

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR
ORREGO**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

**PROGRAMA DE ESTUDIO DE
ADMINISTRACIÓN**



***TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN***

**“La capacitación de los trabajadores del área de reposición y su influencia en
la calidad de servicio en hipermercados Tottus, Trujillo 2021”**

Línea de Investigación:

Relaciones Humanas Laborales

Autor (es):

Fuentes Cueva, Yajaira Yolanda

Vega Rodríguez, Karla del Milagro

Asesor:

Dr. Sánchez Pacheco, Luis Alberto

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0675-3348>

TRUJILLO - PERÚ

2021

Fecha de sustentación: 2022/10/12

La presente tesis ha sido revisada y aprobada por el siguiente Jurado:

Presidente: Napoleón Vilca, García

Secretario: Corvera Urtecho, Angel

Vocal : Angulo Burgos, Manuel

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

De acuerdo con el cumplimiento de las disposiciones del reglamento de grados y títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, exponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: la capacitación de los trabajadores del área de reposición y su influencia en la calidad de servicio en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.

Desarrollado con el fin de obtener el título de Licenciado en Administración. El objetivo general es determinar la influencia de la capacitación de los trabajadores del área de reposición en la calidad de servicio en hipermercados Tottus, Trujillo, 2021.

A Ustedes miembros del Jurado, mostramos nuestro especial y mayor reconocimiento por el dictamen que se haga merecedor y correspondiente del presente trabajo.



Br. Fuentes Cueva Yajaira
Yolanda



Br. Vega Rodríguez Karla del
Milagro

DEDICATORIA

A Dios y la Virgen de Guadalupe por brindarme buena salud. A mi madre Rosa Cueva, por ser la razón de todo mi esfuerzo, por apoyarme en cada decisión de mi vida. A mi tía Clarisa, por sus consejos, por enseñarme a no rendirme nunca. A mi abuela Yolanda y tíos que han sido testigos de cada paso que he dado en estos 5 años. A mi mejor amiga Maryorie, por estar siempre a mi lado, otorgándome ánimos en días oscuros y ser testigo de todo el esfuerzo que he realizado.

Fuentes Cueva Yajaira Yolanda

A Dios, por ser mi guía principal. A mis padres: Carlos Vega y Victoria Rodríguez por ser los pilares de mi vida. A mis queridos hermanos: Carlos Miguel y Jorge Luis por sus consejos y enseñanzas. A mi compañero de vida por la comprensión y el amor constante.

Vega Rodríguez Karla del Milagro

AGRADECIMIENTO

A Dios por darnos la oportunidad de vivir, guiarnos en nuestro camino e iluminar cada paso que hemos dado a lo largo de nuestra vida universitaria, por haber unido nuestros caminos profesionalmente y haber construido un vínculo de amistad.

A la Universidad Privada Antenor Orrego, por encaminarnos estos 5 años de aprendizaje, otorgándonos a los mejores docentes, que con sus conocimientos y orientaciones han contribuido a nuestra formación académica.

A nuestros padres, por ser nuestra fortaleza y los motivos principales para salir adelante, por todo el amor brindado y valores que nos han inculcado, sobre todo por el gran esfuerzo realizado, que han permitido culminar esta meta trazada.

A nuestros hermanos y amistades, que de alguna manera han observado todo el esfuerzo que hemos realizado a través de este camino, por sus ánimos brindados y por enseñarnos a no rendirnos en los momentos difíciles.

A nuestro asesor Luis Alberto Sánchez Pacheco por el apoyo, sabiduría y paciencia brindado en nuestra investigación para poder culminarla satisfactoriamente.

Los autores

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo principal determinar la influencia de la capacitación en la calidad de servicio de los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021. Por tal motivo, se esbozó la pregunta de investigación ¿La capacitación de los trabajadores del área de reposición influye en la calidad de servicio en hipermercados Tottus, Trujillo 2021? El enfoque de la investigación es correlacional de corte transversal no experimental. La población y muestra fue de 50 trabajadores del área de reposición de hipermercados Tottus, quienes participaron en la encuesta. El procesamiento de datos se realizó con el software SPSS 22, el mismo que determinó nivel de significancia $p = 0.000$ siendo este menor al 5% ($p < 0.05$) con el coeficiente de Rho de Spearman $r = 0.807$, y la Prueba de Chi-cuadrado presentó nivel de significancia 0.000 menor al 0.05, por lo que se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna, arribando al objetivo general y concluyendo que la capacitación de los trabajadores del área de reposición influye en la calidad de servicio en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.

Palabras clave: capacitación, calidad de servicio, hipermercado

ABSTRACT

The main objective of this work was to determine the influence of training on the quality of service of workers in the replenishment area in Tottus hypermarkets, Trujillo 2021. For this reason, the research question was outlined, ¿The training of workers in the area of replacement influences the quality of service in Tottus hypermarkets, Trujillo 2021? The research approach is non-experimental cross-sectional correlational. The population and sample consisted of 50 workers from the Tottus hypermarket replenishment area, who participated in the survey. The data processing was carried out with the SPSS 22 software, which determined the level of significance $p = 0.000$, this being less than 5% ($p < 0.05$) with the Spearman's Rho coefficient $r = 0.807$, and the Chi-Test. square presented a level of significance 0.000 less than 0.05, so the null hypothesis was rejected and the alternative hypothesis was accepted, arriving at the general objective and concluding that the training of workers in the replacement area influences the quality of service in Tottus hypermarkets. , Trujillo 2021.

Keywords: training, service quality, hypermarket

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|------|
| CARÁTULA | i |
| PRESENTACIÓN..... | iii |
| DEDICATORIA | iv |
| AGRADECIMIENTO | v |
| RESUMEN | vi |
| ABSTRACT..... | vii |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS | viii |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | ix |
| ÍNDICE DE FIGURAS | x |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. MARCO DE REFERENCIA..... | 6 |
| III. MATERIAL Y MÉTODOS | 21 |
| IV. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS | 26 |
| CONCLUSIONES | 34 |
| RECOMENDACIONES | 35 |
| REFERENCIAS..... | 36 |
| ANEXOS | 41 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Distribución de la población y muestra | 21 |
| Tabla 2 Validación de los cuestionarios..... | 24 |
| Tabla 3 Valor y nivel del Alfa de Cronbach | 24 |
| Tabla 4 Valores de confiabilidad de los cuestionarios | 25 |
| Tabla 5 Valores de estadístico Shapiro Wilk..... | 25 |
| Tabla 6 Nivel de capacitación y sus dimensiones..... | 26 |
| Tabla 7 Nivel de calidad de servicio y sus dimensiones | 27 |
| Tabla 8 Correlación de la capacitación y la calidad de servicio | 28 |
| Tabla 9 Prueba de Chi cuadrado | 29 |

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Porcentaje de frecuencias de Variable independiente: Capacitación26

Figura 2 Porcentaje de frecuencias Variable dependiente: Calidad de servicio ..27

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Formulación del Problema

1.1.1. Realidad problemática

Actualmente en el ámbito donde se desenvuelven los negocios las empresas desean ser más competitivas, para poder sobresalir ante los demás, es así como invierten en capacitar constantemente a sus colaboradores para que tengan una ventaja competitiva en el entorno tan cambiante, con lo cual buscan mejorar el rendimiento del personal y la calidad de servicios que brindan. Una de las estrategias de las empresas para mejorar la calidad del servicio del personal consiste en brindar la capacitación a los trabajadores sobre aspectos del servicio y su forma de comportamiento (Wang, 2021). Confirmando lo expuesto por Chiavenato (2007, Cotay Rivera, 2016) afirma que según el Nacional Industrial Conference Board de Estados Unidos, la capacitación tiene como finalidad brindar ayuda a los trabajadores en los niveles de la organización para alcanzar los objetivos, brindando posibilidad de obtener el razonamiento, la práctica y el comportamiento que se solicita.

En China, se identificaron entre las principales deficiencias de la calidad del servicio de los hipermercados se señalan: ubicación lejana a los clientes, baja eficiencia del servicio post venta, deficiente visualización como ubicación inmediata de productos, altos precios y la liquidación lenta (problemas en la caja y tiempo de espera) (Wang, 2021).

Según Fiszbein et al. (2016) menciona que el 10% de la Población Económicamente Activa (PEA) obtienen capacitación al año, esto se basa en los datos actuales de encuestas que se realizaron en Latinoamérica. Un ejemplo de mucho éxito en el sector retail es la empresa chilena Falabella, esta empresa se encuentra en la mayoría de los países de Latinoamérica ofreciendo diversos productos en cada departamento que posee (Nava et al., 2020). Con este dato se observa la manera que estos tipos de negocios han logrado su internalización, para lograr eso se ha tenido que impulsar sus niveles de operaciones, la que impulsan el desarrollo de sus colaboradores, y de esta manera incrementa no sólo el empleo en cada país, si no que cada persona

desarrolla nuevas capacidades, que le es útil en la vida cotidiana.

Según Rojas et al. (2020) mencionan que la calidad de servicio que brinda la empresa se basa en brindar orientación a sus clientes para que estos puedan satisfacer sus necesidades y llegar a cumplir las metas personales, otro punto importante es la atención que se les brinda, puesto que ésta debe ser excelente adaptable. Un claro ejemplo es Walmart, este es uno de los mayores empleadores en Estados Unidos, su mayor ventaja es la excelente calidad de servicio que brinda y de ofrecer sus productos a precios accesibles; teniendo como filosofía tratar bien y el ofrecimiento requerido por los clientes (Carson, 2018).

En el Perú, durante los años 2020 y 2021, el Centro Especial de Monitoreo del Indecopi (CEMI) registró 60.649 reportes de consumidores contra 338 empresas identificándose entre ellas las tiendas por departamentos (Saga Falabella, Ripley, Sodimac, Tottus, Oeschle, etc.). Asimismo, según el diario Gestión (2018) las empresas invierten en capacitar a sus colaboradores en casi un 4% asumiendo programas de capacitación y para el crecimiento de sus trabajadores, las empresas consideran este gasto como inversión puesto que elevarán la capacidad y el rendimiento de la empresa. Este desarrollo del personal se ha convertido en un bien preciado para las organizaciones, al colaborador se les permite crecer y motivarlos para que de esta manera ellos sientan el esfuerzo que realizan. Es así como Great Place To Work (2021) menciona que Supermercados Peruanos S.A. (SPSA) siendo uno de los supermercados principales en Perú a través de los formatos de retail ofrece a sus clientes productos de calidad. El gerente general Carlos Vallejo Blanco afirma que las capacitaciones van alineadas al crecimiento que tienen las personas, así como sus expectativas de desarrollo, puesto que el perfil de los colaboradores es: personas jóvenes que, en la mayoría de los casos, encuentran su primer trabajo.

En nuestra región, según el diario Gestión (2019) menciona que La Libertad ocupa el tercer lugar en concentración de supermercados con un 7%, es así como Produce mencionó que, en los últimos cinco años,

los trabajadores que se han contratado crecieron en un 2.7% a los cuales se les capacitó de manera constante para una mejor calidad de servicio que se brinda al cliente, ya que ésta es una de las estrategias más efectivas al momento de fidelizar al consumidor.

Los supermercados Tottus S.A. llegaron en el año 2007, inaugurándose por primera vez en el centro comercial Mall Aventura Plaza y posteriormente en Los Jardines del Open Plaza. La empresa Tottus S.A., siempre se preocupa por ofrecer un excelente servicio por lo cual ha implementado cursos, con los cuales se quiere capacitar al personal del área de reposición. Con estos cursos de capacitación se quiere lograr consolidar la cultura, la atención que se ofrece en el servicio y verificar la calidad. También, Hipermercados Tottus en su deseo de capacitar laboralmente a sus trabajadores ha venido firmando acuerdos con instituciones de educación superior para poder dar algunos beneficios a los colaboradores que quieran especializarse y así acompañarlos en su crecimiento personal lo cual a la vez será un beneficio para la empresa. Pero aun así con las capacitaciones dadas por la empresa, todavía no se ha logrado la meta trazada; esto se debe a que la empresa no ha tomado en consideración el desarrollo de habilidad y actitudes de los trabajadores, es así que en el área de reposición del centro comercial Mall Aventura Plaza, no es el más sobresaliente, evidenciándose la problemática de estudio de manera similar a lo referenciado por el CEMI, en el creciente número de clientes que expresan su insatisfacción por la calidad del servicio recibido siendo los reclamos ocurridos por las condiciones deficientes de determinados productos, la falta de actualización de precios y el inadecuado nivel de stock de productos de mayor consumo. Esta descripción conduce a la identificación y la necesidad de la investigación, con el fin de determinar con base en la percepción de los trabajadores que labora en el Área de reposición de productos de gran consumo (PGC), tanto en productos de gran consumo comestible y no comestible; de qué manera la capacitación que reciben los trabajadores del hipermercado Tottus Trujillo influye en la calidad de servicio que la organización brinda.

