



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

La gestión del talento humano y su influencia en la calidad de atención al cliente en la empresa Freviuno Cia. Ltda., Ambato

Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciatura en Administración de Empresas

Autor:

Luna Calderón Johnny Gustavo

Tutor:

Mgs. Rosalina Balanzategui


Riobamba, Ecuador. 2023

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, **JOHNNY GUSTAVO LUNA CALDERÓN**, con cédula de ciudadanía **1804964888** autor del trabajo de investigación titulado: **LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA FREVIUNO CIA. LTDA.**, AMBATO, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 20 de junio de 2023



Johnny Gustavo Luna Calderón
C.I: 1804964888

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, **Mgs. ROSALINA BALANZATEGUI** catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias **Políticas y Administrativas**, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: **LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA FREVIUNO CIA. LTDA.**, AMBATO, bajo la autoría de Johnny Gustavo Luna Calderón; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 20 días del mes de marzo de 2023



Mgs. Rosalina Balanzategui

C.I: 060203000-9

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación **LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA FREVIUNO CIA. LTDA., AMBATO**, presentado por Johnny Gustavo Luna Calderón, con cédula de identidad número **1804964888** bajo la tutoría de Mgs. **ROSALINA BALANZATEGUI**; certificamos que recomendamos la **APROBACIÓN** de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a los 23 días del mes de noviembre de 2023.

Alexander Vinueza, PhD.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Wilson Saltos, PhD.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Cecilia Mendoza, Mgs.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



CERTIFICADO ANTIPLAGIO



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-02.20
VERSIÓN 02: 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **LUNA CALDERÓN JOHNNY GUSTAVO** con CC: **1804964888**, estudiante de la Carrera **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, Facultad de **Ciencias Políticas y Administrativas**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado “**la gestión del talento humano y su influencia en la calidad de atención al cliente en la empresa Freviuno Cía. Ltda., Ambato**”, cumple con el **8 %**, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 19 de abril de 2023.



DESARROLLO DE SISTEMAS SCS
ROSALINA IVONNE
BALANZATEGUI GARCIA

Mgs. Rosalina Balanzátegui
TUTORA

DEDICATORIA

Con gran orgullo y alegría te dedico esta tesis, el resultado de años de dedicación, perseverancia y esfuerzo. Es un logro que no habría sido posible sin el apoyo constante de quienes me aman y me han guiado en este camino.

Aunque mis dos padres ya no estén físicamente conmigo, su legado de amor, determinación y sacrificio ha sido una fuente constante de inspiración. Siempre estarán presentes en mi corazón y en cada logro que alcance en la vida.

A ti, mi querida madre, te agradezco por tu constante cuidado, tu paciencia y tus palabras de aliento en los momentos más difíciles. Has sido mi roca y mi apoyo incondicional, y no puedo expresar con palabras lo agradecido que estoy por todo lo que has hecho por mí.

Esta tesis es un tributo a ellos y a ti, quienes han sido mi fuerza motriz y me han guiado hacia el éxito. Espero que este logro les haga sentir orgullosos y honrados por haber sido parte de mi vida y mi formación.

Johnny Luna.

AGRADECIMIENTO

Me gustaría aprovechar esta oportunidad para expresar mi más profundo agradecimiento a todas las personas que me han apoyado en el camino hacia la realización de esta tesis.

En primer lugar, quisiera agradecer a mi tutora de tesis, Mgs. Rosalina Balanzategui, por su dedicación y su paciencia en guiarme a lo largo del proceso de investigación y escritura. Sus comentarios y sugerencias han sido invaluable para llevar esta tesis a su realización final.

También quisiera agradecer a todos los profesores y compañeros de estudio que me han brindado su ayuda, consejos y apoyo durante todo este tiempo. Han sido una gran fuente de motivación y me han impulsado a dar lo mejor de mí.

No puedo dejar de mencionar a mi familia y amigos, quienes han sido un apoyo constante en mi vida. Su amor, paciencia y comprensión me han ayudado a superar los desafíos que se presentaron en el camino.

Por último, pero no menos importante, quiero dedicar un agradecimiento especial a mis padres fallecidos, cuyo amor y apoyo continúan guiando mis pasos a lo largo de mi vida. Siempre estarán presentes en mi corazón y en cada logro que alcance.

A todos y cada uno de ustedes, mi más sincero agradecimiento. Sin su ayuda, este logro no habría sido posible.

Johnny Luna

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

RESUMEN

ABSTRACT

1.	CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	15
1.1	Introducción.....	15
1.2.	Problema.....	15
1.3.	Planteamiento del problema	16
1.4.	Formulación del problema.....	16
1.5.	Objetivos.....	16
1.5.1.	Objetivo general	16
1.5.2.	Objetivos específicos.....	16
1.6.	Justificación.....	17
2.	CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	18
2.1.	Antecedentes.....	18
2.2.	Fundamentación teórica.....	23
2.1.	Gestión de Talento Humano	23
2.2.	Proceso de la Gestión de talento humano.....	24

2.3.	Dimensiones de la gestión del talento humano	25
2.4.	Importancia de la gestión del talento humano	25
2.5.	Gestión del Talento Humano por competencias.....	25
2.6.	Atención al cliente	26
2.7.	La cadena del servicio al cliente.....	27
2.7.1.	Calidad del servicio interno	27
2.7.2.	Satisfacción del personal	27
2.7.3.	Lealtad del personal	27
2.7.4.	Valor del servicio externo.....	28
2.7.5.	Satisfacción del cliente	29
3.	CAPÍTULO III: METODOLOGIA	30
3.1.	Método.....	30
3.1.1.	Método hipotético-deductivo.....	30
3.2.	Tipo de Investigación	30
3.2.1.	Investigación descriptiva	30
3.2.2.	Investigación explicativa	30
3.3.	Diseño de Investigación	31
3.3.1.	Investigación no experimental.....	31
3.4.	Técnicas de recolección de datos.....	31
3.5.	Población y muestra	31
3.5.1.	Población	31
3.5.2.	Muestra.....	31
3.6.	Análisis y discusión de resultados	31
4.	CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	33
4.1.	Análisis de resultados	33

4.2. Discusión	79
4.3. Hipótesis	80
5. CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	82
5.1. Conclusiones.....	82
5.2. Recomendaciones	83
6. CAPÍTULO VI: PROPUESTA	84
6.1. Título de la propuesta	84
6.2. Datos informativos	84
6.3. Objetivos de la propuesta	84
6.3.1 Objetivo general	84
6.3.2. Objetivos específicos.....	84
6.4. Justificación de la propuesta.....	84
6.5. Descripción de la propuesta.....	85
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	98
ANEXOS	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estándares legales nacionales	33
Tabla 2. Capacitación sobre puestos de trabajo	34
Tabla 3. Estabilidad laboral	35
Tabla 4. Evaluación del desempeño	36
Tabla 5. Política de estímulos	37
Tabla 6. Capacitación en atención clientes	39
Tabla 7. Solución de problemas	40
Tabla 8. Instrumentos de recolección de información	41
Tabla 9. Satisfacción de clientes	42
Tabla 10. Calidad de atención	43
Tabla 11. Disposición del colaborador	44
Tabla 12. Servicio de atención	46
Tabla 13. Tiempo de espera	47
Tabla 14. Momento de visita	48
Tabla 15. Atención al cliente	50
Tabla 16. Conocimiento del producto	52
Tabla 17. Alternativas de solución	53
Tabla 18. Información clara y precisa	54
Tabla 19. Producto	56
Tabla 20. Agilidad de trabajo	58
Tabla 21. Atención cordial y amable	59
Tabla 22. Ambiente agradable	61
Tabla 23. Capacidad de respuesta	63
Tabla 24. Manejo de información	64
Tabla 25. Uniformes de presentación	66
Tabla 26. Evaluación del trato	68
Tabla 27. Asesoría del colaborador	70
Tabla 28. Instalaciones físicas	72
Tabla 29. Espacios adecuados	74
Tabla 30. Señalización de puntos de venta	76
Tabla 31. Distribución de productos	78
Tabla 32. Cronograma	96

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estándares legales nacionales	33
Figura 2. Capacitación sobre puestos de trabajo	34
Figura 3. Estabilidad laboral.....	35
Figura 4. Evaluación del desempeño.....	36
Figura 5. Política de estímulos	37
Figura 6. Capacitación en atención clientes	39
Figura 7. Solución de problemas	40
Figura 8. Instrumentos de recolección de la información	41
Figura 9. Satisfacción de clientes	42
Figura 10. Calidad de atención.....	43
Figura 11. Disposición del colaborador	44
Figura 12. Servicio de atención	46
Figura 13. Tiempo de espera	47
Figura 14. Momento de visita.....	48
Figura 15. Atención al cliente	50
Figura 16. Conocimiento del producto.....	52
Figura 17. Alternativas de solución.....	53
Figura 18. Información clara y precisa.....	54
Figura 19. Producto	56
Figura 20. Agilidad de trabajo.....	58
Figura 21. Atención cordial y amable	59
Figura 22. Ambiente agradable	61
Figura 23. Capacidad de respuesta	63
Figura 24. Manejo de información	64
Figura 25. Uniformes de presentación	66
Figura 26. Evaluación del trato	68
Figura 27. Asesoría del colaborador.....	70
Figura 28. Instalaciones físicas.....	72
Figura 29. Espacios adecuados.....	74
Figura 30. Señalización de puntos de venta	76
Figura 31. Distribución de productos	78

RESUMEN

La investigación plantea como objetivo determinar la gestión del talento humano y su influencia en la calidad de atención al cliente en la empresa Freviuno Cía. Ltda., Ambato, buscando que los procesos de selección, contratación, inducción y capacitación se realicen de manera adecuada en la empresa, de esta forma garantizar la estabilidad laboral y un servicio al cliente óptimo. En relación con la metodología, se utilizó el método hipotético-deductivo, con el tipo de investigación descriptiva, con un diseño de investigación no experimental; como técnicas de recolección de datos se empleó la encuesta y el modelo de Servqual dirigido a colaboradores y clientes respectivamente. Los resultados o hallazgos que se encontró en los datos proporcionados por los involucrados se manifiestan que los procesos que se realizan para contratar nuevos empleados no se cumplen a cabalidad, no existe una evaluación del desempeño, por ende no se planifica una programa de capacitación, por consiguiente la atención al cliente, la solución de problemas, el conocimientos de los productos adolecen de muchas falencias con el ambiente o clima entre colaboradores y clientes, el tiempo de atención, entre otros. Las conclusiones a las cuales se llega establecen que la gestión del talento humano no realiza adecuadamente la selección, contratación, inducción y capacitación a los nuevos empleados, por lo que la atención a los clientes no es buena; que se puede realizar una mejora en estos procesos en la empresa mediante la elaboración de un modelo de gestión que mejore la calidad de atención a los clientes y usuarios.

Palabras clave: Atención al cliente, contratación, inducción, modelo de gestión, selección, valor agregado.

ABSTRACT

The objective of the research is to determine the management of human talent and its influence on the quality of customer service in the company *Freviuno Cía. Ltda.*, Ambato, so that the selection, hiring, induction and training processes can be carried out properly in the company, in this way it guarantees job stability and optimal customer service. In relation to the methodology, the hypothetical-deductive method was used, with a research of descriptive type, with a non-experimental research design; As data collection techniques, the survey and the Servqual model aimed to collaborators and clients, respectively, were used. The results found in the data provided by the involved actors show that the processes that are carried out in order to hire new employees, are not fully accomplished. There is no performance evaluation, therefore a training program is not planned, consequently, customer service, problem solving, product knowledge parameters have many shortcomings as well as with the atmosphere between collaborators and clients, service time, among others. The conclusions reached establish that the management of human talent does not adequately carry out the selection, hiring, induction and training of new employees, so customer service is not good. An improvement can be made in these processes in the company through the elaboration of a management model that improves the quality of attention to clients and users.

Keywords: Customer service, hiring, induction, management model, selection, added value.



WASHINGTON GEOVANNY
ARMAS PESANTEZ

Reviewed by: Armas Geovanny, Mgs.
Linguistic Competences Professor

CAPITULO I: INTRODUCCION

1.1 Introducción

La gestión del talento humano es lo que impulsa el desarrollo de las empresas y los recursos humanos, ejecuta un rol transcendental a través del departamento de talento humano responsable principalmente de impulsar, fortalecer y potenciar las cualidades profesionales de los empleados cuyo propósito principal es que la organización logre el éxito, en ese contexto la calidad de atención a los clientes es esencial en la vida empresarial de las organizaciones ya que éstos buscan sentirse bien tratados ya que sin clientes una empresa deja de existir.

La empresa Freviuno Cia. Ltda., en la actualidad no cuenta con un plan de capacitación, formación y mejora de las competencias de los empleados que busque optimizar las capacidades y/o trato con el cliente, lo que ha provocado pérdida de clientes e insatisfacción con el servicio, por ejemplo, clientes que no vuelven a consumir en la empresa. Por tanto, la estructura del perfil de investigación fue abordada mediante el problema identificado.

Con la finalidad de analizar la gestión del talento humano y como incide o influye en la calidad de atención que ofrecen los trabajadores de la empresa Freviuno Cia. Ltda., se realizará el presente trabajo de investigación, debido a que el sostenimiento económico de la empresa se da gracias a los clientes quienes consumen los productos y/o servicios ofertados, y si no reciben buena atención opta por consumir en la competencia que también mantiene procesos de mejora continua, por lo mismo se vuelven cada vez más exigentes ante la gama de oferta en el sector, y aspiran a que la calidad en la atención sea la mejor, por tanto, la metodología utilizada para el desarrollo de la investigación es de tipo cuantitativa, no experimental y transversal de campo, que permitirá cumplir con los objetivos planteados.

1.2. Problema

La gestión del talento humano en las empresas ferreteras en el país, se ha convertido en un área sensible a la forma de pensar que se tiene en estas organizaciones, depende de este que se refleja en la calidad de atención al cliente, y por consiguiente la rentabilidad que se espera. Se conoce que el talento humano es circunstancial y dinámico, mucho tiene que ver con la cultura organizacional, sin embargo, las empresas de ferretera tienen las mismas características que cualquier otras en cuanto a la gestión de personas. La estructura organizacional se adapta a las características del contexto ambiental, el tipo de negocio, la tecnología, los procesos internos, pero sobre todo su enfoque al talento humano que deben dar la máxima seguridad a los usuarios o clientes, al considerar que el indicador más importante en empresas con altos riesgos en relación con la integridad y la vida.

Entonces, la gestión del talento humano basa su accionar en aspectos fundamentales: son seres humanos que tienen sapiencia, destrezas técnicas y capacidades para realizar la gestión de los recursos organizacionales; siendo el activo más importante de la empresa ferretera Freviuno Cia. Ltda., al considerar que el personal está en contacto directo con usuarios y clientes, desde el personal de ventas hasta los obreros y profesionales de la construcción que son activadores profundos de los recursos organizacionales, son fuentes de propulsión propio para dinamizar la empresa, no son agentes pasivos y paralizados; se convierten en socios, pues invierten esfuerzo, ofrecimiento, responsabilidad, compromiso, riesgos, alegrías, vida, entre otros. Se puede decir que cualquier inversión es justificada cuando trae consigo un retorno razonable.

1.3. Planteamiento del problema

El problema de la empresa Freviuno Cia. Ltda., es el no contar con un plan de capacitación, formación y mejora continua de atención al cliente y valor agregado como parte de las competencias que todo empleado o trabajador debe poseer para su eficiente relación con los clientes. Esto ha provocado una mínima fidelización de los clientes, insatisfacción en el cumplimiento de las necesidades del usuario, lo que se ha visto reflejado en la baja de las ventas y por consiguiente la repercusión en la rentabilidad de la empresa, a sabiendas que el cliente es el motor que gira la empresa en la comercialización de los diferentes insumos tanto de la construcción y ferretería en general.

1.4. Formulación del problema

¿La gestión del talento humano influye en la calidad de atención al cliente en la empresa Freviuno Cía. Ltda. Ambato?

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Determinar la gestión del talento humano y su influencia en la calidad de atención al cliente en la empresa Freviuno Cía. Ltda., Ambato.

1.5.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar la gestión del talento humano y la calidad de atención al cliente en la empresa Freviuno Cía. Ltda., Ambato.
- Identificar oportunidades de mejora de la gestión del talento humano en la calidad de atención al cliente.
- Elaborar un plan de la gestión del talento humano para mejorar la calidad de atención al cliente.

1.6. Justificación

Con la finalidad de analizar la gestión del talento humano como influye en la calidad de atención que ofrecen los trabajadores de la empresa Freviuno Cía. Ltda., se realizó la presente investigación, al considerar que el sostenimiento económico de la empresa se da gracias a los clientes, quienes adquieren los productos y/o servicios ofertados, al no recibir una calidad de servicio, se produce una falta de fidelización hacia la empresa, acuden a la competencia, por lo que las exigencias de un buen servicio y valor agregado se vuelve imperante, para aumentar la comercialización y la rentabilidad correspondiente.

La investigación sobre la gestión del talento humano y la calidad de atención al cliente tiene una importancia significativa, al considerar al personal que trabaja en la empresa como el socio aliado para mantener los procesos de comercialización y fidelización de los clientes en los niveles óptimos que eviten la deserción, por lo que, los empleados y trabajadores tendrán un modelo de gestión que les permita actuar con eficiencia y eficacia en sus actividades diarias que realizan.

Por otro lado, la investigación pretende crear una cultura organizacional en la empresa Freviuno Cía. Ltda., a través del cumplimiento de todos los procesos administrativos que lleva a cabo, como la comercialización, atención al público, valor agregado, rentabilidad, entre otros.

Estos procesos adecuadamente ejecutados por directivos y empleados garantizan y posesionaran a la empresa como una de las mejores de la ciudad, sin temor a la competencia.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

En la investigación sobre la atención al cliente y su incidencia en el fortalecimiento institucional de la asociación pesca milagrosa de la ciudad del puyo periodo 2017-2018, se plantea como objetivo el determinar la influencia que ejerce la actividad de atender al cliente dentro del proceso de fortalecer la institucionalización empresarial. La metodología utilizada se basó en el estudio de campo de observación, encuestas para clientes externos, mientras que para los internos se usó una guía de entrevistas. Los resultados evidencian que en lo concerniente con atención a los clientes en de la empresa, es el punto más débil que presenta falencias con la consecuente dificultad de institucionalizar y lograr la fidelidad por parte de los consumidores. Se concluye que esta investigación va a ayudar a mejorar la relación consumidor-empresa, de tal forma que se establezca un desarrollo eficiente con la finalidad de alcanzar una estabilidad laboral (Casco Miranda, 2020).

La investigación sobre la Gestión de la calidad y la satisfacción del cliente en la empresa Cerámicas y Mega Akabados el Descuento, se platea como objetivo analizar la gestión de calidad y la complacencia de las demandas de sus consumidores, además, conocer de qué forma se relacionan con las actividades de servicios y productos adquiridos por la compañía. Dentro de la metodología se utilizó un diseño cualitativo y cuantitativo no experimental, investigaciones de campo y documentales en lo concerniente a la conceptualización de los principales factores que tienen que ver con calidad y la actividad a satisfacer del cliente y uso de encuestas. Se obtuvo los siguientes resultados: el 26% de clientes no conocen como la empresa controla sus labores, el 18% nunca ha escuchado temas relacionados con la organización de la empresa, el 21% responde respecto a la calidad, afirman que es baja, aunque raramente son garantizados y confiables. En cuanto a los colaboradores el 56% desconocen misión y visión empresarial, el 12% no han recibido capacitación en atención al cliente y en cuestiones de calidad. Se concluye que la planeación de estrategias de mejoramiento que involucren a los trabajadores en búsqueda de cubrir las necesidades de los clientes es muy necesaria (Noboa Silva, “Gestión de la calidad y la satisfacción del cliente en la Empresa Cerámicas y Mega Akabados el Descuento”, 2021).

