

As ciências sociais aplicadas e seu protagonismo no mundo contemporâneo 2

Soraya Araujo Uchoa Cavalcanti
(Organizadora)



As ciências sociais aplicadas
e seu protagonismo
no mundo contemporâneo 2

Soraya Araujo Uchoa Cavalcanti
(Organizadora)



Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Prof^ª Dr^ª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof^ª Dr^ª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Prof^ª Dr^ª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Prof^ª Dr^ª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
Prof^ª Dr^ª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^ª Dr^ª Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
Prof^ª Dr^ª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^ª Dr^ª Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Prof^ª Dr^ª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Prof^ª Dr^ª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^ª Dr^ª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^ª Dr^ª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^ª Dr^ª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



As ciências sociais aplicadas e seu protagonismo no mundo contemporâneo 2

Diagramação: Camila Alves de Cremo
Correção: Yaiddy Paola Martinez
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizadora: Soraya Araujo Uchoa Cavalcanti

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C569 As ciências sociais aplicadas e seu protagonismo no mundo contemporâneo 2 / Organizadora Soraya Araujo Uchoa Cavalcanti. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0204-6

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.046221406>

1. Ciências sociais. I. Cavalcanti, Soraya Araujo Uchoa (Organizadora). II. Título.

CDD 301

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br



Atena
Editora
Ano 2022

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



APRESENTAÇÃO

A coletânea *Ciências Sociais Aplicadas: e seu protagonismo no mundo contemporâneo 2* é composta por 13 (treze) capítulos produtos de revisão de literatura, ensaio teórico, pesquisas qualitativa e quantitativa, relato de experiências, dentre outros.

O primeiro capítulo, discute o *conjunto de políticas públicas de desenvolvimento rural durante os dois governos de Luís Inácio Lula da Silva (2003-2010)* e os limites e possibilidades das *políticas de Educação do Campo e Territórios da Cidadania na conformação de uma política de agricultura familiar*. O segundo, por sua vez, discute as políticas públicas de desenvolvimento rural a partir da análise e discussão de um projeto produtivo.

O terceiro capítulo, discute a relação existente entre produção de alimentos em larga escala e a fome no Brasil. O quarto por sua vez, discute as contradições vinculadas à efetivação dos direitos das pessoas com transtorno mental em situações de crise em saúde mental e contradições vinculadas.

O quinto capítulo, discute os resultados da pesquisa acerca das estratégias abordadas pela Biblioteconomia para a preservação/conservação de documentos. O sexto, por sua vez apresenta os resultados de pesquisa realizada em 2021, acerca do contexto de uma *biblioteca pública e o potencial do Estudo de Comunidades neste cenário*.

O sétimo capítulo, discute a administração de instituições públicas de ensino e sua transformação em instituto universitário. O oitavo, por sua vez, discute a relação entre a qualidade do serviço prestado pelo pessoal administrativo e a satisfação dos alunos de uma Instituição de Ensino Superior.

O nono capítulo apresenta *um mapeamento sistemático da literatura, referente às ferramentas utilizados em avaliações de impacto social*. O décimo, por sua vez, discute *o desenvolvimento e o uso de um modelo de diagnóstico capaz de identificar a maturidade da agência reguladora*.

O décimo primeiro, discute os limites e possibilidades no direito brasileiro no contexto da reparação dos danos ambientais e litígios climáticos. O décimo segundo, discute os resultados da pesquisa acerca da relação entre treinamento de equipe e a satisfação do cliente.

E finalmente o décimo terceiro capítulo, apresenta os resultados da pesquisa acerca da produção em revistas científicas acerca da Música, e como estas produções se conectam com as ciências sociais.

Neste contexto, convidamos o leitor a acessar o material vinculado, produzido a partir da análise investigativa dos autores, conhecer as discussões e reverberar no seu cotidiano profissional.


SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

AGRICULTURA FAMILIAR NO BRASIL DURANTE OS DOIS GOVERNOS DE LULA: UMA ANÁLISE DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE DESENVOLVIMENTO RURAL

Banjaqui Nhaga


Diego de Souza

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0462214061>

CAPÍTULO 2..... 17

POLÍTICAS PÚBLICAS DE DESENVOLVIMENTO RURAL NO NORTE DE MINAS GERAIS: AVALIAÇÃO E DISCUSSÃO A PARTIR DE UM PROJETO PRODUTIVO

Frederico Maciel Borges

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0462214062>

CAPÍTULO 3..... 31


A PRODUTIVIDADE DE ALIMENTOS E A FOME NO BRASIL: UMA ANÁLISE DESTE CENÁRIO NA PANDEMIA POR COVID-19 EM 2020

Éverson Lucas Coradin

Elis Regina Costa

Taciana Wilke Pires

Adriele Inácio

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0462214063>

CAPÍTULO 4..... 35

CONTRADIÇÕES EM TORNO DOS DIREITOS DA PESSOA COM TRANSTORNO MENTAL NA ATENÇÃO À CRISE

Lucia Cristina dos Santos Rosa

Ana Lucia César da Costa

Francisca Maria Soares

Josélia Macêdo de Carvalho Sousa


Maria Ester da Costa

Maria José Girão Lima

Ana Gabrielly da Silva

Maria da Conceição Silva Rodrigues

Tamires Leticia Cardoso da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0462214064>

CAPÍTULO 5..... 46

A PRESERVAÇÃO DE DOCUMENTOS E SUA IMPORTÂNCIA CULTURAL

Tatiana Frazão Silva


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0462214065>

CAPÍTULO 6..... 55

ESTUDO DE COMUNIDADE: A BIBLIOTECA PÚBLICA “JOSUÉ” E SEU ESTIMADO

PÚBLICO

Regina L. Péret Dell'Isola
Raquel Ferreira de Carvalho

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0462214066>

CAPÍTULO 7..... 73

ADMINISTRACIÓN DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS PUBLICAS SIN PRESUPUESTO DIRECTO Y SU TRANSFORMACIÓN A INSTITUTO UNIVERSITARIO DESARROLLANDO LOS EJES ESTRUCTURANTES


Christian Javier Aguas Diaz
J Flores
K.Sarmiento

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0462214067>

CAPÍTULO 8..... 88

CALIDAD DE SERVICIO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA


José Oscar Huanca Frías
Rene Eduardo Huanca Frías
Julio Rumualdo Gallegos Ramos
Juan José Apaza Justo
Ledu Anali Ferreyros Calisaya
Vitaliano Enriquez Mamani

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0462214068>

CAPÍTULO 9..... 99

FERRAMENTAS DE AVALIAÇÃO DE IMPACTO SOCIAL: UM MAPEAMENTO SISTEMÁTICO DA LITERATURA


Isabelly Batista Silva
Gustavo Maurício Filgueiras Nogueira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0462214069>

CAPÍTULO 10..... 120

O USO DE MODELOS DE MATURIDADE COMO INSTRUMENTO DE GESTÃO DA MELHORIA DA QUALIDADE REGULATÓRIA PARA O DESENVOLVIMENTO ECONOMICO SUSTENTÁVEL

Danielle Zanoli Gonçalves

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.04622140610>

CAPÍTULO 11..... 139

A REPARAÇÃO DOS DANOS AMBIENTAIS E O NEXO DE CAUSALIDADE NOS LITÍGIOS CLIMÁTICOS: LIMITES E POSSIBILIDADES NO DIREITO BRASILEIRO

Ana Carolina Benzi Bastos


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.04622140611>

CAPÍTULO 12..... 161

CAPACITACION DE PERSONAL Y SATISFACCION DEL CLIENTE DEL SUPERMERCADO

PLAZA VEA-JULIACA


José Oscar Huanca Frias
Rene Eduardo Huanca Frías
Julio Rumualdo Gallegos Ramos
Juan José Apaza Justo
Ledu Anali Ferreyros Calisaya
Vitaliano Enriquez Mamani