Enunciado del problema

¿La capacitación de los trabajadores del área de reposición influye en la calidad de servicio en hipermercados Tottus, Trujillo 2021?

1.2. Justificación

- Teórica:

Desde el punto de vista teórica busca darle más importancia a la capacitación dentro de las organizaciones, con el fin de mejorar la calidad de servicios en el área de reposición, para ello se utilizó la teoría de Chiavenato, que menciona al proceso de capacitación que se realiza dentro una organización con el fin de lograr los resultados esperados. La presente investigación busca conocer más acerca de la capacitación, y de acuerdo con los resultados finales tomar medidas para poder corregir las deficiencias, el cual establece como dimensiones de la calidad: la confiabilidad, capacidad de respuesta y la empatía.

- Práctica:

Desde el punto de vista práctica la investigación sirve como una herramienta de gestión para la capacitación de los colaboradores asignados al área de reposición, con el fin de mejorar las labores y procedimientos que se dan en el trabajo. Asimismo, va a servir como un modelo para ser utilizado en las otras áreas de hipermercados Tottus.

- Metodológica:

Desde el punto de vista metodológica siguió procedimientos metodológicos como los instrumentos de recolección de datos que son validados por expertos en el tema, además, sirve como guía a futuros trabajos relacionados con el estudio realizado. Asimismo, el problema planteado en la investigación es importante para la empresa y los trabajadores, con el fin de identificar las fallas y establecer acciones correctivas para optimizar a colaboradores de Hipermercados Tottus.

- Social:

Desde el punto de vista social esta investigación ayudará a mejorar la

calidad de servicio que brindan los colaboradores a través de capacitaciones que serán muy importantes para un análisis y en el futuro realizar cambios de mejora.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la influencia de la capacitación de los trabajadores del área de reposición en la calidad de servicio en hipermercados Tottus, Trujillo, 2021.

Objetivos específicos

- Conocer el nivel de capacitación de los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.
- Identificar el nivel de la calidad de servicio de los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.
- Determinar la relación entre la capacitación de los trabajadores del área de reposición y la calidad de servicio en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.

II. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes

2.1.1. A nivel internacional

Un primer trabajo corresponde a Borja et al. (2019), quienes realizaron su trabajo de investigación titulado: Percepción de la calidad del servicio prestado por los supermercados tipo Hard discount (D1 y Justo & Bueno) en la ciudad de Medellín a partir del modelo Servqual, Magísteres que optan ser aprobados en la revista CIES. Institución Universitaria Escolme, Medellín- Colombia, 2019. El objetivo general de esta investigación fue determinar las circunstancias críticas que inciden en la percepción de la calidad de servicio en la ciudad de Medellín. Su tipo de investigación fue cuantitativa, con una muestra de 140 personas, se realizaron encuestas hacia hombres y mujeres que pertenecían a un nivel socioeconómico con escala de 1 a 6. Como conclusión se tuvo que el análisis del instrumento encuesta arrojó los resultados, un 60% pertenece al género femenino y el otro 40% restante al género masculino, lo que significa que es de gran rendimiento para los supermercados. Esta tesis sirve de apoyo a la investigación, explica como reconocer oportunidades de acercamiento hacia nuestros posibles clientes, y de buscar mejoras en el servicio a brindar.

La investigación de Inofuentes (2017) titulado: Programa de capacitación en habilidades de comunicación asertiva en empleados del supermercado Ketal de la zona de Sopocachi de la ciudad de la Paz, para obtener el grado académico de Licenciado en Psicología. Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia 2017. Como objetivo general tuvo que capacitar mediante un programa de comunicación asertiva a colaboradores del Supermercado Ketal, ubicado en La Paz, Bolivia. El tipo de investigación fue exploratorio ya que se empleó un programa de intervención con un grupo experimental, agregando que la variable independiente de esta investigación no es una variable natural. El trabajo de investigación tuvo de conclusión que, gracias a la medición del instrumento del pretest, se percibió la existencia de grandes cifras de participantes que se encontraban en un nivel de déficit y por ello se

utilizó el método de la capacitación hacia esos participantes. Es importante lo que aporta esta tesis ya que explica que, una vez encontrado alguna falla con algunos de nuestros colaboradores, así sea de distintas áreas, es importante realizar el uso de capacitaciones para que de esa manera se mantengan el equilibrio de la eficiencia y así poder lograr los objetivos planeados.

Sarabia y Simba (2018), como título de investigación tuvo: Evaluación de la satisfacción y calidad del servicio al cliente mediante el modelo Servqual en la distribuidora K- Centro Pika, para optar por el Título de Ingenieras Comerciales. Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador 2018. Su objetivo general fue la evaluación de la calidad de los servicios mediante el modelo Servqual y los factores de la satisfacción al cliente en la distribuidora K-Centro Pika. Esta investigación se realizó de manera descriptiva – explicativa, usando técnicas como las encuestas y la observación. Tuvo como conclusión: la importancia que los clientes otorgan a cada una de las dimensiones es que se determinó que, al momento de evaluar la calidad de servicio en la distribuida, existe un 60 a 80% en los elementos tangibles. Asimismo, se estableció que los clientes evidenciaron un comportamiento totalmente satisfactorio en la dimensión empatía que tiene un rango de 80 a 100%. Se identificó la seguridad que todo cliente tiene al realizar las compras, pero por otro lado se reconoció que los trabajadores son lentos en sus actividades, que están ocupados en otras cosas, ya sea en lo personal, de tal manera que se les hizo una encuesta a los clientes. Este trabajo permite conocer las restricciones a los colaboradores, que trabajarán de manera incompleta y obtuvieron pérdidas, como los clientes fieles que se tienen.

2.1.2. A nivel nacional

Tirado y Vega (2021), su investigación titulada: Calidad de servicio y lealtad de compra del cliente en el supermercado Metro, Chimbote 2021, para optar el Título Profesional de Licenciada Administración. Universidad Cesar Vallejo, Chimbote – Perú 2021. Su objetivo general fue describir la relación entre calidad de servicio y a la vez la lealtad de

compra del cliente en el supermercado mencionado, también determinan el nivel de lealtad de compra del cliente al supermercado y qué relación existe entre calidad de servicio y el comportamiento del cliente. Tuvo como diseño de investigación no experimental, porque no se manipularon las variables de investigación. Una de sus conclusiones que tuvo fue que el nivel que se percibió de calidad de servicio cuenta con un 41.1% de fiabilidad, con un nivel bajo de 36.7% esto se debió a que la pandemia del Covid 19, trajo consigo muchos cambios y no sólo en la manera que el cliente se comporta, sino que cambió la manera de prestar servicios como empresa. Este trabajo ayudó a aplicar habilidades y actitudes, para mantener calidad de servicio, y se requiere estrategias para estar preparados ante cualquier suceso, para disminuir algunas pérdidas al momento de prestar los servicios.

Gardi (2020), en su investigación: Calidad de servicio en Supermercado Metro, Breña, Lima 2019 para obtener el Grado Académico de Doctora en Administración. Universidad Cesar Vallejo, Lima, 2020. Como objetivo general tuvo que analizar la calidad de servicio en el supermercado Metro, Breña, Lima, debía de indagar el vínculo existente entre producto – precio y de la misma manera determinar cuánto de incidencia existe en la variable calidad de servicio. Tuvo como metodología de investigación de carácter cualitativas y cuantitativas por la razón que debían de seleccionar algunos testimonios de colaboradores, el instrumento que utilizaron fue la entrevista. Concluyó que el vínculo que existe entre productos y servicios en el supermercado Metro de Breña se resume en que la atención que brinde el colaborador es de manera negativa, por la mala desorganización de rotación de personal, y los colaboradores nuevos carecen de conocimiento al momento de atender a los clientes. El mismo que ayuda a entender cómo manejar la rotación de un área específica y sobrellevar los conocimientos de los colaboradores en el referido supermercado.

En el trabajo de investigación de Beltrán (2018), titulada: Gestión de almacén y calidad de servicio en un supermercado de la Fontana, La

Molina 2018, para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración en la Universidad Cesar Vallejo, Lima 2018. Tuvo como objetivo general: especificar la correlación entre gestión del área de almacén y la calidad de servicio dentro del supermercado de la Fontana, La Molina. Su metodología fue de tipo descriptivo no experimental versión correlacional, utilizaron el modelo SERVQUAL. El trabajo de investigación tuvo como conclusión que sí existe una correlación positiva ya que arrojó un resultado de Rho de Spearman 0.607 con un nivel de significancia de 0.001, se puede afirmar que a una excelente gestión en el almacén será mayor la calidad de servicio que se pueda brindar hacia los clientes. Esta tesis ayudó a comprender lo importante que es dedicar tiempo a otras áreas o a la que arroje resultados negativos, de inmediato se intervienen usando distintos instrumentos.

2.1.3. A nivel local

Jiménez (2018), en su investigación titulada: Calidad de servicio y su influencia en la fidelización del cliente de los supermercados del Valle Jequetepeque 2017, para optar el grado académico de Maestro en Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Trujillo, 2018. Tuvo como objetivo general buscar la manera en que la variable calidad de servicio influye en la fidelización de los clientes de los supermercados del Valle Jequetepeque 2017. Como tipo de investigación es de diseño no experimental, por lo que sólo se procedió a la junta de datos por medio del instrumento encuesta hacia los clientes. Se concluyó que existe un vínculo significativo en la fidelización de los clientes de supermercados de Jequetepeque, ya que pertenecen a un nivel alto de satisfacción con respecto a la calidad de servicio recibida. Esto ayudará a entender la importancia del desarrollo de los colaboradores para cumplir las metas y objetivos en supermercados en Jequetepeque.

Cruz y Sánchez (2017), tuvo como título de investigación: Plan de capacitación para mejorar el desempeño laboral del personal de la empresa Publicidad y Servicios Generales Boga S.A. que labora en el campus UPAO de la ciudad de Trujillo en el año 2016, para obtener el

Título Profesional de Licenciado en Administración. Universidad Privada Antenor Orrego, 2016. Su objetivo general de investigación fue; cómo contribuye el plan de capacitación en la mejoría del desempeño del personal en la empresa “Publicidad y Servicios Generales Boga S.A” que realiza el Campus UPAO en el año 2016. Este tipo de investigación se destacó por ser de tipo lineal. Se concluyó, que su plan de capacitación colaboró para una mejora en el desempeño del personal, esta mejora se demuestra a través de la hipótesis. El resultado fue escasez de afectividad de los supervisores. Esta tesis explicó que tan importante es la afectividad en el desempeño laboral, porque ayuda a que el trabajo en equipo sea eficaz y exista un ambiente laboral agradable, siendo los que permiten cumplir los objetivos trazados.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Capacitación

Respecto a la capacitación Mondy y Noe (2005, citado en Bermúdez, 2015) mencionan que “es de gran importancia para la administración de recursos humanos, puesto que es una función, que consiste en la capacitación, el desarrollo y también en las actividades de planeación y desarrollo de planes individuales y evaluación del rendimiento” (p. 5).

Con respecto a la capacitación Chiavenato (2007), indica que “la capacitación es un proceso educador que se da a un plazo corto, aplicado de modo sistemático y organizado en el cual los individuos obtienen conocimientos, desarrollando sus habilidades y competencias en base a sus objetivos que se han definido” (p. 384).

Respecto a la capacitación Dessler y Varela (2011), mencionan que se refiere a los “procedimientos que se utilizan para poder brindar a los colaboradores nuevos o a los que ya trabajan en la empresa, habilidades que necesitan para cumplir con sus labores” (p.185).

Finalmente, Torres, Espejo y Pérez (2019) afirman que “la capacitación es una inversión que realizan las empresas, para que sus trabajadores puedan crecer de manera profesional y personal” (p.3).

De los autores mencionados, se detalla que la capacitación es de gran importancia para los miembros de una organización, puesto que van a adquirir conocimientos y desarrollar sus habilidades para que las puedan poner en práctica en su vida laboral.

2.2.1.1. Misión de la capacitación

Cubrir una necesidad y es por esta razón que ayuda al desarrollo de la persona y también al de la empresa, asimismo logra mejorar los conocimientos, destrezas y las actitudes para que dentro de su trabajo logren un trabajo óptimo, con lo cual obtendrán un aumento de incentivos para que gocen de una mejor calidad de vida. (Sotomayor, 2016, p.178)

2.2.1.2. Objetivos de la capacitación

Según Chiavenato (2007,p.387), los objetivos principales de la capacitación consisten en:

- Brindar a los trabajadores la preparación adecuada para que puedan realizar las labores que exige el puesto de trabajo.
- Brindar las oportunidades para que puedan desarrollarse como persona, en su vida laboral y también en su vida personal.
- Cambiar en los trabajadores su actitud para crear un clima satisfactorio, aumentando la motivación.

