



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO  
FACULTAD DE SOCIEDAD, CULTURA Y CREATIVIDAD  
ESCUELA DE PSICOLOGÍA, TALENTO HUMANO Y SOCIEDAD  
PROGRAMA DE PSICOLOGÍA  
GRUPO DE INVESTIGACIÓN DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y CULTURA  
GESTIÓN DEL TALENTO EN LAS ORGANIZACIONES  
  
IMPORTANCIA DE LA CAPACITACION EN LA ATENCION AL CLIENTE  
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN OPCIÓN DE GRADO MODALIDAD VIRTUAL

PRESENTA:

ENID ANDREA MOLINA IZQUIERDO

JENNIFER DUEÑAS URREGO

ROBERT JOSÉ NEIRA ALZATE

ASESOR:

DIANA CAROLINA HERNÁNDEZ GUALDRÓN. MGS.

BOGOTÁ, AGOSTO - DICIEMBRE DE 2021.

## **Importancia de la capacitación en la atención al cliente.**

Primer Autor., Segundo Autor., Tercer Autor., Cuarto Autor., y Quinto Autor.

*Estudiantes Programa de psicología. Politécnico Gran Colombiano*

Diana Carolina Hernández Gualdrón<sup>1</sup>

### **Resumen**

En este trabajo se realizó la revisión documental sobre cómo influye la participación en actividades de capacitación en la calidad de la atención al cliente, teniendo en cuenta que es un tema que día a día evalúa el servicio que tienen las empresas, además de reconocer que es un factor de gran importancia para el desarrollo y estabilidad de las empresas a nivel nacional e internacional.

Adicional se da a conocer teorías e investigaciones que en el transcurso de los años y mediante la detección de necesidades se han realizado con el objetivo de brindar a las empresas y sus colaboradores la importancia de tener dentro de sus proyecciones y planes empresariales la formación en cada uno de los temas y áreas que competen en la prestación de su servicio y/ producto al mercado.

**Palabras clave:** Capacitación, Formación, atención al cliente, calidad.

### **Introducción**

En la actualidad empresas de diferentes sectores económicos han incorporado las capacitaciones como prioridad en la ejecución de herramientas necesarias para su crecimiento y permanencia (Mirabal, 2017).

---

<sup>1</sup> Docente Facultad Sociedad, Cultura y Creatividad. Psicóloga. Magister en Gestión Social Empresarial.

La capacitación tiene como fin prevenir y/o evitar fracasos que se puedan presentar en los procesos ejecutados por las empresas, los resultados de una formación no son inmediatos pues se basa en un proceso para lograr el cambio de aptitud de los colaboradores de la organización creando alternativas en la solución de problemas (Soares , Et al, 2019).

En las compañías se presentan necesidades, una de estas es la preparación, que se da con el fin de guiar el aprendizaje como recurso para así obtener mejores resultados, es decir las empresas buscan mediante la formación de su personal contar con colaboradores idóneos para dar respuesta asertiva en la prestación de sus servicios y estar a la vanguardia de las exigencias que su mercado pide (Mejía, 2017).

Es de suma importancia realizar capacitaciones pero a la vez medir su desempeño laboral con el fin de detectar si los entrenamientos programadas se realizan solo por cumplimiento y estándares administrativos y no por incentivar el uso de recursos para desarrollo satisfactorio de labores (Martínez, Palos y Vargas, 2017).

Por otro lado Nowel (2015) afirma que la calidad del servicio se demuestra a partir de herramientas como el desarrollo del personal, calidad del personal y del producto, la competitividad, estos factores se desarrollan a través de las formaciones detectando las necesidades de cada colaborador.

Teniendo en cuenta la importancia del proceso de aprendizaje de los colaboradores en las empresas y su impacto para el buen servicio y atención a sus clientes Nowel (2015) habla sobre el American Customer Satisfaction Index (ACSI) el cual fue creado en la universidad de Michigan, e indica el índice de satisfacción del cliente, basándose en la calidad de productos y servicios, con factores determinantes como el valor, calidad y expectativas del cliente, teniendo a la vez un impacto en la productividad, dicho índice cuantifica el valor que los clientes dan a su producto o

servicio y así mismo estimula el mejoramiento de la calidad.

### **Planteamiento del problema**

Actualmente en las empresas se presentan vacíos frente a los conocimientos específicos que definen un servicio eficiente y eficaz, como respuesta a esto se hace fundamental la inversión en procesos de formación, entrenamiento y/o capacitación, mostrando dicho inconveniente como una oportunidad para mejorar no solo la prestación de sus servicios sino a la vez el uso de sus recursos y el descubrimiento de habilidades competitivas por desarrollar en sus equipos de trabajo (Hernández y Zamudio, 2013).

Según Sarmiento (2018) en el artículo publicado en asuntos legales, la empresa de servicios telefónicos Claro es una de las empresas más deficiente de la telefonía móvil, para el año 2017 presento 27.761 quejas y reclamos por diferentes temas entre ellos facturación e incremento en sus tarifas, demostrando que su calidad en servicio es deficiente por lo cual debe trabajar en dicha insatisfacción para evitar procesos que pueden descartar de manera innecesaria sus recursos en diferentes ámbitos.

Por otro lado el sector financiero también ha tenido diversos inconvenientes registrando 111.512 quejas, Vargas (2021) en su artículo publicado en la república, donde Barragán experto en banca expone que dichas reclamaciones se deben a la transición de lo presencial a lo virtual y que para esto se necesita de mucho entrenamiento tecnológico; pues los servicios que se prestan de manera virtual deben cumplir con los mismos estándares de calidad y al final de cada proceso deben dar solución a los problemas como los procesos presenciales .