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.04622140612>

CAPÍTULO 13..... 172

MÚSICA & CIÊNCIAS SOCIAIS: UMA ANÁLISE INTERDISCIPLINAR EM ARTIGOS PUBLICADOS ENTRE 2015 E 2019

Rogério de Brito Bergold

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.04622140613>

SOBRE A ORGANIZADORA..... 195

ÍNDICE REMISSIVO..... 196

CAPÍTULO 12

CAPACITACION DE PERSONAL Y SATISFACCION DEL CLIENTE DEL SUPERMERCADO PLAZA VEA-JULIACA

Data de aceite: 01/06/2022

Data de submissão: 09/05/2022

José Oscar Huanca Frias

Universidad Nacional de Juliaca
Juliaca - Perú
<https://orcid.org/0000-0003-0638-2129>

Rene Eduardo Huanca Frías

Universidad Nacional Amazónica Madre de Dios
Madre de Dios - Perú
<https://orcid.org/0000-0001-5157-2947>

Julio Rumualdo Gallegos Ramos

Universidad Nacional de Juliaca
Juliaca - Perú
<https://orcid.org/0000-0002-4868-9893>

Juan José Apaza Justo

Universidad Nacional de Juliaca
Juliaca - Perú
<https://orcid.org/0000-0002-1020-1688>

Ledu Anali Ferreyros Calisaya

Universidad Nacional de Juliaca
Juliaca - Perú
<https://orcid.org/0000-0002-5885-9980>

Vitaliano Enriquez Mamani

Universidad Nacional de Juliaca
Juliaca - Perú
<https://orcid.org/0000-0002-9858-2488>

RESUMEN: La presente investigación titulada la capacitación de personal y satisfacción al cliente

del Supermercado Plaza Vea - Juliaca. El cual se planteó como objetivo determinar la relación que existe entre capacitación de personal y satisfacción al cliente. Esta investigación es de tipo aplicada, con una población conocida de 120 colaboradores que trabajan en el supermercado, por lo cual se sacó una muestra simple y se tomó como referencia de análisis a 92 clientes para verificar si hay relación entre la variable capacitación de personal y la satisfacción del cliente. La técnica aplicada fue la encuesta y el instrumento aplicado fue el cuestionario para la recolección de datos, está compuesto por 10 preguntas para el cuestionario de Capacitación de personal y 10 para el Cuestionario de Satisfacción al cliente. Por consiguiente, la información que se obtuvo mediante la encuesta, a través del cuestionario de la escala de Likert: fueron sometidos a la prueba de correlación del Rho de Spearman con un $p=0.081$, los cuales indican que, no existe una relación positiva, la hipótesis planteada no fue aceptada a un nivel de significancia 0.05 ya que esta fue mayor. por tanto, podemos decir que no existe relación entre la capacitación del personal y la satisfacción del cliente.

PALABRAS CLAVE: Capacitación de personal, satisfacción del cliente, complacencia, insatisfacción, supermercado.

PERSONNEL TRAINING AND CUSTOMER SATISFACTION AT PLAZA VEA-JULIACA SUPERMARKET

ABSTRACT: The present investigation entitled the training of personnel and customer satisfaction

of the Plaza Vea Supermarket - Juliaca. Which was raised as an objective to determine the relationship between staff training and customer satisfaction. This research is of an applied type, with a known population of 120 collaborators who work in the supermarket, for which a simple sample was taken and 92 clients were taken as an analysis reference to verify if there is a relationship between the variable training of personnel and customer satisfaction. The technique applied was the survey and the instrument applied was the questionnaire for data collection, it is composed of 10 questions for the Staff Training questionnaire and 10 for the Customer Satisfaction Questionnaire. Therefore, the information obtained through the survey, through the Likert scale questionnaire: they were subjected to the Spearman's Rho correlation test with a $p = 0.081$, which indicates that there is no positive relationship, the proposed hypothesis was not accepted at a significance level of 0.05 since it was higher. therefore, we can say that there is no relationship between staff training and customer satisfaction.

KEYWORDS: Staff training, customer satisfaction, complacency, dissatisfaction, supermarket.