2.2.1.3. Beneficios de la capacitación

Pinto y Roberto (2000, citado en Mamani 2016) nos mencionan, que los beneficios consisten en:

- Brindar ayuda a los trabajadores para que puedan tomar decisiones y darle solución a los problemas que se puedan presentar en sus labores.
- Brindar confianza y permite el desarrollo de los colaboradores.
- Forjar trabajadores líderes y mejora las comunicaciones.
- Permitir que los colaboradores logren sus objetivos individuales.
- Permitir que se desarrollen en otros campos.

- Lograr que los temores y la ignorancia se eliminen.

Asimismo, Sotomayor (2016) afirma que:

Los beneficios positivos de dar capacitación permanecen plenamente sustentados debido a que se alienta el desarrollo personal, se conoce mejor el puesto, así como sus procedimientos, métodos y prácticas, incentiva la moral en el trabajo beneficia las colaboraciones internas, potencialmente crea dirigentes, afecta en los costos de operación y servicio, aumenta la comunicación, promueve la calidad y excelencia en el trabajo (p.178).

2.2.1.4. Inducción a los nuevos empleados

Primero se investiga los antecedentes, después se selecciona a los nuevos empleados, es así como la gerencia tiene como tarea orientarlos y capacitarlos para que puedan desempeñarse en su nuevo empleo, en esta inducción a los nuevos trabajadores se les va a brindar información primordial como las normas de la compañía para que puedan desenvolverse en sus labores de manera exitosa. El proceso de inducción consiste en la socialización del colaborador con su nuevo trabajo, esta socialización es un proceso que se va a dar de manera continua en donde se inculcará a los trabajadores actitudes, valores, estándares y buenas conductas que la compañía y sus áreas esperan de los trabajadores (Dessler y Varela, 2011, p.184).

2.2.1.5. Tipos de programas

En lo que consiste a los tipos de programas de inducción, estos cambian dependiendo de los casos, pueden darse desde introducciones cortas hasta extensas. En cualquier de los dos casos, los colaboradores que son nuevos reciben manuales donde se les da a conocer su horario laboral, vacaciones, su rutina laboral y cuidados para su seguridad. (Dessler y Varela, 2011, p.184)

2.2.1.6. Etapas del proceso de capacitación

- Transmisión de información: el tema es el componente principal de los programas de capacitación. El desafío consiste en distribuir la comunicación como un grupo de sabiduría entre los educandos. Comúnmente, la información es frecuente, preferido sobre el trabajo, como temas relacionados a la organización, sus productos y servicios, su organización, políticas, normas y reglamentos, etc. Además, puede cubrir el traslado de nuevos conocimientos (Chiavenato, 2011, p.323)
- Desarrollo de habilidades: Las capacidades, talento y conocimientos de manera directa involucrados con el esfuerzo del puesto presente o funcionalidades futuras. Se refiere a la capacitación dirigida de un modo directo hacia las labores y operaciones que se realizarán (Chiavenato, 2011, p.323)
- Desarrollo de conceptos: la transformación de reacciones negativas de los colaboradores para convertirlas en otras más favorables, como incrementar la motivación o desenvolver la sensibilidad del personal de control referente al comportamiento y las actitudes de los individuos. Puede involucrar la compra de nuevos hábitos y reacciones, más que nada relacionadas a los consumidores o usuarios (formación de vendedores, cajeros, etc.) o las ventas (Chiavenato, 2011, p.323)

2.2.1.7. Diseño del programa de capacitación

Esta es la segunda etapa del proceso de capacitación y tiene que ver con las acciones que se van a tomar para llegar a atender las necesidades que requieren ser atendidas y así poder llegar a alcanzar los objetivos trazados (Chiavenato, 2009, p.379)

2.2.1.8. Técnicas de capacitación

- Lecturas: esta es la técnica que más se utiliza, en esta técnica el instructor es el encargado de dar la información de manera

verbal y el personal que está en capacitación escucha. Como ventaja se tiene que el instructor brinda información máxima y como desventaja se tiene que las personas en capacitación adoptan una postura pasiva (Chiavenato, 2009, p.383).

- Instrucción programada: esta es una técnica útil, se aplica sin la necesidad de contar con un capacitador, aquí se presenta información corta y requiere que las personas que están en capacitación brinden sus respuestas para verificar si han comprendido o no la información que se les ha brindado. Las respuestas que se les solicita a las personas que están en capacitación generalmente son de opción múltiple, verdadero o falso, entre otros (Chiavenato, 2009, p.384).
- Capacitación en clase: este entrenamiento se da fuera de las instalaciones del trabajo, generalmente se da en un aula donde las personas que van serán capacitadas se reúnen junto con un instructor, profesor o gerente quienes les transmitirán información sobre el programa de capacitación (Chiavenato, 2009, p.385).
- Capacitación por computadora: este tipo de entrenamiento se da con la ayuda de la tecnología de la información donde se hace uso de diversas herramientas para que sean más didácticas, como son las animaciones, gráficos, videos, películas, audios, entre otros (Chiavenato, 2009, p.386).
- E-learning: este método ofrece una amplia variedad, puesto que hace referencia al uso de las tecnologías de internet, donde se brindan diversas soluciones para llegar a aumentar el desarrollo y la capacidad intelectual de las personas que serán capacitadas (Chiavenato, 2009, p.386).

2.2.1.9. Evaluación del programa de capacitación

Esta es la etapa final, donde se va a conocer la eficacia de la

capacitación (Chiavenato, 2009).

Las principales medidas para la evaluación son:

- Costo: para saber el monto invertido en la capacitación.
- Calidad: para saber si se cumplieron las expectativas.
- Servicio: para verificar si se cumplieron las necesidades de los capacitados.
- Rapidez: para ver si la capacitación sirvió para afrontar los desafíos nuevos que se presentaron.
- Resultados: para saber los resultados que se han obtenido al finalizar la capacitación.

2.2.2. Calidad de servicio

2.2.2.1. Calidad

Define a la calidad como la captación de cualquier tipo de exigencias de los clientes, para que así se pueda buscar soluciones antes posibles situaciones que se presente, la calidad se asume como un acto social que se relaciona entre el representante de una organización y el cliente (Rogel, 2018, p.143). De la misma manera, el autor detalla que calidad es la satisfacción que obtiene los usuarios por parte de la empresa, pueden relacionarse con la afectividad al momento de realizar una acción para el cumplimiento de las necesidades del cliente (Fainholc,2004, p.3 citado por Marciniak y Sallán, 2018, p. 3). Por último, el autor reitera que calidad es un conjunto de eficiencia y a la vez efectividad para un grado que se debe obtener hacia un producto o servicio, de tal manera que, si obtienen calidad en lo mencionado, tendrá como consecuencia un reconocimiento (Porcel, 2020, p.09). De los autores mencionados, se detalla que calidad son las exigencias que todo cliente espera después de obtener un servicio, es importante que la función empresa y cliente se otorgue, así se obtendrá fidelidad por parte del cliente.

2.2.2.2. Servicio

Según el autor (Parodi et al., 2016, p. 38) adquiere la definición de servicio como la “acción de poder proteger los intereses de una persona u organización, estas organizaciones pueden ser públicas o privada para responder a los gustos de nuestros futuros clientes” (p.38) por lo cual, esta definición es la más correcta y comparada por otros autores. Además, los autores explican que el servicio es una función que se realiza para ofrecer algún beneficio o saciar alguna necesidad por una organización, hacia un cliente (Perez et al., 2017, p. 2). Por último, aquellos autores afirman que el servicio es toda actividad que realiza una organización, usando sus recursos con el único fin de cumplir las perspectivas, requisitos de los usuarios o también llamado clientes (Núñez y Juárez, 2018, p. 56). Se resume de los autores mencionados que servicio es toda función que realizan los trabajadores por parte de la empresa para cumplir las necesidades de cualquier tipo de clientes o usuarios, esta función puede ser de manera privada o públicas.

2.2.2.3. Calidad de servicio

Los autores como Torres y Vásquez plantean que es las percepciones que buscan los clientes hacia alguna necesidad, ya sea producto o servicios, esto se puede medir por varios modelos para incrementar la eficiencia en cualquier tipo de organización (Torres y Vásquez, 2015, p. 66). Asimismo, describen que calidad de servicio es toda atención brindada para un grupo de personas, estas personas pueden ser usuarios, clientes o consumidores, de tal manera se interpretarán lo bueno que percibe de satisfacción (Giese y Cote, 2019, p. 149). Finalizando se considera que el término calidad de servicio es la adaptación que hay en las necesidades del consumidor, esta necesidad tiene que estar adecuado a la calidad, de esta manera señala las percepciones y el deseo que cada cliente pueda anhelar como servicio (García, 2018, p.24). Por ello, la calidad de servicio se describe como la

buena atención brindada que cada cliente o futuro consumidor desea obtener. En la mayoría hay decepciones en cuanto a la calidad de algún servicio brindado por las organizaciones.

2.2.2.4. Dimensiones de calidad de servicio

Parasuraman et al. (2005, citado en Ogiemwonyi, 2020) señala que ejecutan 5 dimensiones que se relaciona con el servicio al cliente, se le conoce también como el modelo SERVQUAL de todo servicio.

- a) Confiabilidad: Es un servicio de manera confiable y cuidadosa.
- b) Capacidad de respuesta: se relaciona con la rapidez, distribución y el interés para que de esa manera se pueda proporcionar un servicio al momento que el cliente lo desee.
- c) Empatía: prestar un servicio de la manera más individualizada para obtener el punto de vista de un usuario.
- d) Seguridad: es de mucha importancia, debe tener una capacidad de conocimiento y a la vez buena atención por los trabajadores, se debe incluir en las habilidades para de esa manera brindar confianza en el servicio.
- e) Tangibilidad: debe ser vinculado con las capacidades presentadas de las instalaciones, trabajadores, instrumentos y medios de comunicación.

2.3. Marco conceptual

- Capacitación

Es desarrollar el aprendizaje a un corto plazo y aplicarlo de forma sistemática, en el cual el personal adquiere conocimientos para que puedan desarrollar sus habilidades y competencias (Chiavenato, 2007).

- Reposición

Es administrar el stock para obtener nuevamente la mercadería que se ha terminado o muy solicitada por el público objetivo (Valderrama, 2020).

- Hipermercado

Establecimiento de autoservicio donde se comercializan productos a precios relativamente bajos (Peiró, 2020).

- Influencia

Capacidad de poder limitar la conducta de las personas, este comportamiento puede ser consciente o inconsciente pero siempre busca una alteración en el sentido de las cosas (Lazcano, 2020).

- Actividades que ligan a las empresas con los clientes

Las actividades que vinculan a las empresas con sus clientes son: actividades requeridas para entrega del producto o servicio, las relaciones interpersonales, los servicios de reparación, asistencia y mantenimiento post venta , asimismo el servicio de atención, información y reclamación del cliente (Mahfooz , 2014)

- Tipos de calidad de servicio

Los tipos de calidad se servicio son: calidad requerida: referida al cumplimiento específico de las condiciones del servicio. Calidad esperada: nivel de satisfacción de las condiciones implícitas. Calidad subyacente: referida a la satisfacción de las exigencias del cliente (Mzoughi & Garrouch , 2021).

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

H1: La capacitación influye en la calidad de servicio que brindan los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.

H0: La capacitación no influye en la calidad de servicio que brindan los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.

2.5. Variables

2.5.1. Operacionalización de variables

Tabla 1: Operacionalización de variables

| Variable Independiente | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicador | Escala de medición |
|------------------------|---|--|----------------------------|---|--------------------|
| Capacitación | Es el proceso de aprendizaje de corto plazo que se aplica de manera sistemática, en el cual el personal adquiere conocimientos para que puedan desarrollar sus habilidades y competencias (Chiavenato, 2007). | Las dimensiones transformación de información, desarrollo de habilidades y desarrollo de actitudes se miden por sus indicadores mediante el cuestionario de preguntas. | Transmisión de información | <ul style="list-style-type: none"> • Grado de adquisición de nuevos conocimientos. • Nivel de dominio de tareas. • Nivel de preparación para ejecutar nuevas tareas. | Ordinal |
| | | | Desarrollo de habilidades | <ul style="list-style-type: none"> • Oportunidad de desarrollo • Capacidad de indagar. • Toma de decisiones. • Análisis de errores. | Ordinal |
| | | | Desarrollo de actitudes | <ul style="list-style-type: none"> • Nivel de empatía. • Niveles de comunicación. • Adaptabilidad a los cambios del entorno. | Ordinal |

| Variable dependiente | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicador | Escala de medición |
|----------------------|--|---|------------------------|--|--------------------|
| Calidad de servicio | Valoración de la calidad por parte de los clientes donde examinan y verifican el servicio obtenido con la captación del servicio que se le brinda Cronin.J. y Taylor (1994). | La calidad de servicio en hipermercados es el grado importante que emplean para alcanzar todas las mejoras posibles en los hipermercados. | Confiabilidad | <ul style="list-style-type: none"> • Interés. • Solución de los problemas. • Cumplir con el promedio. | Ordinal |
| | | | Capacidad de respuesta | <ul style="list-style-type: none"> • Confianza. • Conductas amables. | Ordinal |
| | | | Empatía | <ul style="list-style-type: none"> • Horarios convenientes. • Atención adecuada hacia los clientes. • Necesidades del cliente. • Cortés. | Ordinal |

III. MATERIAL Y MÉTODOS

3.1. Material

3.1.1. Población

Para Moreno et al. (2018) población es el concepto de un grupo definido de individuos según ciertos principios como su edad, sexualidad, casta, o cualquier tipo de interés. La investigación se realiza en la ciudad de Trujillo, está constituido por 50 colaboradores de Hipermercados Tottus del Distrito de Trujillo, provincia de Trujillo, período 2021.