### **Pregunta problema**

¿Cómo influye la participación en actividades de capacitación en la calidad de la atención al cliente?

### **Objetivo general**

Determinar cómo influye la participación en actividades de capacitación en la calidad de la atención al cliente.

### **Objetivos específicos**

- \*Identificar factores que influyen en la calidad en atención al cliente
- \* Comprender los fundamentos teóricos acerca del impacto que tiene la capacitación en las organizaciones.
- \* Analizar el estado actual de las investigaciones que identifican el efecto que tiene la formación en la calidad de atención al cliente.

### **Justificación.**

Por medio de la recolección de estudios y revisión documental se sustentará la importancia que tiene la capacitación de colaboradores en las empresas para la atención al cliente, con la constante actualización de información necesaria para la solución de problemáticas, implementación de procesos que diariamente realizan debido a los constantes cambios que se presentan para cumplir con las necesidades que el entorno impone día a día.

En diversas investigaciones y estudios realizados se ha concluido y demostrado que la atención al cliente, para muchas empresas, es un elemento fundamental para lograr beneficios económicos,

posicionamiento en el mercado y competitividad, teniendo en cuenta las exigencias que actualmente presenta el sector económico además de tener como base fundamental la mejora continua y el aumento de la eficiencia y eficacia en sus procesos, consecuencia de la mayoría de los objetivos empresariales actuales (Moya & Báez, 2015).

Las empresas deben dotarse de diversas herramientas que contribuyan a minimizar problemáticas y vulnerabilidades, potencializar sus cualidades para mejorar su competitividad (Rodríguez, Zamora, & Varela, 2015).

De acuerdo a Godoy (2011) la capacitación del capital humano permite realizar un cambio a nivel y su conducta mejora en la ejecución de responsabilidades teniendo un evidente crecimiento en su eficiencia organizacional.

Detectar la importancia de la capacitación en colaboradores de las empresas contribuye a disminuir las quejas y reclamos de clientes, y a la vez detectar insuficiencias que se pueden tener en la prestación de sus servicios al momento de transmitir la información a sus clientes, por medio de la capacitación los colaboradores adquieren conocimientos que forman parte de las herramientas para la mejora continua en el desarrollo de sus labores.

Cuando la empresa logra obtener un personal altamente capacitado, transmitir de manera correcta la información; a la vez crean estrategias y procesos de alta satisfacción para sus clientes, logran cumplir sus metas administrativas y financieras.

### **Marco de referencia**

Dentro de los factores que contribuyen a mejorar resultados en las empresas se encuentra que la capacitación que es una pieza clave en el mejoramiento y la creación de estrategias para la dirección, manejo de habilidades, capacidades de los empleados de una empresa, es fundamental

potencializar el desarrollo de habilidades de los colaboradores con el fin de asignar de manera idónea procesos y responsabilidades que contribuyan a su ejecución de manera rápida, adecuada; adicional la misma autora resume que la capacitación pretende ser una plataforma por medio de la cual se genera un desarrollo organizacional, personal y profesional de los colaboradores en las empresas (Orozco, 2017).

Dentro de las entidades estatales en Colombia mediante el Decreto 1567 de 1998 se crea el sistema nacional de capacitación y el sistema de estímulos para los empleados del estado. Con el fin de generar en las entidades mayor capacidad de aprendizaje para obtener eficiencia y eficacia en la administración de labores, logrando la prestación de servicios de manera coordinada y con criterios, actualmente el departamento de la función pública desarrolla el plan nacional de formación y capacitación entre el año 2020 y 2030; dentro de sus fines se encuentra establecer los objetivos necesarios para que las entidades logren la formulación de sus programas de capacitación y actividades de formación enfocados a la mejora continua de empleados y empresas.

La capacitación laboral fue designada hace varios años como factor fundamental para el desempeño personal en las organizaciones y/o empresas, esto con el fin de aplicar de manera correcta procesos que contribuyen a mejorar la ejecución de actividades y solicitudes de los clientes frente a fallas y procesos equívocos al momento de prestar un servicio sin que el empleado se siente inconforme por la reclamación del cliente (Reynoso, 2015).

De acuerdo a Chiavenato (2007) citado en el artículo de Cabrera & tapia (2020) la capacitación y su contenido puede incluir tres formas de cambio en la conducta: Desarrollo de habilidades, para desarrollar una actividad tarea u operación, dentro de ciertos estándares de eficiencia (tiempo, calidad, frecuencia) y con los recursos mínimos necesarios, las destrezas pueden

aprenderse y perfeccionarse de acuerdo a modelos mentales de cada persona pero no se pueden transmitir como se hace con los conocimientos.

Para detectar factores que contribuyan en la calidad de atención al cliente las empresas se pueden basar en medios como evaluaciones de desempeño, observación, cuestionarios, entrevistas, exámenes, análisis de puesto y perfil del trabajador, el mismo autor adiciona que la capacitación como uno de los factores que influyen en la calidad de servicio, es el esfuerzo de los empleados con un sentido positivo y un beneficio amplio a sus labores, y sus componentes son : insumos que son los recursos de la empresa para la capacitación, el proceso , que denomina el camino de aprendizaje y /o enseñanza que tiene los empleados , producto , que en este caso es el personal capacitado, los conocimientos habilidades y competencias adquiridas y por último la retroalimentación que se relaciona con la evaluación de los resultados adquiridos (Acha, 2017). Alles (2020) expone que el plan de formación es el camino que deben tener en cuenta las empresas cuando estas quieren hacer un cambio cultural; cuando detectan que algo en su organización se debe cambiar o se determina que alguna competencia debe ser desarrollada. En este caso el servicio al cliente, en su apartado “de ayer a mañana difícil y posible a la vez”, hace énfasis en que las empresas siempre deben estar en constante formación ya que deben estar preparadas no solo para las necesidades que día a día presentan sino también para las futuras, pues su rendimiento y calidad siempre estará siendo evaluado a la hora de escoger sus productos o servicios, así mismo el futuro exigirá confrontar nuevas realidades que deberán estar planeadas desde la formación.