INTRODUCCIÓN

La palabra capacitación de personal es muy importante y esencial, sirve para una buena atención a los clientes, ya que, juega un rol muy importante en las empresas; es por ello que se debe impartir motivación, transmitir ideas y brindar información para desempeñarse mejor en cada puesto laboral que tienen los trabajadores. Además, se sabe que, si queremos brindar satisfacción a los clientes, la organización debe incrementar y brindar mejores conocimientos satisfacción a cada colaborador que está laborando dentro de ella.

Por otro lado, la satisfacción al cliente es una amplia rama de estudio de todos los individuos a los cuales llamamos clientes, por lo que, diferentes autores nacionales, internacionales dice que, en la capacitación de su personal, los cuales son el presente y futuro dentro de cada organización, también se dice que, tanto los clientes y los colaboradores hacen posible el logro de resultados.

Por tanto, para lograr mayores rendimientos a través de la capacitación y satisfacción, los cuales son la meta estratégica en todas las organizaciones, se considera que la capacitación bien planificada es una inversión y no un gasto. Por consiguiente, los diferentes tipos de programas para capacitar a los colaboradores fortalecen y aseguran una mayor satisfacción de clientes, además, contribuyen al desarrollo organizacional e impactan positivamente en los resultados financieros.

Una persona satisfecha compartirá su satisfacción con sus familiares, vecinos y amigos, esto es conocida como la publicidad de boca en boca. De lo contrario una persona desilusionada por una marca, producto o servicio puede traducir la pérdida de clientes potenciales.

En cuanto a la capacitación de personal del supermercado, se ha visto influenciada por la falta de motivación, ganas, y métodos de aprendizaje constantes para brindar a cada

colaborador, ya que cada uno posee diferentes coeficientes de entender la información que se les brinda cada día, por otro lado, toda capacitación viene de la mano de un seguimiento constante, evaluaciones, aplicación correcta en el campo y en muchos casos varias fases de retroalimentación oportuna en temas que todavía no se está poniendo en práctica, por consiguiente se ha visto que dicho centro de trabajo tiene colaboradores que carecen de temas con respecto a la falta de capacitación, motivación e incentivos que no se le da a los colaboradores de dicha organización, lo cual se ve influenciado en la falta de interés por el buen servicio al cliente, falta de organización al momento de una entrega de pedidos, y sobre todo se demoran mucho en la atención. Por ello, nos podemos dar cuenta de que todo lo expuesto anteriormente nos conlleva a definir una variable que es la insatisfacción de nuestros clientes, provocando bajas en las ventas y estancándonos en el mercado.

MATERIALES Y MÉTODOS

Enfoque de investigación

El enfoque cuantitativo es una forma de llevar a cabo la investigación, es una orientación filosófica o un camino a seguir que elige el investigador, con la finalidad de llevar a cabo una investigación. Se trata de proyecciones de planteamientos filosóficos que suponen tener determinadas concepciones del fenómeno que se quiere indagar. Se caracteriza porque usa la recolección y el análisis de los datos para contestar a la formulación del problema de investigación, además, los métodos o técnicas estadísticas para contrastar la verdad o falsedad de la hipótesis. (VALDERRAMA, 2013, p. 106)

Método de investigación

El método que se aplicara durante el proceso de investigación será el correlacional, ya que se buscara si existe una relación entre las dos variables y la medida en que la variación de una de ellas afecta a la otra; la finalidad es conocer la dirección de las variables.

“Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular” (HERNANDEZ, FERNANDEZ e BAPTISTA, 2010, p. 81).

Tipo de investigación

El tipo de investigación del presente proyecto será de tipo aplicada, porque, depende de los descubrimientos que se realizara en dicho proyecto, además con aquellos resultados que aún no están probados o no ciertos y por último con todas las teorías que han sido y son aportadas por diversos autores los cuales están formando parte de esta investigación. Por ende, estos criterios investigados encaminaran a la solución de la problemática presentada y observada dentro de la empresa Plaza Veá - Juliaca, con respecto a las variables capacitación de personal y satisfacción al cliente, para que luego regeneremos un futuro bienestar a los colaboradores y primordial es lograr un grado de satisfacción de la

clientela (VALDERRAMA, 2013, p. 165).

