La atención personalizada es una estrategia de servicio, que consiste en crear tratos directos o personales, donde el colaborador tomará en cuenta las necesidades, deseos y señalizaciones del cliente. Esto, implica una gran

tarea para la organización, donde su única finalidad será el conquistar y fidelizar clientes. Entre los lineamientos de una atención personalizada está, el brindar respuestas rápidas y efectivas, dialogar con autenticidad y amabilidad, personalizar cada respuesta dada, hablar con la verdad, practicar la empatía, no generar rebotes de clientes o hacer que sean partes de procesos innecesarios, entre otros. La atención personalizada ya no solo es vista como un plus en las empresas, ahora es tan prioritario, como el mantener trabajadores altamente satisfechos (Paz, 2007).

Necesidades y gustos del cliente

Una empresa con éxito, es aquella que es capaz de recibir beneficios esperados por medio de la satisfacción de necesidades de sus clientes. Con la ayuda de estudios o investigaciones de mercados, la empresa podrá identificar las necesidades, preferencias y deseos de sus clientes, a fin de poder tener y concretar respuestas cercanas, efectivas, y rápidas. No obstante, se debe de conocer, el porqué de las compras del cliente, ser lo bastante introspectivo, realizar encuestas y/o entrevistas, analizar la competencia y sus movimientos estratégicos, estar alerta a los deseos que no han sido atendidos o alerta a los nuevos cambios presentados, entre otras medidas para tener bajo control, el saber satisfacer aquellas necesidades y gustos de cada uno de los clientes (Paz, 2007).

Objeciones del cliente y su tratamiento

Las objeciones son razones o argumentos dadas cada vez que se presenta un producto o servicio que no satisfacen del todo las necesidades del cliente, siendo común, que éstas se relacionen con el precio, adaptabilidad, competitividad, entre otros. Todo colaborador encargado de las ventas, debe estar capacitado para situaciones de objeciones, donde se pueda resolver en definitiva estas quejas o dudas sobre el servicio brindado. Estas objeciones pueden tratarse por medio de la escucha, reconocimiento, análisis y respuesta. Es un grave error es actuar de forma impulsiva, lo mejor es ser pacientes, y estar dispuestos al dialogo. Por ello, se debe dejar hacer el descargo, y realizar un resumen de lo señalado, para luego recién ofrecer una recomendación clara y objetiva. Sin embargo, será de suma importancia saber monitorizar estas objeciones, es decir, prevenir y anticiparse ante estos hechos, de manera que, se pueda dedicar un mayor tiempo en tener las respuestas y acciones por realizar (Paz, 2007).

Nuevas tecnologías

Estamos en una era cambiante, donde el uso de la tecnología digital se ha convertido tan útil y necesario en nuestras vidas y, asimismo, en el trabajo. Las empresas están transformando sus herramientas de trabajo, por la digitalización, conllevando consigo a un nuevo cambio de

cultura organizacional, donde se busca aumentar la consolidación de la transformación digital. Por medio de estas nuevas herramientas digitales, se han desarrollado y puesto en marcha nuevas aplicaciones y técnicas orientadas a la agilización de las actividades de la gestión de recursos humanos. La nueva tendencia abarca el uso de herramientas digitales como la big data, aplicaciones móviles, digital employer branding, tecnologías en la nube, gamificación, Smart working, entre otros. La clave está, en poder garantizar mejores resultados en los procesos de compra y venta de los clientes, y consigo, la participación activa y competente del personal laboral (Paz, 2007).

D. Tratamiento de reclamaciones

Quejas, reclamos y sugerencias

Ha de saberse que, muchas empresas son capaces de generar o alcanzar altos niveles de venta en un mercado competitivo, sin embargo, no siempre resultan contar con un equipo de trabajo encargado de las ventas, que sepan atender de manera efectiva aquellas inconformidades, malestares o alejamiento de clientes insatisfechos con el servicio atendido. Las organizaciones saben que los clientes tienen el derecho de presentar sugerencias, peticiones, quejas y hasta reclamos, por ello, es clave la presencia de un sistema que garantice su adecuada acogida y pronta solución en los peores de los casos. Por sugerencia se

entiende todas aquellas propuestas dadas a fin de que se mejoren ciertos procesos de la empresa prestadora del servicio. Las quejas, son aquellas expresiones o manifestaciones que demuestran inconformidades con el servicio recibido. En cuanto a los reclamos, estos son de carácter opositores o contrarios, que buscan revisar y evaluar el servicio otorgado (Buffone, 2006).

Técnicas y procesos de reclamos

Una vez identificado la queja o reclamo dado por el cliente, se inicia el proceso o procedimiento de reclamos, según sea el caso presentado. En primera instancia se debe dar la recepción de estos reclamos, a través de diferentes canales de comunicación, como una línea telefónica, correo electrónico, formularios, o la comunicación directa. Luego, se debe gestionar la queja o reclamo por medio del sistema de gestión integrado, donde se analice y se estudie las alternativas de solución. Si estos reclamos, son admisibles, entonces serán atendidos con una pronta respuesta, la cual avale una resolución del conflicto. Si el reclamo pasó a mayores instancias, entonces se tendrá que brindar una solución acompañada de una determinada compensación, la cual propicie el fin o culminación de dicho proceso. Por ello, es necesario que se cuente con técnicas efectivas que ayuden a resolver estas quejas o reclamos, entre ellas, saber escuchar, practicar la empatía con el cliente, aceptar sus

sentimientos, mantener una actitud serena, calmada y dispuesta a dialogar, saber explicar, proponer alternativas de solución, entre otras (Buffone, 2006).

Documentos de reclamos

Una de los aspectos que se debe hacer conocer al cliente que está dispuesto en presentar formalmente una queja o reclamo, es el tener que contar con pruebas que ayuden en la investigación y resolución de la misma, es decir, presentar documentos de reclamos. Estos últimos tienen la finalidad de avalar al cliente y su versión del caso presentado, de tal forma que, su argumento no sea vista como malintencionada o transgiversada. Estas quejas o reclamos, no tienen que ser vistas como amenazas o fracasos, todo lo contrario, tienen que ser atendidas como mejoras de servicio o productos brindados, como ayuda en el fortalecimiento de una buena relación con los clientes, como inspiración para incrementar las técnicas de servicios, y sobre todo, como proyección de organización que sabe escuchar y poner a los clientes en el centro (Buffone, 2006).

Herramientas informáticas de reclamos

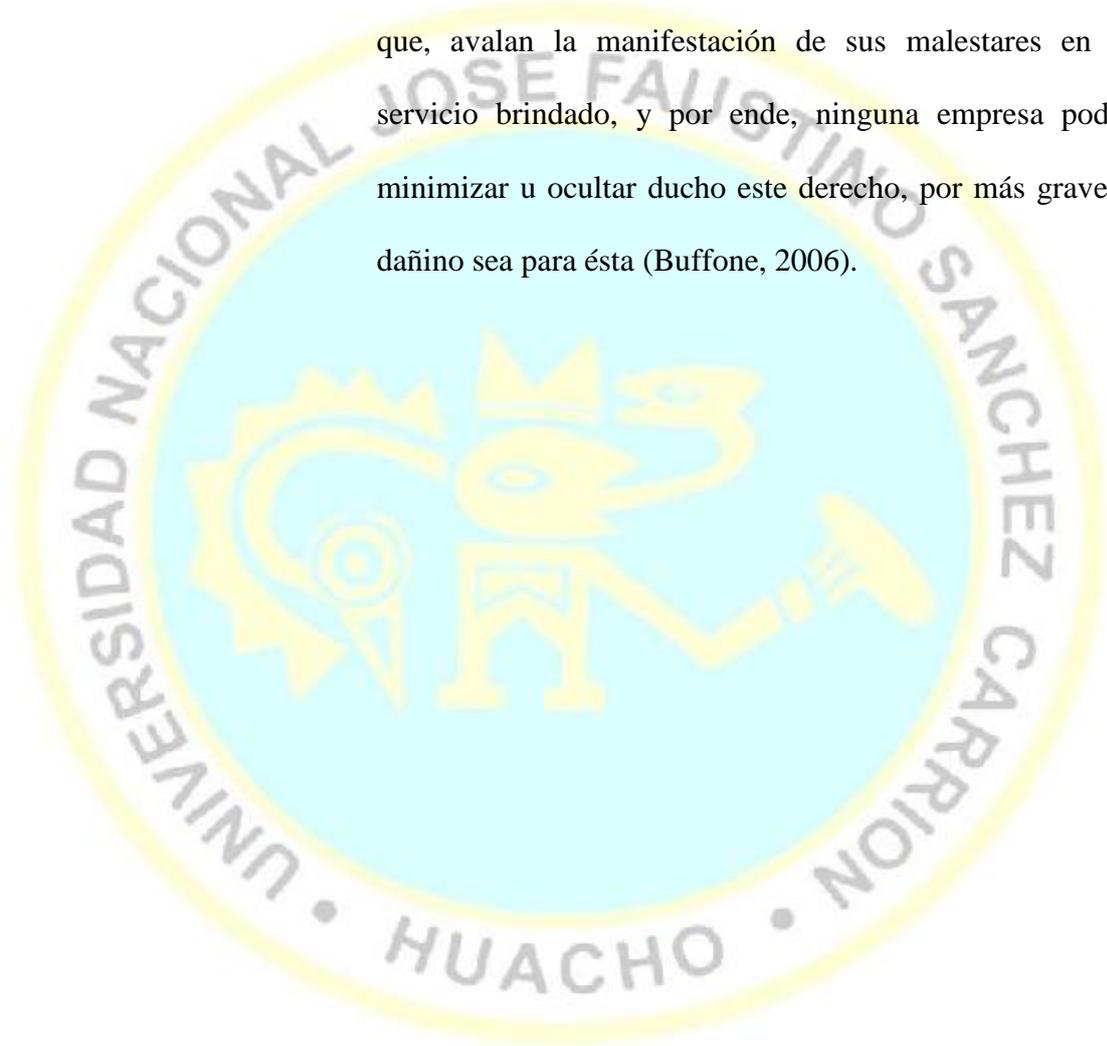
En la actualidad, la mayoría de las empresas crean y emplean un sistema informático en diversas áreas, como en la gestión de reclamaciones. Estos programas informáticos ayudan a incorporar los datos que se solicitan, es decir, aceptar reclamos reales, indicando consigo, el tipo de queja,

si esta es sugerencia o reclamo. Así también, este programa ayuda a señalar la fecha de la presentación del reclamo, los datos del interesado, y todos los detalles acerca de la situación presentada, de tal manera que, se pueda estudiar a fondo sobre lo sucedido y de qué manera proponer medidas de solución. Estas herramientas informáticas o programas de reclamos tienen la finalidad de brindar al cliente una comunicación y satisfacción de sus reclamos, aumentar el grado de satisfacción, otorgarle consigo, el acceso al procedimiento de tratamiento de la reclamación, de manera sencilla y rápida posible, y a su vez, ayuda crecer la habilidad de identificar nuevas tendencias (Buffone, 2006).

Protección del cliente

Las organizaciones tienen que tener siempre en cuenta que, los clientes tienen todo el derecho a reclamar si es que consideran ser víctimas de estafas de venta, o si no se sienten satisfecho con el servicio recibido. Este derecho deberá ser respetado por la empresa, y reconocido como tal. Las organizaciones tienen que brindar informaciones oportunas, suficientes, veraces y accesibles de sus productos brindados, las cuales ayuden en la decisión de compra del cliente. Por esto, si se considera que los derechos del cliente no han sido respetados, se deberá de brindar el libro de reclamaciones, el cual deberá estar a disposición de todos, en un lugar visible y de fácil acceso.

Si el servicio se dio de manera online o virtual y se quiere presentar un reclamo o queja, entonces se deberá proceder a señalar y publicar el malestar o inconformidad a través del libro de reclamaciones virtual, la cual tendrá que estar dentro del mismo sitio web de la empresa. De esta manera, los clientes están bajo la protección de normativas y leyes que, avalan la manifestación de sus malestares en el servicio brindado, y por ende, ninguna empresa podrá minimizar u ocultar dicho este derecho, por más grave y dañino sea para ésta (Buffone, 2006).



2.3 Bases filosóficas

De acuerdo a Mario Bunge (1992) se conoce que, “la ciencia es el conjunto de conceptos racionales, verificables y falibles que ayudan en la elaboración y construcción de conceptos. La ciencia ha sido aplicada para mejorar el medio natural, a partir de las necesidades humanas, y a la creación de bienes materiales y culturales” (p. 20). No obstante, se debe señalar que, el método científico que se utiliza en esta investigación, se basa en los siguientes criterios:

Formulación del problema

Construcción del modelo teórico

Deducción de las consecuencias particulares

Prueba de hipótesis

Conclusiones sobre la teoría

Comunicación de los hallazgos.

Por esto, el presente trabajo de investigación sobre la gestión de recursos humanos y calidad de atención al cliente, se basa en la filosofía de Mario Bunge.

2.4 Definición de términos básicos

Aprendizaje organizacional

Implica la adquisición de capacidades, conocimientos, habilidades, actitudes y competencias dentro de las organizaciones. Dichas adquisiciones involucrarán una potencialización de las actividades de trabajo (Dessler, 2001).

Atención personalizada

Se refiere a una estrategia de servicio, que consiste en crear tratos directos o personales, donde el colaborador tomará en cuenta las necesidades, deseos y señalizaciones del cliente (Paz, 2007).

Capacitación

Las capacitaciones abarcan compartir al personal destrezas básicas de trabajo hasta clases avanzadas de liderazgo gerencial (Robbins, 2004).

Cliente

Persona que adquirirá el bien o servicio ofrecido por la organización. Esta persona cada vez más está formado e informado, incrementando su nivel de exigencia, y determinando sus hábitos de compras de acuerdo a sus necesidades (Paz, 2007).

Clima organizacional

Ambiente presentado en un entorno de trabajo, de tal modo que, este factor se ha convertido en un aspecto tan relevante en las organizaciones (Dessler, 2001).

Competitividad

Aquella que busca en sus trabajadores tener capacidades para el trabajo, y disposición en seguir con los objetivos de la organización (Dessler, 2001).

Diseño de puestos

Abarca el contenido, requisitos y retribuciones de los trabajadores, sirviendo como herramienta para medir la motivación laboral (Robbins, 2004).

Productividad

Una organización es productiva cuando logra conseguir sus metas y a su vez, logra transformar sus insumos en productos en un bajo costo posible. La productividad abarca la eficiencia y eficacia de un proceso realizado (Dessler, 2001).

Quejas

Implican expresiones o manifestaciones que demuestran inconformidades con el servicio brindado por la empresa (Buffone, 2006).

Objeciones

Son argumentos dadas cada vez que se presenta un producto o servicio que no satisfacen del todo las necesidades del cliente, siendo común, que éstas se relacionen con el precio, adaptabilidad, competitividad, entre otros (Paz, 2007).

Reclamaciones

Son de carácter opositores o contrarios, que buscan revisar y evaluar el servicio otorgado por la organización (Buffone, 2006).

Reclutamiento

Proceso donde se identifican y añaden nuevos trabajadores capacitados e idóneos a fin de cumplir con los objetivos de la organización (Robbins, 2004).

Selección

Se basa en hacer corresponder a las personas con sus propias características, es decir, sus capacidades, experiencias, y otros, con aquellos requisitos propios que el trabajo les exige (Robbins, 2004).

Sugerencias

Son aquellas propuestas dadas a fin de que se mejoren ciertos procesos de la empresa prestadora del servicio (Buffone, 2006).