En cuanto a la calidad se define como las propiedades y características de un producto o servicio, al cual se le asigna la capacidad de satisfacer necesidades para cumplir expectativas en un consumidor, dichas propiedades y características pueden referirse en la presentación , insumos,

servicio al cliente, calidad, servicio post venta entre otros. (Pérez, 2018).

William Edwards Deming es el pionero más reconocido de la calidad, pues gracias a él se popularizó el control de calidad en Japón hacia el año 1950, una de sus ideas es verificar que consiste en comparar los resultados que se obtienen con los que se esperan este proceso se implementa en dos etapas: mientras se está dando el procesos y cuando haya finalizado. También nos cuenta que para Deming la calidad es la base de una economía sana, pues es una cadena que perfecciona el producto o servicio en bajar sus costos, disminuir errores en procesos logrando entrar al mercado con calidad, precios adecuados, así podrá generar empleo y satisfacer de manera plena a sus clientes; Deming postula una serie de puntos entre esos explica que las empresas deben crear un plan en base al futuro, con el fin de garantizar permanencia y éxito en las empresas, esto implica que deben designar recursos a la innovación y capacitación (Barrios, 2018).

De acuerdo a Arellano (2017) la calidad de un servicio se encuentra en la satisfacción del cliente, quedando complacido si se ofrece lo que espera o más, al estar presente este sentimiento por aspectos subjetivos como la percepción y expectativas. La retroalimentación que deben hacer las empresas es lo que mantiene la calidad en el servicio pero dicho objetivo se lleva a cabo si los colaboradores conocen muy bien el producto a ofrecer, esto se obtiene por medio de capacitaciones constantes que aporten conocimiento a los trabajadores para así brindar alternativas a sus clientes y lograr cumplir con las aspiraciones de este y con las metas a nivel financiero de una empresa.

La calidad en el servicio al cliente es la transmisión de una actitud colectiva del mejoramiento continuo en la organización convirtiendo las quejas que constantemente se reciben en medio de inspiración para el desarrollo de una cultura de calidad; es decir combatir dichas quejas con el fin

de superar las expectativas de los clientes, para lograr mejorar la atención al cliente se deben tener en cuenta aspectos como: favorecer la formación a sus colaboradores con el fin de facilitar la participación en el camino hacia la calidad total (Sainz, 2015).

En la actualidad existen diversos sistemas de gestión de calidad que se encuentran normalizados bajo ISO, el cual es un conjunto de estándares y normas internacionales que se relacionan entre sí con el fin de hacer cumplir los desempeños de calidad que las empresas necesitan para lograr el cumplimiento de sus objetivos, al lograr plenamente dichas normas el cliente obtendrá satisfacción con el producto o servicio adquirido (Sainz, 2015).

### **Metodología**

El desarrollo de este documento sobre el tema de cómo influye la participación en actividades de capacitación en la calidad en la atención al cliente, se basó en el modelo descriptivo el cual busca definir y especificar las propiedades, perfiles o características de personas comunidades grupos o cualquier otro fenómeno que pueda ser sometido a un análisis, pretende recoger información de manera conjunta o independientes de las variables a las que se refieren es una alternativa muy útil para mostrar los diferentes dimensiones o ángulos de los fenómenos contextos situaciones sucesos o comunidad. (Hernández Sampieri, 2011).

Teniendo en cuenta, la revisión de literatura en el cual se ubican diferentes referencias bibliográficas de datos estructurados por ejemplo: Dialnet, Google académico, elibro.net, Scielo, los artículos seleccionados profundizan en el tema con principal interés en su aplicabilidad en empresas.

### **Intervención de la revisión :**

Buscar las definiciones de capacitación, calidad, atención al cliente, así como la relación entre los

términos con el fin de dar solución a la investigación. Para dar cumplimiento al objetivo de la revisión documental se propone el siguiente diseño metodológico de trabajo en etapas de investigación:

### ***Definición de fuentes Bibliográficas***

La búsqueda de la literatura para la elaboración de este artículo de revisión documental se fundamentó en diferentes tipos de fuentes: Dialnet: Portal bibliográfico cuyo objetivo es dar visibilidad a la literatura científica hispana Google académico: Modelo para la publicación de revistas científicas, gratuito disponible en línea. Ellibro.net es una Plataforma que contiene más de 100.000 libros en lengua española y de todas las áreas temáticas.

Scielo es una colección de revistas científicas electrónicas, gratuito disponible en línea. Los Textos universitarios son textos descargados de internet donde se tratan por medio de proyectos universitarios temas involucrados en la pregunta investigación.

**Estrategia de la búsqueda.** Los descriptores utilizados para la indagación de las referencias fueron: Capacitación organizacional, Calidad organizacional, Impacto de la capacitación en la calidad organizacional, Capacitación + calidad organizacional, capacitación calidad en atención al cliente.