3.1.2. Marco muestral

Según autores como Hernández et al. (2014) que conceptualiza a este como una delimitación que permite reconocer los elementos de la población, la facultad de enumerarlos y elegir los entes muestrales.

La investigación se realiza en la ciudad de Trujillo, en el año 2021, el número total de empleados es de 50. En base a la edad de los trabajadores, el 74.0% de ellos tiene entre 18 a 30 años; el 20.0% de los mismos es de 31 a 40 años y finalmente, solo el 6.0% es mayor de 40 años de edad. Considerando el género, se tiene el 66.0 % de género masculino y el 34.0% de género femenino; con relación a su grado de instrucción, se tiene que el 30.0% cuenta con estudios superiores, el 34.0% tiene estudios técnicos y el 36.0 % estudios secundarios.

Tabla 1

Distribución de la población muestral (N° de colaboradores)

| Género | Total | Edad | | | Grado de instrucción | | |
|-----------|-------|------------|------------|-------------|----------------------|---------|------------|
| | | de 18 a 30 | de 31 a 40 | de 41 a más | Superior | Técnico | Secundaria |
| Masculino | 33 | 24 | 7 | 2 | 10 | 14 | 9 |
| Femenino | 17 | 13 | 3 | 1 | 5 | 3 | 9 |
| Total | 50 | 37 | 10 | 3 | 15 | 17 | 18 |

3.1.3. Unidad de análisis

La unidad de análisis para esta investigación es el colaborador de la empresa Hipermercados Tottus que labora en el Área de Reposición de Productos de Gran Consumo (PGC), tanto en productos de gran consumo comestible como de productos de gran consumo no comestible (Anexo N° 6 Organigrama PGC). Las funciones que

desempeñan son: Reponer y exhibir la mercadería en piso de venta; revisión de fechas de vencimiento en productos que vende la tienda; revisión de calidad de productos, revisión de góndolas, realizar caminatas de quiebres (verificar stock en productos); apantallado al inicio y cierre de la jornada; actualización de precios; armado de exhibiciones en los pasillos: central, posterior y muro de electro; realizar devoluciones de productos dejado por clientes en pasillos de la tienda, realización de hora de bodega; verificar y actualizar la cartelería; censar los productos de alto valor, así como atender las necesidades y consultas de los clientes. El desarrollo de sus labores se realiza en 3 turnos rotativos: iniciando con turno de apertura (6 am a 3 pm) ; cierre (2 pm a 11 pm) y el turno noche (9 pm a 7 am).

Los requisitos exigidos para acceder a dicho puesto de trabajo son: mayor de 18 años, con nivel de instrucción secundaria completa, con conocimientos en rotación de mercadería, disponibilidad para trabajar en horarios rotativos y contar con experiencia en atención al cliente.

Muestra

López y Fachelli (2015, p. 6) nos dicen que una muestra es una sección o subconjunto de cifras que son específicos de un grupo denominado población o mundo, elegidas de manera aleatoria, y que se domina a observación científica con el fin de obtener resultados apropiados para el investigado, en unas fronteras de error y de posibilidad de que se pueden decidir en cada caso. En la presente investigación no se realizó el análisis muestral puesto que la población es pequeña, por lo que se ha optado por un censo, la población total son los 50 colaboradores de hipermercados Tottus. El universo se conformó por la muestra de la población, los 50 colaboradores de hipermercados Tottus, por lo que esta investigación tuvo carácter poblacional.

3.2. Métodos

3.2.1. Diseño de contrastación

El diseño de investigación es de tipo no experimental, ya que las variables no serán manipuladas.

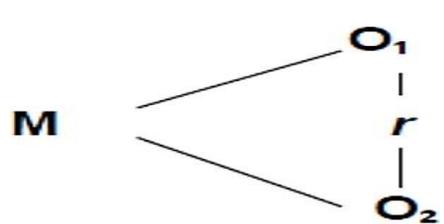
Para el autor Sampieri, H. (2010), comenta que una investigación no

experimental es cuando se observa algo fenomenal sin cambiar su estado natural, menciona también que la investigación descriptiva busca resaltar lo más importante dentro de un fenómeno que quisiéramos estudiar.

Al ser de diseño no experimental, el presente trabajo de investigación es de corte transversal o transeccional debido a que los datos son recolectados en un solo momento y único tiempo.

Cabezas et al. (2018, p. 79) menciona que el objetivo de la investigación transversal es describir las variables y aprender su incidencia e interrelación en un momento dado.

Debido al tipo de investigación y al ser de corte transeccional, se eligió el diseño correlacional puesto que de acuerdo con Garcés (2000, p. 175) menciona que se denomina correlación a la interacción existente entre 2 variables en consecuencia la alteración de una lleva precisamente a la alteración de otra.



- M: Muestra de los trabajadores del área de reposición de hipermercados Tottus, Trujillo 2021.
- O1: Capacitación
- O2: Calidad de servicio
- r: Influye la capacitación en la calidad de servicio

3.2.2. Técnicas e instrumentos de colecta de datos

Técnica: Encuesta

Según el autor García (1986, como se citó en Falcón et al., 2019), describe que una encuesta es la manera más usada y la cual aplica un conglomerado de recursos estandarizados de indagación y por medio de los cuales se reúne y detalla un proceso de apuntes de una muestra de incidentes representativos de una seleccionada población el cual pretende ser investigado.

Para el caso de la investigación se aplicó la técnica de encuesta.

Instrumento: Cuestionario

Salinas (2016), menciona que un cuestionario es un instrumento esquematizado para la adquisición de información determinada de los investigadores. Para el caso de nuestra investigación se utilizó el instrumento del cuestionario, es un instrumento estructurado con 19 preguntas en escala de Likert.

Validez

Para determinar la validez de un instrumento existen 3 criterios valorativos: constructo, contenido y empírica (López, et al., 2019).

El juicio de expertos se define como la opinión calificada que brinda una selección de expertos idóneos que cuentan con el nivel académico y conocimiento especializado que les permite determinar la valoración del instrumento de investigación (López et al, 2019).

Tabla 2

Validación de los cuestionarios

| Nº | Grado Acad. | Apellidos y Nombres del experto | Veredicto |
|----|-------------|---------------------------------|---------------|
| 1º | Mg. | Soriano Colchado José Luis | Aplicabilidad |
| 2º | Mg. | Reyes Peña Fernando Arturo | Aplicabilidad |
| 3º | Mg. | Mendoza Otiniano Royer | Aplicabilidad |

Confiabilidad

La confiabilidad está referida a los niveles de congruencia y consistencia que evidencia el instrumento para la medición de las variables de estudio. Para determinar el nivel de confiabilidad se utilizó coeficiente α de Cronbach (Rodríguez & Reguant; 2020).

Tabla 3

Valor y nivel del Alfa de Cronbach

| Confiabilidad | α de Cronbach |
|---------------|----------------------|
| Excelente | 0.91 a 1.00 |
| Muy buena | 0.71 a 0.90 |
| Buena | 0.51 a 0.70 |
| Regular | 0.31 a 0.50 |
| Deficiente | 0.00 a 0.30 |

Fuente: Rojas & Villanueva (2021)

Para analizar la confiabilidad se aplicó a través del SPSS 22.0 obteniéndose el coeficiente α de Cronbach 0.862 para el Cuestionario

de Capacitación y el coeficiente α de Cronbach 0.870 para el Cuestionario de Calidad de servicio, que de acuerdo con la tabla 3 calificaron en nivel de confiabilidad muy buena.

Tabla 4

Valores de confiabilidad de los cuestionarios

| Núm. | Variable | Valor de α |
|------|---------------------|-------------------|
| 1° | Capacitación | 0.862 |
| 2° | Calidad de servicio | 0.870 |

Para llevar a cabo este proceso, se aplicó la técnica de la encuesta a los trabajadores del área de reposición del hipermercado Tottus y como instrumento de recolección de datos, el cuestionario se conformó por 19 preguntas basadas en las variables.

3.2.3. Procesamiento y análisis de datos

La encuesta se realizó mediante la herramienta Google Forms, para facilitar la información de lo que piensan los colaboradores en el área de reposición de Tottus, Trujillo 2021. Se realizó el acopio de la información, posteriormente se elaboraron las tablas en formato Excel para consolidación de los datos e ingresar la plantilla matriz para el proceso estadístico con el aplicativo SPPSS 22,0. Se desarrolló el análisis descriptivo, que permitió identificar el nivel de cada variable, seguidamente se realizó la prueba de normalidad Shapiro Wilk, porque el número de la muestra es 50 elementos, para determinar el uso de la prueba paramétrica o no paramétrica, en este caso se determinó a la prueba no paramétrica mediante Rho de Spearman.

Tabla 5

Valores de estadístico Shapiro Wilk

| | Shapiro Wilk | | |
|---------------------|--------------|----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. |
| Capacitación | .920 | 50 | .002 |
| Calidad de servicio | .902 | 50 | .001 |

Posteriormente, a la prueba de hipótesis para determinar la relación de ambas variables, se desarrolló la prueba estadística a contrastar para determinar la existencia de la influencia a través del Chi cuadrado, considerando que ambas variables son cualitativas ordinales.

IV. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados

En este capítulo se muestra a continuación los resultados obtenidos por medio de los instrumentos utilizados Análisis de los resultados en relación

Objetivo específico N°1: Conocer el nivel de capacitación de los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.

Variable 1: Capacitación

Tabla 6

Nivel de capacitación y de sus dimensiones

| Variable/Dimensiones | Nivel | ni | % |
|--------------------------------|-------|----|------|
| V1: Capacitación | Bajo | 1 | 2.0 |
| | Medio | 29 | 58.0 |
| | Alto | 20 | 40.0 |
| d1: Transmisión de información | Bajo | 3 | 6.0 |
| | Medio | 33 | 66.0 |
| | Alto | 14 | 28.0 |
| d2: Desarrollo de habilidades | Bajo | 3 | 6.0 |
| | Medio | 30 | 60.0 |
| | Alto | 17 | 34.0 |
| d3: Desarrollo de actitudes | Bajo | 3 | 6.0 |
| | Medio | 25 | 50.0 |
| | Alto | 22 | 44.0 |

Figura 1

Porcentaje de frecuencias de la Variable independiente: Capacitación



De acuerdo con los resultados que se evidencian en la tabla 6 y figura 1 , se determina que el 58 % de los trabajadores califica en un nivel medio la capacitación laboral recibida, asimismo, el 40% de los mismos señala que es en nivel alto y finalmente, solo el 2% afirma que el nivel de capacitación recibida califica en un nivel bajo. Se determina que la predominancia de nivel medio de capacitación en los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.

Objetivo específico N°2: Identificar el nivel de la calidad de servicio de los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.