En el trabajo de investigación sobre la gestión administrativa y la calidad del servicio al cliente en el hotel el Molino periodo 2018, formula como objetivo analizar las relaciones que hay entre las dos variables existentes dentro del mismo título de la obra investigativa. La metodología basada en mediciones a la calidad de servicio al consumidor se realizó a través del Modelo Servqual, el cual se encarga de establecer expectativas y percepciones de los huéspedes mientras permanecen en las instalaciones de la empresa hotelera; mediante encuestas y entrevistas a poblaciones externas e internas se recopiló información en el desarrollo de este proyecto; en donde los resultados obtenidos dan a conocer el alto nivel de conocimiento de la importancia de la gestión administrativa en las empresas. De esta forma

se concluye para que exista un eficiente cumplimiento laboral, satisfacción de las demandas de los clientes y su fidelidad es necesaria una correcta realización de procesos administrativos (Espinoza Fernández, 2019).

Se plantea como objetivo es comprobar el grado de influencia de la gestión del talento humano y el desempeño laboral en la cooperativa de ahorro y crédito Vicentina “Manuel Esteban Godoy Ortega” Ltda., agencia Latacunga. La metodología es de tipo descriptivo, explicativa, propositiva, de campo y bibliográfica, no experimental y de enfoque cuantitativo y cualitativo. Los resultados muestran la injerencia primordial que tiene la gestión de talento humano sobre la eficiencia de funciones de los colaboradores de la empresa sujeta a estudio. Se concluye que existe una necesidad por cubrir la cual es establecer cada determinado tiempo capacitaciones que se enfoquen en corregir los errores, con el fin de que el personal existente pueda potenciar sus habilidades (Mejía Andino, 2022).

En la investigación sobre la Gestión de Talento Humano y el Desarrollo Organizacional en el GAD Municipal del Cantón Penipe, el objetivo es determinar la gestión de talento humano y el progreso como organización presente en esta empresa pública. El método empleado es el hipotético deductivo, por medio de enfoque investigativo documental y descriptivo, diseño no experimental y la población estudiada consta de 99 empleados públicos pertenecientes a la municipalidad sujeta a estudio, a quienes se aplicó cuestionario de encuestas, con la información recolectada se pudo rechazar la hipótesis nula y se dio por aceptada la hipótesis alternativa. Se determina la existencia de ciertos factores internos del cabildo que afectan negativamente a las labores de talento humano (Guerrón Morán, 2022).

En el trabajo sobre la gestión del talento humano de la estación de servicio Oriental y su incidencia en la atención al cliente durante el período 2013, plantea como objetivo determinar la complacencia por parte de los clientes de la empresa investigada por medio de las gestiones de talento humano. La metodología empleada se basa en un estudio documental y de campo, aplicación de encuesta a los colaboradores y clientes de la gasolinera en donde se midió el nivel de satisfacción de ambas partes. Los resultados identificaron la perspectiva de los consumidores, de igual manera se estableció las percepciones al momento de ser tendidos, posteriormente se evidencian las brechas entre ambos postulados para poder encontrar si es que las personas se encuentran satisfechas o no. Se concluye que la empresa cumple con las expectativas de quienes que acuden a ser atendidas (Cazorla Silva, 2017),

El trabajo de investigación sobre la Gestión del Talento Humano y su incidencia en la calidad del servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda., presenta como objetivo determinar el grado de injerencia que tienen los factores relacionados con las gestiones de personal sobre las labores de atender a los depositantes de dicha entidad bancaria local. La metodología se basó en estudios de campo, bibliográfico-documental, investigación descriptiva, re recolecto información de los socios de la cooperativa que son alrededor de 19956 y de igual manera de los empleados que son 26, por medio de encuestas

y entrevistas. El resultado obtenido demuestra que del total de entrevistados el 62% califican de buena la labor de la institución, 38% opina que es regular. El 84% califica que la calidad en cuanto al servicio es buena y el 16% considera que la atención no es mala. Se concluye que el nivel de servicios dentro de la empresa es bueno, sin embargo, con ciertos ajustes puede llegar a ser muy buena (Pérez Pintado, 2014).

El informe de investigación sobre la gestión del talento humano y la calidad de servicio en la empresa Plastifull” busca identificar la injerencia de las gestiones de talento humano sobre el servicio que ofrece dicha empresa. La metodología utilizada es una investigación de enfoque cuantitativo y cualitativo, de nivel descriptivo, de campo y no experimental. La población está conformada por 9 colaboradores y 50 consumidores de la empresa, la encuesta es un instrumento de recolección de datos. Se evidenció la carencia de un modelo de gestión de talento humano dentro de la empresa. Se concluyó que la calidad del servicio percibida por los clientes de Plastifull, es positiva (Chicaiza Espinoza, 2022).

En el artículo científico sobre la gestión del talento humano en organizaciones educativas se plantea como objetivo evaluar por qué las organizaciones son lentas en asumir cambios y desarrollar gestión. En la metodología se utilizó la descriptiva, de campo, como proyecto factible, con un enfoque cuantitativo, no experimental, transeccional. Se trabajó con 431 docentes, 40 directivos, a los cuales se aplicó la encuesta. Se evidenció necesidades en las diferentes dimensiones, gestión del talento humano, trabajo corporativo. Como conclusiones se determinan que el proceso administrativo de inserción del componente humano, en relación con las competencias individuales y los objetivos de la organización, no se realiza de manera adecuada, por lo que se justifica el diseño de un modelo (Majad Rondón, 2016).

En el artículo científico sobre gestión del talento humano: Análisis desde el enfoque estratégico, se plantea como objetivo analizar la gestión del talento humano desde el enfoque estratégico minero de Venezuela, Colombia y Chile. La metodología fue con enfoque cuantitativo, tipo descriptivo y diseño no experimental transversal. Se utilizó un cuestionario con 9 ítems a los 55 gerentes. Los resultados demuestran que existen diferencias significativas moderadamente óptimas, predomina la estrategia organizacional, luego los rasgos y tendencia actual, con debilidades en el modelo funcional. Se concluye que en el sector minero de los países analizados dan prioridad a la estrategia organizacional, se determina el indicador de socialización de las actividades laborales (Ramírez y otros, 2019).

En el artículo científico gestión del talento humano como factor de mejoramiento de la gestión pública y desempeño laboral formuló como propósito el determinar la incidencia de la gestión del talento humano en el mejoramiento de la gestión pública y desempeño laboral de los trabajadores de la Administración central del Ministerio de Salud de Perú durante el año 2018. En la metodología se utilizó el método hipotético-deductivo, con un diseño experimental, transversal. Los resultados indican que ante un coeficiente R² de Nagelkerke de 44,4% y 28,4%, es adecuada la gestión, esto incide en el mejoramiento de la gestión

pública y el desempeño laboral de los colaboradores del Ministerio en mención. La conclusión determina que una buena gestión del talento humano permite mejorar ostensiblemente el desempeño de los trabajadores (Jara Martínez y otros, 2018).

En el artículo científico sobre la gestión del talento humano y su influencia en la productividad de la organización, tiene por objeto analizar la importancia de gestionar el talento humano y como se refleja en la productividad de la empresa a través de un análisis coherente, ordenado, crítico y propositivo. La metodología es de carácter bibliográfica, descriptiva, cualitativa y correlacional. Los resultados muestran temas en relación con la gestión del talento humano y la productividad, el factor humano como elemento clave, factores que merman la productividad, gestión de conflictos, ambiente laboral, el capital intelectual, trabajo de los stakeholders como repercusiones la productividad empresarial. Se concluye señalando que el talento humano depende de la gestión como un elemento interno que incide en la productividad organizacional (Díaz & Quintana, 2021).

La investigación sobre la calidad en el servicio como ventaja competitiva tiene como objeto analizar la relación existente entre calidad en el servicio y la ventaja competitiva, para empresas de gran significado en el mercado. La metodología es con enfoque cualitativo que busca que las empresas demuestren su capacidad para captar y fidelizar a los clientes. Se concluye que la calidad de servicio y la ventaja competitiva para las organizaciones (Arellano- Díaz).

En el artículo científico sobre la gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios- Ecuador, se plantea como objetivo analizar artículos científicos sobre la gestión de calidad, su relación con el servicio al cliente y detallar los efectos positivos en las empresas que implementan estas variables como factores de competitividad. La metodología tiene un enfoque cualitativo, exploratoria, de modalidad documental-bibliográfica. Los resultados determinan en forma clara y precisa como se puede conceptualizar la gestión de calidad desde diferentes ópticas de autores, que lo consideran como un proceso, un sistema, una estrategia, una necesidad. Las conclusiones a las que se llega que luego de la sistematización sobre la gestión de calidad se establece que se ha convertido en un instrumento primordial para las empresas de servicio, para sobrellevar dificultades externas e internas para lograr la satisfacción de la demanda de los clientes, y así lograr el mantenimiento en el mercado de los negocios, para crear una filosofía de servicio (Zavala & Vélez, 2020).

La investigación sobre la calidad del servicio y satisfacción del cliente: Binomio clave en agencias de viajes en el Ecuador, se formuló el objetivo de analizar las diversas oportunidades que tienen las agencias de viajes locales con el fin de resaltar la interacción directa que tiene el turista con este tipo de organización. La metodología fue una revisión bibliográfica para determinar la calidad de servicio garantiza el crecimiento y desarrollo competitivo de las agencias. Las conclusiones señalan que las agencias de viajes son el factor

principal que adquieren el producto turístico, por lo que debe brindar una excelente atención al cliente, lo que dará seguridad y gusto a los turistas que adquieren los paquetes (Rogel Villacis, 2018).

2.2. Fundamentación teórica

6.1. Gestión de Talento Humano

Según Chiavenato (2002), afirma que la gestión del talento humano hace referencia al conjunto de políticas y prácticas que son necesarias para estar al frente de cargos gerenciales con personas o recursos, a través de aplicar los procesos de reclutamiento, selección, capacitación, recompensas y evaluación del desempeño

En base a lo anterior, el conocimiento de los conceptos de las variables sujetas a estudio es de importancia a tal grado que varios autores aportan sobre la gestión de talento humano como un elemento trascendental para que una empresa crezca y se desarrolle, esto va a permitir que los implicados o colaboradores de la empresa sean más eficientes y eficaces en el desempeño de sus funciones de tal forma que se ajusten y dirijan al cumplimiento de los objetivos organizacionales (Chiavenato I. , Gestion del Talento Humano, 2015).

Así, dentro de la gestión de talento humano se encuentran ciertas normas y practicas establecidas por la empresa para un mejor manejo relacionados con el personal, empezando desde el proceso de reclutamiento, capacitación, evaluación y el debido seguimiento, todo esto enmarcado en el buen trato y la ética impartidos a los colaboradores de la institución (Mambo, 2017).

Por otro lado, la gestión de talento humano posee la característica de ser un proceso sistemático que permite el fortalecimiento, desarrollo e implementación de una estrategia de acción la cual debe cumplir el objetivo de mejorar las habilidades y capacidades de los colaboradores de una empresa, de igual forma ayuda a potencializar la dirección de la organización mediante el uso de estrategias, las mismas que son aplicadas al inicio del proceso de selección de personal; posteriormente se asigna los instrumentos tecnológicos necesarios para el correcto desempeño de sus funciones una vez más establecidas por la institución contratista (Van, 2016).

Desde otro aspecto, se considera a la gestión de talento humano como un proceso que está compuesto por una diversidad de actividades orientas a la meta de conservar, desarrollar y organizar a los colaboradores dentro de la empresa (Meyer & Kruger, 2018). De igual manera destaca una gama de decisiones a tomar en búsqueda de la eficiencia y eficacia laboral por parte del personal de la institución (Adamsen & Swailes, 2019).

Así mismo, la gestión de talento humano es de gran importancia ya que asegura la creación de un ambiente laboral saludable, de esta forma se da paso a un entorno motivante para los colaboradores, lo que a su vez los compromete hacia la empresa y al desarrollo de la productividad; esta actividad provee información sobre las necesidades de los empleados y

brinda soluciones como capacitaciones a los miembros de la institución, siempre en el marco del bienestar íntegro y el crecimiento personal y constante (Buckley, 2017).

De igual manera una de las funciones principales de la gestión de talento humano es el generar oportunidades para que los empleados sean capaces de desarrollar su potencial, para que éstos se alineen con los objetivos empresariales, sin descuidar las metas personales y muy valaderas de cada colaborador (Masa'deh, 2018).

Se puede indicar finalmente que la gestión del talento humano depende de varios factores como la cultura de la organización, estructura, características del contexto ambiental, el negocio de la empresa, la tecnología y los procesos que se utilizan (Dolan y otros, 2003). Se debe considerar, que en cualquier escenario la gestión del talento humano lo conforma las personas y las organizaciones, lo esencial es la forma como se trata a las personas, sean socios o como recursos. La administración del talento humano debe optimizar las habilidades, destrezas y capacidades de los individuos, su participación, creatividad y la mejora continua.

6.2. Proceso de la Gestión de talento humano

Chiavenato (2007), citado por Espinoza & Montalvo (2021)., plantea 6 procesos:

- **Procesos para Integrar Personas**, se presenta cuando ingresa personal nuevo a la empresa, aquí entran el reclutamiento y selección de personal.
- **Procesos para Organizar a las Personas**, se estipulan las funciones a desempeñar una vez dentro de la empresa. Se incluyen el diseño organizacional y de puestos con su respectivo análisis, descripción; distribución de personal y evaluación del desempeño.
- **Procesos para Recompensar a las Personas**, pertenece a un sistema de incentivos dirigido hacia los colaboradores para el cumplimiento de sus metas personales, son de tipo económicos, tangibles, bienes o servicios sociales.
- **Procesos para Desarrollar a las Personas**, comprende procesos de capacitación y desarrollo permanente a los miembros del personal de forma personal o profesional. Está constituido por la formación, competencias, oportunidades de línea de carrera, de igual forma sobre cambios dentro de la empresa.
- **Procesos para Retener a las Personas**, consiste en la creación de un ambiente laboral saludable que a su vez brinde una buena salud psicológica del personal y de esta forma pueda desempeñarse óptimamente.
- **Procesos para Auditar a las Personas**, mediante seguimiento y control de actividades realizadas por el personal se pueden verificar los resultados. Almacenamiento de datos y sistemas gestores de información contribuyen en este paso (Espinoza & Montalvo, 2021).

6.3. Dimensiones de la gestión del talento humano

Chiavenato (2020), establece 3 dimensiones relacionados a la gestión de talento humano:

- **Selección de personal**, es un pilar fundamental para escoger a la persona que ha de encargarse de cumplir con determinadas responsabilidades dentro de la empresa, cumple con las funciones de filtrar y seleccionar a la persona con más idoneidad en el desempeño de las actividades a cumplir en un puesto de trabajo. Se asegura de contar con el personal adecuado en el cumplimiento de metas y objetivos.

En este mismo aspecto se debe resaltar que toda institución debe contar con colaboradores que posean talento, de esta forma se asegura llegar a adquirir una competitividad empresarial y para poder realizar este proceso eficientemente son necesarias estrategias de reclutamiento minuciosas (Cuestas, 2018).

- **Capacitación del personal**, hace referencia a la preparación que la empresa dirige a las personas que van a ingresar a la misma, dicha capacitación se la imparte de una manera organizada y sistemática, para así asegurar que el personal que ingrese cuente con el conocimiento, habilidades y competencias necesarias en la realización de las actividades asignadas en un cargo específico, siempre en la búsqueda de ofrecer un servicio de calidad (Chiavenato I. , 2020).
- **Evaluación del personal**, aquí se evalúa las actitudes y actividades que efectúa el personal de la empresa y se lo realiza de forma individual, posterior a un análisis se determina si se cumplen las metas propuestas, de igual manera se llega al conocimiento de los resultados y si estos van acordes con las proyecciones de la institución; identifica el nivel de destrezas y de qué manera aportan con la compañía (Chiavenato I. , 2020).

De igual forma este proceso dinámico da acceso al conocimiento de la problemática que se presenta en el correcto desempeño laboral de los funcionarios de la empresa, las cuales pueden ser desmotivación, falta de inducción o capacitación, escases de compromiso. Su conocimiento da pie para buscar posibles soluciones (Luna, 2017).

6.4. Importancia de la gestión del talento humano

Es de suma importancia reconocer el rol que juegan los colaboradores de una empresa al momento de realizar sus actividades laborales y como estas labores ayudan al éxito empresarial; en pocas palabras mientras más capacitado se encuentre el personal, sus funciones será realizadas de forma óptima y eficiente con el consecuente cumplimiento de metas empresariales (LatynPyme, 2019).

6.5. Gestión del Talento Humano por competencias

Es un sistema que sirve para tener el pleno conocimiento de las capacidades requeridas en el cumplimiento de un rol específico dentro de la empresa, de esta forma se asegura la idoneidad de una persona en cada puesto de trabajo. Este proceso conlleva el desarrollar las destrezas del colaborador siempre y cuando éste decida permanecer en la empresa (BeeDIGITAL, 2019).

Para que un colaborador de la empresa pueda explorar todas sus habilidades en función de sus labores dentro de la empresa, obviamente depende del perfil de su puesto, así como de las políticas de la institución. Se deben tener en cuenta los siguientes parámetros (Pérez, 2014):

- **Rotación de puestos**, se lo debe realizar de manera periódica para conocer el resto de las tareas y funciones necesarias, además de conocer las habilidades requeridas.
- **Asignación a nuevos proyectos**, que ya estén en proceso
- **Asignación como asistente**, a nivel de dirección. Es una forma de permanecer en contacto con el personal de alta jerarquía y de esta forma adquirir conocimiento sobre su desempeño.
- **Grupos de entrenamiento**, en donde se van a centrar en el desarrollo de distintas competencias específicas (Pérez, 2014).

6.6. Atención al cliente

- Es impalpable
- Es pasajero, se lo percibe en breves momentos
- Es permanente cuando lo produce el ofertante del servicio
- Es un trabajo permanente entre los funcionarios de una empresa, ya que son un puente entre la satisfacción o insatisfacción del cliente para obtener los resultados íntegros y sólidos.
- La forma de medir una óptima atención es el hacer sentir satisfecho a los clientes en cuanto a sus necesidades (Casco Miranda, 2020).

En medio de todo negocio se encuentra el cliente, muchas decisiones se toman de acuerdo con el deseo de brindar un servicio de calidad y un producto de excelencia. La acción de satisfacer a sus usuarios debe ser parte integral de la estrategia empresarial, la cual a su vez debe ser medida adecuadamente (ISOTools, 2019).

La atención al cliente son todos los componentes de servicio que una empresa o institución ofrece a sus usuarios con la finalidad de que los clientes obtengan sus productos de la forma y el lugar ya establecido por ambas partes, sin dejar de lado la puntualidad (Arenal & Ladrón de Guevara, 2019).

Cuando un cliente siente que sus expectativas han sido cubiertas difunde la calidad del servicio o producto y sus bondades, ya que estos datos están basados en la experiencia de los clientes de la empresa.

Los lineamientos que debe seguir la gestión de las organizaciones orientadas a la atención a los clientes deben ser los siguientes:

- Ofrecer a los usuarios los diferentes servicios o productos de la empresa que se adapten a sus necesidades en su totalidad.
- El cliente debe palpar las actividades de la empresa.
- El mejor calificador del producto o servicio es el mismo cliente.
- La opinión de los consumidores es la más importante y se debe aceptar su feed back ya que esta información permite el mejoramiento de los servicios y productos, de esta forma es parte del desarrollo organizacional.
- La reacción temprana permite la resolución de problemas suscitados con el cliente por parte de los productos o servicios, esta acción evita que vuelvan a aparecer los mismos problemas.
- Anticipación de las posibles y potenciales necesidades del cliente (Noboa Silva, 2021).

6.7. La cadena del servicio al cliente

Está compuesta por siete procesos vinculados entre sí:

6.7.1. Calidad del servicio interno

La empresa cuenta con un sistema en el diseño y el lugar de trabajo, además selección y desarrollo de los colaboradores de la institución, también se puede encontrar incentivos, reconocimientos. Estos actos son una base fundamental de atención al cliente interno, es decir, al mismo empleado y debe ser ejecutado de una excelente forma (Ramirez, 2018).

6.7.2. Satisfacción del personal

Una empresa que cuente con un sistema de calidad interna, el ambiente laboral saludable se garantiza, ya que de esta forma los colaboradores sienten que sus expectativas han sido cumplidas, por ende, llegan a la satisfacción personal en cuanto a sus labores y el servicio de la institución para con ellos (Ramirez, 2018).