2.5 Hipótesis de la investigación

2.5.1 Hipótesis general

La gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

2.5.2 Hipótesis específicas

La provisión de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

La organización de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

La retención de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

El desarrollo de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

La evaluación de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

2.6 Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de la variable Gestión de RR.HH. y sus dimensiones

Variable	Definición conceptual	Definición operacional			
		Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala (Ordinal)
Variable X: Gestión de Recursos Humanos	Chiavenato (2017) señala que la gestión de recursos humanos implica que las organizaciones planifican, organizan y administran actividades relacionadas con sus trabajadores que lo conforman.	X.1: Provisión	X.1.1: Reclutamiento X.1.2: Selección X.1.3: Planeación	1-3	Escala Likert Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)
		X.2: Organización	X.2.1: Diseño de puestos X.2.2: Análisis de puestos X.2.3: Evaluación de desempeño	4-6	
		X.3: Retención	X.3.1: Remuneración y retribuciones X.3.2: Prestaciones y servicios sociales X.3.3: Clima organizacional X.3.4: Higiene y seguridad de trabajo X.3.5: Relaciones sindicales	7-11	
		X.4: Desarrollo	X.4.1: Capacitación X.4.2: Desarrollo personal X.4.3: Desarrollo organizacional	12-14	
		X.5: Evaluación	X.5.1: Aprendizaje organizacional X.5.2: Conocimiento corporativo X.5.3: Competitividad X.5.4: Sistema de información X.5.5: Controles X.5.6: Productividad	15-20	

Nota. Fuente: Elaboración propia

Tabla 2

Operacionalización de la variable Calidad de atención y sus dimensiones

Variable	Definición conceptual	Definición operacional			
		Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala (Ordinal)
Variable Y: Calidad de atención al cliente	Palomo (2014), señala que una empresa brinda una atención al cliente de calidad, “cuando esta garantice una plena satisfacción de los clientes y, por ende, garantice la misma vida organizacional, por medio de un conjunto de estrategias esenciales resumidas en la planificación, concienciación, retroalimentación, y una gestión sistemática” (p.22)	Y.1: Atención al cliente	Y.1.1: Proceso de comunicación	1-5	Escala Likert
			Y.1.2: Barreras y dificultades comunicativa		
			Y.1.3: Motivación, frustración y mecanismos de defensa		
			Y.1.4: Comunicación verbal		
			Y.1.5: Comunicación no verbal		
		Y.2: Venta de productos y servicios	Y.2.1: Actuación del vendedor	6-10	
			Y.2.2: Exposición de cualidades de productos y servicios		
			Y.2.3: El vendedor		
			Y.2.4: El proceso de venta		
			Y.2.5: Técnicas de venta		
		Y.3: Información al cliente	Y.3.1: El cliente	11-15	
			Y.3.2: Atención personalizada		
			Y.3.3: Necesidades y gustos del cliente		
			Y.3.4: Objeciones del cliente y su tratamiento		
			Y.3.5: Nuevas tecnologías		
		Y.4: Tratamiento de reclamaciones	Y.4.1: Quejas, reclamos y sugerencias	16-20	
Y.4.2: Técnicas y procesos de reclamos					
Y.4.3: Documentos de reclamos					
Y.4.4: Herramientas informáticas de reclamos					
Y.4.5: Protección del cliente					

Nota. Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Enfoque de investigación

La presente investigación se desarrolló en base a un enfoque Cuantitativo definido por, Hernández, Fernández & Baptista (2014), en la cual indica que este enfoque es de tipo secuencial y se prueba su desarrollo en base a las hipótesis establecidas. Al ser secuencial, el orden que ha sido determinado es estricto ya que no se pueden eludir los pasos establecidos.

La hipótesis se demuestra en función a una evaluación numérica y a un estudio estadístico para determinar los criterios de conducta para las variables y demostrar las teorías.

3.1.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación es aplicada, porque según Zarzar (2015), este tipo investigaciones van a emplear los conocimientos acumulados a través de los estudios y las practicas; y con esto conseguir mayores beneficios para la sociedad.

3.1.3 Diseño de investigación

La investigación es de diseño no experimental transversal. Las investigaciones de diseño no experimental se definen como aquellas investigaciones que se realizan sin manipular deliberadamente a las variables de estudio, además que se recolectara la información en un solo momento, en un tiempo único (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Asimismo, Carrasco (2006), define el diseño no Experimental “en donde las variables independientes carecen de manipulación intencional, y no poseen grupo de control, ni mucho menos experimental. Analizan y estudian todos aquellos hechos y fenómenos de la realidad después de su ocurrencia fijada” (p. 71).

3.1.4 Nivel de investigación

Según lo señalado por Hernández, Fernández & Baptista (2014), la presente investigación va a ser realizada en base a un nivel correlacional debido a que este tipo de investigaciones van a asociar o relaciones variables con la finalidad de identificar el grado de relación y asociación que van a existir entre las dos variables de estudio en la investigación, así como analizar el comportamiento que ejerce una variable sobre la otra. En este caso, para la investigación se analiza el grado de relación entre la gestión de recursos humanos y la calidad de atención al cliente.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

Balestrini (2001), sostiene que la población “es un conjunto finito o infinito de personas, cosas o elementos que presentan características comunes” (p.123). Es decir, esta población se constituye como un agrupamiento de individuos que poseen ciertas características similares.

La población de la presente investigación, estuvo conformada por 60 trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho.

3.2.2 Muestra

La muestra es según Sánchez (2017), “Parte representativa de la población, que debe poseer las mismas propiedades y características de ella” (p. 38). Es decir, la muestra se puede definir como un subconjunto de individuos que poseen las mismas características.

Por ser una población significativa para el estudio no fue necesario el cálculo de la muestra, por lo cual, esta estuvo conformada por 60 trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho.

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.3.1 Técnicas a emplear

Según Balestrini (2001), las define como “las actividades mediante las cuales se observan hechos de la realidad, se recogen datos o se analizan los resultados de una investigación.” (p. 56).

Para el recojo de información se utilizó la técnica de la encuesta, la que fue aplicada a 60 trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno - Huacho, para poder determinar la relación de las variables de estudio.

En ese sentido, Carrasco (2006) sostiene que la encuesta es “una técnica que consiste en percibir y regular sistemáticamente, directamente o por medio de aparatos, fenómenos y conductas de individuos o grupos de individuos, para obtener conocimientos científicos”. (p. 123). Se puede decir que, la encuesta es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas.

3.3.2 Descripción de los instrumentos

Zarzar (2015) sostiene que los instrumentos “son aquellos objetos materiales que sirven para medir las observaciones y/o recopilar datos productos de investigaciones”. (p. 52).

El instrumento a emplear en este trabajo de investigación es el Cuestionario, este instrumento está dirigido a los trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno - Huacho. El cuestionario se elaboró utilizando como base el método de escalamiento tipo Likert en 1932, el cual consiste en un conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones o juicios, donde se le solicita al sujeto que externe su reacción eligiendo uno

de los cinco puntos o categorías de la escala, a cada punto se le asigna un valor numérico (Zarzar, 2015).

Asimismo, Hernández, Fernández & Baptista (2014) sostienen que, “todo cuestionario representa un instrumento que contiene una serie de preguntas las cuales deben ser respondidas por el entrevistado”. (p. 18)

Se utilizaron dos cuestionarios que cuentan con una serie de 20 ítems en cada una: Cuestionario sobre Gestión de recursos humanos, y Cuestionario sobre Calidad de atención al cliente; en base a una serie de respuestas cerradas y con escala Likert que facilitará el análisis estadístico. A efecto de esto, se determinó el grado de relación y significancia entre las variables: gestión de recursos humanos y calidad de atención al cliente.

3.3.3 Confiabilidad del instrumento

Según Sánchez (2017) “es la propiedad que hace referencia a que todo instrumento debe medir lo que se ha propuesto medir” (p. 167). Es decir, se refiere al grado en que un instrumento mide la variable que pretende medir. En este caso, la relación entre gestión de recursos humanos y calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho.

Para efectos del análisis de confiabilidad de los instrumentos (consistencia de los datos), se utilizó el Método de Alfa de Cronbach, para tal fin se considera que la dimensión que tiene 0.8 en adelante de Alfa de Cronbach será confiable.

3.4 Técnicas para el procedimiento de la información

En cuanto a los procedimientos que se realizaron para la obtención de resultados de esta investigación, se tiene lo siguiente:

Se realizaron las correspondientes coordinaciones pertinentes con los encargados de la Hiperbodega Precio Uno - Huacho.

Se realizó la confiabilidad de los dos instrumentos, para ello, se utilizó el coeficiente de Alfa de Cronbach. En este caso, para ambos instrumentos se tienen como respuesta cinco alternativas con escala ordinal, los cuales estarán determinados de acuerdo a la escala de Herrera sobre los niveles de confiabilidad, las cuales son:

Confiabilidad nula: De 0.53 a menos

Confiabilidad baja: De 0.54 a 0.59

Confiable: De 0.60 a 0.65

Muy confiable: De 0.66 a 0.71

Excelente confiabilidad: De 0.71 a 0.99

Confiabilidad perfecta: 1.00

Se aplicó una Prueba Piloto para obtener la confiabilidad de dichos instrumentos, y con el software SPSS, se pudo obtener lo siguiente:

Tabla 3
Resultados de la confiabilidad del coeficiente de Alfa de Cronbach

Instrumento	Nº de ítems	Alfa de Cronbach
Gestión de recursos humanos	20	0.974
Calidad de atención al cliente	20	0.970

Nota. Fuente: Elaboración propia

Esta tabla muestra que, para ambos instrumentos se cuenta con un nivel de “Excelente investiga”, ya que, el coeficiente de Alfa de Cronbach para el Cuestionario sobre Gestión de recursos humanos es de 0.974, mientras que, para el Cuestionario sobre Calidad de atención es de 0.970.

Se aplicaron las encuestas en un horario adecuado y flexible para los trabajadores de la empresa retail mencionada.

Para el análisis estadístico se utilizó el software de Microsoft Excel, donde se pudo ordenar, codificar y clasificar la información que se recogió de la encuesta.

Luego, estos datos fueron importados en el software Paquete Estadístico para Ciencias Sociales SPSS 25.0, donde se desarrolló lo siguiente:

A. Análisis descriptivo. Aquí se elaboraron tablas y gráficos, las cuales se procedieron a efectuar las interpretaciones correspondientes para cada variable y sus respectivas dimensiones.

B. Análisis inferencial. Luego, se procedieron a establecer el grado de correlación entre las variables gestión de recursos humanos y calidad de atención al cliente.

C. Proceso de Baremación de variables y dimensiones

Tabla 4
Baremación de las variables

Nº	VARIABLES	Ítems	Niveles de Medición
X	Gestión de recursos humanos	20	Deficiente: 20 a 46 Regular: 47 a 72 Bueno: 73 a 100
Y	Calidad de atención al cliente	20	Bajo: 20 a 46 Medio: 47 a 72 Alto: 73 a 100

Nota. Fuente: Elaboración propia

En la tabla 4, se muestra los niveles de medición de ambas variables en estudio. Para la gestión de recursos humanos, se cuenta con un total de 20 ítems, de los cuales, se denominará como nivel deficiente si el resultado se encuentra entre 20 a 46, regular entre 47 a 72, y bueno entre 73 a 100. Algo similar ocurre con la segunda variable calidad de

atención al cliente, pues se cuenta con 20 ítems, sin embargo, si el resultado se encuentra entre 20 a 46 es de nivel bajo, entre 47 a 72 nivel medio, y de 73 a 100 es de nivel alto.

Tabla 5
Baremación de las dimensiones de Gestión de recursos humanos

Nº	Variables	Ítems	Niveles de Medición
D1	Provisión	03	Deficiente: 03 a 06 Regular: 07 a 10 Bueno: 11 a 15
D2	Organización	03	Deficiente: 03 a 06 Regular: 07 a 10 Bueno: 11 a 15
D3	Retención	05	Deficiente: 05 a 11 Regular: 12 a 18 Bueno: 19 a 25
D4	Desarrollo	03	Deficiente: 03 a 06 Regular: 07 a 10 Bueno: 11 a 15
D5	Evaluación	06	Deficiente: 06 a 13 Regular: 14 a 21 Bueno: 22 a 30

Nota. Fuente: Elaboración propia

La tabla 5, muestra los niveles de medición de las dimensiones de la gestión de recursos humanos. Para las dimensiones: provisión, organización, y desarrollo, se cuentan con 3 ítems cada uno, de los cuales se denominará deficiente si el resultado está entre 3 a 6, regular entre 7 a 10, y bueno entre 11 a 15. Asimismo, para la dimensión retención con 5 ítems, será nivel deficiente si se encuentra entre 5 a 11, regular entre 12 a 18, y bueno entre 19 a 25. Finalmente, para la dimensión evaluación con 6 ítems, será denominado como nivel deficiente si el resultado se encuentra entre 6 a 13, regular entre 14 a 21, y bueno entre 22 a 30.

Tabla 6*Baremación de las dimensiones de la Calidad de atención al cliente*

Nº	Variables	Ítems	Niveles de Medición
D1	Atención al cliente	05	Bajo: 05 a 11 Medio: 12 a 18 Alto: 19 a 25
D2	Venta de productos y servicios	05	Bajo: 05 a 11 Medio: 12 a 18 Alto: 19 a 25
D3	Información al cliente	05	Bajo: 05 a 11 Medio: 12 a 18 Alto: 19 a 25
D4	Tratamiento de reclamaciones	05	Bajo: 05 a 11 Medio: 12 a 18 Alto: 19 a 25

Nota. Fuente: Elaboración propia

La tabla 6, muestra los niveles de medición de las dimensiones de la calidad de atención al cliente. Para todas las dimensiones de la segunda variable Calidad de atención al cliente, es decir: atención al cliente, venta de productos y servicios, información al cliente, y tratamiento de reclamaciones, se cuentan con 5 ítems para cada una de ellas, donde se denominará de nivel bajo si el resultado oscila entre 5 a 11, medio entre 12 a 18, y alto entre 19 a 25.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

4.1.1 Resultados de la variable gestión de recursos humanos y dimensiones

Tabla 7
Gestión de recursos humanos

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	47	78%
	Deficiente	1	2%
	Regular	12	20%
	Total	60	100.0%

Nota: Test aplicado a trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho.

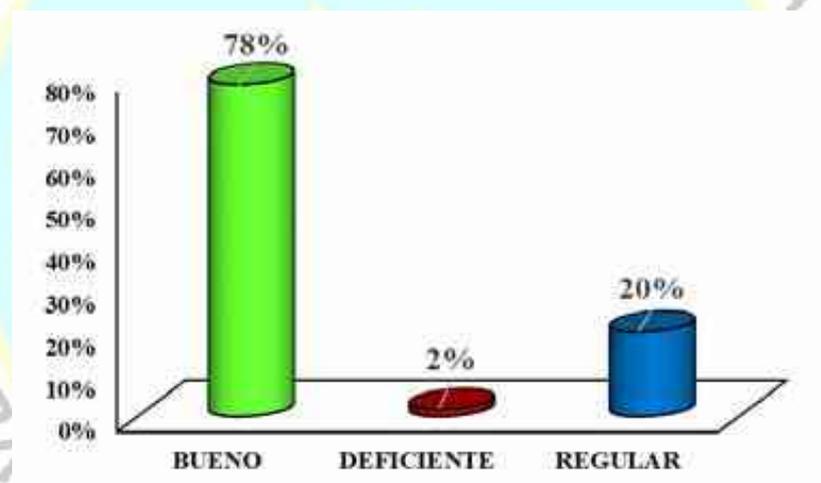


Figura 1. *Gestión de recursos huamnos*

La figura 1 y tabla 7, muestra que el 78% de encuestados sostiene que el nivel de gestión de recursos humanos en su centro de trabajo es bueno, es decir, la Hiperbodega Precio Uno – Huacho aplica adecuadamente provisiones, organizaciones, retenciones, desarrollos y evaluaciones de su gestión de recursos humanos. Sin embargo, el 20% de encuestados señala que el nivel de gestión de recursos humanos en la mencionada empresa es regular, y el 2% de encuestados señala que el nivel de gestión de recursos humanos en dicha entidad es deficiente.