Variable 2: Calidad de servicio

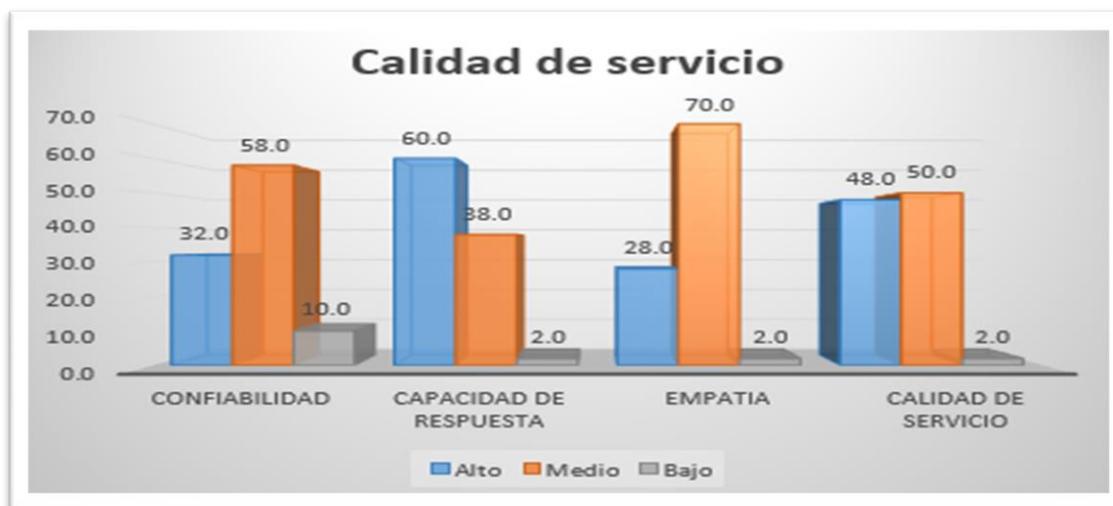
Tabla 7

Nivel de calidad de servicio y de sus dimensiones

| Variable/Dimensiones | Nivel | ni | % |
|----------------------------|-------|----|------|
| V2: Calidad de servicio | Bajo | 1 | 2.0 |
| | Medio | 25 | 50.0 |
| | Alto | 24 | 48.0 |
| d1: Confiabilidad | Bajo | 5 | 10.0 |
| | Medio | 29 | 58.0 |
| | Alto | 16 | 32.0 |
| d2: Capacidad de respuesta | Bajo | 1 | 2.0 |
| | Medio | 19 | 38.0 |
| | Alto | 30 | 60.0 |
| d3: Empatía | Bajo | 1 | 2.0 |
| | Medio | 35 | 70.0 |
| | Alto | 14 | 28.0 |

Figura 2

Porcentaje de frecuencias de Variable dependiente: Calidad de servicio



De acuerdo con los resultados que se evidencian en la tabla 7 y figura 2 , se determina que la percepción del 50 % de los trabajadores del hipermercado califica en un nivel medio la calidad de servicio que brindan a los clientes, asimismo, el 48% de los mismos señala que es en nivel alto y finalmente, sólo el 2% afirma que el nivel de calidad de servicio otorgada califica en un nivel bajo. Se determina que la predominancia de nivel medio en la calidad de servicio que brindan los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.

Objetivo específico N°3: Determinar la relación entre la capacitación y la calidad de servicios de los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.

Hipótesis específica

H1: La capacitación se relaciona con la calidad de servicio que brindan los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.

H0: La capacitación no se relaciona con la calidad de servicio que brindan los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.

Tabla 8
Correlación de la capacitación y la calidad de servicio

| | | | Capacitación | Calidad de servicio |
|-----------------|---------------------|----------------------------|--------------|---------------------|
| Rho de Spearman | Capacitación | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,807** |
| | | Sig (bilateral) | | ,000 |
| | Calidad de servicio | N | 50 | 50 |
| | | Coeficiente de correlación | ,807** | 1,000 |
| | | Sig (bilateral) | ,000 | |
| | | N | 50 | 50 |

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

De acuerdo con los resultados que se evidencian en la tabla 8, a través de la prueba de hipótesis se obtiene el valor de significancia bilateral de ,000 que con respecto a la regla de decisión 0,05 se identifica que es menor al mismo, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, que determina que la capacitación del personal se relaciona significativamente con la calidad de servicio en el hipermercado Tottus, asimismo el coeficiente r de Spearman 0,807 califica la relación como directa de intensidad fuerte.

4.1.1. Docimasia de hipótesis

Para la docimasia de la hipótesis se aplicó el coeficiente de relación de Spearman para aceptar o rechazar la hipótesis nula.

Seguidamente, establecida la relación se aplica la prueba del Chi Cuadrado para determinar la influencia de la variable independiente en la dependiente.

Hipótesis General

H1: La capacitación influye en la calidad de servicio que brindan los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.

H0: La capacitación no influye en la calidad de servicio que brindan los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.

Objetivo general: Determinar la influencia de la capacitación de los trabajadores del área de reposición en la calidad de servicio en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.

Tabla 9

Prueba de Chi-cuadrado.

| | Valor | GI | Sig. asintótica (2 caras) |
|---------------------------------|----------|-----|------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson | 388,385a | 270 | ,000 |
| Razón de verosimilitud | 173,022 | 270 | 1,000 |
| Asociación lineal por lineal | 35,113 | 1 | ,000 |
| N de casos válidos | 50 | | |

Los resultados de la prueba de Chi cuadrado de Pearson de acuerdo con la tabla 9 evidencia que se obtiene el nivel de significancia asintótica de ,000 que con respecto a la regla de decisión 0,05 se identifica que es menor al mismo, se determina rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna que la capacitación influye en la calidad de servicio que brindan los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.

4.2. Discusión de resultados

Respecto al objetivo general: Determinar la influencia de la capacitación de los trabajadores del área de reposición en la calidad de servicios en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.

Torres et al. (2019) señala que la capacitación es un proceso mediante el cual los colaboradores se forman y adquieren conocimientos, habilidades y actitudes para que puedan desempeñarse en su cargo con el fin de adquirir adiestramiento y preparación. Por su parte Acosta et al. (2018), afirma que la calidad de servicio se basa en satisfacer los requisitos de los clientes, teniendo plena confianza en la capacidad de la empresa para determinarlos

y posteriormente cumplirlos. Los resultados descriptivos de la investigación muestran que las variables capacitación y calidad de servicio calificaron en nivel medio, de acuerdo con la percepción de los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021. Asimismo, se determinó que la capacitación del personal se relaciona significativamente con la calidad de servicio en el hipermercado Tottus, siendo esta relación, directa de intensidad fuerte. Finalmente, la prueba de Chi cuadrado de Pearson estableció que la capacitación influye significativamente en la calidad de servicio que brindan los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021. Los resultados guardan concordancia con los hallazgos de Mamani (2016), quien concluye que a medida que se mejora el proceso de capacitación, esta influencia mejora la calidad de servicio que se le brindan a los clientes, con ello se genera que los colaboradores puedan afrontar los cambios en el entorno laboral y logren desarrollar sus capacidades. Desde el aspecto teórico, los resultados corroboran lo expuesto por Wang (2021) quien señala que la estrategia más idónea de las empresas para mejorar la calidad del servicio del personal consiste en brindar la capacitación a los trabajadores sobre aspectos del servicio y su forma de comportamiento; asimismo reafirman lo señalado por Rojas et al. (2020) quienes sostienen que la capacitación contribuye significativamente a la calidad de servicio que brinda la empresa se basa en brindar orientación a sus clientes para que estos puedan satisfacer sus necesidades y llegar a cumplir las metas personales. Se determina que las capacitaciones desarrolladas por hipermercado Tottus a través del proceso de inducción laboral al personal del área de reposición contribuyen a inculcar a los trabajadores valores, estándares y conductas esperadas, para que, de esta manera, esa preparación influye significativamente en la calidad de servicio que se brinda a los clientes.

Con respecto al primer objetivo específico: Conocer el nivel de capacitación de los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021. Cota y Rivera (2016) señalan que es importante conocer el nivel de capacitación de cada colaborador para mejorar la productividad de la organización, es así como la transformación de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes que son adquiridas por las personas no solo los

perfeccionan para laborar, sino también para su vida personal. De los resultados que se han podido obtener del cuestionario, se obtuvo que un 66.0% de trabajadores considera que existe un nivel medio de transmisión de información por parte de la empresa; asimismo, con respecto al desarrollo de habilidades que presentan los trabajadores el 60.0% considera que se encuentran en un nivel medio; finalmente con relación al desarrollo de actitudes el 50.0% de los colaboradores también se encuentran en un nivel medio. De manera general, se evidencia la predominancia de nivel medio de capacitación (58.0%), que se acompaña también de un significativo porcentaje de nivel alto (40.0%). Todos estos resultados coinciden con los encontrados por García (2019), quien en su tesis concluye que conocer los niveles de la capacitación ayuda a alcanzar los objetivos que se han trazado dentro de la empresa, asimismo discrepan de los hallazgos de Inofuentes (2017), quien en su investigación identificó cifras significativas en niveles deficitarios de capacitación en colaboradores del Supermercado Ketal en Bolivia. Desde el aspecto teórico, se corrobora lo expuesto por Sotomayor (2016) quien señala que los beneficios positivos de dar capacitación permanecen plenamente sustentados debido a que se alienta el desarrollo personal, se conoce mejor el puesto, así como sus procedimientos, métodos y prácticas, incentiva la moral en el trabajo beneficia las colaboraciones internas, afecta en los costos de operación y servicio, aumenta la comunicación, promueve la calidad y excelencia en el trabajo, y con lo expuesto por Chiavenato (2007, Cota y Rivera, 2016) la capacitación ayuda a los trabajadores en los niveles de la organización contribuye a alcanzar los objetivos, brindando posibilidad de obtener el razonamiento, la práctica y el comportamiento que se solicita. Se determinó que el nivel medio de capacitación recibida por los trabajadores del hipermercado Tottus afianza los valores, estándares y conductas esperadas, sin embargo, requiere mejoras en los niveles de empatía , niveles de comunicación y de adaptabilidad a los cambios.

Con respecto al segundo objetivo específico: Identificar el nivel de la calidad de servicio de los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.

Giese y Cote (2019) detallan que toda calidad de servicio en cualquier tipo de productos o servicios es nada más que la atención brindada hacia las personas que deseen obtener lo anterior mencionado, sólo ellos tendrán el resultado final, este resultado puede ser positivo o negativo, dependiendo de cuanto haya sido su satisfacción. De los resultados que se ha podido obtener gracias a nuestro instrumento, muestra las dimensiones de la calidad de servicio, donde nos indica que un 58.0% de nivel medio en los trabajadores de reposición consideran que existe una buena confiabilidad por parte de la empresa, frente a un 10.0% que considera que existe un nivel bajo; de igual forma, con respecto a la capacidad de respuesta los trabajadores presentan un 60.0%, significando que existe una respuesta inmediata ante cualquier situación con los clientes, y con respecto a la dimensión empatía, se evidenció que el 70.0% de los trabajadores calificó en nivel medio. Dichos resultados se asemejan con los hallazgos de Beltrán (2018), quien identificó el nivel alto en calidad de servicio como producto de que los colaboradores se encuentran en un nivel alto al momento de relacionarse con algún cliente para cualquiera necesidad, sin embargo, discrepan de los resultados de Sarabia y Simba (2018), quienes determinaron que la empatía era la dimensión mejor calificada que tiene un rango de 80 a 100%. Desde el aspecto teórico, los resultados corroboran lo expuesto por Wang (2021), quien identificó entre las principales deficiencias de los hipermercados se señala a la calidad del servicio, identificándola como el aspecto fundamental que posibilita enfrentar la competitividad y la adaptación a los cambios de manera efectiva. Se determinó que el nivel medio de calidad de servicio brindado por los trabajadores del hipermercado Tottus es producto del nivel alto de capacidad de respuesta y de los niveles medios en el desarrollo de habilidades y actitudes, que requieren ser afianzados para de esta manera constituir una óptima calidad de servicio.

Con respecto al tercer objetivo específico: Determinar la relación entre la capacitación y la calidad de servicios de los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021.

Sotomayor (2016) afirma que existe beneficios positivos al momento de realizar una capacitación, esto hace que aprendamos a conocer en detalle

el desarrollo del personal o de un área en específico. Asimismo, el autor Rogel (2018) define a la calidad como la captación de cualquier tipo de exigencias de los futuros clientes o usuarios, para que así se pueda buscar soluciones antes posibles situaciones que se presente. Los resultados obtenidos determinaron que la capacitación del personal se relaciona significativamente con la calidad de servicio en el hipermercado Tottus, asimismo la relación es calificada como directa y de intensidad fuerte. Los resultados mencionados son congruentes con los obtenidos por Curay y Calle (2015), quienes especificaron como sus colaboradores conectan de las mejores maneras a las capacitaciones y de eso se obtiene la eficiencia en otorgar calidad de servicio a los clientes dentro del área en que se encuentran, asimismo Jiménez (2018) concluyó que se vinculan significativamente la capacitación del personal con niveles altos de satisfacción del cliente evidenciados en la calidad de servicio recibida. Desde el aspecto teórico, se corrobora lo expuesto por Wang (2021) en el sentido que una de las estrategias de las empresas para mejorar la calidad del servicio del personal, esta se vincula de manera significativa con la capacitación a los trabajadores sobre aspectos del servicio y su forma de comportamiento (Wang, 2021) asimismo con lo señalado con Mahfooz (2014) que la relación de ambas (la capacitación y calidad de servicio) permiten vincular a las empresas (representadas por sus trabajadores) con sus clientes son: actividades requeridas para entrega del producto o servicio, las relaciones interpersonales, los servicios de reparación, asistencia y mantenimiento post venta, asimismo el servicio de atención, información y reclamación del cliente, y que de acuerdo a Mzoughi & Garrouch (2021) es fundamental identificar el tipo de calidad de servicio en la priorización de los objetivos comerciales: calidad requerida, calidad esperada y calidad subyacente. Se determinó que en el hipermercado Tottus, el predominante nivel medio de capacitación recibida se relaciona significativamente de manera de directa y con una intensidad fuerte con el nivel medio en la calidad del servicio brindada a los clientes, desde la percepción de los trabajadores del área de reposición del hipermercado.