6.7.3. Lealtad del personal

Al existir satisfacción por el trabajo por parte de los clientes internos, es mucho más factible que los colaboradores permanezcan dentro de la empresa, esto es beneficioso al existir

menos rotación de personal, lo cual a su vez genera mayor productividad, de igual manera se crea un vínculo de lealtad hacia la institución (Ramirez, 2018).

6.7.4. Valor del servicio externo

Los factores ya analizados previamente hacen referencia a las labores de la empresa a puerta cerrada, si se encuentran bien cimentados son efectivos para trabajar con el cliente externo(usuario). Si la empresa está bien cimentada será capaz de ofrecer un servicio o producto de calidad y obviamente con un valor respectivo, es decir, beneficio recibido relacionados con el costo total ya sea en monetario o no (Ramirez, 2018).

6.7.5. Satisfacción del cliente

En el momento que la compañía es capaz de ofrecer un valor por sus adquisiciones, quiere decir que el sistema para cubrir e incluso exceder las necesidades del cliente es eficiente (Ramirez, 2018).

6.7.6. Lealtad del cliente

Mediante la ejecución de los pasos anteriores de una forma meticulosa, solo entonces se puede hablar de una fidelidad por parte del cliente y ese en ese momento se puede asegurar la lealtad a través de los siguientes elementos: retención o cuando permanece en la empresa, recompra o cuando este vuelve y referencias cuando se hace de boca en boca sobre la empresa se hace presente (Ramirez, 2018).

6.7.7. Diferencia entre servicio y atención al cliente

La atención hace referencia al trato especializado que se da a cada cliente; mientras que el servicio son todos los elementos correspondientes a una empresa en valor al producto por ella ofertado (Casco Miranda, 2020).

CAPÍTULO III: METODOLOGIA

3.1. Método

3.1.1. Método hipotético-deductivo

Según Valdez (2019) es un modelo que permite describir al método científico, se basa en el ciclo de la inducción-deducción para establecer y comprobar la hipótesis de estudio, se conforma de los siguientes pasos:

- **Identificación del problema, hecho o fenómeno de estudio.** - parte de la observación del objeto de estudio, en la investigación se trata de la falta de gestión del talento humano que no permite mejorar la calidad de atención al cliente de la empresa Freviuno.
- **Formulación de hipótesis.** - se da explicación del porqué del problema, cuál es su origen del problema en la empresa, de tal manera que se puede formular de la siguiente manera: La gestión de talento humanos influye significativamente en la calidad de atención al cliente en la empresa FREVIUNO.
- **Deducciones de consecuencias de la hipótesis.** - es la suposición que la hipótesis se cumpla o sea verdadera. Se puede comprobar con la aplicación de los instrumentos de recolección de la información, se aplica el método científico. Permite plantear una propuesta como alternativa de solución a la problemática identificada.
- **Contrastación o refutación de hipótesis.** - se debe comparar el resultado de la investigación con lo que se planteó en la hipótesis y en los objetivos. Se realizó el procesamiento de los datos que fueron recopilados por medio de los instrumentos aplicados, se realizó el análisis e interpretación, se debe contrastar los resultados obtenidos.

3.2. Tipo de Investigación

3.2.1. Investigación descriptiva

Este tipo de investigación permite describir los procesos de gestión del talento humano y la calidad de atención al cliente, como es su comportamiento en el contexto. Según Hernández-Sampieri y otros (2016) indican que consiste en la caracterización del problema, para establecer la estructura de su comportamiento en un determinado lugar.

3.2.2 Investigación explicativa

Esta investigación busca una explicación y determinación de los hechos o fenómenos. En el contexto se pueden aplicar estudios de tipo predictivo, se establece una relación causal entre diversas variables (Ramos Galarza, 2020). Este nivel permitirá proponer una alternativa de solución para mejorar la calidad de atención a los clientes preparando a los trabajadores de

la empresa, a través de capacitación, estímulos, es decir por medio de un modelo de gestión del talento humano.

3.3. Diseño de Investigación

3.3.1. Investigación no experimental

Para Hernández-Sampieri y otros (2016) es aquella que no permite la manipulación deliberada de las variables, no existe variación entre estas, se limita a observar el problema tal y cual se comporta en su contexto natural, para luego proceder a su análisis. En la presente investigación sobre la gestión del talento humano y atención al cliente, se analizó su comportamiento, pero sin variar su esencia de las variables.

3.4. Técnicas de recolección de datos

En la investigación para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta, con el instrumento del cuestionario estructurado por 10 preguntas abiertas que salieron de los indicadores de las variables: Gestión del talento humano y Atención al cliente, fue aplicado a los trabajadores de la empresa FREVIUNO de la ciudad de Ambato.

A clientes de la empresa se les aplicó el modelo SERVQUAL con sus cinco dimensiones, adaptadas a la realidad de la empresa, consta de 22 ítems.

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

Según Tamayo (2012) la población o universo son los todos los fenómenos, incluye unidades de análisis que integra dicho hecho que se cuantifica para un estudio integrado todos en un conjunto. La población implicada en la realización de la investigación es de 15 trabajadores y 150 clientes de la empresa FREVIUNO de la ciudad de Ambato.

3.5.2. Muestra

Según Condori (Condori, 2020), es la parte representativa de la población, con las mismas características generales. Por ser la población pequeña, manejable y confiable, se trabajó con la misma, sin ser necesario extraer muestra alguna, es decir, con 15 trabajadores y 150 clientes, un total de 165 personas.

3.6. Análisis y discusión de resultados

Después de haber recopilado los datos a través de las técnicas de recolección de información pertinentes, fue necesario realizar la tabulación y presentación de los resultados en forma de

tablas y gráficos que permitan una adecuada representación estadística de los mismos. Posteriormente, se debe procedió a la interpretación y análisis de cada uno de los ítems de la encuesta y del modelo SERVQUAL, a fin de identificar las fortalezas y oportunidades de mejora de la gestión del talento humano en la organización.

Es importante destacar que, mediante la identificación de las oportunidades de mejora de la gestión del talento humano a través del análisis de los resultados, se pudo dictar recomendaciones para la implementación de acciones y estrategias que contribuyan a mejorar la gestión del talento humano en la empresa.

CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis de resultados

Encuesta dirigida a los empleados de la empresa FREVIUNO CIA. LTDA de la ciudad de Ambato

1. ¿La selección de personal de la empresa Freviuno Cia. Ltda., se realiza bajo los estándares legales nacionales?

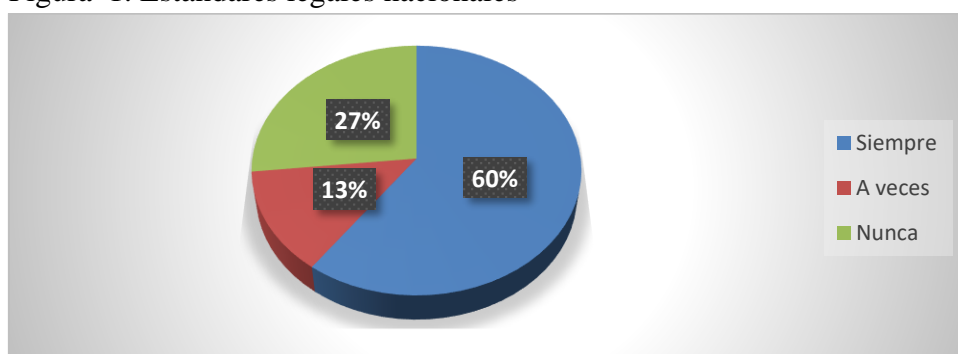
Tabla 1. Estándares legales nacionales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	9	60
A veces	2	13,3
Nunca	4	26,7
Total:	15	100

Fuente: empleados de la empresa

Elaboración propia

Figura 1. Estándares legales nacionales



Fuente: empleados de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa, el 60% de ellos indicó que siempre se realiza la selección del personal siguiendo los estándares legales nacionales. Esto sugiere que la empresa cumple con las normativas del Ministerio de Trabajo para la contratación de personal. No obstante, un grupo de trabajadores expresó lo contrario, lo que puede ser indicativo de que los procesos de selección no se comunican de manera efectiva o transparente a los candidatos, lo que podría generar especulaciones y malentendidos.

2. ¿La empresa Freviuno Cia. Ltda., una vez que selecciona al personal, les capacita adecuadamente de acuerdo con el puesto que va a cumplir?

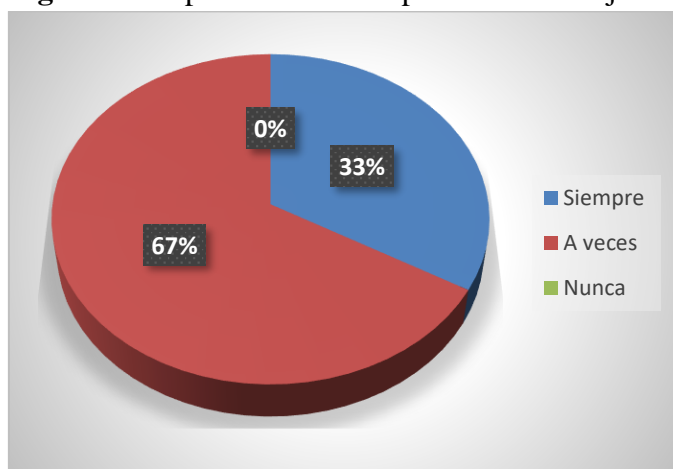
Tabla 2. Capacitación sobre puestos de trabajo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	5	33,3
A veces	10	66,7
Nunca	0	0,0
Total:	15	100

Fuente: empleados de la empresa

Elaboración propia

Figura 2. Capacitación sobre puestos de trabajo



Fuente: empleados de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

El 66% de los encuestados indicaron que solo reciben capacitación en algunas ocasiones después de ser contratados. Esto representa un número significativo de trabajadores que no reciben la capacitación necesaria para desempeñar adecuadamente sus funciones en la empresa. Esta situación puede generar desmotivación, falta de compromiso y, en última instancia, un desempeño deficiente. Por lo tanto, es importante que la empresa se enfoque en proporcionar capacitación y formación continua a sus empleados para que puedan mejorar su desempeño y contribuir de manera efectiva al logro de los objetivos empresariales

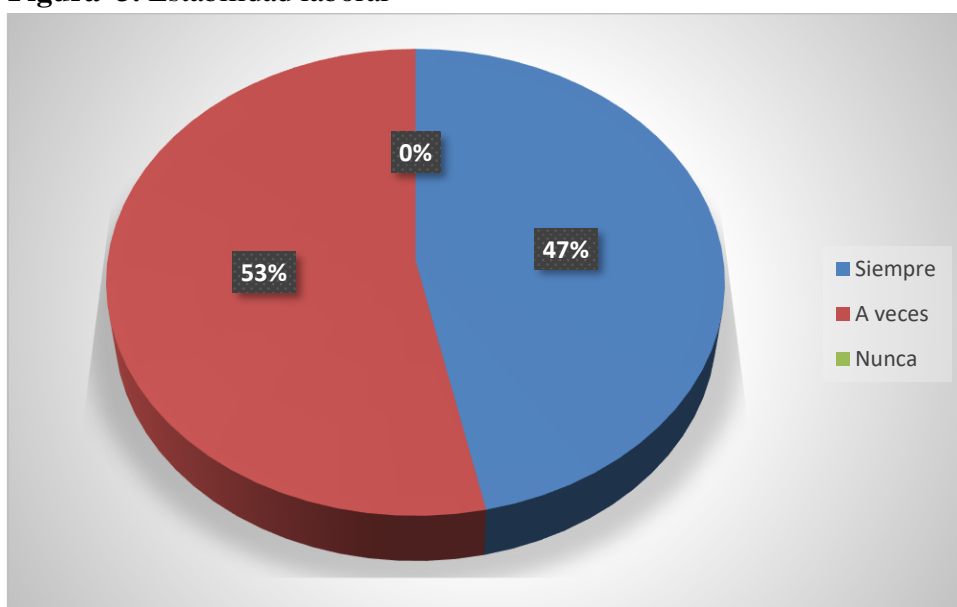
3. ¿Los trabajadores que son contratados en la empresa Freviuno Cia. Ltda., tiene estabilidad laboral?

Tabla 3. Estabilidad laboral

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	7	46,7
A veces	8	53,3
Nunca	0	0,0
Total:	15	100

Fuente: empleados de la empresa
Elaboración propia

Figura 3. Estabilidad laboral



Fuente: empleados de la empresa
Elaboración propia

Análisis e interpretación

El 53,3% de los encuestados han manifestado que a veces tienen estabilidad laboral en la empresa. Este resultado puede ser preocupante ya que indica que los procesos de selección y contratación de personal no estarían siendo efectivos en garantizar la permanencia de los trabajadores en la empresa. Es necesario analizar las posibles causas de la falta de estabilidad laboral y buscar soluciones para mejorar la situación, garantizando así la retención del talento humano en la empresa y la continuidad de sus operaciones de manera óptima.

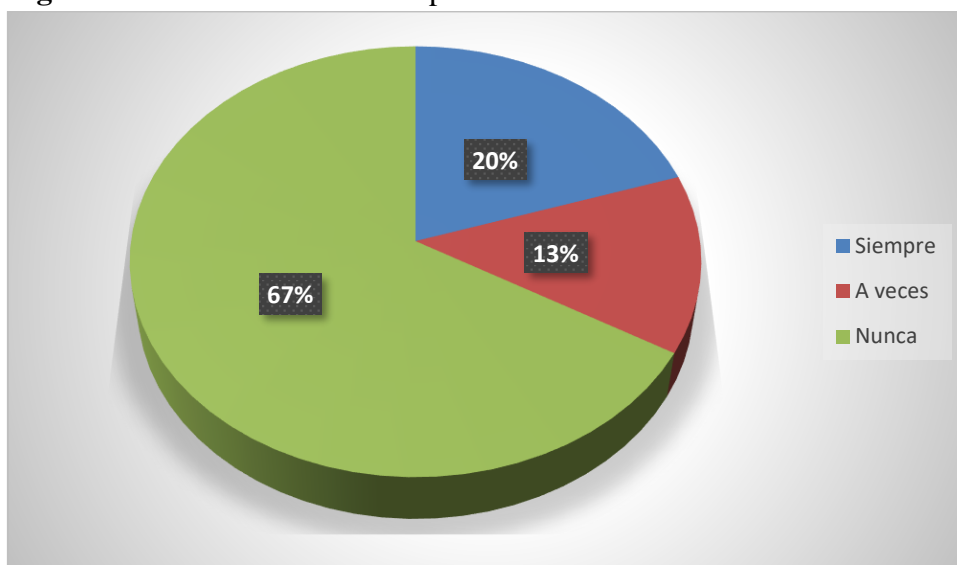
4. ¿El departamento de talento humano de la empresa Freviuno Cia. Ltda., realiza la evaluación de desempeño de sus colaboradores?

Tabla 4. Evaluación del desempeño

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	3	20,0
A veces	2	13,3
Nunca	10	66,7
Total:	15	100

Fuente: empleados de la empresa
Elaboración propia

Figura 4. Evaluación del desempeño



Fuente: empleados de la empresa
Elaboración propia

Análisis e interpretación

El 66,7% de los encuestados afirma que la empresa no realiza evaluaciones de desempeño, lo que indica que la mayoría de los trabajadores no están siendo evaluados en cuanto a su rendimiento laboral. Es importante destacar que la evaluación del desempeño es una herramienta clave para medir el desempeño de los trabajadores, identificar áreas de mejora y brindar retroalimentación para que puedan mejorar su rendimiento. La falta de evaluación del desempeño podría afectar la productividad y eficiencia de la empresa, además de desmotivar a los trabajadores al no reconocer su esfuerzo y desempeño.

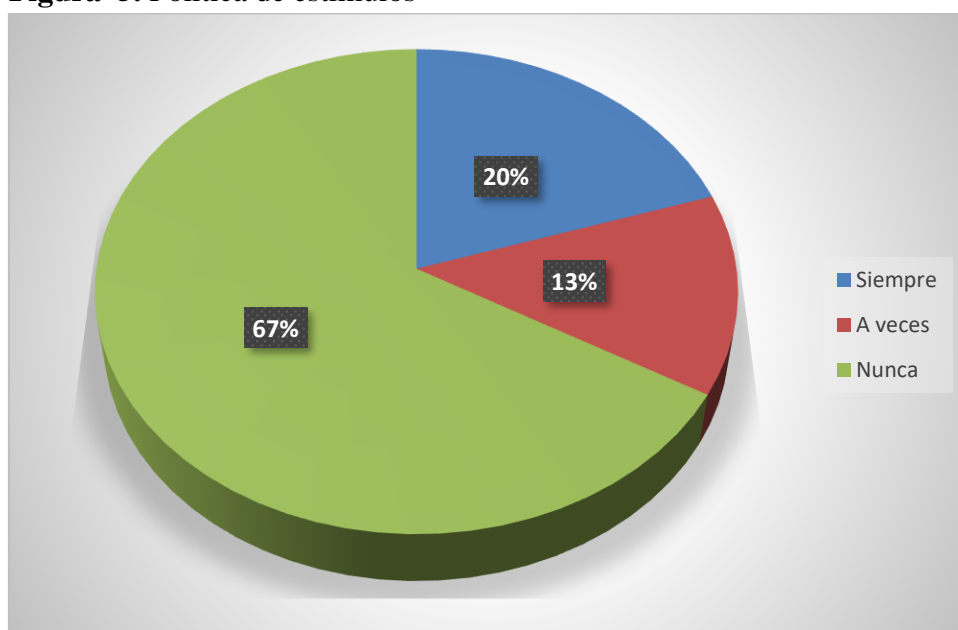
5. ¿En la empresa Freviuno Cia. Ltda., se aplican políticas de estímulos para retenerlo en tiempo indefinido?

Tabla 5. Política de estímulos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	3	20,0
A veces	2	13,3
Nunca	10	66,7
Total:	15	100

Fuente: empleados de la empresa
Elaboración propia

Figura 5. Política de estímulos



Fuente: empleados de la empresa
Elaboración propia

Análisis e interpretación

El 66,75% de los encuestados han indicado que la empresa nunca aplica políticas de estímulos para asegurar la estabilidad de los empleados a largo plazo. Es preocupante que la mayoría de los trabajadores no sientan que se les reconoce ni se les motiva adecuadamente en su trabajo, lo que puede llevar a una alta rotación de personal y a la pérdida de talento valioso para la empresa. La implementación de políticas de estímulos, como incentivos económicos, reconocimientos públicos, capacitaciones y oportunidades de crecimiento, podría ayudar a mejorar la satisfacción y el compromiso de los empleados con la empresa, lo que a su vez tendría un impacto positivo en la productividad y el desempeño general de la organización.

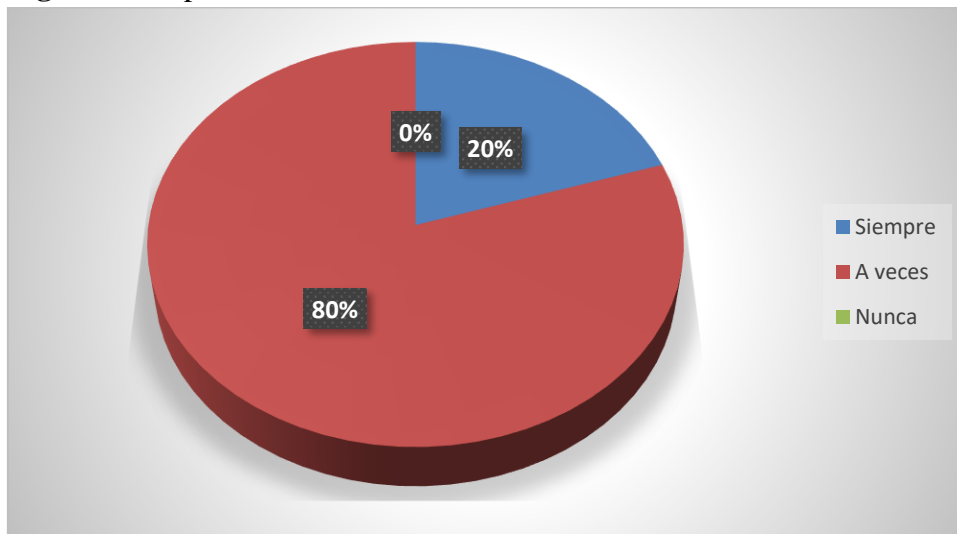
6. ¿La empresa Freviuno Cia. Ltda., capacita a sus colaboradores sobre la atención a los clientes?