Tabla 8
Provisión

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	33	55%
	Deficiente	2	3%
	Regular	25	42%
	Total	60	100.0%

Nota: Test aplicado a trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho.

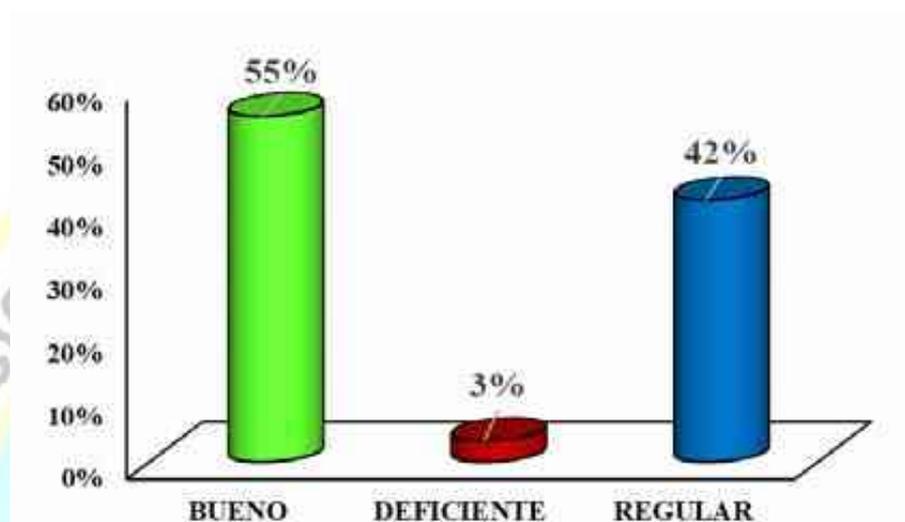


Figura 2. *Provisión*

La figura 2 y tabla 8, muestra que el 55% de encuestados sostiene que el nivel de provisión de la gestión de recursos humanos en su centro de trabajo es bueno, es decir, la Hiperbodega Precio Uno – Huacho aplica adecuadamente reclutamientos, selecciones y planeaciones de personas, dentro de su gestión de recursos humanos. Sin embargo, el 42% de encuestados señala que el nivel de provisión de gestión de recursos humanos en la mencionada empresa es regular, y el 3% de encuestados señala que el nivel de provisión de gestión de recursos humanos en dicha entidad es deficiente.

Tabla 9
Organización

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	39	65%
	Deficiente	1	2%
	Regular	20	33%
	Total	60	100.0%

Nota: Test aplicado a trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho.

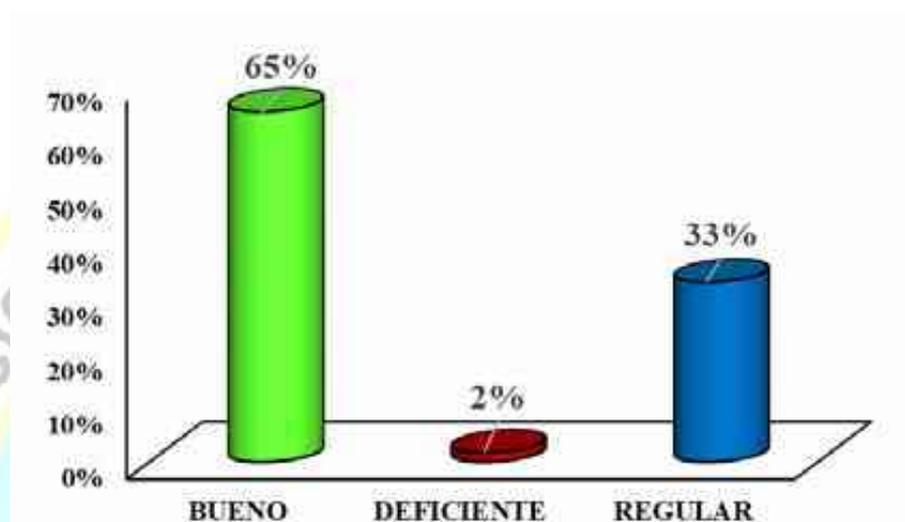


Figura 3. Organización

La figura 3 y tabla 9, muestra que el 65% de encuestados sostiene que el nivel de organización de gestión de recursos humanos en su centro de trabajo es bueno, es decir, la Hiperbodega Precio Uno – Huacho aplica adecuadamente los diseños de puestos, análisis de puestos, y evaluaciones de desempeño, dentro de su gestión de recursos humanos. Sin embargo, el 33% de encuestados señala que el nivel de organización de gestión de recursos humanos en la mencionada empresa es regular, y el 2% de encuestados señala que el nivel de organización de gestión de recursos humanos en dicha entidad es deficiente.

Tabla 10
Retención

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	45	75%
	Deficiente	2	3%
	Regular	13	22%
	Total	60	100.0%

Nota: Test aplicado a trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho.

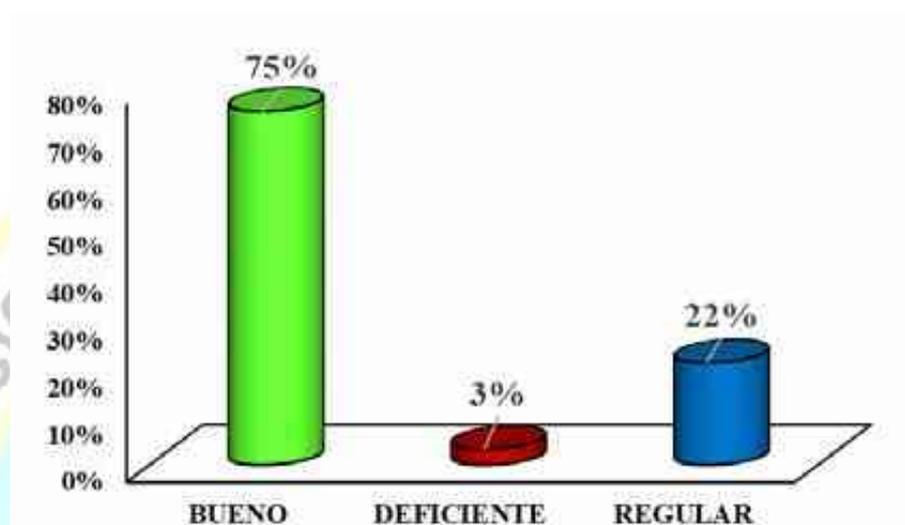


Figura 4. Retención

La figura 4 y tabla 10, muestra que el 75% de encuestados sostiene que el nivel de retención de gestión de recursos humanos en su centro de trabajo es bueno, es decir, la Hiperbodega Precio Uno – Huacho garantiza a sus colaboradores, una adecuada remuneración, retribución, prestaciones, clima organizacional, servicios sociales, higiene, seguridad de trabajo, y relaciones sindicales, dentro de su gestión de recursos humanos. Sin embargo, el 22% de encuestados señala que el nivel de retención de gestión de recursos humanos en la mencionada empresa es regular, y el 3% de encuestados señala que el nivel de retención de gestión de recursos humanos en dicha entidad es deficiente.

Tabla 11
Desarrollo

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	44	73%
	Deficiente	1	2%
	Regular	15	25%
	Total	60	100.0%

Nota: Test aplicado a trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho.

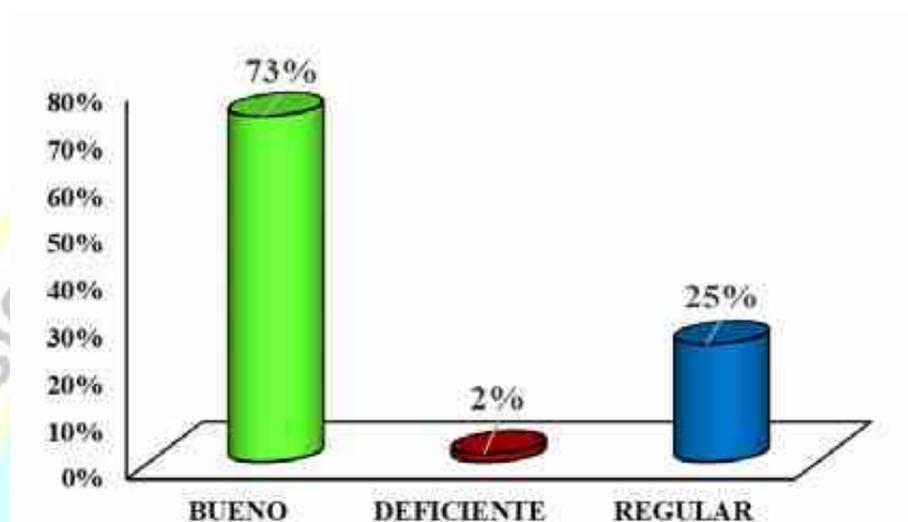


Figura 5. Desarrollo

La figura 5 y tabla 11, muestra que el 73% de encuestados sostiene que el nivel de desarrollo de gestión de recursos humanos en su centro de trabajo es bueno, es decir, la Hiperbodega Precio Uno – Huacho brinda a sus colaboradores constantes capacitaciones y les garantiza un desarrollo personal y organizacional, dentro de su gestión de recursos humanos. Sin embargo, el 25% de encuestados señala que el nivel de desarrollo de gestión de recursos humanos en la mencionada empresa es regular, y el 2% de encuestados señala que el nivel de desarrollo de gestión de recursos humanos en dicha entidad es deficiente.

Tabla 12
Evaluación

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	46	76%
	Deficiente	1	2%
	Regular	13	22%
	Total	60	100.0%

Nota: Test aplicado a trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho.

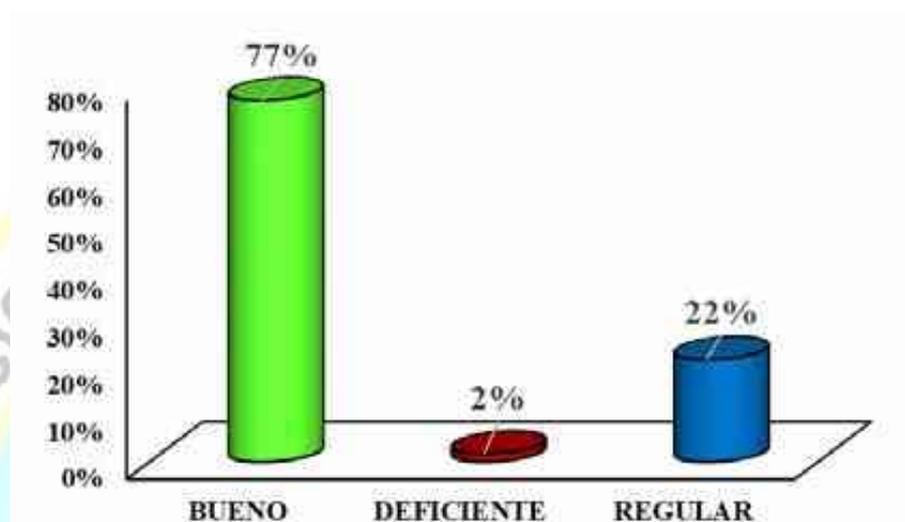


Figura 6. Evaluación

La figura 6 y tabla 12, muestra que el 77% de encuestados sostiene que el nivel de evaluación de gestión de recursos humanos en su centro de trabajo es bueno, es decir, la Hiperbodega Precio Uno – Huacho ofrece a sus colaboradores un adecuado aprendizaje organizacional, conocimiento corporativo, competitividad, sistema de información, controles y alcance de productividad, dentro de su gestión de recursos humanos. Sin embargo, el 22% de encuestados señala que el nivel de evaluación de gestión de recursos humanos en la mencionada empresa es regular, y el 2% de encuestados señala que el nivel de evaluación de gestión de recursos humanos en dicha entidad es deficiente.

4.1.2 Resultados de la variable calidad de atención al cliente y dimensiones

Tabla 13

Calidad de atención al cliente

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Alto	52	87%
	Bajo	0	0%
	Medio	8	13%
	Total	60	100%

Nota: Test aplicado a trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho.

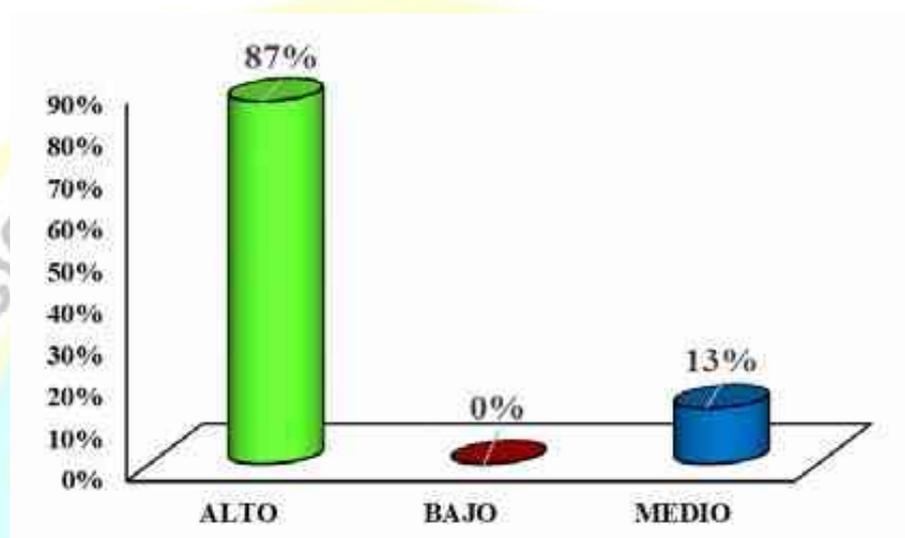


Figura 7. Calidad de atención al cliente

La figura 7 y tabla 13, muestra que el 87% de encuestados sostiene que el nivel de calidad de atención al cliente en su centro de trabajo es alto, es decir, los trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho brindan una buena atención al cliente, saben vender los productos y servicios, dan información al cliente, y saben cómo tratar las reclamaciones presentadas. Sin embargo, el 13% de encuestados señala que el nivel de calidad de atención al cliente en la mencionada empresa es medio.

Tabla 14
Atención al cliente

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Alto	52	87%
	Bajo	0	0%
	Medio	8	13%
	Total	60	100%

Nota: Test aplicado a trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho.