CONCLUSIONES

- Se concluye que la capacitación desarrollada por hipermercado Tottus a través del proceso de inducción y preparación laboral al personal del área de reposición contribuyen a inculcar a los trabajadores, valores, estándares y conductas esperadas, y que la capacitación recibida por ellos influye significativamente en la calidad de servicio que se brinda a los clientes.
- Se concluye que el nivel medio de capacitación recibida por los trabajadores del hipermercado Tottus afianza el desempeño y rendimiento, así como los valores, estándares y conductas esperadas, sin embargo, aún se evidencia que se requiere afianzar y mejorar los niveles de empatía, de comunicación y de adaptabilidad a los cambios, de los trabajadores.
- Se concluye que el nivel medio de calidad de servicio brindado por los trabajadores del hipermercado Tottus es producto del nivel alto de capacidad de respuesta y de los niveles medios en el desarrollo de habilidades y actitudes, que requieren ser afianzados para de esta manera consolidar y afianzar una óptima calidad de servicio a los clientes.
- Se concluye que en hipermercado Tottus, el predominante nivel medio de capacitación recibida se relaciona significativamente de manera de directa y con una intensidad fuerte con el nivel medio en la calidad del servicio brindada a los clientes, expresado e identificado desde la percepción de los trabajadores del área de reposición del hipermercado.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que habiéndose determinado la influencia directa de la capacitación en la calidad del servicio brindado por los trabajadores del hipermercado Tottus, que los programas de adiestramiento, inducción y actualización se desarrollen periódicamente y que este proceso sea acompañado con la evaluación exhaustiva de las mejoras evidenciadas en las percepciones de los clientes a través de consultas y encuestas a ellos.
- Se recomienda para desarrollar a niveles óptimos, el nivel medio de capacitación percibida por los trabajadores del hipermercado Tottus desarrollar programas que enfatizan en los aspectos de mejorar los niveles de empatía, de comunicación y de adaptabilidad a los cambios.
- Se recomienda para desarrollar a niveles óptimos la calidad de servicio brindado por los trabajadores del hipermercado Tottus afianzar el nivel alto de capacidad de respuesta y mejorar los niveles medios del desarrollo de habilidades y actitudes, para consolidar una óptima calidad de servicio.
- Se recomienda, que en el hipermercado Tottus, habiéndose determinado que el nivel de capacitación recibida se relaciona significativamente de manera de directa y con una intensidad fuerte con el nivel de calidad del servicio brindada a los clientes; como prioritario desarrollar programas que enfatizan en los aspectos de mejorar los niveles de empatía, de comunicación y de adaptabilidad a los cambios, vinculados a los niveles altos de capacidad de respuesta y los niveles medios del desarrollo de habilidades y actitudes, para consolidar una óptima calidad de servicio.

REFERENCIAS

- Acosta, A. M., Durán, E. G., y Padilla, R. P. (2018). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. *Compendium*, 21(40).
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/880/88055200020/html>.
- Beltran, D. (2018). *GESTIÓN DE ALMACÉN Y CALIDAD DE SERVICIO EN UN SUPERMERCADO DE LA FONTANA, LA MOLINA 2018*.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38911>.
- Bermúdez, L. A. (2015). *Capacitación: Una herramienta de fortalecimiento de las pymes*. <https://www.redalyc.org/pdf/666/66638602001.pdf>.
- Borja, J., Monsalve, E., y Bermúdez, J. (2019). *Percepción de la calidad del servicio prestado por los supermercados tipo hard discount (D1 y Justo & Bueno) en la ciudad de Medellín a partir del modelo Servqual*.
<https://www.escolme.edu.co/revista/index.php/cies/article/view/267/299>.
- Cabezas, E., Andrade, D., y Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica pdf*. <https://cutt.ly/TXnwXEH>
- Carson, H. (2018). *Las estrategias de Wal-Mart para captar clientes*. Cuida tu dinero. <https://www.cuidatudinero.com/13117126/las-estrategias-de-wal-mart-para-captar-clientes>.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos. El capital humano de las organizaciones*. 518.
https://www.sijufor.org/uploads/1/2/0/5/120589378/administracion_de_recur_sos_humanos_-_chiavenato.pdf
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano*. 626.
<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1143/1/Chiavenato-Talento%20humano%203ra%20ed.pdf>.
- Chiavenato, I. (2011a). *Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones*. 442.
<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1144/1/Chiavenato-Recursos%20humanos%208va%20ed.pdf>.
- Chiavenato, I. (2011b). *Capacitación y desarrollo*.
<https://cutt.ly/LXnehac>.
- Cota, J. A., y Rivera, J. L. (2016). *La capacitación como herramienta efectiva para*

- mejorar el desempeño de los empleados.
<http://www.cyta.com.ar/ta1602/v16n2a3.htm>.
- Cruz, A., y Sánchez, L. (2017). *Plan de capacitación para mejorar el desempeño laboral del personal de la empresa Publicidad y Servicios Generales Boga S.A. que labora en el campus UPAO de la ciudad de Trujillo en el año 2016*.
<http://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/2333>.
- Curay, N., y Calle, N. (2015). *Clima organizacional y calidad de servicio en Hipermercados Tottus—Sullana*. <https://cutt.ly/7XneEpD>.
- Dessler, G., y Varela, R. (2011). *Administración de recursos humanos: Enfoque latinoamericano* (5. ed). Pearson. <https://www.auditorlider.com/wp-content/uploads/2019/06/Administraci%C3%B3n-de-recursos-humanos-5ed-Gary-Dessler-y-Ricardo-Varela.pdf>.
- Dipaz, M., García, Ronald, y Sánchez, C. (2017). *Gestión de talento humano y rotación de personal en la empresa Supermercados Peruanos S.A. Plaza Veá Breña, 2015*. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/109>
- Falcón, V., Pertile, V., y Ponce, B. E. (2019). La encuesta como instrumento de recolección de datos sociales: Resultados diagnóstico para la intervención en el Barrio Paloma de la Paz (La Olla) - ciudad de Corrientes (2017-2018). *XXI Jornadas de Geografía de la UNLP, 9 al 11 de octubre de 2019*.
http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.13544/ev.13544.pdf
- Fiszbein, A., Cumsille, B., y Cueva, S. (2016). *La capacitación laboral en América Latina*. 32. <https://laureate-comunicacion.com/prensa/wp-content/uploads/2017/01/La-Capacitaci%C3%B3n-Laboral-en-Am%C3%A9rica-Latina-FINAL-1.pdf>.
- Garcés, H.(2000) *Investigación Científica*. <https://cutt.ly/pXneSPn>
- García, R. A. (2019). *La capacitación y su relación con el desempeño laboral del personal administrativo en la calidad del servicio al usuario, en el hospital Belén de Trujillo año 2017*.
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/5548>.
- Gardi, V. (2020). *Calidad de servicio en Supermercado Metro, Breña, Lima 2019*.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/41623>
- Gestión. (2018, febrero 15). *¿Deben las organizaciones asumir el costo de capacitación de sus colaboradores?* Gestión; NOTICIAS GESTIÓN.
<https://gestion.pe/economia/management-empleo/deben-organizaciones->

- asumir-costo-capacitacion-colaboradores-227295-noticia/
Gestión. (2019). *Lima concentra el 72% de los supermercados, seguida por Piura con 8% y La Libertad con 7%*. <https://gestion.pe/economia/lima-concentra-72-supermercados-seguida-piura-libertad-nndc-268686-noticia/>
- Giese, y Cote. (2019). *La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor*. <https://cutt.ly/wXneCIR>
- Great Place To Work. (2021). *Supermercados Peruanos*. <https://www.greatplacetowork.com.pe/supermercados-peruanos>
- Hernández, P., Sampieri, R., y Rebolledo, M. (2010). *Factores que explican la Competitividad Agrícola Sustentable de las unidades de producción rural del sector agrícola que cultivan gramíneas en tres municipios del Bajío mexicano*. <https://cutt.ly/1XnrwQh>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. <https://cutt.ly/PXnrU>
- Inofuentes, C. (2017). *Programa de capacitación en habilidades de comunicación asertiva en empleados del supermercado Ketal de la zona de Sopocachi de la ciudad de la Paz*. <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/12712>
- Jimenez, M. (2018). *Calidad de servicio y su influencia en la fidelización del cliente de supermercados del Valle Jequetepeque, 2017*. <https://cutt.ly/qXnrfAY>
- López, P., y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. https://ddd.uab.cat/pub/lilibres/2015/129382/metinvsoccuan_presentacioa2015.pdf.
- López R., Avello R., Palmero D., Sánchez S., & Quintana M. (2019). Validación de instrumentos como garantía de la credibilidad en las investigaciones científicas. *Revista Cubana de Medicina Militar*, 48(2(Sup)), 441-450. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0138-65572019000500011.
- Mahfooz Y (2014) *Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in Hypermarkets of Saudi Arabia*. *International Journal of Marketing Studies*; Vol. 6, No. 4; 2014 .Published by Canadian Center of Science and Education. <http://dx.doi.org/10.5539/ijms.v6n4p10>.
- Mamani, N. V. L. (2016). *Proceso de capacitación y calidad de servicio en la empresa de transporte público urbano «José María Arguedas» Andahuaylas 2015*. 94. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2893980>.
- Marciniak, R., y Sallán, J. (2018). Dimensiones de evaluación de calidad de

- educación virtual: Revisión de modelos referentes. Quality assessment dimensions in virtual education: a review of reference models. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 21. <https://doi.org/10.5944/ried.20.2.16182>
- Moreno, B., Muñoz, M., Cuellar, J., Domancic, S., y Villanueva, J. (2018). Revisión Sistemática: Definición y nociones básicas. *Revista clínica de periodoncia, implantología y rehabilitación oral*, 11(3), 184-186. <https://doi.org/10.4067/S0719-01072018000300184>
- Mzoughi M & Garrouch K (2021) Reactions to Store Environment and Interpersonal Service Quality in Supermarkets vs Hypermarkets. *Journal of Distribution Science* 20-1 (2022) 67-76. <http://dx.doi.org/10.15722/jds.20.01.202201.67>.
- Nava, K., Salazar, A., Gonzales, A., Rodriguez, V., y Leyton, G. (2020). *Recursos y capacidades empresariales de la industria del retail: La estrategia de internacionalización de OXXO en América Latina Resources and business capabilities of the retail industry: The OXXO internationalization strategy in Latin America*. <https://ppct.caicyt.gov.ar/rain/article/view/v6n1a02>
- Núñez, N., y Juárez, J. (2018). *Análisis comparativo de modelos de evaluación de calidad en el servicio a partir de sus dimensiones y su relación con la satisfacción del cliente*. file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/530-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1990-1-10-20180223.pdf
- Ogiemwonyi O, Harun A, Rahman A, Nurul Alam M and Majeed N (2020) *The Relationship between Service Quality Dimensions and Customer Satisfaction towards Hypermarket in Malaysia*. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, Vol. 24, Issue 05, 2020. ISSN: 1475-7192. https://www.researchgate.net/publication/343635361_The_Relationship_between_Service_Quality_Dimensions_and_Customer_Satisfaction_towards_Hypermarket_in_Malaysia.
- Parodi, O. M., Andres, C., y Perry, K. R. (2016). *La calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente de «El fanático futbol club» Lima-Noviembre 2016*. <https://cutt.ly/ZXnrxkW>.
- Peiró, R.(2020).*Hipermercado*. Economipedia.<https://cutt.ly/RXnyzov>
- Perez, A., Daza, M., y Daza, M. (2017). Servicio al cliente: Una estrategia gerencial para incrementar la competitividad organizacional en empresas de Valledupar (Colombia). *Revista de investigación en administración e*

- ingeniería, 5, 4. <https://doi.org/10.15649/2346030X.425>
- Porcel, X. A. L. (2020). *Calidad regulatoria en gobiernos locales*. 42. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/176406>.
- Rodríguez-Rodríguez, J., y Reguant-Álvarez, M. (2020). Calcular la fiabilidad de un cuestionario o escala mediante el SPSS: el coeficiente alfa de Cronbach. 55 REIRE Revista d'Innovación i Recerca en Educació, 13(2), 1–13. <https://doi.org/10.1344/reire2020.13.230048>
- Rogel, J. L. (2018). *La Calidad del servicio y satisfacción del cliente: Binomio clave en agencias de viajes en Ecuador*. <https://cutt.ly/iXnrEvN>
- Rojas, C., Niebles, W., Pacheco, C., y Hernández, H. G. (2020). Quality service as a key element of social responsibility in small and medium size enterprises. *Información tecnológica*, 31(4), 221-232. <https://cutt.ly/PXnyTj0>.
- Salinas, P. J. (2016). *Metodología de la investigación científica*. 182. http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/34398/1/metodologia_investigacion.pdf.
- Sarabia, D., y Simba, X. (2018). *Evaluación de la satisfacción y calidad del servicio al cliente*. <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/5887/1/T-000843.pdf>
- Sotomayor, A. A. (2016). *Administración de recursos humanos—Su proceso organizacional 2016 pdf*. <https://cutt.ly/zXnrB7E>.
- Tirado, D., y Vega, V. (2021). *Calidad de servicio y lealtad de compra del cliente en el Supermercado Metro, Chimbote 2021* <https://cutt.ly/PXnr32b>.
- Torres, D., Espejo, K., y Pérez, A. (2019). Inducción y capacitación como factor de desarrollo de los IPS (Centros Médicos) de Villavicencio, Meta—Colombia. *Management Review*, 4(1). <https://doi.org/10.18583/umr.v4i1.133>
- Torres, M., y Vásquez, C. L. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: Caracterización y análisis. *Revista Científica Compendium*, 18(35), <https://revistas.uclave.org/index.php/Compendium/article/view/64/39>
- Valderrama, J. (2020). *¿Qué es la reposición de inventario y cuándo hacerla?* <https://blog.nubox.com/empresas/reposicion-de-inventario>
- Wang X (2021) Analysis on the Strategy of Improving Customer Service of Hypermarkets Advances in Economics, Business and Management Research, volume 167 Proceedings of the 5th Asia-Pacific Conference on Economic Research and Management Innovation (ERMI 2021). <https://www.atlantis-press.com/proceedings/ermi-21/125952876>.