Tabla 6. Capacitación en atención clientes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	3	20,0
A veces	12	80,0
Nunca	0	0,0
Total:	15	100

Fuente: empleados de la empresa
Elaboración propia

Figura 6. Capacitación en atención clientes



Fuente: empleados de la empresa
Elaboración propia

Análisis e interpretación

La mayoría de los trabajadores de la empresa, concretamente el 80%, señala que a veces reciben capacitación sobre atención al cliente. Esto es preocupante, ya que una atención al cliente deficiente puede generar problemas en la relación con los clientes, lo que puede llevar a una pérdida de fidelidad y a una disminución en las ventas. Se hace necesario entonces que la empresa invierta más en capacitación continua para los empleados en esta área, a fin de garantizar un servicio de calidad y una atención adecuada a los clientes.

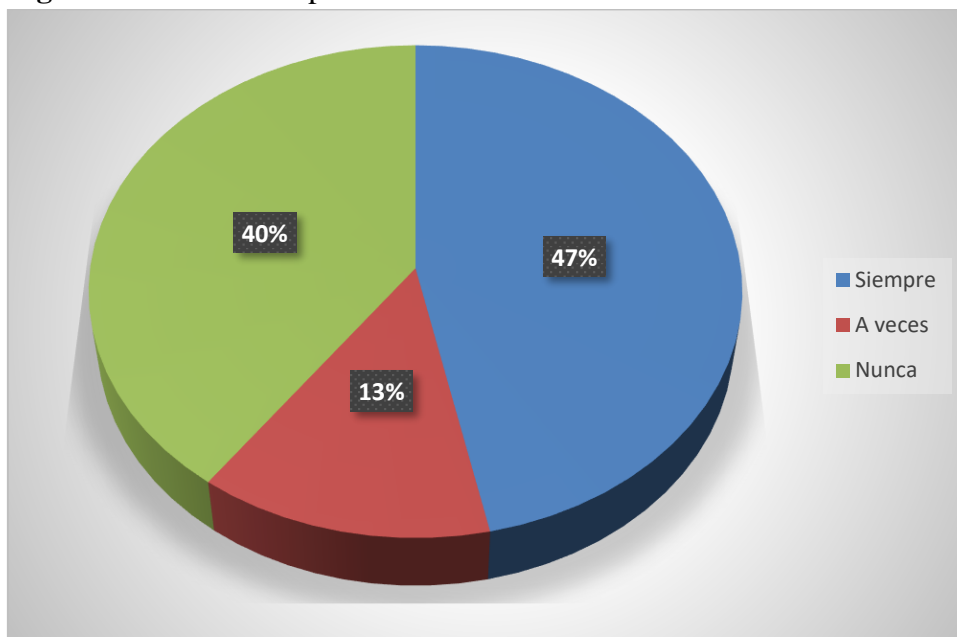
7. ¿La empresa Freviuno Cia. Ltda., capacita a los trabajadores sobre la solución de problemas con los clientes?

Tabla 7. Solución de problemas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	7	46,7
A veces	2	13,3
Nunca	6	40,0
Total:	15	100

Fuente: empleados de la empresa
Elaboración propia

Figura 7. Solución de problemas



Fuente: empleados de la empresa
Elaboración propia

Análisis e interpretación

De los encuestados, el 46,7% indican que reciben capacitación sobre resolución de conflictos siempre, lo cual es alentador. Sin embargo, la otra mitad de los encuestados indican que nunca reciben capacitación en este aspecto, lo que sugiere una falta de claridad en el conocimiento sobre la mediación y solución de problemas en el campo laboral con los clientes que llegan a la ferretería. Es importante que se brinde una capacitación adecuada y continua a todos los empleados para que puedan resolver los conflictos de manera efectiva y garantizar la satisfacción del cliente.

8. ¿La empresa Freviuno Cia. Ltda., aplica instrumentos que recopilen información sobre la satisfacción del cliente?

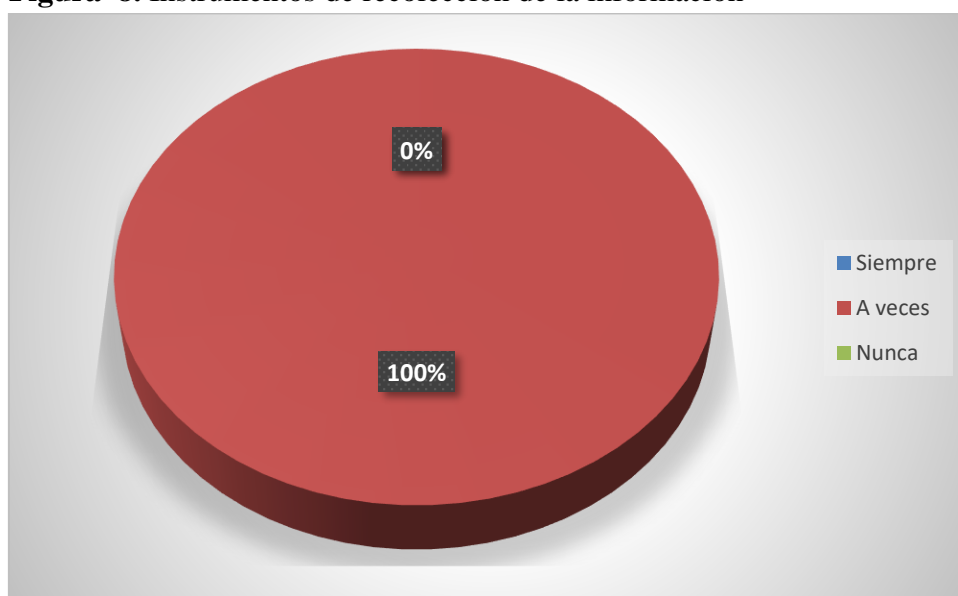
Tabla 8. Instrumentos de recolección de información

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0,0
A veces	15	100,0
Nunca	0	0,0
Total:	15	100

Fuente: empleados de la empresa

Elaboración propia

Figura 8. Instrumentos de recolección de la información



Fuente: empleados de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

Todos los encuestados indican que la empresa nunca aplica instrumentos para recopilar información sobre la satisfacción del cliente. Esta situación es preocupante ya que no se está realizando un seguimiento adecuado sobre la atención que se brinda a los clientes y si estos se sienten satisfechos con el servicio que reciben. Es importante contar con esta información para tomar decisiones y mejorar los procesos en la ferretería. Sin este tipo de seguimiento, es difícil saber si se está brindando un buen servicio y cómo se puede mejorar para satisfacer las necesidades de los clientes.

9. ¿Considera que los clientes atendidos salen satisfechos de la atención recibida en la empresa Freviuno Cia. Ltda.?

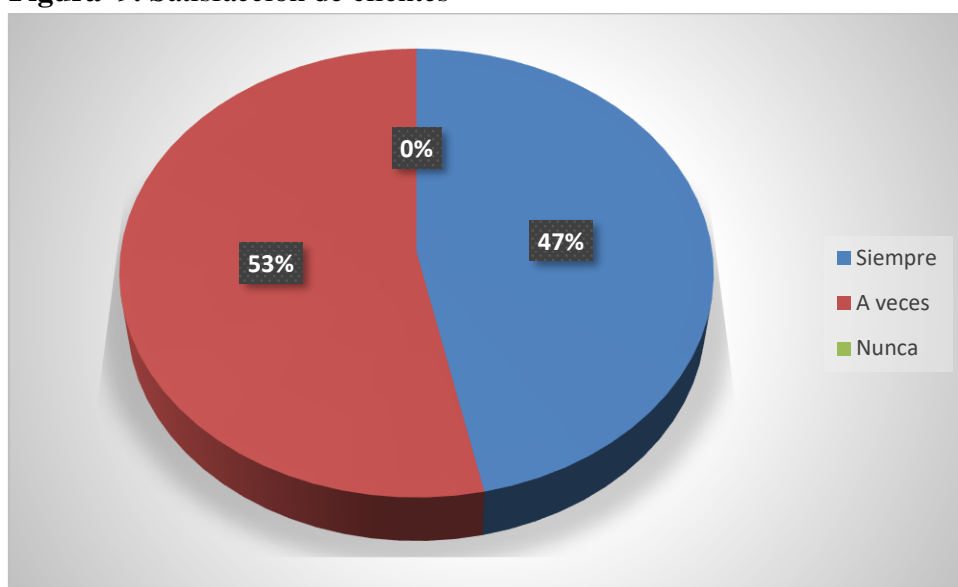
Tabla 9. Satisfacción de clientes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	7	46,7
A veces	8	53,3
Nunca	0	0,0
Total:	15	100

Fuente: empleados de la empresa

Elaboración propia

Figura 9. Satisfacción de clientes



Fuente: empleados de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

Los resultados de la encuesta muestran que el 46,7% de los encuestados siempre perciben que los clientes salen satisfechos de la empresa, mientras que el 53,3% indican que esto ocurre a veces. Es importante destacar que esta percepción puede estar influenciada por factores como la calidad de los productos o servicios ofrecidos, la actitud de los trabajadores hacia los clientes y la eficiencia en la resolución de problemas o conflictos. Sin embargo, llama la atención que en la pregunta anterior se mencionó que a veces se brinda capacitación sobre atención al cliente, lo que podría generar inconsistencias en la calidad del servicio y, por ende, en la satisfacción de los clientes. Sería importante evaluar con mayor detalle estos resultados para identificar oportunidades de mejora en la atención al cliente.

10. ¿Siente que la empresa Freviuno Cia. Ltda., ofrece los medios adecuados para brindar una calidad de atención al cliente, aplicando la gestión del talento humano?

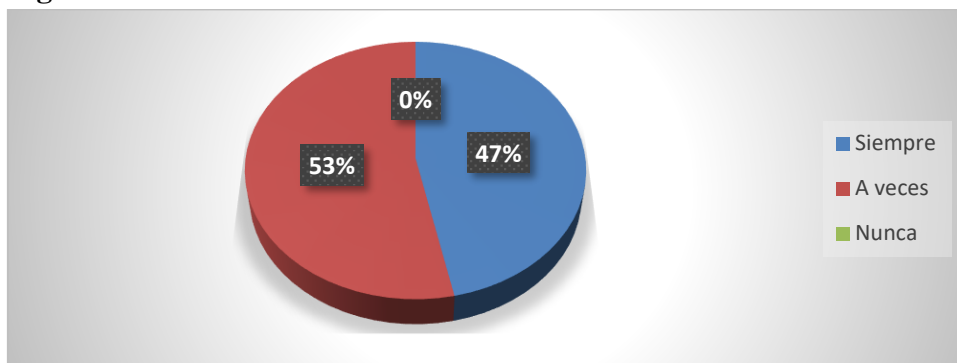
Tabla 10. Calidad de atención

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	7	46,7
A veces	8	53,3
Nunca	0	0,0
Total:	15	100

Fuente: empleados de la empresa

Elaboración propia

Figura 10. Calidad de atención



Fuente: empleados de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos, el 53% de los encuestados considera que la empresa proporciona los medios necesarios para brindar una atención de calidad, mientras que el 47% cree que esto solo ocurre a veces. Esta tendencia en las respuestas sugiere que, si la empresa implementa una gestión adecuada del talento humano, brindando las condiciones y recursos necesarios y capacitando a sus colaboradores en áreas clave para la atención al cliente, se podrían mejorar los niveles de satisfacción y fidelización del cliente. Por lo tanto, es fundamental que la empresa establezca programas de formación y desarrollo, procesos de retroalimentación y evaluación de desempeño, y promueva una cultura de servicio al cliente para garantizar una atención de calidad constante y mejorar la percepción del cliente sobre el servicio ofrecido.

Modelo de Servqual aplicado a los clientes de la empresa FREVIUNO CIA. LTDA. de la ciudad de Ambato.

Capacidad de respuesta

1. ¿Existe buena disposición por parte del colaborador de la empresa Freviuno Cia. Ltda., para atenderle?

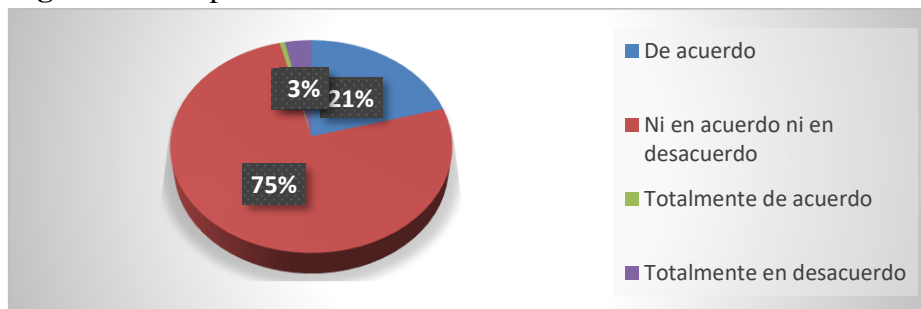
Tabla 11. Disposición del colaborador

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	31	20,7
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	113	75,3
Totalmente de acuerdo	1	0,7
Totalmente en desacuerdo	5	3,3
Total:	150	100

Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 11. Disposición del colaborador



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

De los resultados se puede interpretar que la mayoría de los clientes encuestados no tienen una opinión clara sobre la buena disposición que reciben por parte de los colaboradores de la empresa, ya que el 75,3% respondió que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Esto podría sugerir que la empresa no ha logrado establecer una cultura de servicio al cliente clara y consistente, lo que podría afectar la satisfacción del cliente y su fidelidad a largo plazo.

Sin embargo, el 20,7% que respondió que está de acuerdo en que reciben una buena disposición por parte de los colaboradores de la empresa, podría indicar que existe una porción significativa de clientes satisfechos con la atención que reciben. Por otro lado, el 5%

que indicó estar totalmente en desacuerdo podría ser una señal de que algunos clientes experimentan una atención deficiente, lo que podría generar una mala reputación para la empresa y afectar negativamente su capacidad para atraer y retener a los clientes.

2. ¿El colaborador que le brinda el servicio de atención al cliente, demuestra interés por conocer las necesidades de los clientes?

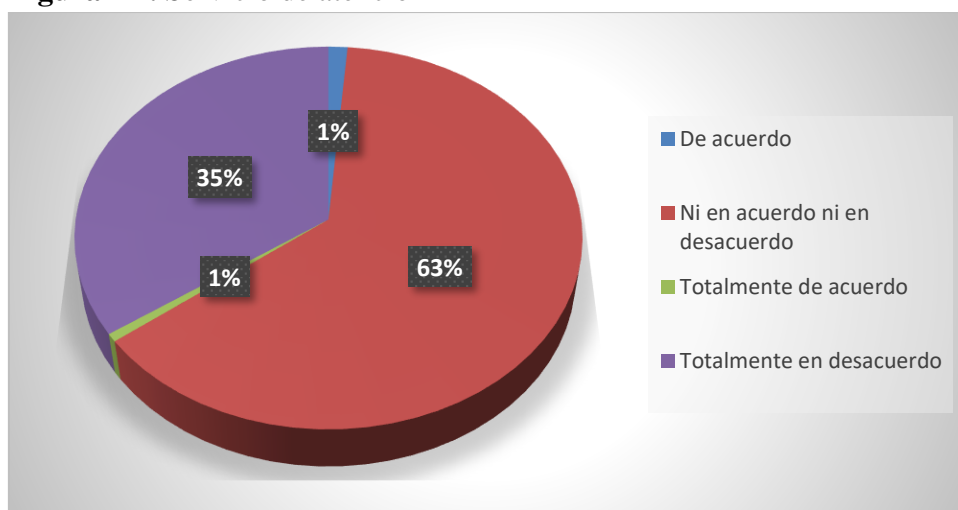
Tabla 12. Servicio de atención

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	2	1,3
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	95	63,3
Totalmente de acuerdo	1	0,7
Totalmente en desacuerdo	52	34,7
Total:	150	100

Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 12. Servicio de atención



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados de la encuesta Servqual, la mayoría de los encuestados 63%, no mostraron una opinión clara sobre si los trabajadores de la empresa brindan una atención adecuada al cliente y demuestran interés en satisfacer sus necesidades. Esto puede deberse a varios factores, como la falta de interacción con los empleados de la empresa, la falta de conocimiento sobre el servicio o la percepción de que la empresa no se preocupa lo suficiente por sus clientes. Sin embargo, un 35% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo con la afirmación, lo que sugiere que una proporción significativa de los clientes percibe que la empresa brinda una atención adecuada y muestra interés en satisfacer sus necesidades.

3. ¿Considera que el tiempo de espera, desde el momento que llega, hasta que lo atienden el servicio es adecuado y oportuno?

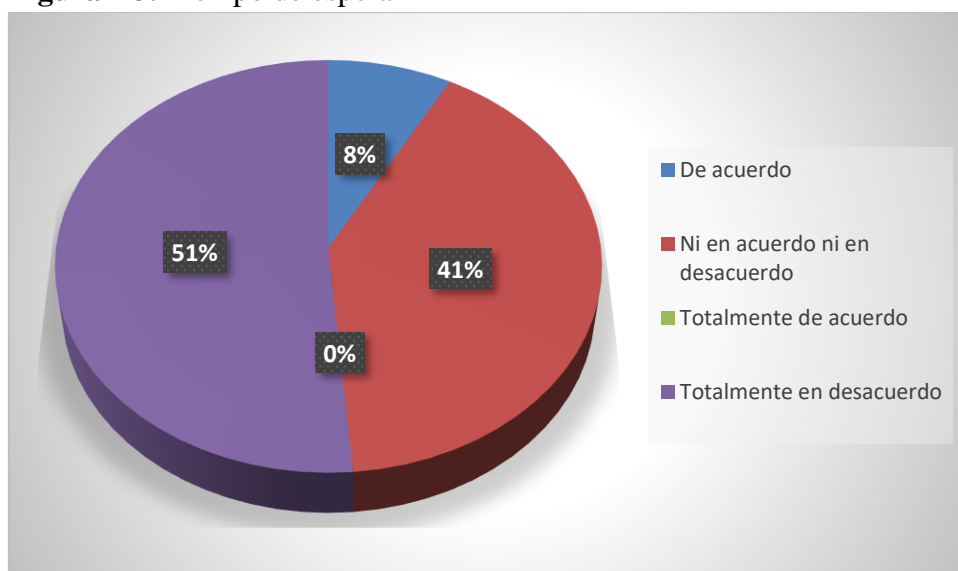
Tabla 13. Tiempo de espera

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	12	8,0
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	61	40,7
Totalmente de acuerdo	0	0,0
Totalmente en desacuerdo	77	51,3
Total:	150	100

Fuente: Clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 13. Tiempo de espera



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

Estos resultados indican que una gran mayoría de los encuestados, el 51%, están insatisfechos con el tiempo de espera que experimentan desde que llegan hasta que salen de la empresa. El 41% no tiene una opinión clara sobre este asunto, lo que podría deberse a que no están seguros de si su tiempo de espera es razonable o no. Solo el 8% de los encuestados está satisfecho con el tiempo de espera, lo que sugiere que hay un problema importante en la eficiencia y rapidez del servicio de la empresa. Es posible que esto afecte la satisfacción general de los clientes y su disposición a regresar en el futuro.

4. ¿Considera que al momento de la visita a la empresa Freviuno Cia. Ltda., encuentra el producto que necesita?