**Criterios de selección.** Teniendo en cuenta los títulos y resumen de las publicaciones se eligieron los artículos teniendo en cuenta:

1. El documento contribuye al cumplimiento del objetivo de la investigación
2. El soporte que contiene información sobre capacitación, calidad atención al cliente a nivel organizacional .
3. El archivo se encuentra completo y es posible descargarlo Al seleccionar el artículo se procede a leer el resumen, luego se continua con la lectura de los aspectos que pueden ser

seleccionados para fundamentar la investigación.

**Organización de la información.** Para organizar la información se realizaron los siguientes pasos: De las fuentes recolectadas se tomaron como principal las que más soportan el objetivo de la investigación.

1. **Nombrar:** se clasificaron los textos de acuerdo a las categorías de información que se habían propuesto para el documento
2. **Integrar:** se realiza la revisión de las publicaciones con el fin de asociar cada una de estas de manera coherente, cumpliendo con las categorías propuestas para el documento.
3. **Priorizar:** teniendo en cuenta el objetivo del documento, se hace énfasis en la información que de claridad al tema, y contribuya al desarrollo de la investigación de manera puntual y acorde.

### **Hallazgos empíricos**

Actualmente la capacitación ha sido un factor muy importante en la atención de servicio al clientes de muchas empresas por esta razón, se conocen diversos estudios donde se puede evidenciar su impacto. Mediante una investigación realizada en 8 países en latino américa al personal de salud teniendo como muestra poblacional 1.283 encuestados y como objetivo poblacional ( médicos generales y especialistas enfermeras auxiliares de enfermería odontólogos y demás personal de la salud ) las variables que se tuvieron en cuenta fueron la formación que habían recibido a lo largo de su vida hasta el año anterior de la realización de la encuesta y la segunda alternativa indaga acerca de las investigaciones que habían generado en el mismo periodo de la inconstante número 1, en cuanto a los resultados se mostró que dentro del rango de profesionales quienes más asistencias a congresos, cursos nacionales y participación en

capacitación han tenido son los médicos, dentro de la discusión se expone que la asistencia a congresos en profesionales de la salud es baja determinando el costo de dichos programas educativos como factor principal de la inasistencia a estos, sumando la falta de motivación y falta de oportunidad. Dicha investigación causa preocupación con las cifras arrojadas pues la capacitación en el ámbito de la salud debe ser constante con el fin de mantener estándares de conocimiento y calidad en la práctica profesional. (Mejía, Et al,2018).

Por otro lado Belloso (2016), habla en su investigación titulada “ Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente “de cómo la cultura de servicio que pueden tener los colaboradores de una empresa, puede favorecer y enriquecer la optimización de servicio al cliente, teniendo en cuenta factores internos que contribuyan a cumplir con lo ofrecido a los clientes, y una secuencia de actividades (formación) que se deben aplicar de forma oportuna para ofrecer al cliente el mejor resultado posible dentro de sus objetivos, logrando una cultura satisfactoria de atención al cliente; denominando la capacitación como factor de transformación dentro de los colaboradores de las empresas.

De acuerdo con Botero (2006), en su estudio basado en una empresa de servicios públicos en la ciudad de Barranquilla, donde buscaba evaluar los servicios prestados en puntos de atención al cliente, dando como resultado que la percepción de la calidad en atención al cliente la debe respaldar una estructura y gestión organizacional, logrando crear un servicio que supere las expectativas de los clientes, mediante un formato de información de cliente incognito el cual evalúa 3 factores claves (servicio al cliente, puesto de trabajo y conocimiento). Dichos factores fueron avalados por la gerencia, luego de obtener los resultados e implementar la evaluación se toma la decisión de capacitar a los empleados teniendo en cuenta que el conocimiento es uno de los factores básicos dentro del estudio y que dicho factor es competitivo mediante la formación y

capacitación de los empleados, se procede a capacitar a todos los empleados mediante grabaciones que recrean diversas situaciones con correctos e incorrectos procedimientos para la atención al cliente que eran primordiales en los 3 factores ya nombrados . Dentro de los resultados arrojados el promedio de atención al cliente y satisfacción de estos mejoro un gran porcentaje.

La capacitación ha sido en repetidas ocasiones la mejor decisión de las empresas para lograr satisfacer necesidades que presentan día a día, mediante un estudio Garza (2009) determina la importancia de la relación entre capacitación y productividad; detectando las necesidades de implementar formaciones y las actitudes de los empleados frente a estas, identificando los beneficios de capacitar a los empleados. Dentro del mismo artículo se afirma que para que las empresas logren alcanzar el éxito deben brindar a sus clientes las mejores soluciones y la adecuada atención por medio de sus colaboradores; para concluir el autor informa que la capacitación es la mejor alternativa para mejorar la atención al cliente, mantener en un nivel competitivo la empresa y disminuir errores muy costosos.

Cárdenas , Et al, 2013), mediante su investigación en la Rivera nos cuentan que los restaurantes son las principales empresas de servicio, su atención es de suma importancia y más en este caso cuando sus platos son exclusivos y a un costo algo elevado, por esta razón los clientes esperan tener una excelente atención; en los restaurantes los meseros son los vendedores y personal que está en constante contacto con los clientes. Este factor fue una de las principales razones por la cual se realizó esta investigación, de acuerdo a sus experiencias como usuarios muchos de los meseros de los diferentes restaurantes existentes no están capacitados para desarrollar tan importantes labores. Como objetivo de la investigación se pretende incorporar estrategias y actividades que logren brindar una atención al cliente de calidad.