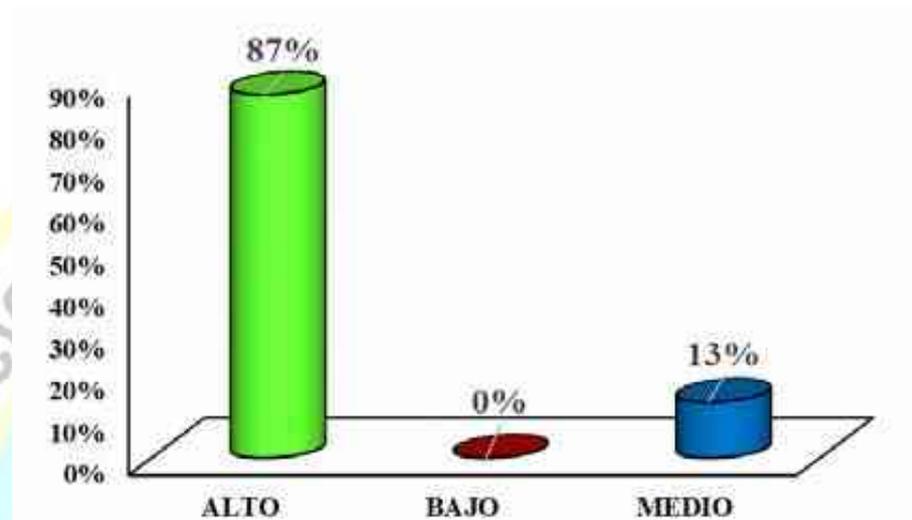


Figura 8. Atención al cliente

La figura 8 y tabla 14, muestra que el 87% de encuestados sostiene que el nivel de atención al cliente en su centro de trabajo es alto, es decir, los trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho realizan de manera adecuada los procesos de comunicación, superan aquellas barreras y dificultades comunicativas, se sienten motivados, emplean mecanismos de defensa, y garantizan buenas comunicaciones verbales y no verbales. Sin embargo, el 13% de encuestados señala que el nivel de atención al cliente en la mencionada empresa es medio.

Tabla 15
Venta de productos y servicios

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Alto	46	76%
	Bajo	1	2%
	Medio	13	22%
	Total	60	100%

Nota: Test aplicado a trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho.

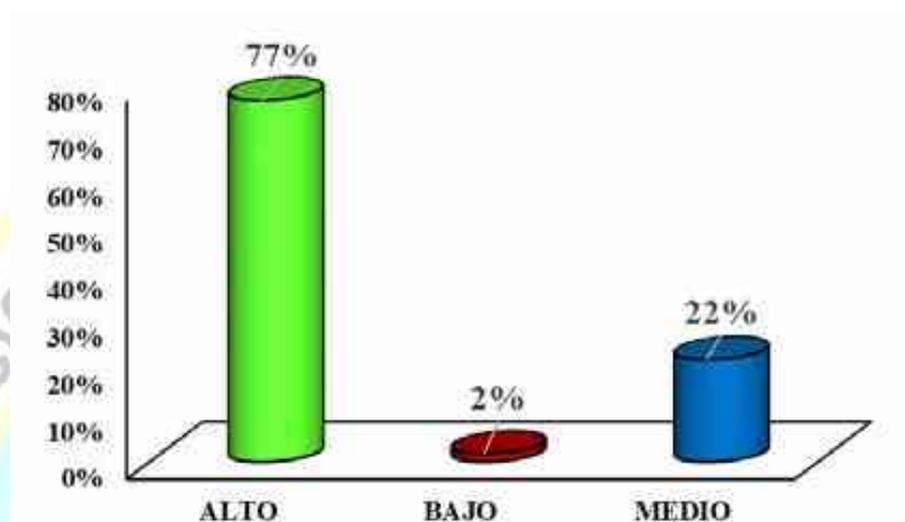


Figura 9. Venta de productos y servicios

La figura 9 y tabla 15, muestra que el 77% de encuestados sostiene que el nivel de venta de productos y servicios en su centro de trabajo es alto, es decir, los trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho presentan una adecuada actuación de venta, saben exponer las cualidades de los productos y servicios ofrecidos, y garantizan un buen proceso de venta por medio de técnicas, herramientas y habilidades. Sin embargo, el 22% de encuestados señala que el nivel de venta de productos y servicios en la mencionada empresa es medio, y el 2% de encuestados señala que el nivel de venta de productos y servicios en dicha entidad es bajo.

Tabla 16
Información al cliente

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Alto	51	85%
	Bajo	1	2%
	Medio	8	13%
	Total	60	100%

Nota: Test aplicado a trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho.

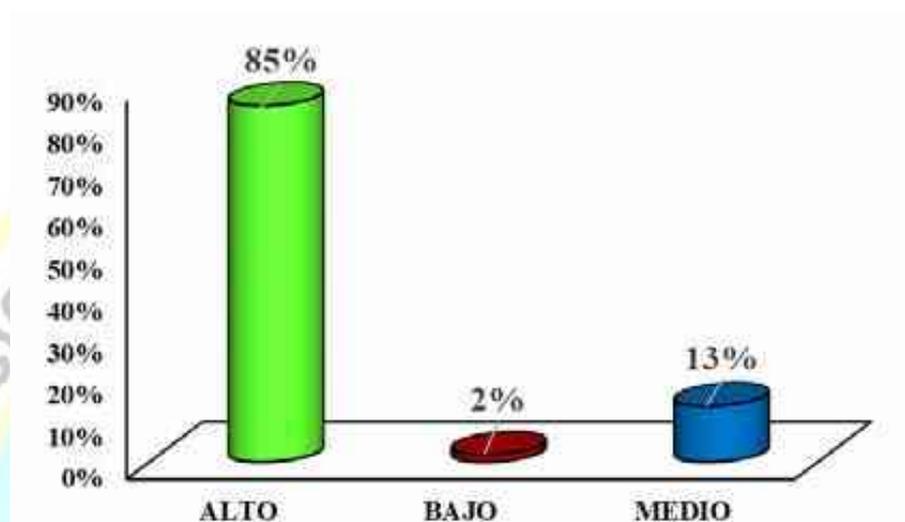


Figura 10. Información al cliente

La figura 10 y tabla 16, muestra que el 85% de encuestados sostiene que el nivel de información al cliente en su centro de trabajo es alto, es decir, los trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho brindan una atención personalizada a sus clientes, saben y conocen las necesidades y gustos de los clientes, emplean nuevas tecnologías, y saben tratar con las objeciones presentadas. Sin embargo, el 13% de encuestados señala que el nivel de información al cliente en la mencionada empresa es medio, y el 2% de encuestados señala que el nivel de información al cliente en dicha entidad es bajo.

Tabla 17
Tratamiento de reclamaciones

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Alto	45	75%
	Bajo	0	0%
	Medio	15	25%
	Total	60	100%

Nota: Test aplicado a trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho.

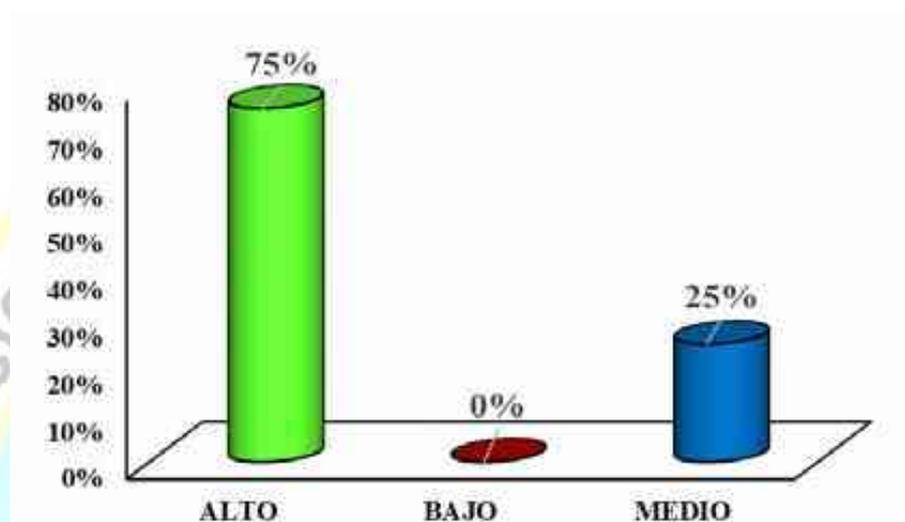


Figura 11. Tratamiento de reclamaciones

La figura 11 y tabla 17, muestra que el 75% de encuestados sostiene que el nivel de tratamiento de reclamaciones en su centro de trabajo es alto, es decir, los trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho saben cómo tratar con las quejas, reclamos y sugerencias de los clientes, por medio de técnicas y procesos que emplean documentos y herramientas informáticas de reclamos; además, tienen en cuenta, aquellas normativas que protegen al cliente. Sin embargo, el 25% de encuestados señala que el nivel de tratamiento de reclamaciones en la mencionada empresa es medio.

4.1.3 Resultados de tablas de contingencia y figuras

Tabla 18

Tabla cruzada entre Gestión de RR.HH. y Calidad de atención al cliente

		Calidad de atención			Total
		Alto	Bajo	Medio	
Gestión de RR.HH.	Buena	78%	0%	0%	78%
	Deficiente	2%	0%	0%	2%
	Regular	7%	0%	13%	20%
Total		87%	0%	13%	100%

Nota: Test aplicado a trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho.

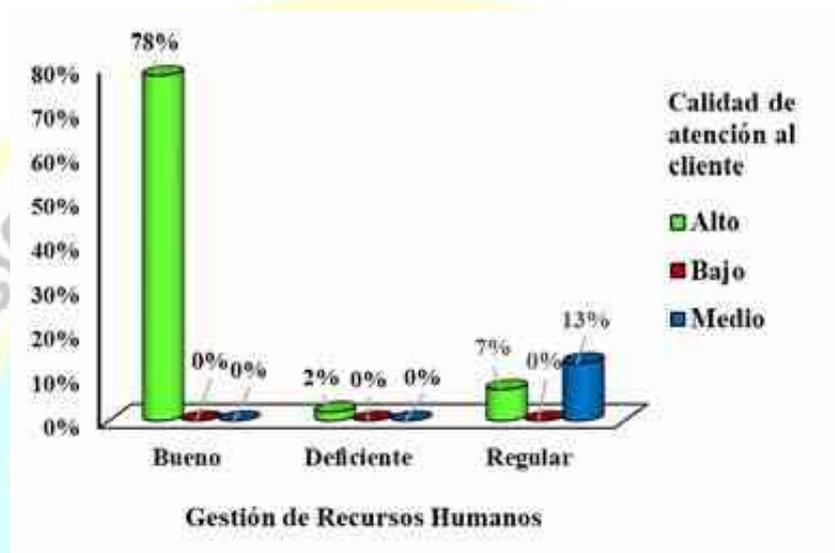


Figura 12. Gestión de RR.HH. y Calidad de atención al cliente

La figura 12 y tabla 18, muestra que del 100% de encuestados, el 78% indica que el nivel de gestión de RR.HH. es bueno, y que el nivel de calidad de atención es alto. El 13% señala que el nivel de gestión de RR.HH. es regular, y que el nivel de calidad de atención es medio. El 7% afirma que el nivel de gestión de RR.HH. es regular y que el nivel de calidad de atención es alto. El 2% asegura que el nivel de gestión de RR.HH. es deficiente y que el nivel de calidad de atención es alto.

Tabla 19

Tabla cruzada entre Gestión de RR.HH. y Atención al cliente

		Atención al cliente			Total
		Alto	Bajo	Medio	
Gestión de RR.HH.	Bueno	78%	0%	0%	78%
	Deficiente	2%	0%	0%	2%
	Regular	7%	0%	13%	20%
Total		87%	0%	13%	100%

Nota: Test aplicado a trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho.

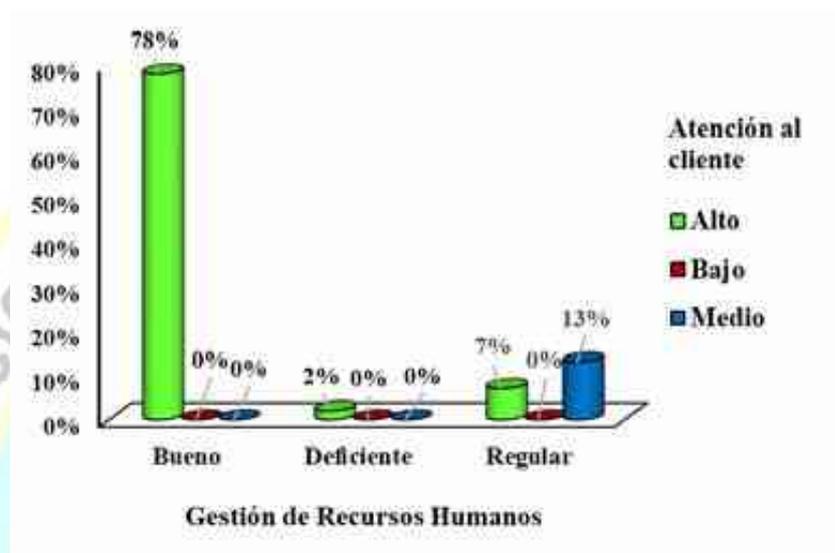


Figura 13. Gestión de RR.HH. y Atención al cliente

De la figura 13 y tabla 19, muestra que del 100% de encuestados, el 78% indica que el nivel de gestión de RR.HH. es bueno, y que el nivel de atención al cliente es alto. El 13% señala que el nivel de gestión de RR.HH. es regular, y que el nivel de atención al cliente es medio. El 7% afirma que el nivel de gestión de RR.HH. es regular y que el nivel de atención al cliente es alto. El 2% asegura que el nivel de gestión de RR.HH. es deficiente y que el nivel de atención al cliente es alto.

Tabla 20

Tabla cruzada entre Gestión de RR.HH. y Venta de productos y servicios

		Venta de productos y s.			Total
		Alto	Bajo	Medio	
Gestión de RR.HH.	Buena	66%	0%	12%	78%
	Deficiente	2%	0%	0%	2%
	Regular	8%	2%	10%	20%
Total		76%	2%	22%	100%

Nota: Test aplicado a trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho.

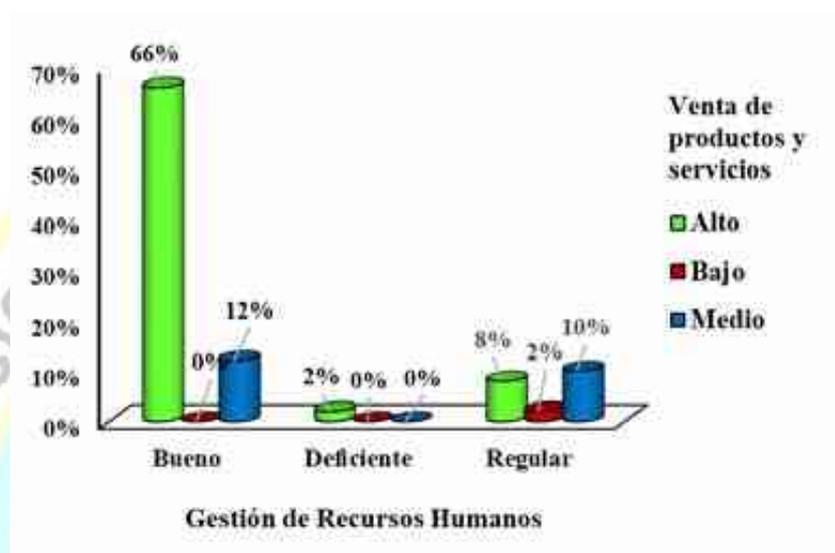


Figura 14. Gestión de RR.HH. y Venta de productos y servicios

De la figura 14 y tabla 20, muestra que del 100% de encuestados, el 66% indica que el nivel de gestión de RR.HH. es buena, y que el nivel de venta de productos y servicios es alto. El 12% señala que el nivel de gestión de RR.HH. es buena, y que el nivel de venta de productos y servicios es medio. El 10% afirma que el nivel de gestión de RR.HH. es regular y que el nivel de venta de productos y servicios es medio. El 8% asegura que el nivel de gestión de RR.HH. es regular y que el nivel de venta de productos y servicios es medio. El 2% manifiesta que el nivel de gestión de RR.HH. es deficiente y que el nivel de venta de productos y servicios es alto. Finalmente, otro 2% apunta que el nivel de gestión de RR.HH. es regular y que el nivel de venta de productos y servicios es bajo.