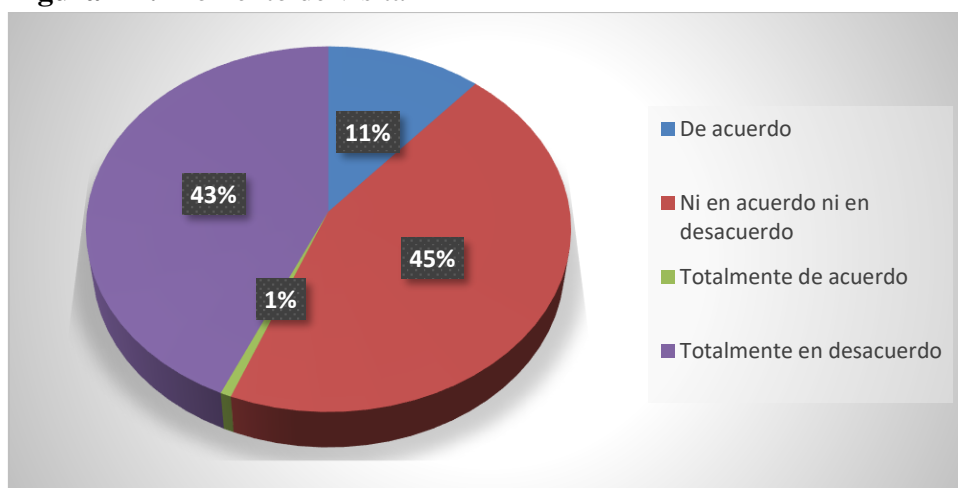
Tabla 14. Momento de visita

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	17	11,3
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	67	44,7
Totalmente de acuerdo	1	0,7
Totalmente en desacuerdo	65	43,3
Total:	150	100

Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 14. Momento de visita



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados de la encuesta, se observa que hay una alta proporción de clientes 45%, que no tienen una opinión clara respecto a la facilidad para encontrar el producto que necesitan en la empresa. Por otro lado, una proporción significativa de clientes 43%, indicó estar totalmente en desacuerdo, lo que sugiere que existe un problema importante en la disponibilidad de productos o la capacidad de los clientes para encontrar lo que necesitan en la empresa. Solo un pequeño porcentaje de clientes 11% estuvo de acuerdo, esto sugiere que existe cierta discrepancia entre los clientes sobre la facilidad para encontrar los productos en la empresa. Es posible que esto se deba a la falta de variedad en los productos ofrecidos o a la falta de información sobre los insumos existentes en la bodega o en stock en la empresa.

5. ¿Cómo evalúa el servicio de atención al cliente que se brinda por parte de los colaboradores de la empresa Freviuno Cia. Ltda.?

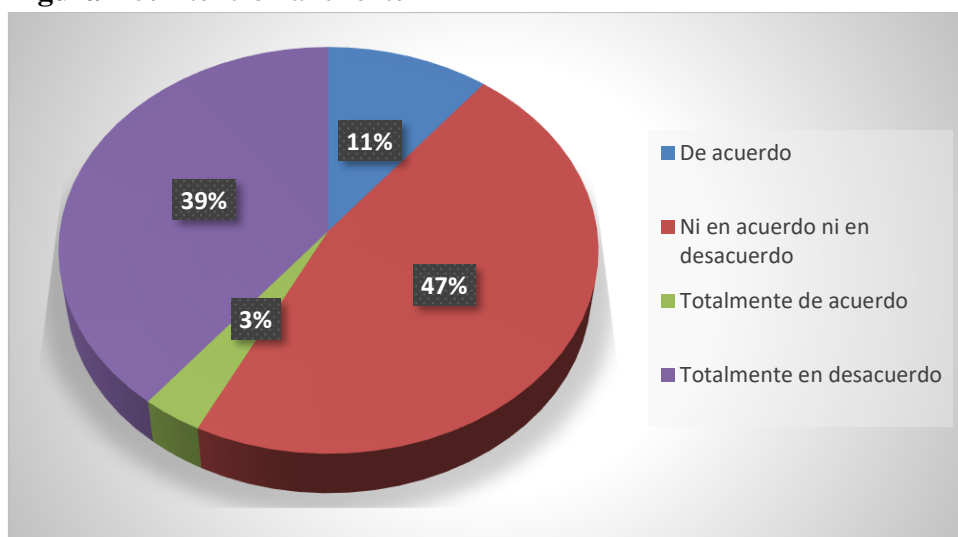
Tabla 15. Atención al cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	16	10,7
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	70	46,7
Totalmente de acuerdo	5	3,3
Totalmente en desacuerdo	59	39,3
Total:	150	100

Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 15. Atención al cliente



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

El 47% de los encuestados indica que no tienen una opinión definida sobre la calidad de atención que prestan los colaboradores de la empresa, lo que puede deberse a una falta de experiencia o conocimiento suficiente sobre los servicios que ofrece la empresa. Sin embargo, es preocupante que el 39% de los encuestados esté totalmente en desacuerdo con la calidad de atención que reciben, lo que sugiere que la empresa no está cumpliendo con las expectativas de sus clientes en cuanto al servicio ofrecido. Solo el 11% está de acuerdo con la calidad de atención, lo que indica que hay un margen significativo de mejora en este aspecto. Es importante que la empresa tome medidas para mejorar la calidad del servicio que presta a sus clientes y así aumentar su satisfacción y fidelidad.

Fiabilidad

6. ¿Cómo evalúa el servicio que le brinda el colaborador con respecto al conocimiento del producto?

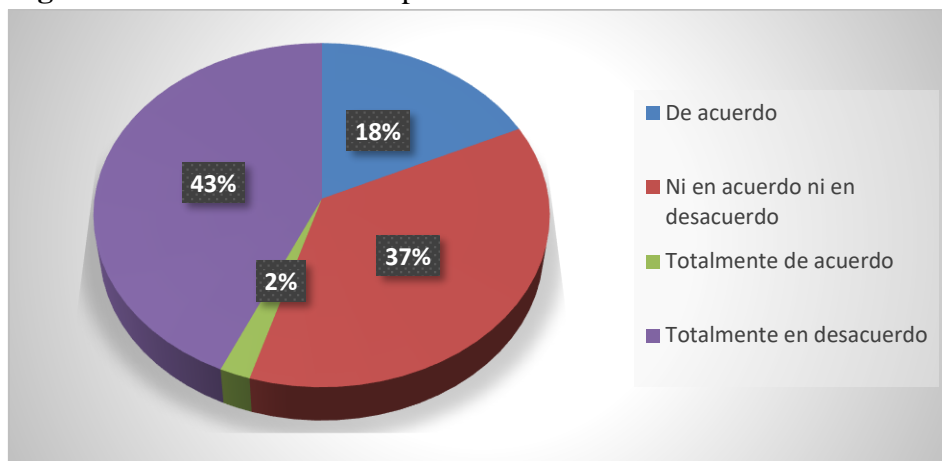
Tabla 16. Conocimiento del producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	27	18,0
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	55	36,7
Totalmente de acuerdo	3	2,0
Totalmente en desacuerdo	65	43,3
Total:	150	100

Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 16. Conocimiento del producto



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

Esta información indica que una gran proporción de los participantes 43,3%, está insatisfecha con el nivel de conocimiento del producto que tienen los colaboradores de la empresa, lo que puede llevar a una mala experiencia del cliente y a una disminución en la fidelización del mismo. Además, el hecho de que un 36,7% no tenga una postura clara respecto a este aspecto podría indicar que la empresa no está proporcionando suficiente información o capacitación a sus colaboradores para mejorar su conocimiento del producto. Por otro lado, un 18% de los participantes sí está de acuerdo con el nivel de conocimiento del producto por parte de los colaboradores, lo que sugiere que la empresa cuenta con al menos un grupo de colaboradores que están desempeñando bien en este aspecto.

7. ¿Considera que el colaborador le brinda alternativas de solución en el servicio de atención frente a sus necesidades?

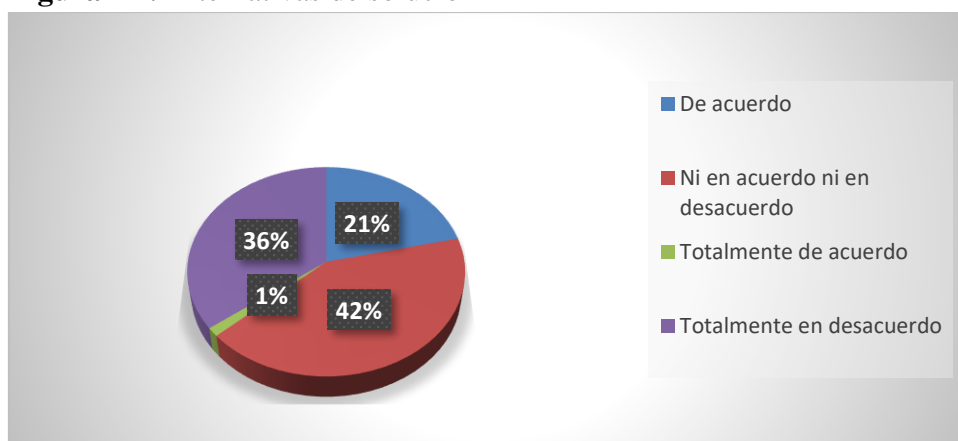
Tabla 17. Alternativas de solución

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	32	21,3
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	63	42,0
Totalmente de acuerdo	2	1,3
Totalmente en desacuerdo	53	35,3
Total:	150	100

Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 17. Alternativas de solución



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos, una gran proporción de los encuestados 42%, no tiene una opinión clara sobre si el colaborador de la empresa les brinda alternativas de solución en el servicio de atención. Sin embargo, una cantidad significativa de encuestados 35,3%, está en total desacuerdo con esta afirmación, lo que sugiere que han tenido experiencias negativas en las que el colaborador no les ha brindado soluciones adecuadas a sus necesidades. Por otro lado, el 21,3% está de acuerdo, lo que indica que algunos clientes han tenido buenas experiencias en términos de atención al cliente y solución de problemas. La empresa podría utilizar esta información para mejorar la calidad del servicio al cliente, proporcionando capacitación y recursos adicionales para los colaboradores, y fomentando una cultura de atención a la cliente enfocada en la satisfacción del cliente y la resolución efectiva de problemas.

8. ¿Considera que el colaborador le brinda la información clara y precisa con respecto al uso del producto?

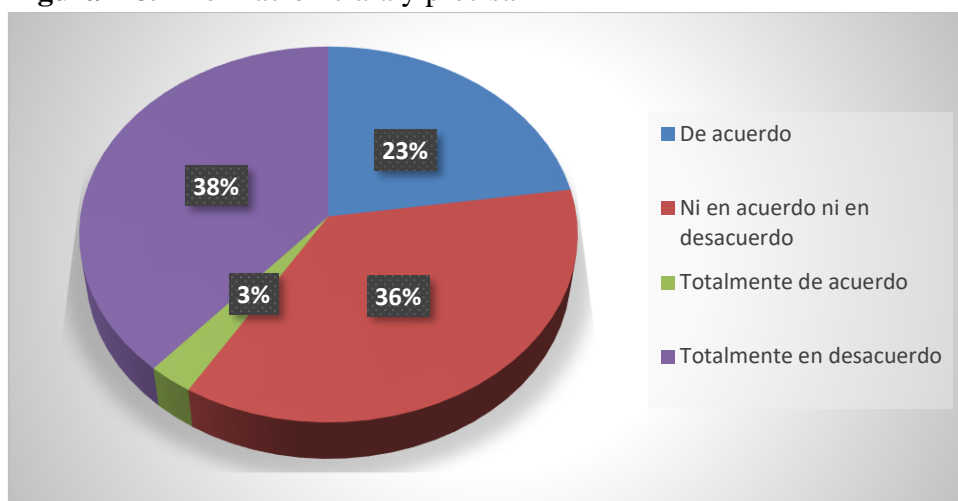
Tabla 18. Información clara y precisa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	34	22,7
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	54	36,0
Totalmente de acuerdo	4	2,7
Totalmente en desacuerdo	58	38,7
Total:	150	100

Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 18. Información clara y precisa



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados de la encuesta, una gran parte de los encuestados 38,7%, está totalmente en desacuerdo con que el colaborador les brinda información clara y precisa sobre el uso del producto, lo que sugiere que la empresa no está brindando suficiente capacitación a sus colaboradores para poder ofrecer una atención de calidad. Además, un porcentaje significativo 36%, se encuentra en la posición neutral de no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo que podría indicar una falta de interacción o comunicación por parte de los colaboradores al momento de ofrecer información sobre el producto. Por otro lado, un 22,7% de los encuestados se encuentra de acuerdo, lo que demuestra que algunos colaboradores están realizando un buen trabajo en cuanto a brindar información clara y precisa sobre el uso del producto.

9. ¿Considera que el producto que se comercializa en la empresa Freviuno Cia. Ltda., es de calidad?

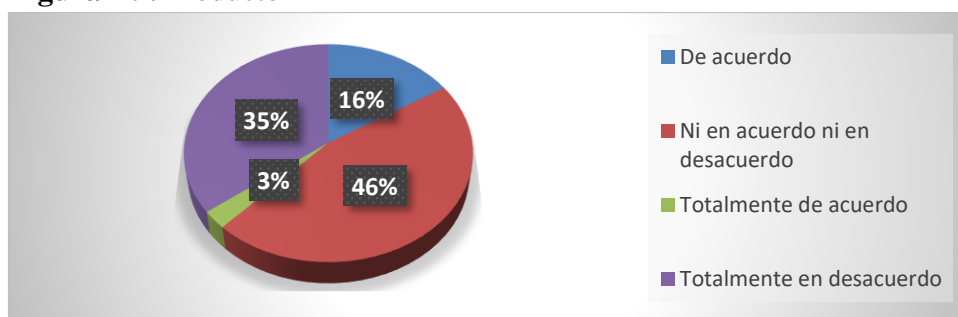
Tabla 19. Producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	24	16,0
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	69	46,0
Totalmente de acuerdo	4	2,7
Totalmente en desacuerdo	53	35,3
Total:	150	100

Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 19. Producto



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

Estos resultados sugieren que existe una percepción generalizada de incertidumbre o ambivalencia entre los clientes respecto a la calidad de los productos ofrecidos por la empresa. El hecho de que el 46% de los clientes no esté ni de acuerdo ni en desacuerdo puede indicar una falta de información clara o suficiente sobre la calidad de los productos, lo que puede generar dudas o inseguridad en los clientes.

Por otro lado, el 35% que está totalmente en desacuerdo puede ser un indicador de que algunos clientes han tenido experiencias negativas con los productos ofrecidos por la empresa, lo que puede generar una percepción generalizada de baja calidad.

El 16% de los clientes que están de acuerdo pueden ser aquellos que han tenido experiencias positivas con los productos de la empresa y se sienten satisfechos con la calidad ofrecida. Sin embargo, el hecho de que solo un 3% esté totalmente de acuerdo puede indicar que aún

hay margen de mejora en la calidad de los productos para satisfacer plenamente las necesidades y expectativas de los clientes,

Empatía

10. ¿Considera que los colaboradores agilitan su trabajo para atender en el menor tiempo posible?

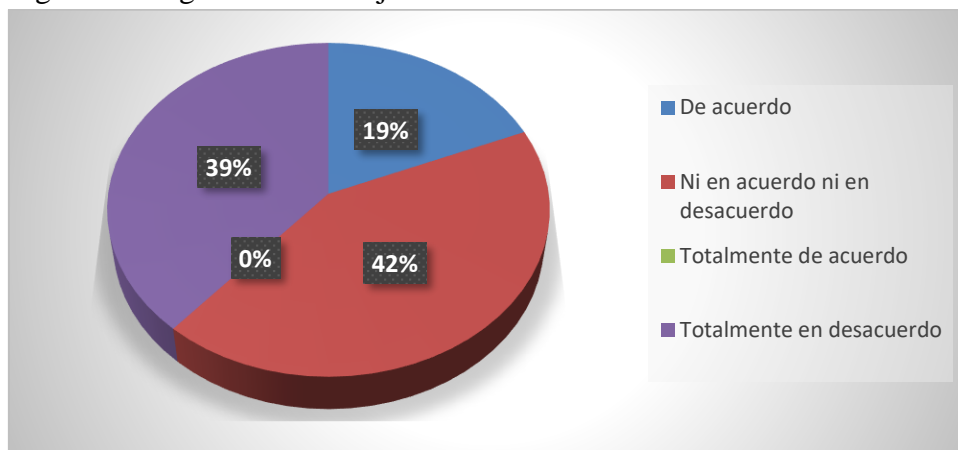
Tabla 20. Agilidad de trabajo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	28	18,7
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	64	42,7
Totalmente de acuerdo	0	0,0
Totalmente en desacuerdo	58	38,7
Total:	150	100

Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 20. Agilidad de trabajo



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados, el 42,7%, un porcentaje significativo de los clientes encuestados no tiene una opinión clara sobre si los colaboradores debiesen agilizar su trabajo para atender en el menor tiempo posible. Por otro lado, el hecho de que el 38,7% esté totalmente en desacuerdo sugiere que una parte importante de los clientes percibe que los colaboradores no están haciendo un esfuerzo suficiente para brindar un servicio rápido y eficiente. Además, el hecho de que solo el 18,7% esté de acuerdo sugiere que la empresa puede mejorar en cuanto a la velocidad y eficiencia de su servicio al cliente.

11. ¿Considera que el colaborador brinda un servicio de atención cordial y amable?

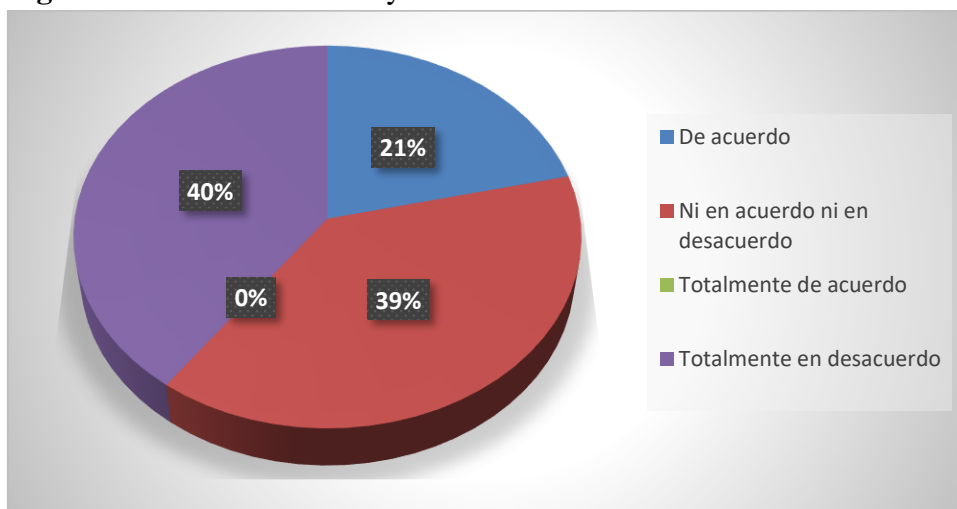
Tabla 21. Atención cordial y amable

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	32	21,3
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	58	38,7
Totalmente de acuerdo	0	0,0
Totalmente en desacuerdo	60	40,0
Total:	150	100

Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 21. Atención cordial y amable



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

El resultado de esta pregunta sugiere que existe una falta de consenso entre los encuestados sobre la cordialidad y amabilidad en la atención brindada por los colaboradores de la empresa. Casi el 40% de los encuestados están totalmente en desacuerdo, lo que indica que experimentaron una falta de amabilidad y cortesía en el servicio brindado. Por otro lado, un 21% está de acuerdo en que los colaboradores brindan una atención cordial y amigable, lo que indica que algunos clientes experimentaron una atención positiva por parte de los colaboradores. Sin embargo, la mayoría de los encuestados, el 38,7%, no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo que sugiere que no tienen una opinión clara sobre la cordialidad y amabilidad en la atención brindada por los colaboradores. lo que indica que hay áreas de mejora significativas que la empresa podría considerar para mejorar la satisfacción del cliente y su experiencia en general.

12. ¿Considera que el personal de la empresa Freviuno Cia. Ltda., transmite un ambiente agradable?