Dentro de la investigación se definieron diversos conceptos a tener en cuenta para el entendimiento de la atención al cliente como factor de calidad, mediante el método de observación se detectaron fallas del personal a la hora de realizar sus labores, por esta razón se propuso la inversión en capacitaciones donde el personal sea constante en estas actividades, con el fin de evitar molestias en los clientes y que estos decidan ir a otros restaurantes; resaltando que la inversión en el capital humano es el único factor que mantendrá el posicionamiento del restaurante dentro del entorno que maneja platos y servicios similares.

Actualmente el outsourcing es un método de contratación que ha crecido de manera exponencial, se basa en hacer la prestación de algún servicio específico dentro de organizaciones, este es el encargado de realizar la contratación, capacitación y administración del personal de alguna empresa, estas acuden a dicha opción por temas de costos y tiempos. Por esta razón es importante evaluar los resultados que puede presentar un outsourcing en la prestación de sus servicios, Servi industriales es una empresa que acude a estos servicios por esta razón quieren evaluar el impacto que ha tenido la capacitación en sus colaboradores a fin de proponer nuevos programas o redefinir los que ya existen, realizan la evaluación de actitudes y aptitudes en los trabajadores para considerar si son o no aptos para prestar una atención al cliente de manera satisfactoria, dentro de la detección de necesidades es importante que los colaboradores expongan lo que estos consideran importante en su formación. En la investigación nombrada se realizó una encuesta en donde los trabajadores manifiestan la importancia de realizar capacitaciones sobre excel y atención al cliente , para finalizar, la investigación presenta un plan de capacitación a tener en cuenta por la organización en áreas de atención al cliente, tecnología, liderazgo entre otras. (Murcia y Gutiérrez, 2017).

En otro artículo Botia (2012), mediante una investigación descriptiva, y utilizando dos

instrumentos de medición como lo son checklist de competencias en el servicio al cliente y test de efectividad en la solución de problemas , nos cuenta la importancia de estos factores en la atención al cliente del sector del turismo siendo estos factores esenciales para brindar una atención adecuada y satisfactoria ; teniendo en cuenta variables que afectan cada uno de los factores a evaluar, dichos instrumentos de medición se aplicaron para los diferentes colaboradores de la empresa, dentro de sus resultados no se obtuvieron las estadísticas esperadas por esta razón en la discusión y conclusiones de la investigación se propuso la capacitación extendida a todos los niveles de la organización, se hizo énfasis en los temas a tratar como lo son relaciones interpersonales, comunicación, enfoque al cliente y temas relacionados con alternativas de estudio para la mejora en la atención al cliente. Por medio de la investigación se intenta mostrar relevancia en la solución de problemas como un factor indispensable en la atención al cliente pero que también exige conocimiento en cada área con el fin de satisfacer dicha necesidad ante los clientes.

Para las empresas de cualquier sector es importante detectar necesidades que contribuyen a su mejoramiento Pérez (2010) en su investigación habla de la importancia de tener en cuenta la voz de los trabajadores como referencia en estrategias de mejora; por esta razón se presenta una metodología exploratoria por medio de la cual se propone desde un asesor las oportunidades de perfeccionar para una empresa de telefonía móvil. Se inicia la implementación de dicha estrategia mediante la estructuración de un cuestionario de preguntas cerradas a una población de 35 asesores. De acuerdo a los resultados obtenidos dentro de las conclusiones se recomendó orientar sus procesos de mejora a realizar actividades de capacitación y divulgación, teniendo en cuenta que dentro de la encuesta uno de sus ítems se enfocaba en dicho factor y fue uno de los más negativos que se obtuvo en el proceso.

Por medio de un investigación Cueva y otros (2021) tiene como objetivo mostrar la efectividad que tiene un programa de capacitación para servidores públicos enfocada en la atención al cliente para personas con discapacidad de habla y auditiva, la investigación se basó en una metodología explicativa con diseño experimental, la capacitación se dictó a 30 funcionarios públicos, inicialmente se hicieron unas pruebas a los funcionarios que recibirían la capacitación y a otros cuantos que no la recibieron , unas semanas después de recibir la respectiva formación se realizaron nuevamente pruebas a los dos grupos de funcionarios con el fin de realizar un comparativo del impacto que tendría la capacitación en ellos. Teniendo en cuenta los resultados expuestos y la importancia que tiene la atención al cliente en empresas públicas y privadas, analizando riesgos en la atención de clientes con discapacidad, el entrenamiento realizado fue un proceso asertivo y satisfactorio para los colaboradores creando un impacto fundamental en las nuevas decisiones de estudio para las empresas públicas en Ecuador.

La calidad es un factor que día a día buscan las empresas Espinoza (2020) mediante su investigación pretende evaluar la gestión del servicio al cliente y su aporte en la mejora de la calidad, la metodología utilizada en su investigación es descriptiva enfocada a un análisis cuantitativo y cualitativo. A pesar de obtener resultados positivos dentro de las variables evaluadas algunos usuarios hicieron observaciones poco satisfactorias, solicitando cambios en procesos y revisión en aspectos claves para que la atención en los clientes sea efectiva y la calidad en el servicio sea excelente, estos aspectos dentro de la investigación logran concluir que la adecuada gestión del servicio de atención al cliente contribuye efectivamente a la mejora en la calidad. Dentro de la propuesta de intervención desarrollada en la presente investigación se estipula que la capacitación del personal será fundamental en los nuevos procesos pues es el medio por el cual se adquieran los recursos necesarios para suplir las necesidades detectadas

mediante el estudio realizado, adicional se propone el apoyo tecnológico y el enfoque hacia una cultura de servicio.