Tabla 21

Tabla cruzada entre Gestión de RR.HH. e Información al cliente

		Información al cliente			Total
		Alto	Bajo	Medio	
Gestión de RR.HH.	Bueno	73%	0%	5%	78%
	Deficiente	2%	0%	0%	2%
	Regular	10%	2%	8%	20%
Total		85%	2%	13%	100%

Nota: Test aplicado a trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho.

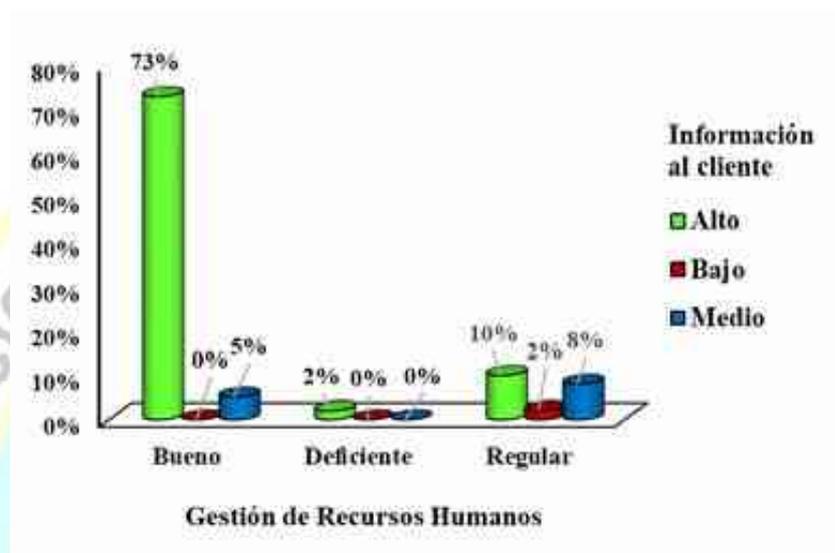


Figura 15. Gestión de RR.HH. e Información al cliente

De la figura 15 y tabla 21, muestra que del 100% de encuestados, el 73% indica que el nivel de gestión de RR.HH. es bueno, y que el nivel de información al cliente es alto. El 10% señala que el nivel de gestión de RR.HH. es regular, y que el nivel de información al cliente es alto. El 8% afirma que el nivel de gestión de RR.HH. es regular y que el nivel de información al cliente es medio. El 5% asegura que el nivel de gestión de RR.HH. es bueno y que el nivel de información al cliente es medio. Un 2% manifiesta que el nivel de gestión de RR.HH. es deficiente y que el nivel de información al cliente es alto. Finalmente, otro 2% manifiesta que el nivel de gestión de RR.HH. es regular y que el nivel de información al cliente es bajo.

Tabla 22

Tabla cruzada entre Gestión de RR.HH. y Tratamiento de reclamaciones

		Tratamiento de reclamos			Total
		Alto	Bajo	Medio	
Gestión de RR.HH.	Buena	73%	0%	5%	78%
	Deficiente	0%	0%	2%	2%
	Regular	2%	0%	18%	20%
Total		75%	0%	25%	100%

Nota: Test aplicado a trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho.

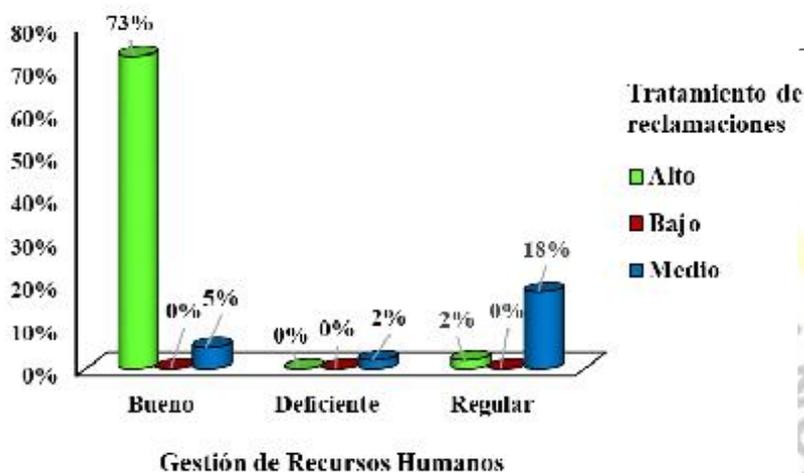


Figura 16. Gestión de RR.HH. y Tratamiento de reclamaciones

De la figura 16 y tabla 22, muestra que del 100% de encuestados, el 73% indica que el nivel de gestión de RR.HH. es buena, y que el nivel de tratamiento de reclamaciones es alto. El 18% señala que el nivel de gestión de RR.HH. es regular, y que el nivel de tratamiento de reclamaciones es medio. El 5% afirma que el nivel de gestión de RR.HH. es buena y que el nivel de tratamiento de reclamaciones es medio. Un 2% asegura que el nivel de gestión de RR.HH. es deficiente y que el nivel de tratamiento de reclamaciones es medio. Finalmente, otro 2% manifiesta que el nivel de gestión de RR.HH. es regular y el nivel de tratamiento de reclamaciones es alto.

4.1.4 Resultados del supuesto de normalidad de variables y dimensiones

Para la determinación del supuesto de normalidad de la Gestión de recursos humanos y la calidad de atención al cliente con sus respectivas dimensiones, se ha creído conveniente, desarrollar lo siguiente:

A. Formulación de hipótesis para demostrar la normalidad de datos

Ho: Los datos cumplen el supuesto de normalidad

Ha: Los datos no cumplen el supuesto de normalidad

B. Niveles de significancia

p: 0.05 = 5%

C. Criterios de decisión

Si el nivel de significancia (p) calculado es superior al 5%, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.

Si el nivel de significancia (p) calculado es inferior al 5%, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

D. Estadístico para demostrar el supuesto de normalidad

La muestra de mi investigación está conformada por 60 trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno – Huacho. Significa que, dicha cantidad es superior a 50, por ello, la prueba estadística utilizada es el ajuste denominado Kolmogorov-Smirnov (K-S).

Tabla 23

Prueba de normalidad de Gestión de recursos humanos y dimensiones

Variable y dimensiones	Kolmogorov - Smirnov		
	Estadístico	Gl	Sig.
Gestión de recursos humanos	0.202	60	0.000
Provisión	0.184	60	0.000
Organización	0.187	60	0.000
Retención	0.234	60	0.000
Desarrollo	0.226	60	0.000
Evaluación	0.201	60	0.000

Nota. Elaboración propia

Tabla 24

Prueba de normalidad de Calidad de atención al cliente y dimensiones

Variable y dimensiones	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de atención al cliente	0.127	60	0.018
Atención al cliente	0.203	60	0.000
Venta de productos y servicios	0.198	60	0.000
Información al cliente	0.230	60	0.000
Tratamiento de reclamaciones	0.177	60	0.000

Nota. Elaboración propia

E. Decisión

Las tablas 23 y 24, muestran los resultados de la prueba de normalidad denominado: Kolmogorov–Smirnov (K-S), donde se puede observar que ambas variables con sus respectivas dimensiones, no se aproximan a una distribución normal, es decir, los niveles de significancia calculados son inferiores que el 5% ($p < 0.05$). En este caso, para la determinación de correlaciones entre variables y dimensiones, la prueba estadística es la denominada Correlación de Spearman, considerada como una prueba no paramétrica.

4.2 Contrastación de hipótesis

4.2.1 Procedimiento de la contrastación de la hipótesis general

A. Formulación de la hipótesis general

Ho: La gestión de recursos humanos no se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

Ha: La gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

B. Nivel de significancia:

$$p = 0.05 = 5\%$$

C. Criterio de decisión

Si el nivel de significancia (p) calculado es superior al 5%, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.

Si el nivel de significancia (p) calculado es inferior al 5%, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

D. Elección del estadístico

Los datos de la encuesta no cumplen el supuesto de normalidad, las variables de esta investigación son cualitativas ordinales, y el objetivo general es, precisar de qué manera se relaciona la gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019. Por ello, en esta investigación se utiliza el estadístico denominado Rho de Spearman, para obtener el nivel de correlación entre gestión de recursos humanos y calidad de atención al cliente.

E. Cálculo del coeficiente de correlación y el nivel de significancia

Tabla 25

Correlación entre Gestión de recursos humanos y Calidad de atención

			V1	V2
Rho de Spearman	V1	Coeficiente de correlación	1.000	0.918
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	60	60
	V2	Coeficiente de correlación	0.918	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	60	60

Nota. Fuente: Elaboración Propia

F. Decisión y conclusión

En la tabla 25 se aprecia que el nivel de significancia calculado es inferior al 5% ($p: 0.000 < 0.05$), por ello, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, la gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019. Con una correlación positiva y alta de Rho de Spearman igual a 0.918.

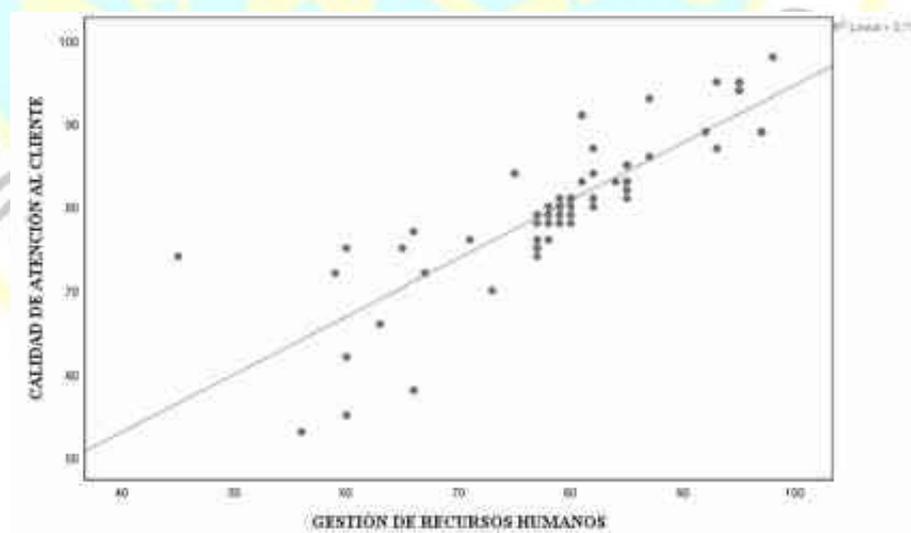


Figura 17. Correlación de Gestión de RR.HH. y Calidad de atención

La figura muestra una alta aproximación de los puntos en la recta, ello indica que la correlación que hay entre gestión de recursos humanos y calidad de atención al cliente, es positiva y alta.

4.2.2 Procedimiento de la contrastación de la hipótesis específica 1

A. Formulación de la hipótesis

Ho: La provisión de gestión de recursos humanos no se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

Ha: La provisión de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

B. Nivel de significancia

$$p = 0.05 = 5\%$$

C. Criterio de decisión

Si el nivel de significancia (p) calculado es superior al 5%, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.

Si el nivel de significancia (p) calculado es inferior al 5%, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

D. Elección del estadístico

Los datos de la encuesta no cumplen el supuesto de normalidad, las variables de esta investigación son cualitativas ordinales, y el primer objetivo específico es, precisar de qué manera se relaciona la provisión de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019. Por ello, en esta investigación se utiliza el estadístico denominado Rho de Spearman, para obtener el nivel de correlación entre provisión de gestión de recursos humanos y calidad de atención al cliente.

E. Cálculo del coeficiente de correlación y el nivel de significancia

Tabla 26
Correlación entre Provisión y Calidad de atención al cliente

			D1	V2
Rho de Spearman	D1	Coeficiente de correlación	1.000	0.764
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	60	60
	V2	Coeficiente de correlación	0.764	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	60	60

Nota. Fuente: Elaboración Propia

F. Decisión y conclusión

En la tabla 26 se aprecia que el nivel de significancia calculado es inferior al 5% ($p: 0.000 < 0.05$), por ello, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, la provisión de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019. Con una correlación positiva y moderada de Rho de Spearman de 0.764.

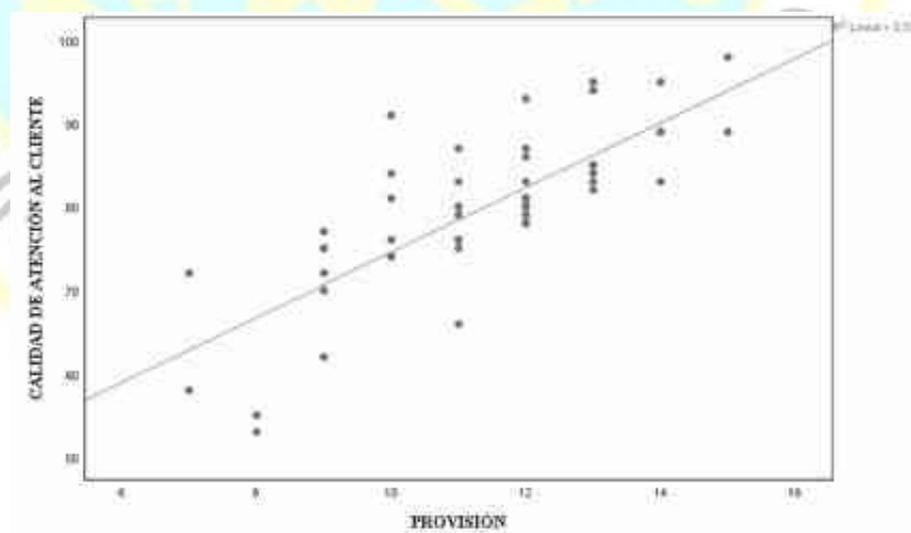


Figura 18. Correlación de Provisión y Calidad de atención al cliente

La figura muestra una moderada aproximación de los puntos en la recta, ello indica que la correlación que hay entre provisión y calidad de atención al cliente, es positiva y moderada.

4.2.3 Procedimiento de la contrastación de la hipótesis específica 2

A. Formulación de la hipótesis general

Ho: La organización de gestión de recursos humanos no se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

Ha: La organización de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

B. Nivel de significancia

$$p = 0.05 = 5\%$$

C. Criterio de decisión

Si el nivel de significancia (p) calculado es superior al 5%, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.

Si el nivel de significancia (p) calculado es inferior al 5%, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

D. Elección del estadístico

Los datos de la encuesta no cumplen el supuesto de normalidad, las variables de esta investigación son cualitativas ordinales, y el segundo objetivo específico es, precisar de qué manera se relaciona la organización de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019. Por ello, en esta investigación se utiliza el estadístico denominado Rho de Spearman, para obtener el nivel de correlación entre organización de gestión de recursos humanos y calidad de atención al cliente.

E. Cálculo del coeficiente de correlación y el nivel de significancia

Tabla 27
Correlación entre Organización y Calidad de atención al cliente

			D2	V2
Rho de Spearman	D2	Coeficiente de correlación	1.000	0.681
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	60	60
	V2	Coeficiente de correlación	0.681	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	60	60

Nota. Fuente: Elaboración Propia

F. Decisión y conclusión

En la tabla 27 se aprecia que el nivel de significancia calculado es inferior al 5% ($p: 0.000 < 0.05$), por ello, la organización de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019. Con una correlación de Rho de Spearman de 0.681, siendo una correlación positiva y moderada.