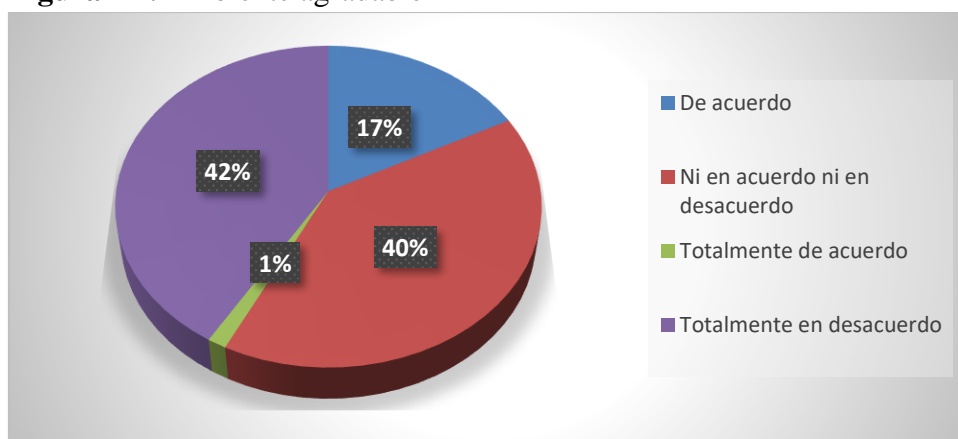
Tabla 22. Ambiente agradable

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	26	17,3
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	60	40,0
Totalmente de acuerdo	2	1,3
Totalmente en desacuerdo	62	41,3
Total:	150	100

Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 22. Ambiente agradable



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

Es importante destacar que la mayoría de los encuestados no están muy seguros o no tienen una opinión clara acerca de si el personal transmite un ambiente agradable, ya que casi la mitad de ellos 40%, están en el punto medio de la escala de respuesta.

Por otro lado, es preocupante que un porcentaje tan alto de los encuestados 41.3%, esté totalmente en desacuerdo con la afirmación y solo un 17% de acuerdo. Esto podría indicar que hay problemas en el ambiente laboral o en la actitud del personal hacia los clientes, lo que puede afectar negativamente la percepción de los clientes sobre la empresa en su conjunto. Es importante que la empresa tome en cuenta estos resultados para mejorar la actitud y el ambiente laboral del personal, ya que esto puede tener un impacto significativo en la experiencia del cliente y en la imagen de la empresa.

13. ¿Cómo evalúa la capacidad de respuesta ante una eventualidad que se presente con respecto al producto o servicio que brindan los colaboradores?

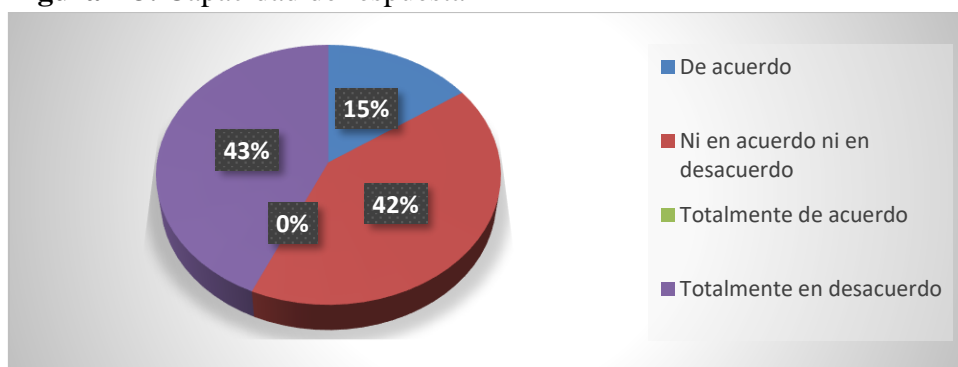
Tabla 23. Capacidad de respuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	23	15,3
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	62	41,3
Totalmente de acuerdo	0	0,0
Totalmente en desacuerdo	65	43,3
Total:	150	100

Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 23. Capacidad de respuesta



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

El hecho de que el 41,3% de los encuestados no tenga una opinión definida sobre la capacidad de respuesta de los colaboradores en caso de eventualidades puede ser un indicador de que la empresa necesita mejorar la comunicación con sus clientes en estas situaciones. Por otro lado, el 43,3% que se encuentra totalmente en desacuerdo sugiere que los clientes no están satisfechos con la forma en que la empresa maneja las situaciones imprevistas. Finalmente, el 15% de los encuestados que están de acuerdo podrían ser considerados como clientes satisfechos con la forma en que los colaboradores manejan las situaciones de eventualidad. Es importante tener en cuenta que, en general, la mayoría de los encuestados no mostró una clara satisfacción con la calidad del servicio ofrecido por la empresa. En muchos casos, la mayoría de los clientes se ubicó en la opción "ni en acuerdo ni en desacuerdo", lo que podría indicar que la empresa no está generando una experiencia de servicio diferencial para sus clientes.

Seguridad

14. ¿Considera que el colaborador maneja la información de las existencia y logística de los productos?

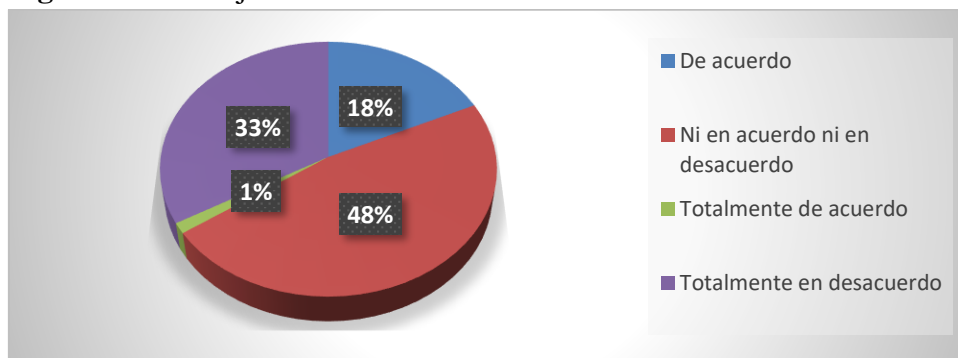
Tabla 24. Manejo de información

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	27	18,0
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	71	47,3
Totalmente de acuerdo	2	1,3
Totalmente en desacuerdo	50	33,3
Total:	150	100

Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 24. Manejo de información



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

Estos resultados indican que la mayoría de los clientes no están satisfechos con el manejo de la información de existencias y logística de productos por parte del colaborador, ya que el 47,3% se encuentra en la categoría de "ni de acuerdo ni en desacuerdo". Además, un tercio de los clientes 33%, están en total desacuerdo con el manejo de esta información.

Por otro lado, el 18% de los clientes están de acuerdo con el manejo de la información de existencias y logística de productos, lo que sugiere que un pequeño porcentaje de los clientes están satisfechos con el desempeño del colaborador en este ámbito.

En general, estos resultados indican que el colaborador podría mejorar en la forma en que maneja la información de existencias y logística de productos para satisfacer mejor las necesidades y expectativas de los clientes.

15. ¿Considera indispensable que los colaboradores de la empresa se presenten debidamente uniformados?

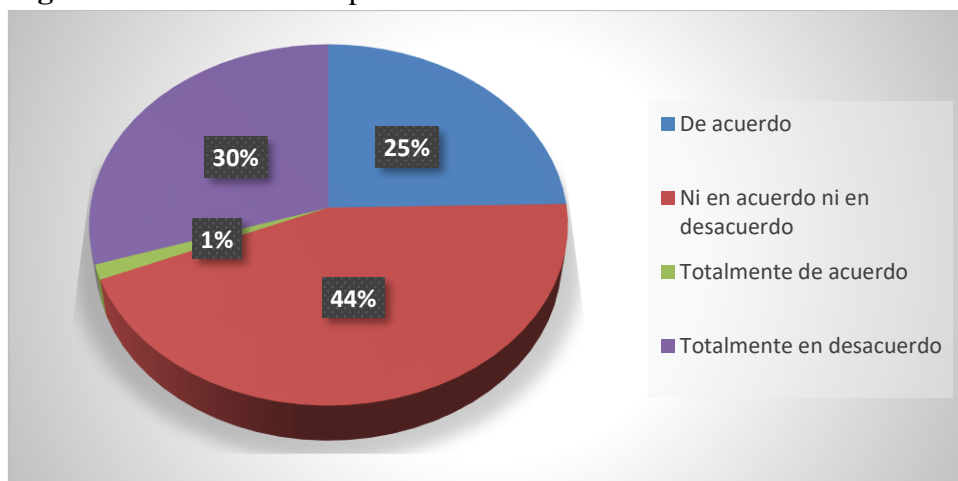
Tabla 25. Uniformes de presentación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	37	24,7
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	66	44,0
Totalmente de acuerdo	2	1,3
Totalmente en desacuerdo	45	30,0
Total:	150	100

Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 25. Uniformes de presentación



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según la encuesta, parece haber una falta de consenso claro sobre la necesidad de que los colaboradores de la empresa se presenten debidamente uniformados. Casi la mitad de los encuestados, 44% no tienen una opinión clara al respecto, lo que sugiere que la cuestión no es muy importante para ellos o que necesitan más información antes de tomar una posición. Sin embargo, una cantidad significativa de personas, 30% están totalmente en desacuerdo con la idea, mientras que el 25% están de acuerdo.

Esta falta de consenso puede deberse a diferentes razones, como la naturaleza del trabajo, la cultura de la empresa o las preferencias personales. Es importante que la empresa tenga en cuenta los resultados de la encuesta y reflexione sobre cómo abordar esta cuestión de manera

efectiva, ya que el vestuario de los empleados puede tener un impacto en la percepción de la marca y la imagen de la empresa.

16. ¿Cómo evalúa el trato que recibe por parte de los colaboradores de la empresa Freviuno Cia. Ltda.?

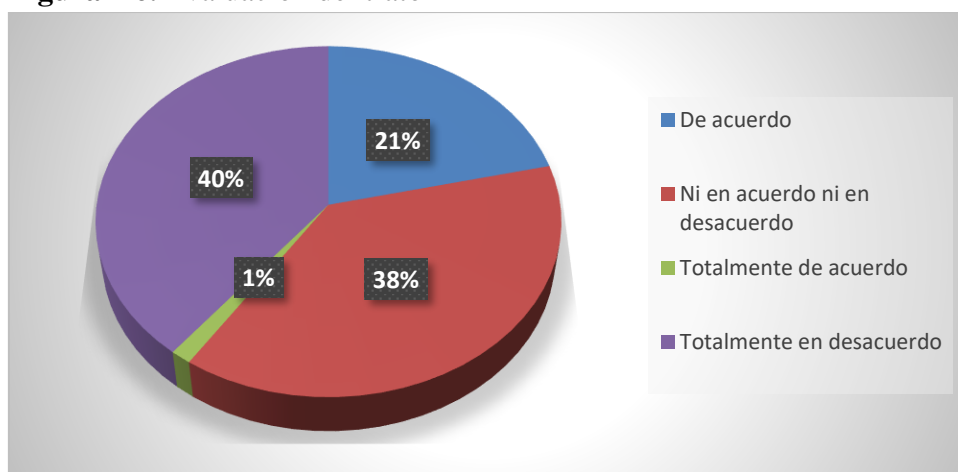
Tabla 26. Evaluación del trato

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	32	21,3
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	57	38,0
Totalmente de acuerdo	2	1,3
Totalmente en desacuerdo	59	39,3
Total:	150	100

Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 26. Evaluación del trato



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

De acuerdo con la encuesta, existe una insatisfacción generalizada entre los encuestados con el trato que reciben de los colaboradores. El 40% de los encuestados indican que están totalmente en desacuerdo con el trato que reciben, mientras que solo el 21% está de acuerdo. Un 38% de los encuestados están ni en acuerdo ni en desacuerdo, lo que sugiere que no están seguros o no tienen una opinión clara sobre el tema.

Esto puede ser un problema significativo para la empresa, ya que el trato de los colaboradores es una parte esencial de la experiencia del cliente y puede afectar la lealtad y la satisfacción del cliente. La empresa debería prestar atención a los resultados de la encuesta y trabajar en mejorar la capacitación de los colaboradores para ofrecer un mejor trato a los clientes.

También podrían considerar la implementación de programas de incentivos para mejorar la calidad del servicio y la experiencia del cliente.

17. ¿Considera apropiada la asesoría que le brinda el colaborador con respecto al producto?

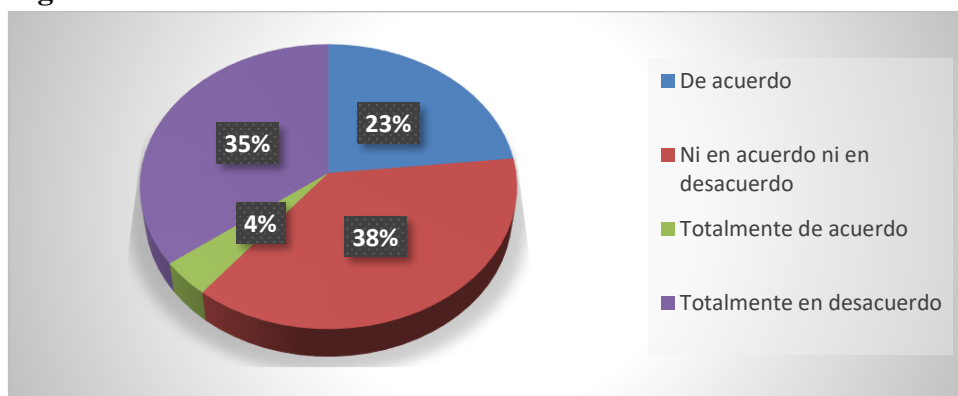
Tabla 27. Asesoría del colaborador

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	35	23,3
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	56	37,3
Totalmente de acuerdo	6	4,0
Totalmente en desacuerdo	53	35,3

Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 27. Asesoría del colaborador



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los encuestados, parece haber una cierta falta de consenso sobre la calidad de la asesoría que brindan los colaboradores con respecto al producto. El 38% de los encuestados están ni en acuerdo ni en desacuerdo, lo que sugiere que no están seguros o no tienen una opinión clara sobre el tema. El 35% de los encuestados están totalmente en desacuerdo con la asesoría que reciben, mientras que solo el 23% están de acuerdo.

Es importante que la empresa preste atención a estos resultados, ya que la asesoría que brindan los colaboradores puede ser un factor determinante en la decisión de compra de un cliente. Si los clientes perciben que la asesoría es insuficiente o poco fiable, es posible que pierdan la confianza en la empresa y prefieran buscar otros proveedores. La empresa podría considerar la implementación de programas de capacitación y formación para sus colaboradores, a fin de mejorar la calidad de la asesoría que brindan a los clientes. También podrían explorar opciones para mejorar la comunicación con los clientes, como encuestas de

satisfacción o foros de discusión en línea, para obtener retroalimentación sobre la calidad de su asesoría.

Tangibles

18. ¿Considera que las instalaciones físicas (edificio en general - paredes, puertas, ventanas, salas de espera, pasillos etc.), brindan la comodidad y seguridad necesaria?

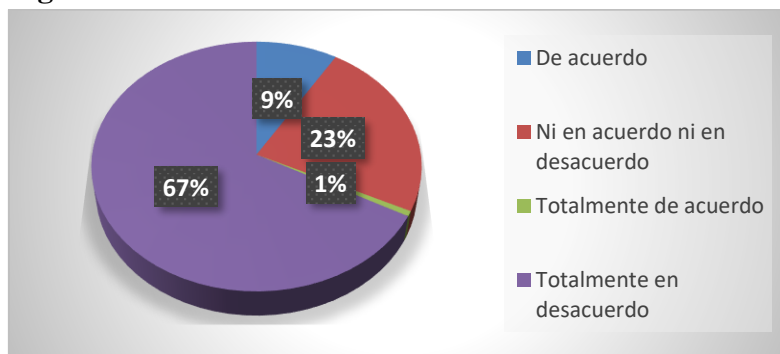
Tabla 28. Instalaciones físicas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	13	8,7
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	35	23,5
Totalmente de acuerdo	1	0,7
Totalmente en desacuerdo	100	67,1
Total:	149	100

Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 28. Instalaciones físicas



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

De acuerdo con la encuesta, parece haber una falta de consenso claro sobre si las instalaciones físicas de la empresa brindan la comodidad y seguridad necesarias. El 67% de los encuestados están ni en acuerdo ni en desacuerdo, lo que sugiere que la mayoría de ellos no tienen una opinión clara sobre el tema o no consideran que las instalaciones sean particularmente cómodas o seguras. El 23% de los encuestados están totalmente en desacuerdo con la afirmación, mientras que solo el 9% están de acuerdo.

Es importante que la empresa preste atención a estos resultados, ya que la comodidad y la seguridad son factores clave para la satisfacción de los clientes y la percepción de la calidad de la empresa. La empresa podría considerar la realización de una evaluación detallada de sus instalaciones físicas para identificar áreas de mejora y tomar medidas para abordar

cualquier problema. Esto podría incluir la mejora de la calidad de las instalaciones, la implementación de medidas de seguridad adicionales o la realización de mejoras en la comodidad de las salas de espera, pasillos y otros espacios públicos.

19. ¿Considera que la empresa Freviuno Cia. Ltda., cuenta con los espacios adecuados, limpios y aseados para brindar el servicio de atención?

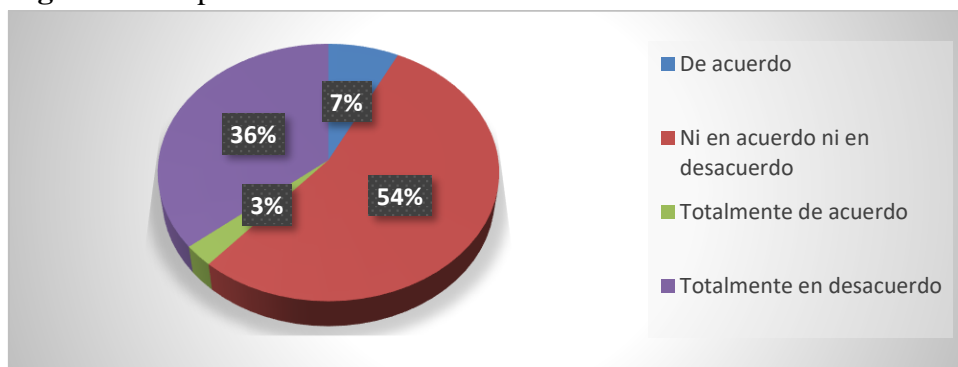
Tabla 29. Espacios adecuados

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	11	7,3
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	81	54,0
Totalmente de acuerdo	4	2,7
Totalmente en desacuerdo	54	36,0
Total:	150	100

Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 29. Espacios adecuados



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según la encuesta, la mayoría de los encuestados, 54% están totalmente en desacuerdo con la afirmación de que la empresa cuenta con los espacios adecuados, limpios y aseados para brindar el servicio de atención. Solo un 7% están de acuerdo, lo que sugiere que hay una brecha significativa entre las expectativas de los clientes y lo que perciben como la realidad. Un 36% de los encuestados están ni en acuerdo ni en desacuerdo, lo que indica que tienen una opinión neutral sobre el tema.

Esto puede ser un problema significativo para la empresa, ya que la falta de limpieza y orden en los espacios de atención al cliente puede afectar negativamente la percepción de la calidad del servicio y la imagen de la empresa. La empresa debería prestar atención a los resultados de la encuesta y tomar medidas para mejorar la limpieza y la presentación de sus instalaciones. Esto podría incluir la contratación de personal de limpieza adicional, la implementación de procedimientos de limpieza más estrictos o la realización de mejoras en la infraestructura de la empresa. Además, la empresa podría considerar la realización de una

nueva encuesta para medir el impacto de estas medidas en la percepción de los clientes sobre la limpieza y la presentación de sus instalaciones.

20. ¿Cómo evalúa la señalización que se tiene en los puntos de ventas de la empresa Freviuno Cia. Ltda.?