El impacto que logra tener la capacitación en atención al cliente ha sido investigado en diversos lugares del mundo de acuerdo a la investigación de Ken (2009) titulada “ Predictors of customer service training in hospitality firms” las pequeñas empresas del sector hotelero son apáticas en la incorporación de actividades que contribuyen a la mejora empresarial, en especial en la formación de servicio al cliente; mediante una encuesta a 255 empresas hoteleras se dio a conocer que las empresas que daban mayor importancia a la formación en atención al cliente, presentaban mayor actividad en sus labores. Además de reconocer que los mejores resultados en evaluaciones realizadas a estas empresas los obtenían quienes incorporaban la formación en servicio al cliente, este estudio fue realizado con el fin de concientizar el impacto que logra la capacitación en atención al cliente y la retribución que logra en aspectos laborales.

Por otro lado Jie (2018), explora mediante un estudio titulado “ How does training improve customer service quality? The roles of transfers of training and job satisfaction” los roles de la transferencia de la formación y la satisfacción laboral en relación de la capacitación y la calidad que se da en la atención al cliente, dichos datos fueron recolectados por medio de encuestas aplicadas a 230 empleados y supervisores de una empresa, los resultados de dicho estudio relatan que la capacitación influye indirectamente en la calidad del servicio al cliente a través de la transmisión de la formación y la satisfacción laboral; dando amplitud a la vez en la norma de reciprocidad y la teoría del establecimiento de objetivos.

Mediante un estudio titulado “ Management commitment ans customer service recovery performance: A study of customer service in a broadband operation and maintenance service company in Indonesi” en una empresa de banda ancha en indonesia se quiere detectar la razón

por la cual no ha podido proporcionar un excelente servicio a sus clientes; de acuerdo a una hipótesis de los autores se expone que dicha falla se relaciona con la gestión del compromiso, la recompensa, capacitación y empoderamiento por parte de los empleados. Se realiza un estudio a 77 empleados de la empresa donde los resultados informan que el empoderamiento no presenta una influencia significativa en el desempeño y atención al cliente mientras que variables como la capacitación y la recompensa si influyen de gran manera, por esta razón dichas variables se deben fortalecer con el fin de minimizar las posibilidades de fallas en la prestación de los servicio en banda ancha de la empresa. (Rusmana & Susanty, 2018).

Gracias a detectar muchas situaciones en la mala atención al cliente la empresa pública de agua pretende incorporar un programa de formación en atención al cliente para los empleados de su organización.

El objetivos es proporcionar a los empleados herramientas para desarrollar una atención adecuada en sus clientes, detectando dentro de las habilidades del personal de servicio al cliente que este interactúa continuamente con los clientes y proveedores de la empresa, encontrando que actualmente la empresa cuenta con excelente formación en áreas operativas, por esta razón estará desarrollando un plan de formación para atención al cliente. (Carroll, 2017).

Las aerolíneas al igual que otros sectores ya descritos se han visto afectadas por quejas, aumentando en un 90 % en el año 2017 en comparación con el año 2016, los gerentes de las aerolíneas en estados unidos afirman que estas problemáticas hacen que los clientes reduzcan su satisfacción frente al servicio, haciendo que la retención de clientes y rentabilidad de la aerolínea sea cada vez más difícil. Por esta razón Muzinda (2021), en su investigación titulada: “Customer service strategies to minimize negative customer incidents in the airline industry” realiza un estudio cualitativo en donde su objetivo es analizar las estrategias que utilizan los gerentes de las

aerolíneas para mitigar errores y problemáticas que se presentan diariamente en estas; el estudio se realizó a 3 importantes aerolíneas aplicando entrevistas estructuradas que luego fueron evaluadas. Las sugerencias que se informaron a las aerolíneas para bajar el porcentaje de quejas obtenido en el 2017 fueron la contratación de empleados competentes, mejorar la capacitación e implementar una formación sólida para capacitar al personal de primera línea con educación y habilidades, con el fin de mitigar la experiencia desagradable de los clientes, cultivar la confianza y lealtad aumentando la satisfacción del cliente.

### **Discusión**

Con base a la revisión realizada podemos dar respuesta coherente a la pregunta ¿Cómo influye la participación en actividades de capacitación en la calidad de la atención al cliente? Es evidente el impacto que logra la capacitación en las empresas, y los logros que determina en los objetivos organizacionales, teniendo en cuenta que es un factor repetitivo en la toma de decisiones al momento de subsanar una necesidad o falencia en las empresas.

Al momento de presentar debilidades en las empresas en el área de atención al cliente, la capacitación es un elemento fundamental para fortalecer habilidades en esta área, pues se enfoca en brindar la información fundamental para guiar a los empleados a un buen servicio, obteniendo información anticipada, cubriendo mediante la formación falencias que presenten ante la atención de los clientes (Nowell, 2015).

En la actualidad las evidencias de la importancia de la capacitación en áreas del servicio al cliente cada vez son más verídicas mediante estudios que realizan las empresas a nivel mundial, de acuerdo a (Beigi & Shirmohammadi, 2011) se realizó un estudio con el fin de medir la calidad en el servicio al cliente, el estudio parte de la creación de dos grupos de colaboradores, los que han

recibido constante capacitación y los que aún no han tenido formación en su área, después de dos meses se demuestra que los colaboradores que recibieron formación han mejorado su la calidad de servicio al cliente especialmente en cuatro dimensiones: aseguramiento, respuesta, empatía y fiabilidad.