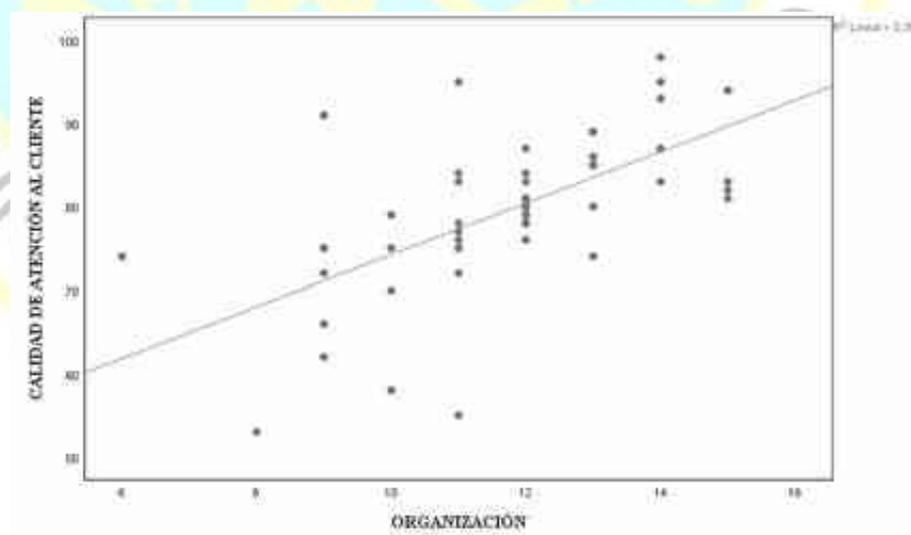


Figura 19. Correlación de Organización y Calidad de atención al cliente

La figura muestra una moderada aproximación de los puntos en la recta, ello indica que la correlación que hay entre organización y calidad de atención al cliente, es positiva y moderada.

4.2.4 Procedimiento de la contrastación de la hipótesis específica 3

A. Formulación de la hipótesis general

Ho: La retención de gestión de recursos humanos no se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

Ha: La retención de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

B. Nivel de significancia

$$p = 0.05 = 5\%$$

C. Criterio de decisión

Si el nivel de significancia (p) calculado es superior al 5%, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.

Si el nivel de significancia (p) calculado es inferior al 5%, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

D. Elección del estadístico

Los datos de la encuesta no cumplen el supuesto de normalidad, las variables de esta investigación son cualitativas ordinales, y el tercer objetivo específico es, precisar de qué manera se relaciona la retención de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019. Por ello, en esta investigación se utiliza el estadístico denominado Rho de Spearman, para obtener el nivel de correlación entre retención de gestión de recursos humanos y calidad de atención al cliente.

E. Cálculo del coeficiente de correlación y el nivel de significancia

Tabla 28
Correlación entre Retención y Calidad de atención al cliente

			D3	V2
Rho de Spearman	D3	Coeficiente de correlación	1.000	0.855
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	60	60
	V2	Coeficiente de correlación	0.855	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	60	60

Nota. Fuente: Elaboración Propia

F. Decisión y conclusión

En la tabla 28 se aprecia que el nivel de significancia calculado es inferior al 5% ($p: 0.000 < 0.05$), por ello, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, retención de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019. Con una correlación positiva y alta de Rho de Spearman de 0.855.

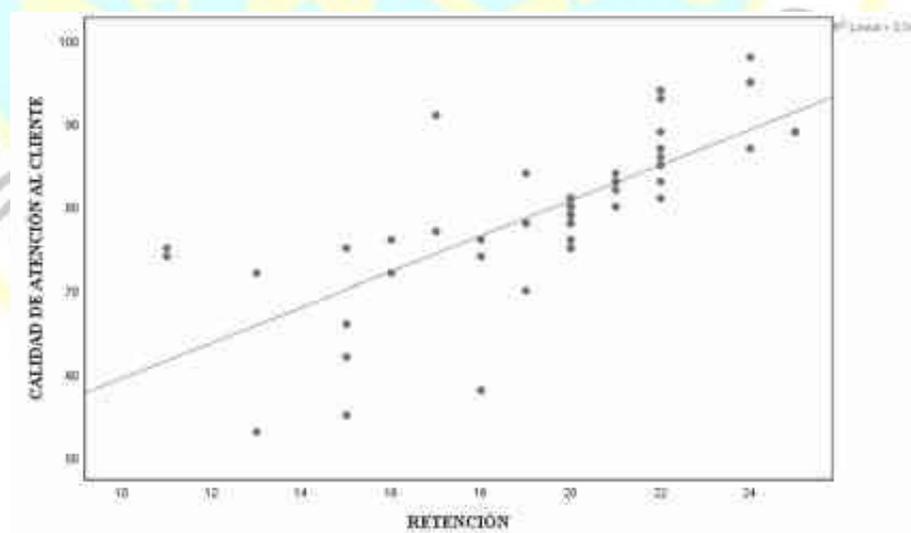


Figura 20. Correlación de Retención y Calidad de atención al cliente

La figura muestra una alta aproximación de los puntos en la recta, ello indica que la correlación que hay entre retención y calidad de atención al cliente, es positiva y alta.

4.2.5 Procedimiento de la contrastación de la hipótesis específica 4

A. Formulación de la hipótesis general

Ho: El desarrollo de gestión de recursos humanos no se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

Ha: El desarrollo de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

B. Nivel de significancia

$$p = 0.05 = 5\%$$

C. Criterio de decisión

Si el nivel de significancia (p) calculado es superior al 5%, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.

Si el nivel de significancia (p) calculado es inferior al 5%, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

D. Elección del estadístico

Los datos de la encuesta no cumplen el supuesto de normalidad, las variables de esta investigación son cualitativas ordinales, y el cuarto objetivo específico es, precisar de qué manera se relaciona el desarrollo de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019. Por ello, en esta investigación se utiliza el estadístico denominado Rho de Spearman, para obtener el nivel de correlación entre desarrollo de gestión de recursos humanos y calidad de atención al cliente.

E. Cálculo del coeficiente de correlación y el nivel de significancia

Tabla 29

Correlación entre desarrollo y calidad de atención al cliente

			D4	V2
Rho de Spearman	D4	Coeficiente de correlación	1.000	0.784
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	60	60
	V2	Coeficiente de correlación	0.784	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	60	60

Nota. Fuente: Elaboración Propia

F. Decisión y conclusión

En la tabla 29 se aprecia que el nivel de significancia calculado es inferior al 5% ($p: 0.000 < 0.05$), por ello, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, el desarrollo de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019. Con una correlación positiva y moderada de Rho de Spearman de 0.784.

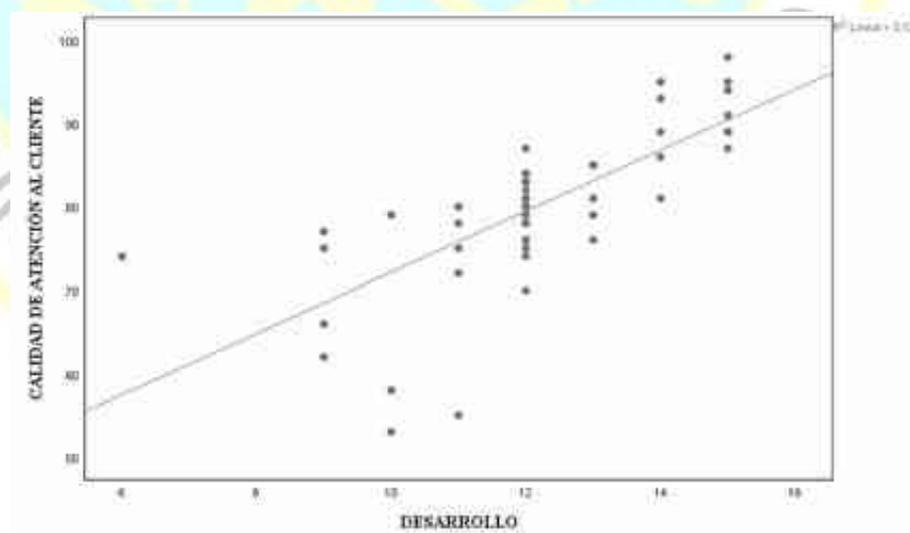


Figura 21. Correlación de desarrollo y calidad de atención al cliente

La figura muestra una moderada aproximación de los puntos en la recta, ello indica que la correlación que hay entre desarrollo y calidad de atención al cliente, es positiva y moderada.

4.2.6 Procedimiento de la contrastación de la hipótesis específica 5

A. Formulación de la hipótesis general

Ho: La evaluación de gestión de recursos humanos no se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

Ha: La evaluación de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.

B. Nivel de significancia

$$p = 0.05 = 5\%$$

C. Criterio de decisión

Si el nivel de significancia (p) calculado es superior al 5%, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.

Si el nivel de significancia (p) calculado es inferior al 5%, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

D. Elección del estadístico

Los datos de la encuesta no cumplen el supuesto de normalidad, las variables de esta investigación son cualitativas ordinales, y el quinto objetivo específico es, precisar de qué manera se relaciona la evaluación de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019. Por ello, en esta investigación se utiliza el estadístico denominado Rho de Spearman, para obtener el nivel de correlación entre evaluación de gestión de recursos humanos y calidad de atención al cliente.

E. Cálculo del coeficiente de correlación y el nivel de significancia

Tabla 30

Correlación entre evaluación y calidad de atención al cliente

			D5	V2
Rho de Spearman	D5	Coeficiente de correlación	1.000	0.843
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	60	60
	V2	Coeficiente de correlación	0.843	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	60	60

Nota. Fuente: Elaboración Propia

F. Decisión y conclusión

En la tabla 30 se aprecia que el nivel de significancia calculado es inferior al 5% ($p: 0.000 < 0.05$), por ello, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, la evaluación de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019. Con una correlación positiva y alta de Rho de Spearman de 0.843.

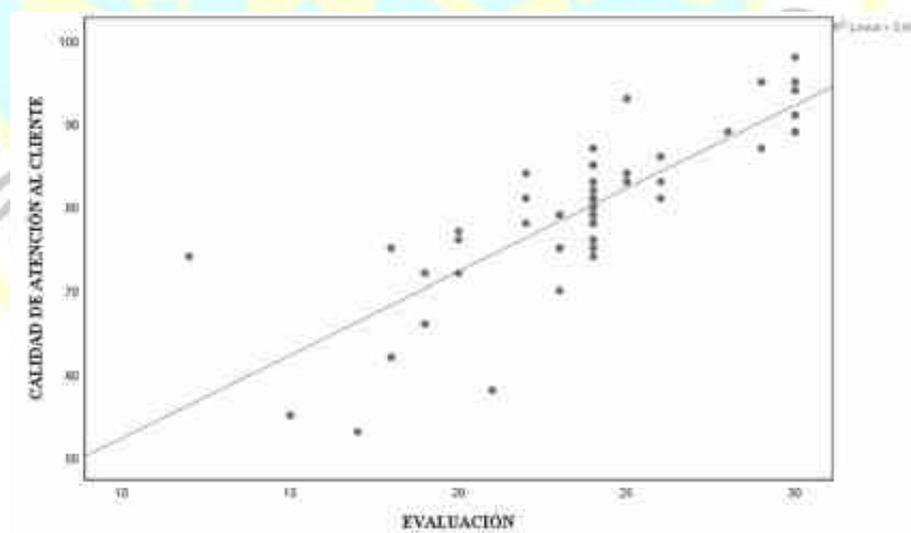


Figura 22. Correlación de evaluación y calidad de atención al cliente

La figura muestra una alta aproximación de los puntos en la recta, ello indica que la correlación que hay entre evaluación y calidad de atención al cliente, es positiva y alta.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados

En similitud o discrepancia con resultados obtenidos por aquellas investigaciones citadas en los antecedentes del presente estudio, a continuación, las discusiones:

Se ha logrado puntualizar que, la gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019, con una positiva y alta correlación de Rho de Spearman de 0.918. Este resultado es algo similar a lo expresado por Quispe, Tino, y Gonzales (2019) en su investigación sobre Gestión de recursos humanos y calidad del servicio en la Municipalidad Distrital de Manantay, presentada y sustentada en la Universidad Nacional de Ucayali; donde lograron demostrar que, existe relación negativa muy baja y no significativa, entre la gestión de recursos humanos y la calidad del servicio, en la Municipalidad distrital de Manantay 2018.

Huayanay (2017) encontró que la gestión de recursos humanos influye en la calidad de atención a los usuarios del servicio de Odontología del Hospital Regional Hermilio Valdizan Medrano, en su tesis de estudio sobre Gestión de recursos humanos, presentada en la Universidad de Huánuco. Siendo así que, en la presente investigación, también se puntualizó una relación considerable, donde la provisión de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al

cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019; con una correlación positiva y moderada Rho de Spearman de 0.764.

Continuando, se encontró que, la organización de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019, con una positiva y moderada correlación Rho de Spearman de 0.681. siendo este resultado similar a lo manifestado por Urquía (2017) en su tesis sobre Gestión del talento humano y calidad del servicio en el Centro de Salud Villa Victoria Porvenir, aprobada por la Universidad César Vallejo, donde obtuvo que, existe relación directa y significativa entre la gestión del talento humano y calidad de servicio en el Centro de Salud Villa Victoria Porvenir, Surquillo.

Con los aportes de Osorio (2015) en su tesis de investigación sobre Gestión del talento humano y calidad de servicio en el Minimarket Adonay, presentada y aprobada por la Universidad Nacional José María Arguedas, halló que, la gestión de talento humano puede ayudar al mejorar el servicio al cliente, brindado por las empresas de autoservicio del distrito de Andahuaylas. De manera que, en el presente estudio también se logró puntualizar que, la retención de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019; con una positiva y alta correlación Rho de Spearman de 0.855.

Ugaz (2015) encontró que, la gestión de recursos humanos se relaciona de manera directa con la calidad de atención al cliente de la empresa Transportes CIVA SAC, Jaén, en su tesis de estudio sobre Gestión de recursos humanos y calidad de atención al cliente en la empresa Turismo CIVA S.A.C., presentada en la Universidad César Vallejo. Siendo así que, en la presente investigación, también se puntualizó que, el desarrollo de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019; con una correlación positiva y moderada Rho de Spearman de 0.784.

En suma, en la tesis de investigación de Briones (2018), sobre el Nivel de satisfacción del usuario en relación con la calidad de atención del Hospital Natalia Huerta de Niemes, presentada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, se halló que, la relación entre calidad de atención como causa, y el nivel de satisfacción de los usuarios como efecto, es aceptable. Guardando similitud con el resultado de la presente tesis, donde se ha puntualizado que, la evaluación de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019; con una positiva y alta correlación Rho de Spearman de 0.843.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Se obtuvo suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis general formulada por la investigadora del presente estudio, al contar con una significancia calculada de 0.000 inferior al 5%, y una positiva y alta correlación Rho de Spearman de 0.918. Lo cual permite afirmar que, la gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019. Esto quiere decir que, la empresa estudiada aplica adecuadamente las provisiones, organizaciones, retenciones, desarrollos y evaluaciones de su gestión de recursos humano, y por ello, sus trabajadores brindan una buena atención al cliente, saben vender los productos y servicios, dan información al cliente, y saben cómo tratar las reclamaciones presentada.

Se obtuvo suficiente evidencia estadística para aceptar la primera hipótesis específica formulada por la investigadora del presente estudio, al contar con una significancia calculada de 0.000 inferior al 5%, y una positiva y moderada correlación Rho de Spearman de 0.764. Lo cual permite afirmar que, la provisión de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019. Esto quiere decir que, la empresa estudiada aplica adecuadamente reclutamientos, selecciones y planeaciones de personas, dentro de su gestión de recursos humanos.