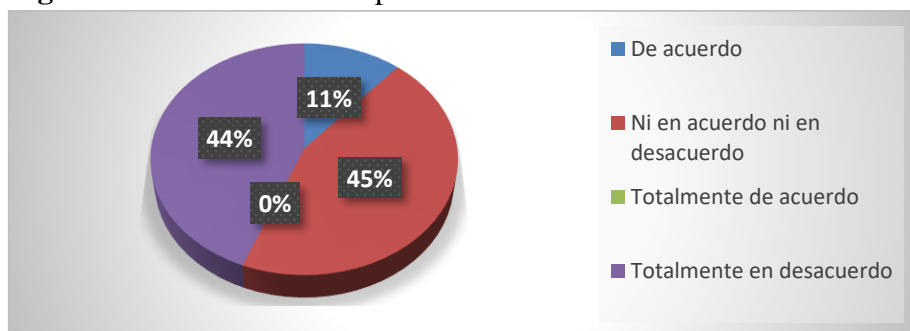
Tabla 30. Señalización de puntos de venta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	17	11,3
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	67	44,7
Totalmente de acuerdo	0	0,0
Totalmente en desacuerdo	66	44,0
Total:	150	100

Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 30. Señalización de puntos de venta



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según la encuesta, hay una falta de consenso claro en cuanto a la evaluación de la señalización en los puntos de venta de la empresa. El 44% de los encuestados están ni en acuerdo ni en desacuerdo, lo que indica que la mayoría no tienen una opinión clara sobre el tema o no consideran que la señalización sea particularmente buena o mala. Por otro lado, el 45% de los encuestados están totalmente en desacuerdo con la afirmación, lo que sugiere que muchos clientes perciben que la señalización en los puntos de venta de la empresa es inadecuada. Solo el 11% de los encuestados están de acuerdo, lo que indica que una minoría percibe que la señalización en los puntos de venta es adecuada.

Es importante que la empresa preste atención a estos resultados, ya que la señalización es un factor importante para la orientación y comodidad de los clientes en los puntos de venta. La empresa podría considerar la realización de una evaluación detallada de su señalización para identificar áreas de mejora y tomar medidas para abordar cualquier problema. Esto podría incluir la instalación de nuevas señales, la revisión de la ubicación y el diseño de las señales existentes o la implementación de medidas adicionales para facilitar la orientación de los

clientes. La mejora de la señalización puede ayudar a mejorar la experiencia del cliente y a aumentar su satisfacción con el servicio de la empresa.

21. ¿Cómo evalúa la ubicación y distribución de los productos en las góndolas son las adecuadas?

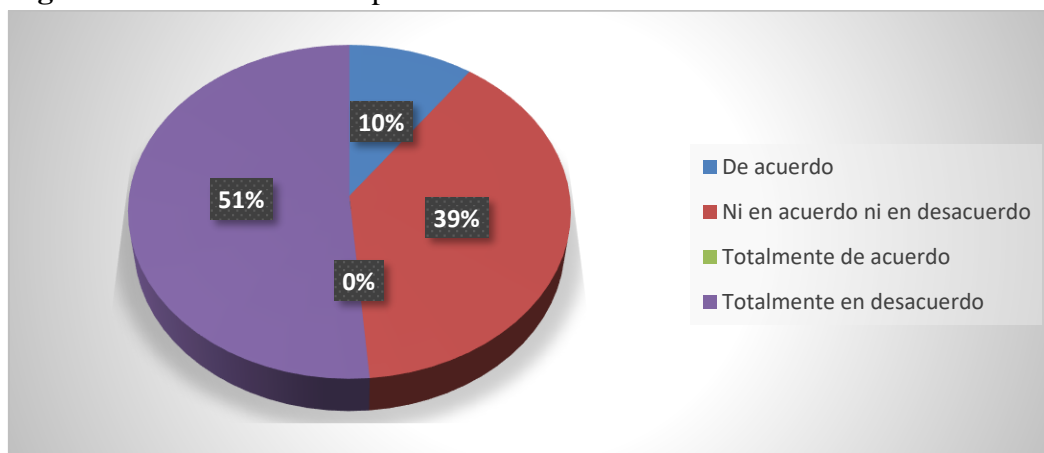
Tabla 31. Distribución de productos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	15	10,0
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	58	38,7
Totalmente de acuerdo	0	0,0
Totalmente en desacuerdo	77	51,3
Total:	150	100

Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Figura 31. Distribución de productos



Fuente: clientes de la empresa

Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según la encuesta, la mayoría de los encuestados, 51% están ni en acuerdo ni en desacuerdo en cuanto a la evaluación de la ubicación y distribución de los productos en las góndolas. Esto sugiere que los clientes no tienen una opinión clara sobre la disposición de los productos en la tienda. Sin embargo, el 39% de los encuestados están totalmente en desacuerdo con la afirmación, lo que indica que muchos perciben que la ubicación y distribución de los productos en las góndolas no es adecuada. Solo el 10% de los encuestados están de acuerdo, lo que sugiere que una minoría de clientes consideran que la ubicación y distribución de los productos es adecuada.

La disposición de los productos en las góndolas puede tener un gran impacto en la experiencia de compra de los clientes y en su capacidad para encontrar los productos que desean comprar. Si muchos clientes perciben que la ubicación y distribución de los productos

no es adecuada, esto puede afectar negativamente la satisfacción del cliente y, en última instancia, las ventas de la empresa.

La empresa podría considerar la realización de una evaluación detallada de la ubicación y distribución de los productos en sus góndolas para identificar áreas de mejora y tomar medidas para abordar cualquier problema. Esto podría incluir la reorganización de la disposición de los productos, la implementación de nuevas técnicas de visual merchandising o la formación de su personal para que puedan ayudar a los clientes a encontrar los productos que necesitan.

4.2. Discusión

La discusión de los resultados se los realizó por bloques del modelo de Servqual según se detalla a continuación:

Capacidad de respuesta

En los resultados o hallazgos de la aplicación del modelo Servqual en la empresa Frevi/uno no existe la predisposición de los empleados para dar una excelente calidad de servicio a sus clientes, no existe el interés por conocer sus necesidades, atenderle en el tiempo adecuado y oportuno, no se les ofrece el producto que buscan, existe una despreocupación de saber si los clientes salieron o no satisfechos de la empresa. Los clientes llegan a desarrollar grados de satisfacción cuando las empresas cumplen con las expectativas de los clientes, cuando se cubre su necesidad, cuando existe una relación entre la expectativa de la satisfacción de los usuarios y la calidad en los servicios que prestan las empresas (Isaza, 2018).

Fiabilidad

Los colaboradores de la empresa desconocen los productos que ofrecen, no les dan una información clara y precisa, no les dan soluciones a las necesidades de los clientes, no existe un empoderamiento, no presentan y transmite con seguridad que los productos que ofrecen son de calidad, por lo que los clientes buscan otras alternativas y se pierde la fidelidad hacia la empresa. Se debe considerar que las necesidades de los clientes se identifican plenamente, la empresa presenta productos para este objetivo, que supere las expectativas, se debe entender al consumidor para que se sienta satisfecho, por lo que la empresa debe buscar los medios para conocer si los clientes quedaron satisfechos con el producto adquirido en factores como calidad, precio (Cortez, 2017).

Empatía

Se encontró como hallazgo que los colaboradores de la empresa no agilitan la atención, no los atienden en menor tiempo, es decir no se crea un ambiente cordial entre ellos y los usuarios, no están capacitados para resolver eventualidad que se presentan en el manejo de

la información de los productos que se ofrecen. La calidad de servicio al cliente se refiere a la rapidez con la que se atiende, al momento de satisfacer dudas o problemas, es todo esto lo que los consumidores aprecian de una empresa, e más cuando esta se relaciona con los clientes y ayudan a resolver sus dudas i cualquier otra situación que se presente (Wagner, 2014).

Seguridad

Los colaboradores no manejan información de existencia y logística de los productos que oferta la empresa, la vestimenta que utilizan no es la adecuada para los productos que manejan, en relación con él y trato a los clientes no es el adecuado, al igual que no se encuentran en la capacidad de asesorar a los usuarios para satisfacer sus necesidades de consumo, por lo que buscan otro lugar de la competencia. Las empresas consideran a los clientes como parte esencial que da vida al negocio, por lo que se debe aumentar la complacencia, pero que lastimosamente lo pierden y fracasan en el cumplimiento de sus objetivos por no estar capacitados o simplemente por no saber hacerlo. Para captar más clientes y llegar a sus metas es necesario crear tácticas o métodos de atención, solo así se conseguirá la fidelidad (Ramos, 2014).

Tangibles

Las instalaciones físicas como el edificio, paredes, puertas, ventanas, sala de espera, pasillos, entre otras no brindan la comodidad y seguridad necesaria para atender a los clientes que llagan a diario a la empresa, no se cuenta con espacios adecuados, limpios, no se encuentra las señaléticas bien ubicadas, así como los productos en las góndolas no está ubicadas y distribuidas de forma adecuada. En las empresas ha evolucionado el concepto de almacén, en base a la demanda de clientes, donde deja de ser un simple espacio físico donde se almacenaba los productos, se ha convertido en una unidad de soporte y servicio a la estructura orgánica comercial. Siendo los objetivos del proceso de almacenes en resguardar, custodiar, controlar y el abasto de materiales, productos, e insumos, que genera el valor a la cadena de suministros (Bartholdi, & Hackman,, 2016).

4.3. Hipótesis

La hipótesis de investigación “La gestión de talento humano influye significativamente en la calidad de atención al cliente en la empresa”, se verificó mediante el análisis estadístico del chi cuadrado con base en los resultados de los cuestionarios aplicado a los clientes y trabajadores de la empresa FREVIUNO, es por ello que se utilizó una pregunta de cada cuestionario que fue aplicado, del cuestionario que se aplicó a los clientes se selecciona la pregunta 1 ¿existe buena disposición por parte del colaborador de la empresa para atenderle?, y del cuestionario de trabajadores la pregunta 6 ¿La empresa capacita a sus colaboradores sobre la atención a los clientes?.

Planteamiento de la hipótesis nula (Ho) y la hipótesis alterna (H1)

Hipótesis nula

La gestión de talento humano influye significativamente en la calidad de atención al cliente en la empresa.

Hipótesis alternativa

La gestión de talento humano no influye significativamente en la calidad de atención al cliente en la empresa.

Proceso de verificación

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,130 ^a	6	,980
Razón de verosimilitud	1,695	6	,946
N de casos válidos	150		

a. 9 casillas (75,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,02.

Cálculos

Valor de $p = 0,980$

Si el valor de $p \leq 0,05$ se rechaza H_0

Si el valor de $p > 0,05$ se acepta H_1

Entonces, se rechaza H_0 , es decir, existe una correlación entre la variable talento humano y atención al cliente, por ende, la gestión de talento humano influye significativamente en la calidad de atención al cliente en la empresa.

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

En Freviuno Cia. Ltda., ubicada en Ambato, se ha identificado un problema en la gestión del talento humano, ya que no se están llevando a cabo adecuadamente los procesos de selección, contratación, inducción y capacitación de los colaboradores. Como resultado, los empleados no brindan el nivel de atención que los clientes merecen, no están empoderados con los productos que venden, y no están capacitados para resolver situaciones conflictivas con los usuarios. Además, no se ha creado un clima laboral adecuado entre los usuarios y los vendedores, lo que ha llevado a una pérdida de fidelidad por parte de los clientes y a una disminución de la rentabilidad empresarial.

Otro problema identificado es la falta de estabilidad laboral de los empleados, así como la ausencia de oportunidades para el desarrollo de una carrera dentro de la empresa. Esto se debe a la falta de detección de las necesidades y motivaciones de cada trabajador, lo que a su vez impide la identificación y aprovechamiento de los potenciales y competencias de cada empleado. Por lo tanto, es crucial implementar una evaluación del desempeño laboral para identificar oportunidades de mejora en la atención al cliente y crear un ambiente laboral más satisfactorio y productivo para los empleados.

Por otro parte, se ha identificado una oportunidad de mejora en la gestión del talento humano en Freviuno Cía. Ltda., la cual puede ser aprovechada en beneficio de mejorar la calidad de atención al cliente, la cual es que, la empresa cuenta con el apoyo de la Dirección de Talento Humano y el potencial de los colaboradores, además de la disposición de los accionistas para destinar recursos e inversión en mejorar los procesos y convertirse en líderes en el campo ferretero.

Y finalmente, se planea garantizar la capacitación de los colaboradores en atención al cliente con valor agregado, lo que permitirá mantener la fidelidad de los clientes a través de una atención de primera calidad, espacios adecuados y un clima laboral óptimo. Sin embargo, la empresa no cuenta con un plan de gestión del talento humano para mejorar la calidad de atención al cliente. Por lo tanto, se sugiere la implementación de un plan de gestión del talento humano, el cual garantizará que los colaboradores se sientan motivados y desarrollen

un sentido de pertenencia hacia su trabajo, lo que les permitirá alcanzar sus objetivos y los de la empresa. Esto también incluiría capacitaciones continuas y estímulos que les permitan superarse y desarrollarse profesionalmente.

5.2. Recomendaciones

Para garantizar una gestión efectiva del talento humano, es fundamental que se lleven a cabo de manera adecuada todos los procesos relacionados con la selección, contratación, inducción y capacitación de los colaboradores. Para lograr esto, se deben aplicar matrices que permitan evaluar el desempeño laboral y detectar las necesidades de capacitación y desarrollo de cada uno de ellos. De esta manera, se podrán diseñar planes de acción que permitan mejorar continuamente el rendimiento y las habilidades del equipo de trabajo, contribuyendo así al éxito y crecimiento de la organización.

Además, en la gestión del talento humano se deben establecer políticas y prácticas que fomenten un ambiente laboral positivo y que permitan retener a los empleados más talentosos y comprometidos con la organización. También es importante realizar una adecuada evaluación del desempeño laboral, con el fin de reconocer los logros y establecer planes de mejora para aquellos aspectos que requieran atención ya que es fundamental para el éxito de cualquier organización y requiere de una planificación cuidadosa y de una atención constante a las necesidades y expectativas de los empleados.

Sin lugar a duda, se debe mejorar todos los procesos antes mencionados aprovechando estrategias, y planes de la gestión del talento humano que existen en la actualidad de diferentes autores y la predisposición de los colaboradores y altos mandos de la empresa para aprovechar la oportunidad de mejora de la gestión del talento humano, con la finalidad de dar la atención que el cliente se merece, por ser la parte esencial de la razón de ser de la empresa, paralelamente se mejorará la rentabilidad y utilidades.

Y para finalizar, es esencial que esta empresa tenga un plan de gestión del talento humano para brindar un servicio de calidad a sus clientes, por lo que este plan debe ser diseñado de manera técnico-administrativa y estructurada de forma clara para que pueda ser utilizada como una herramienta útil para el cumplimiento efectivo de todas las etapas del proceso de gestión del talento humano. De esta manera, se podrá asegurar que se cuente con los recursos humanos adecuados y se desarrollen prácticas y políticas que fomenten el ambiente laboral positivo y contribuyan a la retención del talento.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

6.1. Título de la propuesta

Plan de gestión del talento humano según el modelo Servqual para mejorar la atención al cliente en la empresa Freviuno Cia. Ltda. de la ciudad de Ambato.

6.2. Datos informativos

Nombre de la empresa:	Freviuno Cia. Ltda.
Dirección:	Antonio Neumane Marno y Av. Atahualpa
Teléfono:	0992071478
Parroquia:	Huachi Loreto

6.3. Objetivos de la propuesta

6.3.1 Objetivo general

Mejorar significativamente la atención al cliente en la empresa Freviuno Cia. Ltda. ubicada en la ciudad de Ambato, a través de la implementación de estrategias y prácticas específicas de gestión del talento humano.

6.3.2. Objetivos específicos

- Implementar medidas de control de atención al cliente, como el uso de medios de retroalimentación o sugerencias para mejorar la fidelidad del cliente
- Revisar y dar seguimiento a las actividades y responsabilidades de los colaboradores, mediante registros diarios, semanales y mensuales, ayudando así a detectar problemas y realizar la respectiva corrección.
- Establecer programas de capacitación integral para dotar al personal de habilidades específicas requeridas para la atención al cliente, promoviendo el crecimiento profesional y la retención del talento.

6.4. Justificación de la propuesta

La propuesta de diseñar el plan de gestión de la calidad con el modelo Servqual tiene como importancia el que se podrá medir la calidad de servicio al cliente de la empresa Freviuno, se determinará cuan satisfecho se encuentra el usuario al realizar sus actividades en la empresa, si se le atendió con calidez y eficiencia en un clima adecuado.

La factibilidad de la propuesta radica en la acogida de los clientes que son la razón de ser de la empresa que necesitan tener la tranquilidad de ir a satisfacer sus necesidades de consumo. Los accionistas han concienciado en la prioridad de capacitar a los colaboradores o trabajadores para motivarlos al empoderamiento y tener los resultados deseados en su

planificación institucional, de contar con trabajadores de primera calidad y posesionar la empresa a nivel local y nacional.

6.5. Descripción de la propuesta

Una vez que se ha detectado las principales debilidades de la gestión del talento humano y la calidad de servicio al cliente, como los de selección, contratación, inducción y capacitación en la empresa Freviuno, se va a estructurar el plan de gestión de la calidad con el modelo Servqual.

Plan de gestión del talento humano para la mejora de la calidad de atención al cliente utilizando el modelo SERVQUAL

EMPRESA FREVIUNO



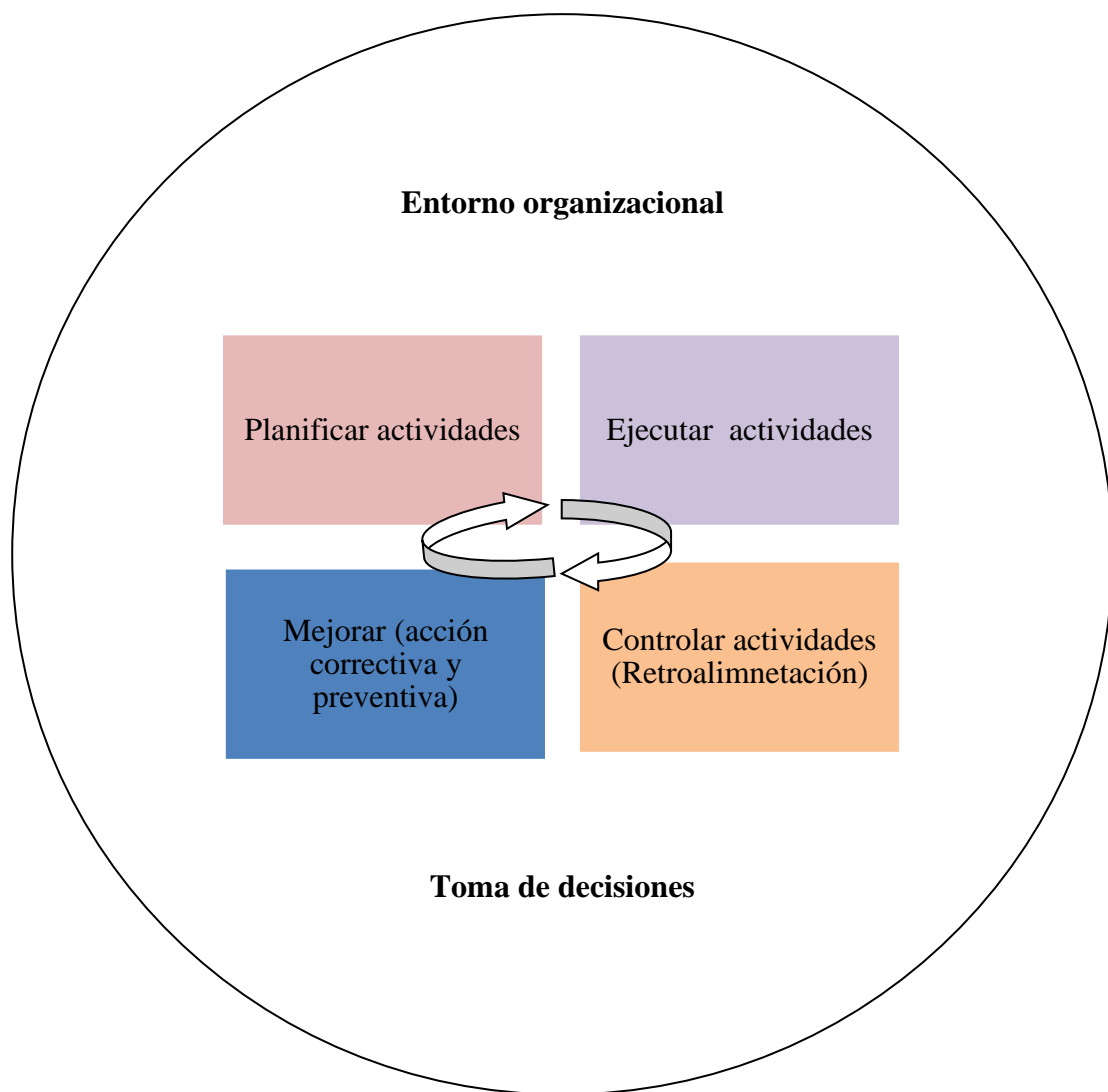
X.01

Elaborado por:

Aprobado por:

Fecha:

PLAN DE GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO SERVQUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE



Fuente: empleados de la empresa
Elaboración propia

Plan de gestión del talento humano para la mejora de la calidad de atención al cliente utilizando el modelo SERVQUAL

EMPRESA FREVIUNO



X.01

Elaborado por:

Aprobado por:

Fecha:

Instructivo de retroalimentación del cliente

PROPÓSITO

El propósito es promover la toma de decisiones para solucionar los problemas que ocurren en la atención al cliente que ocurre en la empresa Freviuno Cia. Ltda., de la ciudad de Ambato, considerando las causas y debilidades que generan la inconformidad de los clientes y de todas las partes interesadas.