### **Conclusiones**

Las empresas a nivel mundial trabajan día a día para dar cumplimiento a sus objetivos, los cuales proyectan a lo largo de su desarrollo empresarial, como tarea adicional crean procesos y actividades que contribuyen a ello; autores como Sainz y Arellano nos exponen la importancia que tiene la calidad en la atención al cliente para que los objetivos más importante de las mpresas se cumplan, como tener un crecimiento económico y posicionamiento para estar a la vanguardia de las exigencias del mercado (Mejia,2017).

Por otro lado se evidencia que el factor más influyente e importante dentro de los procesos para el cumplimiento de objetivos empresariales es la capacitación, su impacto e importancia se conoce mediante autores como Chiavenato, Alles entre otros, que definen la capacitación como el camino para cambiar la conducta desarrollando habilidades (Chiavenato, 2007), o como alternativa cuando las empresas detectan que se debe hacer un cambio organizacional , o se determina que alguna competencia debe ser desarrollada (Alles,2020).

Actualmente las empresas trabajan en encontrar alternativas que sean apoyo para su desarrollo y el de sus colaboradores, en muchos países la capacitación es un factor de alto impacto para la formación de empleados, con el fin de que estos adquieran la formación adecuada para el desarrollo de sus labores. Día a día el mercado investiga este factor con el fin de medir su capacidad y adaptarlo dentro de sus cronogramas de actividades y proyectos laborales Rusmana

& Susanty , Nowell son autores internacionales que mediante sus investigaciones dieron a conocer al mercado el impacto que tiene la capacitación en el desarrollo empresarial y el efecto que tendrá a futuro pues la tecnología y otras áreas están en continuo avance y formación , solo capacitando a los colaboradores las empresas lograran estar a la vanguardia y adquirir el conocimiento necesario para desarrollar habilidades y destrezas que fortalecen sus conocimientos y permiten dar herramientas para la ejecución de las actividades que día a día deben desarrollar para que la atención al cliente sea satisfactoria y así se mantenga un consumo estable de productos y/o servicios.

### **Referencias**

- Alles, M. A. (2020). *Formación en la práctica: capacitación y desarrollo mirando un mundo por venir*. Ediciones Granica. <https://elibro.net/es/ereader/poligran/151216?page=1>.
- Arellano, H. (2017). *La calidad en el servicio como ventaja competitiva*.  
[http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/3194/1/Calidad\\_servicio.pdf](http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/3194/1/Calidad_servicio.pdf).
- Belloso, R (2016). *Cultura de servicio en la optimización de servicio al cliente*. Redalyc.org.  
<https://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>
- Barrios, A, (2018). *Pioneros de la calidad*. Universidad tecnológica intercontinental  
[https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/190966/201\\_00015.pdf?sequence=1  
&isAllowed=y](https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/190966/201_00015.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Beigi, M., & Shirmohammadi, M. (2011). *Effects of an emotional intelligence training program on service quality of bank branches*. *Managing Service Quality: An International Journal*.  
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09604521111159825/full/html>

- Botia, M., Orozco, L. (2012). Competencias en servicio al cliente y efectividad en solución de problemas: sus características en el sector turismo. Recuperado del 30 de noviembre de 2021.  
[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-7322012000300006&lang=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-7322012000300006&lang=es)
- Botero, M. (2006). *Calidad en el servicio : el cliente incognito*. Universidad del Norte.  
<http://publicaciones.konradlorenz.edu.co/index.php/sumapsi/article/view/55>
- Butcher, K., Sparks, B., Mccoll –Kennedy, J. (septiembre del 2009). *Predictors of customer service training in hospitality firms*. ScienceDirect. Recuperado del 22 de noviembre de 2021.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431908000893>
- Cabrera, L., Tapia, D (2020). *Estudio de la incidencia de la capacitación en el desempeño laboral. Propuesta de un plan de capacitación para guardias de seguridad fija, de una empresa de seguridad de la ciudad de Guayaquil*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/14471?locale=fr>.
- Cardenas, M., Mora, N., Sanchez, A. (2013) *Análisis del servicio al cliente en el restaurante La Riviera y su impacto en la calidad del servicio e imagen del establecimiento*. Universidad de Guayaquil.  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10491/1/Analisis%20de%20Servicio%20al%20cliente%20en%20el%20restaurante%20la%20Riviera.pdf>
- Carroll, S (2018) *Customer Service Development Program—A Training Program for Client Facing Workers in the Water Industry*. Journal Newwa  
<https://www.proquest.com/openview/8c32c308a2165f83ac821f6ac018d053/1?pq-origsite=gscholar&cbl=106031>
- Cueva, M. Romero, A., Salguero, N., Palma, E. (2021). *Capacitación Dirigida a servidores*

*públicos para la atención al cliente de personal con discapacidad.* Fundación Koinonia.

Capacitación dirigida a servidores públicos para la atención al cliente de personas con discapacidad | Cueva | Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía (fundacionkoinonia.com.ve)

Decreto ley 1567 de 1998. Por el cual se crea el sistema nacional de capacitación y el sistema de estímulos para los empleados del estado. 10 de agosto de 1998. D.O. No. 43.358.

Escobar, J. (2020). *Plan Nacional de formación y capacitación 2020- 2030* (Archivo PDF)

[https://www.funcionpublica.gov.co/web/eva/biblioteca-virtual/-/document\\_library/bGsp2IjUBdeu/view\\_file/34208239](https://www.funcionpublica.gov.co/web/eva/biblioteca-virtual/-/document_library/bGsp2IjUBdeu/view_file/34208239).