Se obtuvo suficiente evidencia estadística para aceptar la segunda hipótesis específica formulada por la investigadora del presente estudio, al contar con una significancia calculada de 0.000 inferior al 5%, y una positiva y moderada correlación Rho de Spearman de 0.681. Lo cual permite afirmar que, la organización de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019. Esto quiere decir que, la empresa estudiada aplica adecuadamente los diseños de puestos, análisis de puestos, y evaluaciones de desempeño, dentro de su gestión de recursos humanos.

Se obtuvo suficiente evidencia estadística para aceptar la tercera hipótesis específica formulada por la investigadora del presente estudio, al contar con una significancia calculada de 0.000 inferior al 5%, y una positiva y alta correlación Rho de Spearman de 0.855. Lo cual permite afirmar que, la retención de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019. Esto quiere decir que, la empresa estudiada garantiza a sus colaboradores, una adecuada remuneración, retribución, prestación, clima organizacional, servicios sociales, higiene, seguridad de trabajo, y relaciones sindicales, dentro de su gestión de recursos humanos.

Se obtuvo suficiente evidencia estadística para aceptar la cuarta hipótesis específica formulada por la investigadora del presente estudio, al contar con una significancia calculada de 0.000 inferior al 5%, y una positiva y

moderada correlación Rho de Spearman de 0.784. Lo cual permite afirmar que, el desarrollo de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019. Esto quiere decir que, la empresa estudiada brinda a sus colaboradores constantes capacitaciones y les garantiza un desarrollo personal y organizacional, dentro de su gestión de recursos humanos.

Se obtuvo suficiente evidencia estadística para aceptar la quinta hipótesis específica formulada por la investigadora del presente estudio, al contar con una significancia calculada de 0.000 inferior al 5%, y una positiva y alta correlación Rho de Spearman de 0.843. Lo cual permite afirmar que, gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019. Esto quiere decir que, la empresa estudiada ofrece a sus colaboradores un adecuado aprendizaje organizacional, conocimiento corporativo, competitividad, sistema de información, controles y alcance de productividad, dentro de su gestión de recursos humanos.

6.2 Recomendaciones

Recomiendo a la Hiperbodega Precio Uno – Huacho que, continúe con la aplicación adecuada de las provisiones, organizaciones, retenciones, desarrollos y evaluaciones de su gestión de recursos humanos, de tal manera que, sus trabajadores puedan brindar una buena atención al cliente, sepan vender los productos y servicios, deán información verídica al cliente, y sepan cómo tratar aquellas reclamaciones presentadas.

Recomiendo a la Hiperbodega Precio Uno – Huacho que, continúe con la aplicación adecuada de reclutamientos, selecciones y planeaciones de personas.

Recomiendo a la Hiperbodega Precio Uno – Huacho que, continúe con la aplicación adecuada de sus diseños de puestos, análisis de puestos, y evaluaciones de desempeño.

Recomiendo a la Hiperbodega Precio Uno – Huacho que, continúe brindando a sus colaboradores, una adecuada remuneración, retribución, prestaciones, clima organizacional, servicios sociales, higiene, seguridad de trabajo, y relaciones sindicales.

Recomiendo a la Hiperbodega Precio Uno – Huacho que, continúe brindando a sus colaboradores, constantes capacitaciones y que, garantice un desarrollo personal y organizacional.

Recomiendo a la Hiperbodega Precio Uno – Huacho que, continúe ofreciendo a sus colaboradores un adecuado aprendizaje organizacional, conocimiento corporativo, competitividad, sistema de información, controles y alcance de productividad.



REFERENCIAS

7.1 Fuentes documentales

- Bajaña, Y. (2018). Incidencia de la rotación de personal en la productividad de la Compañía Exportadora del Sur. (*Tesis de Titulación*). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/10174>
- Borja, S. (2016). Correlación de la satisfacción de los pacientes con la calidad de atención en el Hospital Teofilo Dávila. (*Tesis de Maestría*). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/43851>
- Briones, O. (2018). Nivel de satisfacción del usuario en relación con la calidad de atención del Hospital Natalia Huerta de Niemes. (*Tesis de Maestría*). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/10880>
- Dos, L., & Ruíz, C. (2015). Relación entre cultura organizacional y la gerencia de recursos humanos. (*Tesis de Titulación*). Universidad Central de Venezuela, Caracas. Obtenido de <http://saber.ucv.ve/handle/10872/18910>
- Huayanay, R. (2017). Gestión de recursos humanos y calidad de atención a usuarios en el Hospital Regional Hermilio Valdizan Medrano. (*Tesis de Titulación*). Universidad de Huánuco, Huánuco, Perú. Obtenido de <http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/429>
- Osorio, J. (2015). Gestión del talento humano y calidad de servicio en el Minimarket Adonay. (*Tesis de Titulación*). Universidad Nacional José

María Arguedas, Andahuaylas, Perú. Obtenido de <http://repositorio.unajma.edu.pe/handle/123456789/256>

Pilataxi, C. (2015). Control interno y gestión del talento humano en la U.E. Bilingüe CEBI. (*Tesis de Titulación*). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. De <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/17854>

Quispe, E., Tino, Y., & Gonzales, R. (2019). Gestión de recursos humanos y calidad del servicio en la Municipalidad Distrital de Manantay. (*Tesis de Titulación*). Universidad Nacional de Ucayali, Pucallpa, Perú. Obtenido de <http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/4361>

Ugaz, S. (2015). Gestión de recursos humanos y calidad de atención al cliente en la empresa Turismo CIVA. (*Tesis de Titulación*). Universidad César Vallejo, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/25759>

Urquía, A. (2017). Gestión del talento humano y calidad del servicio en el Centro de Salud Villa Victoria Porvenir. (*Tesis de Maestría*). Universidad César Vallejo, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/7270>

7.2 Fuentes bibliográficas

- Balestrini, M. (2001). *Cómo se elabora un proyecto de investigación*. Caracas, Venezuela: Editorial Consultores y Asociados.
- Blanco, A. (2006). *Atención al cliente. Colección: Empresas y gestión*. Madrid: Editorial Pirámide.
- Bohlander, G., Snell, S., & García, C. (2007). *Administración de recursos humanos* (Catorceava edición ed.). Ciudad de México, México: Editorial Cengage Learning Latin America.
- Bohlander, G., Snell, S., & Sherman, A. (2001). *Administración de recursos humanos. Económico administrativo*. Ciudad de México, México: Editorial International Thomson.
- Buffone, N. (2006). *Dinámica de la venta*. Buenos Aires: Editorial Dunken.
- Carrasco, S. (2006). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima, Perú: Editorial San Marcos.
- Chiavenato, I. (2017). *Administración de Recursos Humanos. El capital humano de las organizaciones* (Décima edición ed.). (R. McNabb, Ed., & G. Nagore, Trad.) Santa Fe, México: McGraw-Hill Interamericana Editores.
- De la Parra, E. (1996). *La virtud del servicio. Los principios que marcan las diferencias en el mercado*. México: Ediciones Fiscales ISEF SA.
- De la Parra, E. (1997). *Guía práctica para lograr calidad en el servicio*. México: Grupo Editorial ISEF.
- Dessler, G. (2001). *Administración de personal* (Octava edición ed.). Ciudad de México, México: Editorial Pearson Educación.
- Gómez, L., Balkin, D., & Cardy, R. (1998). *Gestión de recursos humanos*. (E. Miño, & I. Ozores, Trads.) Valencia, España: Editorial Prentice-Hall.

- Grandío, A. (2005). *Capital humano como fuente de ventajas competitivas*. (M. López, Ed.) Madrid, España: Editorial Netbiblo.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education.
- Palomo, M. (2014). *Atención al cliente*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo SA.
- Paz, R. (2007). *Atención al cliente: Guía Práctica de Técnicas y Estrategias*. Madrid, España: Ideaspropias Editorial.
- Porret, M. (2007). *Recursos humanos. Dirigir y gestionar personas en las organizaciones* (Tercera edición ed.). Madrid, España: EDIC Editorial.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional* (Décima edición ed.). Ciudad de México, México: Editorial Pearson Educación.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración* (Octava edición ed.). Ciudad de México, México: Editorial Pearson Educación.
- Sánchez, H. (2017). *Metodología y diseños de la investigación científica*. Lima, Perú: Editorial Business Support Aneth SRL.
- Sewell, C., & Brown, P. (1994). *Cientes para siempre: Como convertir a un comprador ocasional en un cliente*. (R. Haas, Trad.) México: Editorial McGraw-Hill.
- Zarzar, C. (2015). *Métodos y pensamiento crítico I (Acorde con programas EPOEM por Competencias y cuadrantes didácticos)*. Ciudad de México, México: Grupo Editorial Patria.

7.3 Fuentes electrónicas

Agencia EFE. (21 de enero de 2019). *índice de Competitividad por el Talento*

Global 2019: identifica al fomento del talento emprendedor. Obtenido de

Agencia EFE: <https://www.efe.com/efe/cono-sur/comunicados/>

Gestión. (14 de septiembre de 2019). *Calidad de servicio influye en 60% en*

decisión de compra de limeños. Obtenido de Diario Gestión:

<https://gestion.pe/economia/empresas/>

Gestión. (19 de noviembre de 2019). *Perú retrocede cuatro posiciones en el*

Ranking Mundial del Talento 2019. Obtenido de Diario Gestión:

<https://gestion.pe/economia/empresas/>

Perú Retail. (24 de septiembre de 2015). *Empresas que mejoran la atención al*

cliente venden hasta un 30% más. Obtenido de Perú Retail:

<https://www.peru-retail.com/>



ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

	Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Generales	¿De qué manera se relaciona la gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019?	Precisar de qué manera se relaciona la gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.	La gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.	Variable X: Gestión de recursos humanos	X1: Provisión	-Reclutamiento -Selección -Planeación	Tipo de estudio: Aplicado
					X2: Organización	-Diseño de puestos -Análisis de puestos -Evaluación de desempeño	Enfoque del estudio: Cuantitativo
					X3: Retención	-Remuneración y retribuciones -Prestaciones y servicios sociales -Clima organizacional -Higiene y seguridad de trabajo -Relaciones sindicales	Diseño de estudio: No experimental transversal Nivel de estudio: Correlacional
					X4: Desarrollo	-Capacitación -Desarrollo personal -Desarrollo organizacional	Población: Trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno de Huacho Muestra:

Específicos	¿De qué manera se relaciona la provisión de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019?	Precisar de qué manera se relaciona la provisión de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.	La provisión de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.	Variable Y: Calidad de atención al cliente	X5: Evaluación	-Aprendizaje organizacional -Conocimiento corporativo -Competitividad -Sistema de información -Controles -Productividad	60 trabajadores de la Hiperbodega Precio Uno de Huacho Técnica de recolección de datos: Encuesta	
	¿De qué manera se relaciona la organización de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019?	Precisar de qué manera se relaciona la organización de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.	La organización de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.		Y1: Atención al cliente	-Proceso de comunicación -Barreras y dificultades comunicativas -Motivación, frustración y mecanismos de defensa -Comunicación verbal -Comunicación no verbal	Instrumentos: 2 cuestionarios con escala Likert Técnica para el procedimiento de información: Software Excel y SPSS	

	¿De qué manera se relaciona la retención de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019?	Precisar de qué manera se relaciona la retención de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.	La retención de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.		Y3: Información al cliente	<ul style="list-style-type: none"> -El cliente -Atención personalizada -Necesidades y gustos del cliente -Objeciones del cliente y su tratamiento -Nuevas tecnologías 	
	¿De qué manera se relaciona el desarrollo de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019?	Precisar de qué manera se relaciona el desarrollo de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.	El desarrollo de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.		Y4: Tratamiento de reclamaciones	<ul style="list-style-type: none"> -Quejas, reclamos y sugerencias -Técnicas y procesos de reclamos -Documentos de reclamos -Herramientas informáticas de reclamos -Protección del cliente 	
	¿De qué manera se relaciona la evaluación de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019?	Precisar de qué manera se relaciona la evaluación de gestión de recursos humanos con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.	La evaluación de gestión de recursos humanos se relaciona ampliamente con la calidad de atención al cliente en la Hiperbodega Precio Uno – Huacho, durante el año 2019.				

Anexo 02: Instrumentos



Universidad Nacional
José Faustino Sánchez Carrión
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ENCUESTA SOBRE GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS



Buen día, la presente encuesta tiene por objetivo conocer su opinión respecto a la gestión de recursos humanos de la Hiperbodega Precio Uno - Huacho, por lo que agradeceremos que responda a las preguntas formuladas con mucha sinceridad, sus respuestas serán confidenciales y anónimas.

De antemano: ¡muchas gracias por su colaboración!

A. DATOS DEL ENCUESTADO:

Género: Femenino Masculino

Edad: _____ años.

Estado civil: Soltero(a) Casado(a) Viudo(a) Divorciado(a) Otro

B. INSTRUCCIONES:

Estas preguntas tienen 5 opciones de respuesta. Elija la que mejor crea conveniente, pero solo una opción. Marque con claridad su opción elegida con un aspa "X".

1=Nunca; 2= Casi Nunca; 3=A veces; 4=Casi siempre; 5=Siempre

Si no puede contestar una pregunta o si ésta no tiene sentido para usted, por favor pregúntele a la persona encargada de este cuestionario, para su correcta participación.

GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS					
I. PROVISIÓN (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	Calificación				
	1	2	3	4	5
1. Considera que en la Hiperbodega Precio Uno se realizan reclutamientos, donde se consideran a personas idóneas que van de acuerdo al perfil requerido en cada puesto de trabajo.					
2. Considera que en la Hiperbodega Precio Uno se desarrollan eficientes selección de personal, los cuales garantizan un proceso transparente, justo y equitativo.					
3. Considera que la Hiperbodega Precio Uno realiza sus actividades y funciones de acuerdo a los objetivos y metas planteados en las planeaciones de trabajo.					
II. ORGANIZACIÓN (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	Calificación				
	1	2	3	4	5
4. Cree que la Hiperbodega Precio Uno cuenta con adecuados diseños de puestos de trabajo, los cuales ayudan y orientan al cuerpo laboral en tener claridad sobre sus actividades.					
5. La Hiperbodega Precio Uno realiza constantemente análisis de puestos, con la finalidad de tener trabajadores altamente satisfechos y competentes en sus puestos de trabajo.					

6. Cree que la Hiperbodega Precio Uno realiza evaluaciones de desempeño que van acorde con los actividades de trabajo, las cuales no llegan a incomodar y hostigar al personal.					
III. RETENCIÓN (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	Calificación				
	1	2	3	4	5
7. Está de acuerdo con las remuneraciones y retribuciones que brinda la Hiperbodega Precio Uno, puesto que estos se basan en el bienestar y satisfacción de sus trabajadores.					
8. La Hiperbodega Precio Uno realiza con frecuencia servicios sociales en su localidad, demostrando empatía y altruismo con la sociedad en general.					
9. Considera que la Hiperbodega Precio Uno se caracteriza por contar con un buen clima laboral, el cual es compartido y demostrado con sus clientes.					
10. La Hiperbodega Precio Uno mantiene una higiene y seguridad de trabajo altamente efectiva, de manera que la salud de sus trabajadores está garantizada.					
11. La Hiperbodega Precio Uno permite la existencia de grupos de trabajadores que buscan atender con todos los derechos de ámbito laboral.					
IV. DESARROLLO (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	Calificación				
	1	2	3	4	5
12. Está de acuerdo que la Hiperbodega Precio Uno se preocupa y realiza, constantemente capacitaciones de trabajo, con el fin de potencializar a sus trabajadores.					
13. Considera que la Hiperbodega Precio Uno está orientada al desarrollo personal de cada uno de sus trabajadores en relación a sus necesidades y actividades.					
14. Considera que la Hiperbodega Precio Uno está orientada al desarrollo organizacional de cada uno de sus trabajadores en relación con sus compañeros y su entidad.					
V. EVALUACIÓN (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	Calificación				
	1	2	3	4	5
15. La Hiperbodega Precio Uno le ayuda a mantener continuos aprendizajes de trabajo con cada actividad realizada.					
16. La Hiperbodega Precio Uno le brinda conocimientos de su trabajo a través del desarrollo de sus funciones.					
17. Siente que en la Hiperbodega Precio Uno existe un espíritu de competitividad, la cual ayuda en su crecimiento laboral.					
18. La Hiperbodega Precio Uno mantiene un buen sistema de información, la cual garantiza que las actividades se realicen sin presencia de interrupciones e inconvenientes mayores.					
19. Considera que la Hiperbodega Precio Uno realiza controles de trabajo que garantizan mejoras en las labores de su personal, manteniendo un vínculo sostenible y adecuado.					
20. Considera que la Hiperbodega Precio Uno cuenta con un personal de trabajo altamente productivo, el cual se caracteriza por seguir a la par con los objetivos globales.					