ALCANCE

Tiene un alcance para todos los colaboradores que atienden a los clientes de la empresa Freviuno Cia. Ltda., la duración será de al menos un año.

RESPONSABILIDAD

Será responsable del control de la aplicación el director de Talento Humano de la empresa Freviuno Cia. Ltda.

DESARROLLO

Se pone en consideración el instructivo para la ejecución de las acciones correctivas / preventivas.

Fuente: empleados de la empresa
Elaboración propia

Plan de gestión del talento humano para la mejora de la calidad de atención al cliente utilizando el modelo SERVQUAL

EMPRESA FREVIUNO



X.01

Elaborado por:

Aprobado por:

Fecha:

Instructivo de retroalimentación del cliente

- Se recopila la información que fue depositada en el buzón de sugerencias que la empresa colocó en un sitio estratégico para que los clientes visualicen fácilmente.



- Se procede al análisis y tabulación de la información para proceder a la retroalimentación de los interesados.



- La retroalimentación es analizada con base a los indicadores del servicio de

atención al cliente.

- Identificación de causas y debilidades en el proceso del análisis de la información
- Se toma las decisiones con base a los hallazgos obtenidos en la retroalimentación a los clientes

TOMA DE DECISIONES



- Se plantea la alternativa de solución, registrando el indicador que la empresa espera
- Se implementa la alternativa de calidad de servicio de la acción correctiva/preventiva



- Se monitorea el cumplimiento de las acciones correctivas/preventivas de acuerdo con el indicador registrado

Se puede adaptar el plan emergente si es el caso.

Fuente: empleados de la empresa
Elaboración propia

Plan de gestión de la calidad de servicio al cliente utilizando el modelo SERVQUAL

EMPRESA FREVIUNO



X.01

Elaborado por:

Aprobado por:

Fecha:

Instructivo de retroalimentación del cliente

REGISTROS

- Check List



- Matriz de datos de la retroalimentación



- Identificación de causa de problemas



- Acciones correctivas y/o preventivas
- Seguimiento de la acción correctiva y/o preventiva



Fuente: empleados de la empresa
Elaboración propia



Check List

Detalle	NC	CP	C	Frecuencia	Observaciones
Se evidencia la existencia de instructivos para el control asistencia				Diaria	
Se evidencia la existencia de un sistema de control de problemas con los clientes				Diario	
Se evidencia la existencia de registros de monitoreo de control de las situaciones problemáticas en la empresa				Diario	
Los espacios físicos son adecuados en la empresa				Diario	
Se evidencia limpieza y orden en las instalaciones de la empresa				Diario	
Se evidencia la existencia de servicios higiénicos limpios				Diario	
Se evidencia la ubicación y distribución de las góndolas en la empresa				Diario	
Se evidencia la existencia de un control de calidad del producto				Diario	
Se monitorea el uso de la ropa o uniformes adecuados de trabajo en la empresa				Diario	
Las reglas de servicio al cliente son visibles y es comunicada al personal de la empresa				Semanal	
Se evidencia la existencia de registros de la existencia de los diferentes productos que oferta la empresa				Semanal	
Existe evidencia la capacitación e información de los productos				Semanal	
Se evidencian un ambiente agradable y condiciones apropiadas en la relación colaboradores-clientes				Semanal	
Existen registros del manejo de las relaciones con los clientes				Semanal	
Se evidencian que los pisos, paredes y techo están limpios y en buen estado				Semanal	

Nota: NC = No Conformidad; CP = Conformidad Parcial; C = Conformidad

.....

Responsable

Fuente: empleados de la empresa
Elaboración propia



Registro de los indicadores del servicio.

Orden No:

Fecha:

Código	Campo	Área	Parámetros		Problemas	Causas
			Actual	Esperado		

Observaciones:

.....

.....

.....

.....

Responsable

Fuente: empleados de la empresa
 Elaboración propia



Seguimiento de la acción correctiva y/o preventiva.

Formato No:

Fecha:

Acción correctiva y/o preventiva	Resultados		Diferencia	Observaciones
	Esperado	Obtenido		

.....

Responsable

Fuente: empleados de la empresa
Elaboración propia



Registro de actividades correctivas y/o preventivas.

Fecha:

Ítem	Descripción de problemas	Causas Asignables	Efectos	

Problema (Ítem)	Causas asignables	Objetivo propuesto	Alternativa a evaluar	Puntuación	Alternativa escogida	
			A			
			B			
				A		
				B		
				A		
				B		

Puntuación: Alto (3), Medio (2), Bajo (1).

Problema (Ítem)	Acciones correctivas propuestas	Acciones preventivas propuestas	Responsable de seguimiento	Fecha inicio	Fecha fin	Meta para obtener

.....

Responsable

Fuente: empleados de la empresa

Elaboración propia

PLAN DE CHARLAS

Tema: Gestión de la Calidad.

Objetivos: Dar a conocer al personal los aspectos que afectan y/o benefician la calidad del servicio de limpieza.

Duración: 1 mes (1 de junio al 30 de junio del 2023)

Carga horaria: 20 horas. (2 horas diarias).

Participantes: Personal operativo y Supervisor de la empresa.

Facilitador: NN

Tabla 32. Cronograma

Actividad	Técnicas	Recursos	Evaluación	Contenido	1	3	5	9	11	15	17	19	23	25
Adecuaciones	Diapositivas	Facilitadores	Pregunta y respuestas	Relaciones humanas										
Selección facilitadora	Lluvia de ideas	Laptop	Exposición	Sistema de calidad										
Trípticos informativos	Técnicas de dinámica grupal	Impresora	Retroalimentación	Calidad de servicio										
Listado de participantes	Entrega de material didáctico y trípticos	Proyector de diapositivas		Modelo administrativo										
Presentación del plan		Resaltadores		Mapa de procesos										
Dinámica				Control de procesos										
Formación de equipos				Cuadro de mando integral										
Sistema de evaluación				Cadena de valor										
				Valores										

Fuente: empleados de la empresa

Elaboración propia

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adamsen, B., & Swailes, S. (2019). *Managing Talent : Understanding Critical Perspectives*. Palgrave Macmillan Springer Nature.
- Arellano- Díaz, H. (s.f.). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Las ciencias*, 3(1), 74. <https://doi.org/DOI: 10.23857/dc.v3i3 mon.627>
- Arenal, C., & Ladrón de Guevara, M. (2019). *Gestión de la atención al cliente / consumidor*. Barcelona: Tutor Formación. https://doi.org/https://books.google.co.ve/books?id=F2-_DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=concepto+de+calidad&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj9soD5qsHuAhWy1FkKHcIGCsw4ChDoATACegQIBBAC#v=onepage&q=concepto%20de%20calidad&f=false
- Bartholdi, J., & Hackman, S. (2016). *Warehouse and distribution science*. 301.
- BeeDIGITAL. (2019). <https://www.beedigital.es/contratacion-laboral/que-es-la-gestion-del-talento-humano-por-competencias/>.
- Buckley, R. (2017). *Research in Personnel and Human Resources Management*. Bingley : Emerald Publishing Limited. <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=704e2955-99d7-46dc-86a7-f8899852f9f4%40pdc-v-sessmgr04&bdata=Jmxhbm9ZXMmc210ZT11ZHMtbG12ZQ%3d%3d#AN=1561338&db=nlebk>.
- Casco Miranda, U. (2020). *La atención al cliente y su incidencia en el fortalecimiento institucional de la asociación pesca milagrosa de la ciudad del puyo periodo 2017-2018*. UNACH.
- Casco Miranda, U. (2020). *La atención al cliente y su incidencia en el fortalecimiento institucional de la asociación pesca milagrosa de la ciudad del puyo periodo 2017-2018*. UNACH.
- Cazorla Silva, F. (2017). *La gestión del talento humano de la estación de servicio Oriental y su incidencia en la atención al cliente durante el período 2013*. UNACH.
- Chiavenato, I. (2002). *gestión del talento humano*. Editorial Practice Hill.
- Chiavenato, I. (2007). Evaluación del Desempeño Humano. *Administración de Recursos Humanos*, pp 241-169. https://doi.org/http://euaem1.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/2064/414_01.pdf

- Chiavenato, I. (2015). *Gestión del Talento Humano*.
https://doi.org/https://www.todostuslibros.com/libros/gestion-del-talento-humano_978-970-10-7340-7
- Chiavenato, I. (2020). *Administración de recursos humanos*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España.
https://doi.org/https://www.imosver.com/es/libro/administracion-de-recursos-humanos_MAR0008512
- Chicaiza Espinoza, I. (2022). *La gestión del talento humano y la calidad de servicio en la empresa "Plastifull"*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Condori, P. (2020). *Universo, población y muestra*. Creative Commons.
- Cortez, M. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001: 2015)*. ICB.
- Cuestas, A. (2018). *Gestión de talento humano y del conocimiento*. Ecoe Ediciones.
- Díaz, G., & Quintana, M. (2021). La gestión del talento humano y su influencia en la productividad de la organización. *Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas (AJOICA)*, 22(1), 29-48.
<https://doi.org/ISSN 1988-9011>
- Dolan, S., Valle, R., Jackson, S., & Schuler, R. (2003). *La gestión de los recursos humanos*. McGraw-Hill.
- Espinoza Fernández, O. (2019). *La gestión administrativa y la calidad del servicio al cliente en el Hotel el Molino periodo 2018*. UNACH.
- Espinoza, K., & Montalvo, J. (2021). *Gestión del talento humano y desempeño laboral del personal administrativo de la Zona Registral N.º VIII-Sede Huancayo en tiempos de COVID-19*. Universidad Continental.
- Guerrón Morán, M. (2022). *"La Gestión de Talento Humano y el Desarrollo Organizacional en el GAD Municipal del Cantón Penipe"*. UNACH.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, M. (2016). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill.
- Isaza, A. (2018). *Control Interno y Sistema de Gestión de Calidad. Guía para su implantación en Empresas Públicas y privadas*. Universitaria.
- ISOTools. (2019). *Obtenido de Software Gestión de Procesos*.
<https://www.isotools.org/soluciones/procesos/satisfaccion-de-clientes/>.

- Jara Martínez, A., Asmat Vega, N., Alberca Pintado, N., & Medina Guzmán, J. (2018). Gestión del talento humano como factor de mejoramiento de la gestión pública y desempeño laboral. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(83), 740. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?>
- LatynPyme. (2019). *LatynPyme*. <https://www.latinpymes.com/la-importancia-de-la-gestion-del-talento-humano/>.
- Luna, R. (2017). Gestión del talento: De los recursos humanos a la dirección de personas basada en el talento DPT. Ediciones Pirámide.
- Majad Rondón, M. A. (2016). Gestión del talento humano en organizaciones educativas. *Revista de investigación*, 40(88), 148.
- Mambo, M. (2017). Effective Talent Management Strategies for Organizational Success. *Grand Valley State University, USA*. <https://doi.org/http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=9064f792-91ae-44dd-baf0-86693413dbc5%40pdc-v-sessmgr03&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbG12ZQ%3d%3d#AN=1461718&db=edsebk>
- Masa'deh, R. (2018). Revisión de la literatura sobre el efecto del manejo del talento en la efectividad organizacional. *Revista de Ciencias Sociales*, 7(2), pp 139-156. <https://doi.org/https://doi.org/10.25255/jss.2018.7.2.139.156>
- Mejía Andino, C. (2022). *La gestión del talento humano y el desempeño laboral en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Vicentina "Manuel Esteban Godoy Ortega" Ltda., agencia Latacunga*. UNACH.
- Meyer, M., & Krueger, E. (2018). *Introduction to Human Resource Management*. Recuperado el 11 de febrero de 2020, de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=69ab1b81-a92f-4bbf-8b02-17a162666bb7%40pdc-v-sessmgr05&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbG12ZQ%3d%3d#AN=1775033&db=edsebk>.
- Noboa Silva, C. (2021). *"Gestión de la calidad y la satisfacción del cliente en la Empresa Cerámicas y Mega Akabados el Descuento"*. UNACH.
- Noboa Silva, C. (2021). *Gestión de la calidad y la satisfacción del cliente en la empresa Cerámicas y Mega Akabados El Descuento*. UNACH.

- Pérez Pintado, G. (2014). “*La Gestión del Talento Humano y su incidencia en la calidad del servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda.*”. UTA.
- Pérez, O. (2014). *PEOPLENEXT*. <https://blog.peoplenext.com.mx/los-beneficios-de-la-gestion-del-talento-humano-por-competencias-para-tu-empresa>.
- Ramirez, A. (2018). La cadena de valor del servicio al cliente. *Revistas de Ciencias Administrativas y Financieras de la Seguridad Social*, 7(1), pp 123-210. <https://doi.org/https://www.sutori.com/story/historia-y-evolucion-del-concepto-de-gestion-de-calidad--VMb6P4wrEX1F3M7fgKtHtjRr>
- Ramírez, R., Espindola, C., Ruíz, G., & Hugueth, A. (2019). Gestión del Talento Humano: Análisis desde el Enfoque Estratégico. *Información tecnológica*, 30(6), 1. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000600167>
- Ramos Galarza, C. (2020). Los alcances de la investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 3. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Ramos, R. (2014). *Atención al cliente*. Editora.
- Rogel Villacis, J. L. (2018). La calidad del servicio y satisfacción del cliente: Binomio clave en agencias de viaje en Ecuador. *Memorialia*(15), 200-402. <https://doi.org/ISSN:1690-8074>
- Tamayo, M. (2012). *El proceso de la investigación*. Limusa.
- Valdez, F. (2019). *Metodología de la investigación*. UAM.
- Van, J. (2016). Human Resource Management in Government : A South African Perspective on Theories, Politics and Processes (1st edition ed.). <https://doi.org/http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=41aa8995-acc1-4981-987f-ee04f5abe550%40pdc-v->
- Wagner, M. (2014). *Calidad turística total: en busca de organizaciones más competitivas*. Proturismo.
- Zavala, F., & Vélez, E. (2020). La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios - Ecuador. *Revista científica dominio de las ciencias*, 6(3), 264-281. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1284>

ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Modelo de Servqual aplicado a los clientes de la empresa FREVIUNO CIA. LTDA de la ciudad de Ambato.

Objetivo: Recabar información sobre la calidad de atención a los clientes de la empresa

Instrucciones:

Coloque un **VISTO** o una **X** en el cuadro y número que considere que satisface su interrogante según la simbología

Simbología

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

Capacidad de respuesta		1	2	3	4	5
1	¿Existe buena disposición por parte del colaborador de la empresa Freviuno Cia. Ltda., para atenderle?					
2	¿El colaborador que brinda el servicio de atención al cliente, demuestra interés por conocer las necesidades de los clientes?					
3	¿Considera que el tiempo de espera, desde el momento que llega, hasta que lo atienden el servicio es adecuado y oportuno?					
4	¿Considera que al momento de la visita a la empresa Freviuno Cia. Ltda., encuentra el producto que necesita?					
5	¿Cómo evalúa usted el servicio de atención al cliente que se brinda por parte de los colaboradores de la empresa?					
Fiabilidad		1	2	3	4	5
6	¿Cómo evalúa el servicio que le brinda el colaborador con respecto al conocimiento del producto?					
7	¿Considera que el colaborador le brinda alternativas de solución en el servicio de atención frente a sus necesidades?					

8	¿Considera que el colaborador le brinda la información clara y precisa con respecto al uso del producto?					
9	¿Considera que el producto que se comercializa en la empresa Freviuno Cia. Ltda., es de calidad?					
Empatía		1	2	3	4	5
10	¿Considera que los colaboradores agilizan su trabajo para atender en el menor tiempo posible?					
11	¿Considera que el colaborador brinda un servicio de atención cordial y amable?					
12	¿Considera que el personal transmite un ambiente agradable?					
13	¿Cómo evalúa la capacidad de respuesta ante una eventualidad que se presente con respecto al producto o servicio que brindan los colaboradores?					
Seguridad		1	2	3	4	5
15	¿Considera que el colaborador maneja la información de las existencias logísticas de los productos?					
16	¿Considera indispensable que los colaboradores de la empresa se presenten debidamente uniformados?					
17	¿Cómo evalúa el trato que recibe por parte de los colaboradores de la empresa Freviuno Cia. Ltda.?					
18	¿Considera apropiada la asesoría que le brinda el colaborador con respecto al producto?					
Tangibles		1	2	3	4	5
19	¿Considera que las instalaciones físicas (edificio en general - paredes, puertas, ventanas, salas de espera, pasillos etc.), brindan la comodidad y seguridad necesaria?					
20	¿Considera que la empresa Freviuno Cia. Ltda., cuenta con los espacios adecuados, limpios y aseados para brindar el servicio de atención?					
21	¿Cómo evalúa usted que la señalización que se tiene en los puntos de ventas de la empresa Freviuno Cia. Ltda.?					
22	¿Cómo evalúa la ubicación y distribución de los productos en las góndolas son las adecuadas?					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta dirigida a los empleados de la empresa FREVIUNO CIA. LTDA de la ciudad de Ambato

Objetivo: Conocer la percepción de los empleados sobre la gestión de la calidad y la calidad de atención al cliente

Instrucciones:

Marque una X en la casilla que corresponda en cada interrogante.

Datos personales

Genero

Masculino ()

Femenino ()

Edad

20 a 25 años ()

30 a 35 años ()

40 en adelante ()

Tiempo de trabajo

3 A 6 meses ()

1 a 2 años ()

3 a 5 años ()

5 años en adelante ()

Cuestionario

1. ¿La selección de personal de la empresa Freviuno Cia. Ltda., se realiza bajo los estándares legales nacionales?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

2. ¿La empresa Freviuno Cia. Ltda., una vez que selecciona al personal, les capacita adecuadamente de acuerdo con el puesto que va a cumplir?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

3. ¿Los trabajadores que son contratados en la empresa Freviuno Cia. Ltda., tiene estabilidad laboral?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

4. ¿El departamento de talento humano realiza la evaluación de desempeño de sus colaboradores?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

5. ¿En la empresa Freviuno Cia. Ltda., se aplican políticas de estímulos para retenerlo en tiempo indefinido?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

6. ¿La empresa Freviuno Cia. Ltda., capacita a sus colaboradores sobre la atención a los clientes?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

7. ¿La empresa Freviuno Cia. Ltda., capacita a los trabajadores sobre la solución de problemas con los clientes?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

8. ¿La empresa Freviuno Cia. Ltda., aplica instrumentos que recopilen información sobre la satisfacción del cliente?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

9. ¿Considera que los clientes atendidos salen satisfechos de la atención recibida en la empresa Freviuno Cia. Ltda.?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

10. ¿Siente que la empresa Freviuno Cia. Ltda., ofrece los medios adecuados para brindar una calidad de atención al cliente, aplicando la gestión del talento humano?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