Anexo N° 01: Matriz de consistencia

Título: La capacitación de los trabajadores del área de reposición y su influencia en la calidad de servicio en hipermercados Tottus, Trujillo 2021

| | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLE Y DIMENSIONES | METODOLOGÍA |
|--|--|---|--|---|
| Problema general | Objetivo general | Hipótesis general | Variable independiente: Capacitación Dimensiones: Transmisión de información Desarrollo de habilidades Desarrollo de actitudes Variable dependiente Calidad de servicio Dimensiones: Confiabilidad Capacidad de respuesta Empatía | Diseño de Investigación: Correlacional de corte transversal no experimental Población y muestra 50 trabajadores de la empresa Tottus, Trujillo. Criterio muestral Muestreo no probabilístico Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario |
| ¿La capacitación de los trabajadores del área de reposición influye en la calidad de servicio en hipermercados Tottus, Trujillo 2021? | Determinar la influencia de la capacitación de los trabajadores del área de reposición en la calidad de servicio en hipermercados Tottus, Trujillo 2021. | La capacitación influye en la calidad de servicio que brindan los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021. | | |
| Problemas específicos | Objetivos específicos | Hipótesis específicas | | |
| ¿Cuál es el nivel de capacitación de los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021? | Conocer el nivel de capacitación de los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021. | | | |
| ¿Cuál es el nivel de calidad del servicio de los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021? | Identificar el nivel de la calidad de servicio de los trabajadores del área de reposición en hipermercados Tottus, Trujillo 2021. | | | |
| ¿Qué relación existe entre la capacitación de los trabajadores del área de reposición y la calidad de servicio en hipermercados Tottus, Trujillo 2021? | Determinar la relación entre el nivel de capacitación de los trabajadores del área de reposición y la calidad en el servicio en hipermercados Tottus, Trujillo 2021. | Existe una relación significativa entre el nivel de capacitación de los trabajadores del área de reposición y la calidad en el servicio en hipermercados Tottus, Trujillo 2021. | | |

Anexo Nº 02: Cuestionario

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



CUESTIONARIO DE PREGUNTAS PARA TRABAJADORES DE LA EMPRESA TOTTUS, TRUJILLO

Estimado Sr. (Sra.) le saludamos afectuosamente y alcanzamos a usted este cuestionario, donde su opinión es muy importante para el desarrollo de un trabajo de investigación, con fines netamente académicos. En tal sentido, les invocamos su colaboración y responsabilidad en las respuestas a las interrogantes planteadas. Por ello debe leerlo en forma detallada y, luego, marcar una de las cinco alternativas. Agradecemos su valiosa participación.

Datos Personales: Complete y marque con una X donde corresponde

Edad: De 18 – 30 De 31 – 40 De 41 a más

Sexo: Femenino Masculino

Nivel de estudio: Primaria Secundaria Técnico Superior

CAPACITACIÓN

| | DIMENSIONES | Siempre | Casi siempre | A veces | Casi nunca | Nunca |
|----|--|----------|--------------|----------|------------|----------|
| | TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 01 | Su organización se preocupa en capacitar a todo el personal. | | | | | |
| 02 | Cree usted que la transmisión de información le permite dominar sus tareas laborales. | | | | | |
| 03 | Recibe usted la preparación adecuada para la ejecución de nuevas tareas. | | | | | |
| | DESARROLLO DE HABILIDADES | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 04 | Su organización le brinda educación adicional que permita el desarrollo de sus capacidades. | | | | | |
| 05 | Cuando usted desconoce algún tema laboral tiene iniciativa de aprender aquello que no sabe. | | | | | |
| 06 | Le resulta fácil tomar decisiones en su rutina laboral diaria. | | | | | |
| 07 | Cuenta usted con la destreza de corregir errores y solucionar problemas que dificultan el correcto desempeño de sus tareas. | | | | | |
| | DESARROLLO DE ACTITUDES | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 08 | Frente a un problema laboral, usted se pone en el lugar del otro y responde adecuadamente su necesidad mostrando su empatía. | | e | | | |

| 09 | Considera usted que recibir entrenamiento laboral le posibilita elevar su grado de comunicación. | | | | | |
|----------------------------|---|----------------|---------------------|----------------|-------------------|--------------|
| 10 | Considera usted que una de las ventajas las capacitaciones al personal, es que logren afrontar los cambios en el entorno laboral. | | | | | |
| CALIDAD DE SERVICIO | | | | | | |
| | DIMENSIONES | Siempre | Casi siempre | A veces | Casi nunca | Nunca |
| | CONFIABILIDAD | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 11 | Cuando un cliente tiene algún inconveniente, usted como trabajador de hipermercados Tottus, muestra interés por ayudarlo. | | | | | |
| 12 | Usted cree que su organización, sepreocupa en tomar la iniciativa para resolver los diversos problemas. | | | | | |
| 13 | Considera usted que, ante una queja de los clientes, la empresa trata de solucionarlo rápidamente. | | | | | |
| | CAPACIDAD DE RESPUESTA | | | | | |
| 14 | Usted como trabajador de Hipermercados Tottus, transmite confianza a los clientes. | | | | | |
| 15 | Considera usted que brinda una conducta amable a los clientes. | | | | | |
| | EMPATÍA | | | | | |
| 16 | Considera usted que Hipermercado Tottus, tiene el horario de trabajo apropiado. | | | | | |
| 17 | Considera usted que Hipermercado Tottus, se preocupa por los mejores intereses de sus clientes. | | | | | |
| 18 | Considere usted que Hipermercado Tottus, comprende las necesidades de sus clientes. | | | | | |
| 19 | Usted como trabajador de Hipermercado Tottus, se comporta cortésmente con los clientes. | | | | | |

Gracias por su colaboración

Anexo N°03: Certificado de validación del Instrumento

ANEXO N° 04: Ficha de validación (Experto 01)

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Escuela Profesional de Administración

| Datos del Experto | | | |
|--|--|------------|-------------|
| Apellidos y nombres | SORIANO COLCHADO JOSÉ LUIS | | |
| Profesión | INGENIERO | | |
| Especialidad | DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS | | |
| Experiencia profesional | 30 AÑOS | | |
| Institución | UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO | | |
| Fecha de Validación | 18/07/2021 | | |
| E- mail | jsorianoc@upao.edu.pe | | |
| Datos del trabajo de Investigación | | | |
| Título | La capacitación de los trabajadores del área de reposición y su influencia en la calidad de servicio en hipermercados Tottus, Trujillo 2021 | | |
| Investigadores | Vega Rodríguez Karla Del Milagro | | |
| | Fuentes Cueva Yajaira Yolanda | | |
| Tipo de instrumento | Encuesta/Cuestionario | | |
| Rangos de valoración | Alto | Medio | Bajo |
| Objetivo del instrumento | El presente cuestionario, tiene como propósito obtener la validez del instrumento para medir los niveles de capacitación y de la calidad de servicio | | |
| Variable Independiente: Capacitación | | | |
| ÍTEMS | De acuerdo | Desacuerdo | Observación |
| TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN | | | |
| 1. Su organización se preocupa en capacitar a todo el personal. | X | | |
| 2. Cree usted que la transmisión de información le permite dominar sus tareas laborales. | X | | |
| 3. Recibe usted la preparación adecuada para la ejecución de nuevas tareas. | X | | |

| | | | |
|---|-------------------|-------------------|--------------------|
| DESARROLLO DE HABILIDADES | | | |
| 4. Su organización le brinda educación adicional que permita el desarrollo de sus capacidades. | X | | |
| 5. Cuando usted desconoce algún tema laboral tiene iniciativa de aprender aquello que no sabe. | X | | |
| 6. Le resulta fácil tomar decisiones en su rutina laboral diaria. | X | | |
| 7. Cuenta usted con la destreza de corregir errores y solucionar problemas que dificultan el correcto desempeño de sus tareas. | X | | |
| DESARROLLO DE ACTITUDES | | | |
| 8. Frente a un problema laboral, usted se pone en el lugar del otro y responde adecuadamente su necesidad mostrando de esta forma su empatía. | X | | |
| 9. Considera usted que recibir entrenamiento laboral le posibilita elevar su grado de comunicación. | X | | |
| 10. Considera usted que una de las ventajas de las capacitaciones al personal, es que logren afrontar los cambios en el entorno laboral. | X | | |
| Variable Dependiente: Calidad de servicio | | | |
| ÍTEMES | De acuerdo | Desacuerdo | Observación |
| CONFIABILIDAD | | | |
| 11. Cuando un cliente tiene algún inconveniente, usted como trabajador de hipermercados Tottus, muestra interés por ayudarlo. | X | | |
| 12. Usted cree que su organización, se preocupa en tomar la iniciativa para resolver los diversos problemas | X | | |
| 13. Considera usted que, ante una queja de los clientes, la empresa trata de solucionarlo rápidamente. | X | | |
| CAPACIDAD DE RESPUESTA | | | |
| 14. Usted como trabajador de hipermercados Tottus, transmite confianza a los clientes. | X | | |
| 15. Considera usted que brinda una conducta amable a los clientes. | X | | |
| EMPATÍA | | | |

| | | | |
|---|----------------------------|-------------------|---------------|
| 16. Considera usted que Hipermercado Tottus, tiene el horario de trabajo apropiado | X | | |
| 17. Considera usted que Hipermercado Tottus, se preocupa por los mejores intereses de sus clientes. | X | | |
| 18. Considera usted que Hipermercado Tottus, comprende las necesidades específicas de sus clientes. | X | | |
| 19. Usted como trabajador de Hipermercado Tottus, se comporta cortésmente con los clientes. | | | |
| Resultados de ítems | Excelente | Reformular | Anular |
| | 19 | | |
| Apellidos y Nombres SORIANO COLCHADO JOSÉ LUIS DNI: 07846143 FIRMA:  | Comentarios finales | | |

ANEXO Nº 03: Ficha de validación (Experto 02)