¡Muchas gracias por su colaboración!



Universidad Nacional
José Faustino Sánchez Carrión
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ENCUESTA SOBRE CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE



Buen día, la presente encuesta tiene por objetivo conocer su opinión respecto a la calidad de atención al cliente de la Hiperbodega Precio Uno - Huacho, por lo que agradeceremos que responda a las preguntas formuladas con mucha sinceridad, sus respuestas serán confidenciales y anónimas.

De antemano: ¡muchas gracias por su colaboración!

C. DATOS DEL ENCUESTADO:

Género: () Femenino () Masculino

Edad: _____ años.

Estado civil: () Soltero(a) () Casado(a) () Viudo(a) () Divorciado(a) () Otro

D. INSTRUCCIONES:

Estas preguntas tienen 5 opciones de respuesta. Elija la que mejor crea conveniente, pero solo una opción. Marque con claridad su opción elegida con un aspa “X”.

1=Nunca; 2= Casi Nunca; 3=A veces; 4=Casi siempre; 5=Siempre

Si no puede contestar una pregunta o si ésta no tiene sentido para usted, por favor pregúntele a la persona encargada de este cuestionario, para su correcta participación.

CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE					
I. ATENCIÓN AL CLIENTE (Marcar con una “X” en el recuadro apropiado)	Calificación				
	1	2	3	4	5
1. Cree que la Hiperbodega Precio Uno brinda un buen servicio, a través de una atención al cliente con comunicación asertiva y actitud positiva.					
2. Cree que la Hiperbodega Precio Uno brinda una atención con actitudes, emociones, y cambios positivos, libres de prejuicios e ideas mal organizadas.					
3. Cree que la atención que brinda la Hiperbodega Precio Uno no le genera frustración y desmotivación de compras, y por ello es innecesario realizar mecanismos de defensa.					
4. Considera que la Hiperbodega Precio Uno brinda una buena comunicación verbal, a través de un buen tono de voz, vocabulario y lenguaje empleado.					
5. Considera que la Hiperbodega Precio Uno brinda una buena comunicación no verbal, a través de adecuados gestos, señas, miradas, expresiones faciales y corporales.					
II. VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS (Marcar con una “X” en el recuadro apropiado)	Calificación				
	1	2	3	4	5
6. La Hiperbodega Precio Uno cuenta con un personal de venta que está dispuesto a escuchar activamente, con asertividad, empatía, y estilos de comunicación rescatables.					

7. La Hiperbodega Precio Uno cuenta con un personal de venta que es capaz de exponer adecuadamente las cualidades de los productos y servicios brindados.					
8. La Hiperbodega Precio Uno cuenta con un personal de venta con aptitudes positivas, habilidades de venta, cualidades personales, y con dedicación en sus funciones de trabajo.					
9. La relación entre la Hiperbodega Precio Uno y sus clientes se dan a través de un tanteo, acercamiento, presentación, cierre, y seguimiento de venta.					
10. Considera que la Hiperbodega Precio Uno se apoya en modelos de ventas sugestivas y de merchandising.					
III. INFORMACIÓN AL CLIENTE (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	Calificación				
	1	2	3	4	5
11. Considera que la Hiperbodega Precio Uno está enfocado en sus clientes, demostrándoles apoyo, tolerancia y empatía.					
12. Se siente en confianza, satisfecho(a) y fidelizado(a) con el servicio que le brinda la Hiperbodega Precio Uno.					
13. Considera que la Hiperbodega Precio Uno se preocupa por satisfacer las necesidades y gustos de sus clientes.					
14. La Hiperbodega Precio Uno sabe tratar las objeciones de sus clientes, con respuestas inmediatas y asertivas.					
15. La Hiperbodega Precio Uno tiene presencia en las redes sociales, permitiendo conocer a sus clientes, la amplia gama de variedades de productos disponibles.					
IV. TRATAMIENTO DE RECLAMACIONES (Marcar con una "X" en el recuadro apropiado)	Calificación				
	1	2	3	4	5
16. La Hiperbodega Precio Uno acepta responsablemente aquellas quejas, reclamos, y sugerencias de sus clientes,					
17. La Hiperbodega Precio Uno cuenta con un personal altamente capacitado, que demuestra una actitud positiva frente a casos de quejas y reclamos.					
18. La Hiperbodega Precio Uno cuenta con un libro de reclamos, el cual está disponible ante cualquier queja, reclamo y/o sugerencia de sus clientes.					
19. Considera que la Hiperbodega Precio Uno atiende de manera adecuada las quejas y reclamos de sus clientes, presentados ante sus redes sociales.					
20. La Hiperbodega Precio Uno acata el código de protección y defensa del consumidor (Ley N° 29571), el cual implica un beneficio de mayor protección hacia los derechos del cliente.					

¡Muchas gracias por su colaboración!

Anexo 03: Proceso de Baremación

Baremación de la variable Gestión de Recursos Humanos y sus dimensiones		
Proceso	Nº de Ítems	Niveles de medición
Máximo: $20(5) = 100$ Mínimo: $20(1) = 20$ Rango: Máximo – Mínimo $R=100-20= 80$ Numero de intervalos: 3 Amplitud del intervalo: $A = R/3 \quad 80/3= 26.7 =27$	20	20-46 (Deficiente) 47-72 (Regular) 73-100 (Bueno)
Dimensión 1: Provisión		
Proceso	Nº de Ítems	Niveles de medición
Máximo: $3(5) = 15$ Mínimo: $3(1) = 3$ Rango: Máximo – Mínimo $R=15-3= 12$ Numero de intervalos: 3 Amplitud del intervalo: $A = R/3 \quad 12/3= 4$	3	03-06 (Deficiente) 07-10 (Regular) 11-15 (Bueno)
Dimensión 2: Organización		
Proceso	Nº de Ítems	Niveles de medición
Máximo: $3(5) = 15$ Mínimo: $3(1) = 3$ Rango: Máximo – Mínimo $R=15-3= 12$ Numero de intervalos: 3 Amplitud del intervalo: $A = R/3 \quad 12/3= 4$	3	03-06 (Deficiente) 07-10 (Regular) 11-15 (Bueno)
Dimensión 3: Retención		
Proceso	Nº de Ítems	Niveles de medición
Máximo: $5(5) = 25$ Mínimo: $5(1) = 5$ Rango: Máximo – Mínimo $R=25-5= 20$ Numero de intervalos: 3 Amplitud del intervalo: $A = R/3 \quad 20/3= 6.7 =7$	5	05-11 (Deficiente) 12-18 (Regular) 19-25 (Bueno)
Dimensión 4: Desarrollo		
Proceso	Nº de Ítems	Niveles de medición
Máximo: $3(5) = 15$ Mínimo: $3(1) = 3$ Rango: Máximo – Mínimo $R=15-3= 12$ Numero de intervalos: 3 Amplitud del intervalo: $A = R/3 \quad 12/3= 4$	3	03-06 (Deficiente) 07-10 (Regular) 11-15 (Bueno)
Dimensión 5: Evaluación		
Proceso	Nº de Ítems	Niveles de medición

Máximo: $6(5) = 30$ Mínimo: $6(1) = 6$ Rango: Máximo – Mínimo $R=30-6= 24$ Numero de intervalos: 3 Amplitud del intervalo: $A = R/3 \quad 24/3= 8$	6	06-13 (Deficiente) 14-21 (Regular) 22-30 (Bueno)
---	---	--

Baremación de la variable Calidad de atención al cliente y sus dimensiones		
---	--	--

Proceso	Nº de Ítems	Niveles de medición
Máximo: $20(5) = 100$ Mínimo: $20(1) = 20$ Rango: Máximo – Mínimo $R=100-20= 80$ Numero de intervalos: 3 Amplitud del intervalo: $A = R/3 \quad 80/3= 26.7 =27$	20	20-46 (Bajo) 47-72 (Medio) 73-100 (Alto)

Dimensión 1: Atención al cliente		
---	--	--

Proceso	Nº de Ítems	Niveles de medición
Máximo: $5(5) = 25$ Mínimo: $5(1) = 5$ Rango: Máximo – Mínimo $R=25-5= 20$ Numero de intervalos: 3 Amplitud del intervalo: $A = R/3 \quad 20/3= 6.7 =7$	5	05-11 (Bajo) 12-18 (Medio) 19-25 (Alto)

Dimensión 2: Venta de productos y servicios		
--	--	--

Proceso	Nº de Ítems	Niveles de medición
Máximo: $5(5) = 25$ Mínimo: $5(1) = 5$ Rango: Máximo – Mínimo $R=25-5= 20$ Numero de intervalos: 3 Amplitud del intervalo: $A = R/3 \quad 20/3= 6.7 =7$	5	05-11 (Bajo) 12-18 (Medio) 19-25 (Alto)

Dimensión 3: Información al cliente		
--	--	--

Proceso	Nº de Ítems	Niveles de medición
Máximo: $5(5) = 25$ Mínimo: $5(1) = 5$ Rango: Máximo – Mínimo $R=25-5= 20$ Numero de intervalos: 3 Amplitud del intervalo: $A = R/3 \quad 20/3= 6.7 =7$	5	05-11 (Bajo) 12-18 (Medio) 19-25 (Alto)

Dimensión 4: Tratamiento de reclamaciones		
--	--	--

Proceso	Nº de Ítems	Niveles de medición
Máximo: $5(5) = 25$ Mínimo: $5(1) = 5$ Rango: Máximo – Mínimo $R=25-5= 20$ Numero de intervalos: 3 Amplitud del intervalo: $A = R/3 \quad 20/3= 6.7 =7$	5	05-11 (Bajo) 12-18 (Medio) 19-25 (Alto)

Anexo 04: Data de confiabilidad de los instrumentos

Resultados de la encuesta piloto del Cuestionario sobre Gestión de RR.HH.

Pregunta 01	Pregunta 02	Pregunta 03	Pregunta 04	Pregunta 05	Pregunta 06	Pregunta 07	Pregunta 08	Pregunta 09	Pregunta 10	Pregunta 11	Pregunta 12	Pregunta 13	Pregunta 14	Pregunta 15	Pregunta 16	Pregunta 17	Pregunta 18	Pregunta 19	Pregunta 20
4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	2	2	2	1	3	2	3	1	2	2	2	1	3	3	3	2	2	2
3	4	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4
3	3	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	3	3	2	2	4	3	3	3	2	2	2	4	4	3	3	3	3	3	2
4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4
5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	3	5	3	4	3	3	3	4
3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	5	1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3
1	2	4	4	2	4	4	2	5	5	2	2	4	4	5	4	4	3	2	2
4	4	4	5	5	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4
4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5

Resultados de la encuesta piloto del Cuestionario sobre Calidad de atención

Pregunta 01	Pregunta 02	Pregunta 03	Pregunta 04	Pregunta 05	Pregunta 06	Pregunta 07	Pregunta 08	Pregunta 09	Pregunta 10	Pregunta 11	Pregunta 12	Pregunta 13	Pregunta 14	Pregunta 15	Pregunta 16	Pregunta 17	Pregunta 18	Pregunta 19	Pregunta 20
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
2	3	2	3	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	1	2	3	2	2	2
4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	2	4	2	1	1	1	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2
5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	2	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4
5	4	4	5	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	5	4	4	3	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3
3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3
4	4	1	2	2	4	2	4	2	1	5	5	4	1	2	2	4	4	2	2
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4



Anexo 05: Base de datos

Data procedimental de variables y dimensiones										
V1	V2	V1					V2			
		D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9
82	84	13	11	21	12	25	21	22	22	19
98	98	15	14	24	15	30	24	25	25	24
77	74	10	13	18	12	24	21	18	16	19
79	81	10	12	20	13	24	22	20	20	19
60	55	8	11	15	11	15	13	14	11	17
75	84	10	12	19	12	22	21	22	22	19
45	74	10	6	11	6	12	21	20	20	13
56	53	8	8	13	10	17	15	10	15	13
87	93	12	14	22	14	25	24	24	23	22
85	83	14	12	21	12	26	22	20	20	21
60	75	9	9	15	9	18	19	20	20	16
71	76	11	12	16	12	20	19	20	19	18
77	76	10	11	20	12	24	22	17	19	18
59	72	7	9	13	11	19	17	20	20	15
63	66	11	9	15	9	19	18	17	15	16
93	95	14	11	24	15	29	25	25	25	20
67	72	9	11	16	11	20	18	18	18	18
66	58	7	10	18	10	21	15	14	16	13
87	86	12	13	22	14	26	24	21	20	21
95	95	13	14	24	14	30	25	23	25	22
81	83	12	11	21	12	25	23	20	21	19
82	81	12	12	20	12	26	21	18	22	20
85	85	13	13	22	13	24	24	20	20	21
85	81	12	15	22	14	22	19	20	19	23
78	80	11	12	20	11	24	20	20	20	20
78	79	12	10	20	13	23	20	20	21	18
77	75	11	11	20	12	23	20	18	18	19
78	76	11	12	18	13	24	19	18	19	20
78	78	12	12	19	11	24	20	19	19	20
80	81	12	12	20	12	24	20	21	20	20
80	81	12	12	20	12	24	20	21	20	20
66	77	9	11	17	9	20	19	20	19	19
79	78	12	11	20	12	24	19	20	20	19
73	70	9	10	19	12	23	17	17	19	17
77	79	12	12	20	10	23	20	20	19	20
77	78	12	12	19	12	22	19	20	19	20
82	80	12	13	21	12	24	20	18	22	20
80	78	12	12	20	12	24	19	20	20	19
79	80	11	12	20	12	24	20	20	20	20
79	79	11	12	20	12	24	20	20	20	19
81	91	10	9	17	15	30	25	25	24	17

84	83	11	14	22	12	25	20	22	20	21
60	62	9	9	15	9	18	15	15	17	15
65	75	9	10	11	11	24	19	20	19	17
85	83	13	15	21	12	24	20	20	20	23
80	80	12	12	20	12	24	20	20	20	20
82	87	12	12	22	12	24	20	24	23	20
80	79	12	12	20	12	24	20	19	20	20
93	87	11	14	24	15	29	20	22	23	22
97	89	14	13	25	15	30	23	19	25	22
92	89	15	13	22	14	28	20	22	25	22
95	94	13	15	22	15	30	23	24	23	24
85	82	13	15	21	12	24	20	19	20	23
79	80	12	12	20	11	24	20	21	19	20
85	85	13	13	22	13	24	24	20	20	21
78	80	11	12	20	11	24	20	20	20	20
77	75	11	11	20	12	23	20	18	18	19
80	81	12	12	20	12	24	20	21	20	20
97	89	14	13	25	15	30	23	19	25	22
95	94	13	15	22	15	30	23	24	23	24