Garza,H. (2009). *Impacto de la capacitación en una empresa del ramo eléctrico.*

<http://www.spentamexico.org/v4-n1/4%281%29%20194-249.pdf>

Godoy,(2011). *El capital Humano en la Atención al Cliente y la calidad de servicio.*

*Observatorio laboral revista venezolana* Redalyc.org.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=219022148002>.

González, M,(s.f ).*Problema de competitividad: La capacitación.* Universidad Autónoma del estado de Hidalgo. Instituto de ciencias económico administrativas.

[Inshttps://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/4854/problema\\_de\\_competitivdad.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/4854/problema_de_competitivdad.pdf)

Hernández, M., Zamudio, A. (2013). *La capacitación para la calidad en el servicio y la*

*satisfacción del cliente.* Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:5J\\_fuDhsjxMJ:acacia.org.mx/busqueda/pdf/01\\_09\\_Calidad\\_en\\_el\\_Servicio.pdf+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=co](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:5J_fuDhsjxMJ:acacia.org.mx/busqueda/pdf/01_09_Calidad_en_el_Servicio.pdf+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=co)

Hernández, R. (2011). *Metodología de la investigación.* mcgraw-hill.

<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Martinez, M., Palos, G., Vargas, J. (2017). Entrenamiento, capacitación y financiamiento con crecimiento sostenido en las pequeñas empresas del sector industrial en san Luis Potosí.

Revista Ean .

<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/1650/1664>

Mejía, M. (2017). Integración gestión y capacitación del recurso humano en las mipymes turísticas en la ciudad de Guanajuato. Scielo.org. <http://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n32/1870-9036-eps-32-00004.pdf>

Mejia, C., Chacon, J., Jaramillo, E., Torrealba, M., Delgado, S., Robalo, R. (2018). *Capacitaciones e investigación realizada por los recursos humanos en salud*, Latinoamérica. Elsevier.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1575181318302559>.

Mirabal, A. (2017). *La capacitación Cross Cultural como fuente de ventaja competitiva*.

Redalyc.org. <https://www.redalyc.org/pdf/631/63154910003.pdf>

Moya, M., Baez, C. (2015). Proceso para el mejoramiento del desempeño del servicio de correo híbrido en una empresa Courier y paquetería, Quito – Ecuador. Dom. Cien.

<file:///C:/Users/Gerardo/Downloads/1284-5943-2-PB.pdf>

Murcia, S., Gutiérrez, E. (2017). *Medición del impacto de la capacitación al personal administrativo de servindustriales y mercadeo*. Universidad Libre de Bogotá.

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10942/Monografia%20de%20grado%200%20Medici%C3%B3n%20del%20Impacto%20de%20la%20Capacitaci%C3%B3n%20al%20Personal%20de%20Servindustriales%20y%20Mercadeo..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Muzinda, M. (2021). *Customer Service Strategies to Minimize Negative Customer Incidents in the Airline Industry*. Walden University.

<https://scholarworks.waldenu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=11874&context=dissertations>

Nowell., C.(2015). *Capacitación y servicio al cliente*. Universidad Rafael Landívar.

<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Nowell-Crysta.pdf>

Orozco, A. (2017) *El impacto de la capacitación*. Editorial Digital UNID.

<https://elibro.net/es/ereader/poligran/41152?page=31>

Parra, C., Rodríguez, F. (2015). *La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones*. Universidad pedagógica y tecnológica de Colombia.

[https://revistas.uptc.edu.co/index.php/investigacion\\_duitama/article/view/4602/3821](https://revistas.uptc.edu.co/index.php/investigacion_duitama/article/view/4602/3821)

Pérez, Y. (2018). *Propuesta de mejora de la capacitación de personal como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Pacaran, provincia de cañete, 2019*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14691/CAPACITACION\\_PERSONAL\\_GESTION\\_CALIDAD\\_PEREZ\\_GARCIA\\_YANNET\\_ROCIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14691/CAPACITACION_PERSONAL_GESTION_CALIDAD_PEREZ_GARCIA_YANNET_ROCIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Reynoso,C.(2015) La nueva regulación del Outsourcing en Mexico. Dialnet.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5234823>

Sainz, R. (2015). *Atención al cliente y validación Funcional*. Universidad internacional

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5822200>

Soares,M., Leal, L., Rodriguez, Z., De souza, F., Pedreschi,L., Henrique,S. (2019). *Evaluación de desempeño por competencias en enfermeros hospitalarios*. Revista latinoamericana de enfermagem.

<https://www.scielo.br/j/rlae/a/DTdZTLMcz9scj4W9GpYWwRs/?format=pdf&lang=es>

Shen,J., Tang,C.(Diciembre 2018). *How does training improve customer service quality? The*

*roles of transfer of training and job satisfaction*. Sciencedirect. Recuperado el 22 de noviembre de 2021.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0263237318300252>

Rusmana,D., Susanty,I., (2018). *Management commitment and customer service recovery performance: A study of customer service in a broadband operation and maintenance service company in Indonesia*. Telkom university

<https://www.proquest.com/openview/4176d3e60d6ae40a3f67ce468ec9be48/1?pq-origsite=gscholar&cbl=28874>

Rodriguez,M., Zamora,C., Varela,C. (2015). *Propuesta de un procedimiento para lograr la integración de los sistemas de gestión implementados para la mejora del desempeño de la empresa termoeléctrica Cienfuegos*. Universidad de Cienfuegos.

<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v7n3/rus19315.pdf>

Vargas, J. (marzo 15 de 2017). Problemas y soluciones que se presentan en la gestión de la capacitación. Empresas proeduca. Recuperado de 18 de noviembre de 2021 de

<https://www.empresasproeduca.cl/problemas-gestion-capacitacion/>