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Escuela Profesional de Administración

| Datos del Experto | | | |
|--|--|------------|-------------|
| Apellidos y nombres | REYES PEÑA FERNANDO ARTURO | | |
| Profesión | LIC. ADMINISTRACION DE EMPRESAS | | |
| Especialidad | MASTER EN DOCENCIA UNIVERSITARA | | |
| Experiencia profesional | UNP-UPAO- PRODEUNP-SULLANA- ETSUNP | | |
| Institución | UAPO | | |
| Fecha de Validación | 19/07/2021 | | |
| E- mail | nanoreyespe819@gmail.com | | |
| Datos del trabajo de Investigación | | | |
| Título | La capacitación de los trabajadores del área de reposición y su influencia en la calidad de servicios en hipermercados Tottus, Trujillo 2021 | | |
| Investigadores | Vega Rodríguez Karla Del Milagro | | |
| | Fuentes Cueva Yajaira Yolanda | | |
| Tipo de instrumento | Encuesta/Cuestionario | | |
| Rangos de valoración | Alto | Medio | Bajo |
| Objetivo del instrumento | El presente cuestionario, tiene como propósito obtener la validez del instrumento para medir los niveles de capacitación y de la calidad de servicio | | |
| Variable Independiente: Capacitación | | | |
| ÍTEMS | De acuerdo | Desacuerdo | Observación |
| TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN | | | |
| 1. Su organización se preocupa en capacitar a todo el personal. | X | | |
| 2. Cree usted que la transmisión de información le permite dominar sus tareas laborales. | X | | |
| 3. Recibe usted la preparación adecuada para la ejecución de nuevas tareas. | X | | |
| DESARROLLO DE HABILIDADES | | | |

| | | | |
|---|-------------------|-------------------|--------------------|
| 4. Su organización le brinda educación adicional que permita el desarrollo de sus capacidades. | X | | |
| 5. Cuando usted desconoce algún tema laboral tiene iniciativa de aprender aquello que no sabe. | X | | |
| 6. Le resulta fácil tomar decisiones en su rutina laboral diaria. | X | | |
| 7. Cuenta usted con la destreza de corregir errores y solucionar problemas que dificultan el correcto desempeño de sus tareas. | X | | |
| DESARROLLO DE ACTITUDES | | | |
| 8. Frente a un problema laboral, usted se pone en el lugar del otro y responde adecuadamente su necesidad mostrando de esta forma su empatía. | X | | |
| 9. Considera usted que recibir entrenamiento laboral le posibilita elevar su grado de comunicación. | X | | |
| 10. Considera usted que una de las ventajas de las capacitaciones al personal, es que logren afrontar los cambios en el entorno laboral. | X | | |
| Variable Dependiente: Calidad de servicio | | | |
| ÍTEMS | De acuerdo | Desacuerdo | Observación |
| CONFIABILIDAD | | | |
| 11. Cuando un cliente tiene algún inconveniente, usted como trabajador de hipermercados Tottus, muestra interés por ayudarlo. | X | | |
| 12. Usted cree que su organización, se preocupa en tomar la iniciativa para resolver los diversos problemas | X | | |
| 13. Considera usted que, ante una queja de los clientes, la empresa trata de solucionarlo rápidamente. | X | | |
| CAPACIDAD DE RESPUESTA | | | |
| 14. Usted como trabajador de hipermercados Tottus, transmite confianza a los clientes. | X | | |
| 15. Considera usted que brinda una conducta amable a los clientes. | X | | |
| EMPATÍA | | | |

| | | | |
|---|----------------------------|-------------------|---------------|
| 16. Considera usted que Hipermercado Tottus, tiene el horario de trabajo apropiado. | X | | |
| 17. Considera usted que Hipermercado Tottus, se preocupa por los intereses de sus clientes. | X | | |
| 18. Considere usted que Hipermercado Tottus, comprende las necesidades de sus clientes. | X | | |
| 19. Usted como trabajador de Hipermercado Tottus, se comporta cortésmente con los clientes. | X | | |
| Resultados de ítems | Excelente | Reformular | Anular |
| | 19 | | |
| Apellidos y Nombres Reyes Peña, Fernando Arturo | Comentarios finales | | |
| | | | |
| | | | |
| DNI: 02607525 | | | |
| FIRMA | | | |
|  | | | |

ANEXO Nº 03: Ficha de validación (Experto 03)

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Escuela Profesional de Administración

| Datos del Experto | | | |
|--|--|------------|-------------|
| Apellidos y nombres | Mendoza Otiniano Royer Anthony | | |
| Profesión | Lic. Administración | | |
| Especialidad | Marketing y Ventas | | |
| Experiencia profesional | 16 años empresas Pública y Privada | | |
| Institución | UPAO | | |
| Fecha de Validación | 18/07/21 | | |
| E- mail | rmendozao@upao.edu.pe | | |
| Datos del trabajo de Investigación | | | |
| Título | La capacitación de los trabajadores del área de reposición y su influencia en la calidad de servicios en hipermercados Tottus, Trujillo 2021 | | |
| Investigadores | Vega Rodríguez Karla Del Milagro | | |
| | Fuentes Cueva Yajaira Yolanda | | |
| Tipo de instrumento | Encuesta/Cuestionario | | |
| Rangos de valoración | Alto | Medio | Bajo |
| Objetivo del instrumento | El presente cuestionario, tiene como propósito obtener la validez del instrumento para medir los niveles de capacitación y de la calidad de servicio | | |
| Variable Independiente: Capacitación | | | |
| ÍTEMS | De acuerdo | Desacuerdo | Observación |
| TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN | | | |
| 1. Su organización se preocupa en capacitar a todo el personal. | X | | |
| 2. Cree usted que la transmisión de información le permite dominar sus tareas laborales. | X | | |
| 3. Recibe usted la preparación adecuada para la ejecución de nuevas tareas. | X | | |
| DESARROLLO DE HABILIDADES | | | |

| | | | |
|---|-------------------|-------------------|--------------------|
| 4. Su organización le brinda educación adicional que permita el desarrollo de sus capacidades. | X | | |
| 5. Cuando usted desconoce algún tema laboral tiene iniciativa de aprender aquello que no sabe. | X | | |
| 6. Le resulta fácil tomar decisiones en su rutina laboral diaria. | X | | |
| 7. Cuenta usted con la destreza de corregir errores y solucionar problemas que dificultan el correcto desempeño de sus tareas. | X | | |
| DESARROLLO DE ACTITUDES | | | |
| 8. Frente a un problema laboral, usted se pone en el lugar del otro y responde adecuadamente su necesidad mostrando de esta forma su empatía. | X | | |
| 9. Considera usted que recibir entrenamiento laboral le posibilita elevar su grado de comunicación. | X | | |
| 10. Considera usted que una de las ventajas de las capacitaciones al personal, es que logren afrontar los cambios en el entorno laboral. | X | | |
| Variable Dependiente: Calidad de servicio | | | |
| ÍTEMES | De acuerdo | Desacuerdo | Observación |
| CONFIABILIDAD | | | |
| 11. Cuando un cliente tiene algún inconveniente, usted como trabajador de hipermercados Tottus, muestra interés por ayudarlo. | X | | |
| 12. Usted cree que su organización, se preocupa en tomar la iniciativa para resolver los diversos problemas | X | | |
| 13. Considera usted que, ante una queja de los clientes, la empresa trata de solucionarlo rápidamente. | X | | |
| CAPACIDAD DE RESPUESTA | | | |
| 14. Usted como trabajador de hipermercados Tottus, transmite confianza a los clientes. | X | | |
| 15. Considera usted que brinda una conducta amable a los clientes. | X | | |
| EMPATÍA | | | |

| | | | |
|---|---------------------------------------|-------------------|---------------|
| 16. Considera usted que Hipermercado Tottus, tiene el horario de trabajo apropiado. | X | | |
| 17. Considera usted que Hipermercado Tottus, se preocupa por los intereses de sus clientes. | X | | |
| 18. Considere usted que Hipermercado Tottus, comprende las necesidades de sus clientes. | X | | |
| 19. Usted como trabajador de Hipermercado Tottus, se comporta cortésmente con los clientes. | X | | |
| Resultados de ítems | Excelente | Reformular | Anular |
| | 19 | | |
| Apellidos y Nombres Mendoza Otiniano Royer | Comentarios finales Ninguno | | |
| | | | |
| | | | |
| DNI: 4101388 _____ | | | |
| FIRMA  | | | |

Anexo N° 04: Evidencia Cuestionario Google Forms

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS PARA TRABAJADORES DE LA EMPRESA TOTTUS, TRUJILLO 2021

Ya no se aceptan más respuestas en el formulario CUESTIONARIO DE PREGUNTAS PARA TRABAJADORES DE LA EMPRESA TOTTUS, TRUJILLO 2021.

Prueba a ponerte en contacto con el propietario del formulario si crees que se trata de un error.

[Seguir recopilando respuestas \(solo los editores de formularios pueden ver este enlace\).](#)

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

Anexo Nº 05: Base de datos

BASE DE DATOS CAPACITACION Y CALIDAD DE SERVICIO.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 19 de 19 variables

| | VAR00001 | VAR00002 | VAR00003 | VAR00004 | VAR00005 | VAR00006 | VAR00007 | VAR00008 | VAR00009 | VAR00010 | VAR00011 | VAR00012 | VAR00013 | VAR00014 | VAR00015 | VAR00016 | VAR00017 | VAR00018 | VAR00019 | var | var | var |
|----|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----|-----|-----|
| 15 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | | | |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | | | |
| 17 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | | |
| 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | | |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | | | |
| 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | | |
| 21 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | | | |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | | | |
| 23 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | | | |
| 24 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 2 | 5 | 5 | 3 | 2 | 3 | 5 | | | |
| 25 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | | | |
| 26 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | | | |
| 27 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | | | |
| 28 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | | | |
| 29 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | | | |
| 30 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | | | |
| 31 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | | | |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | | | |
| 33 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | | | |
| 34 | 3 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 5 | | | |
| 35 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | | | |
| 36 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | | | |
| 37 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | | |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | | | |
| 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | | | |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | | | |
| 41 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | | | |
| 42 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | | | |
| 43 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | | | |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | | | |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | | | |
| 46 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | | | |
| 47 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | | | |
| 48 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | | | |
| 49 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | | | |
| 50 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | | | |
| 51 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Lista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

16°C Nublado 13:51

Anexo N° 06: Análisis de confiabilidad

Escala: ANALISIS DE CONFIABILIDAD CAPACITACION

Resumen de procesamiento de casos

| | N | % |
|-----------------------|----|-------|
| Casos Válido | 50 | 100,0 |
| Excluido ^a | 0 | ,0 |
| Total | 50 | 100,0 |

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

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,862 | 10 |

Escala: ANALISIS DE CONFIABILIDAD CALIDAD DE SERVICIO

Resumen de procesamiento de casos

| | N | % |
|-----------------------|----|-------|
| Casos Válido | 50 | 100,0 |
| Excluido ^a | 0 | ,0 |
| Total | 50 | 100,0 |

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

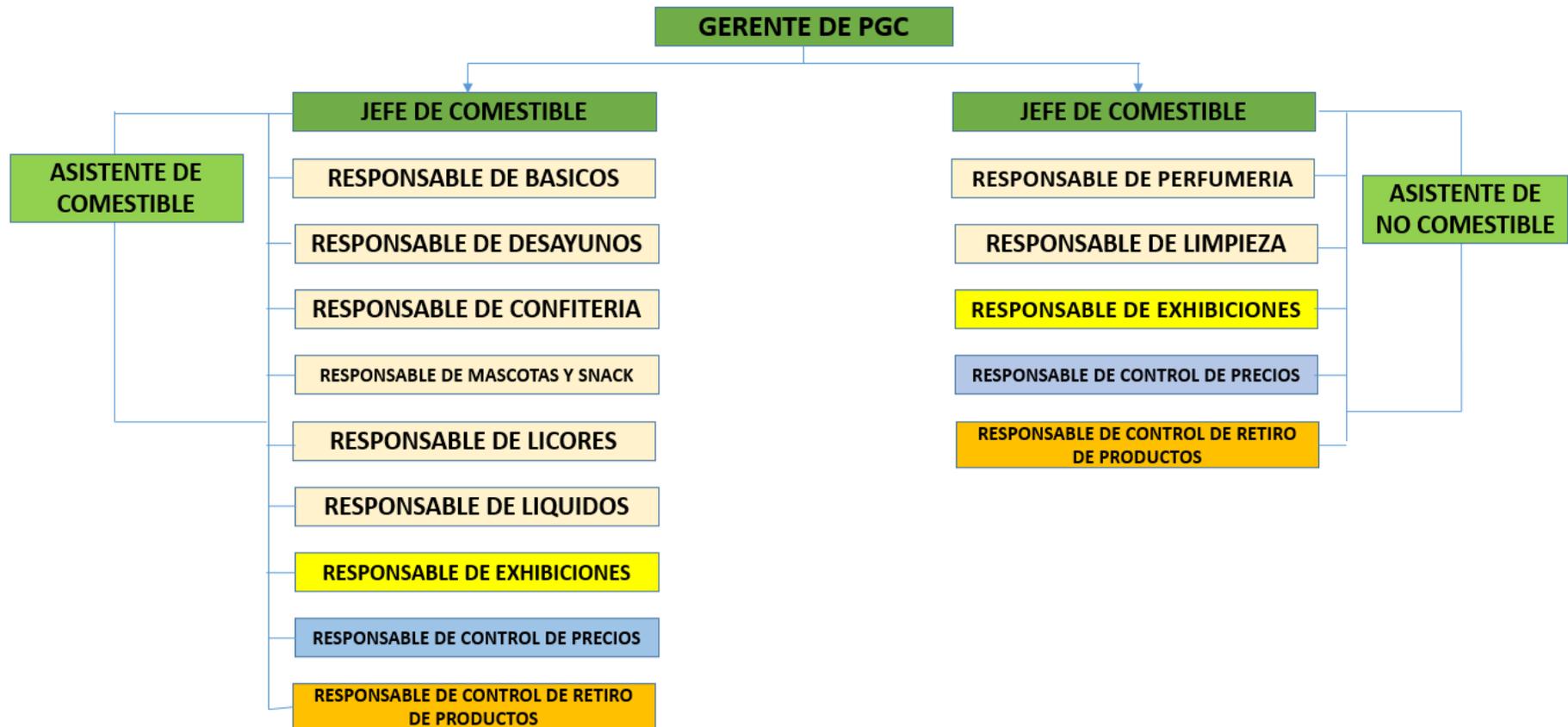
Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,870 | 9 |

Anexo N° 06: Organigrama de PRODUCTOS DE GRAN CONSUMO



ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Anexo Nº 07: Organigrama DE TIENDA