Nivel de investigación

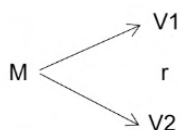
El nivel es Correlacional. Es de nivel correlacional porque se establecerá un nivel de relación entre las variables para luego llevar a la interpretación respectiva.

“El estudio correlacional tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular” (HERNANDEZ, 2010, p. 81)

Diseño de la investigación

El diseño de la investigación se constituye que se utilizara una investigación no experimental transeccional, ya que solo se analizaran las relaciones que existen entre las variables que afectan a las acciones. Cuyo esquema es el siguiente: (HERNANDEZ, FERNANDEZ e BAPTISTA, 2014)

Representación del esquema de investigación



Dónde:

M: Muestra

V1: Medición de la variable capacitación del personal

V2: Medición de la variable satisfacción del cliente

r: posible correlación

Poblacion

La población que se consideró para la investigación está conformada por todo el personal que trabaja en la empresa Plaza Vea-Juliaca, por lo que, en dicha empresa trabajan 120 colaboradores. Los cuales, están ubicados en diferentes áreas y en su mayoría son jóvenes de 18 a 24 años de edad, por lo que, en esta etapa utilizamos unas encuestas para verificar si existe una relación significativa entre nuestras dos variables de estudio.

Muestra

El tipo de muestra que se uso es con la fórmula de una muestra simple el cual, consideraremos el tamaño de población que es 120 trabajadores del Supermercado Plaza Vea- Juliaca.

Finalmente, Presentamos la cuarta, formula que corresponde al cálculo del tamaño de la muestra, cuando el tamaño de la población es conocido y se desea estimar la proporción poblacional con variable cualitativa, sin tener datos anteriores para determinar la varianza. En este caso, se asume que $P=0.5$. (VALDERRAMA, 2013, p. 186)

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

Se requiere hacer una encuesta a los trabajadores del Supermercado Plaza Vea de la ciudad de Juliaca, para determinar si existe relación entre la capacitación del personal y la satisfacción del cliente, quiere realizar un trabajo de investigación, tiene 92 trabajadores de población, aun nivel de confianza de 95%, proporción de éxito de 50% y la proporción de fracaso 50%, con un error de 5%.

Donde:

N=120

Z= 95% =1.96

p=50% = 0.5

q=50% = 0.5

e= 5% = 0.05

$$n = \frac{120 \times 1.96^2 \times 0.5(1 - 0.5)}{(120 - 1)0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5(1 - 0.5)}$$

n = 91.61937
n = 92

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Técnica

Se aplicó la técnica de la encuesta con la finalidad de recolectar información específica de un fenómeno de estudio, para lograr obtener la información necesaria para el desarrollo del proyecto e identificar si existe relación significativa con la capacitación de personal y satisfacción del cliente en el Supermercado Plaza Vea de la ciudad de Juliaca. (VAN DALEN, DEOBOLD B., MEYER, 1989)

Instrumentos

La presente investigación utilizó dos cuestionarios de preguntas tipo escalas de Likert, los cuales, están compuestas por 10 preguntas cada una, las primera encuesta corresponde a la variable Capacitación de Personal que se realizara a los colaboradores del Supermercado Plaza Vea - Juliaca, y la segunda encuesta corresponde a la variable la Satisfacción del Cliente, dichas preguntas se elaboraron en base a los indicadores de cada dimensión, las preguntas son de tipo cerradas, de elección única ya que solo se puede elegir una opción, ya que presenta varias opciones, para dicho cuestionario se le asignó una escala Likert ya que tiene 5 alternativas de respuesta.

Los instrumentos son los medios materiales que emplea el investigador para recoger y almacenar la información. Pueden ser formularios, pruebas de conocimiento o escalas

de actitudes, como Likert, semántico y de Guttman; también pueden ser listas de chequeo, inventarios, cuadernos de campo, fichas de datos de seguridad (FDS), etc. Por lo tanto, se deben seleccionar coherentemente los instrumentos que se utilizaran en la variable independiente y en la dependiente. (VALDERRAMA, 2013, p. 195)

Diseño de contrastación de hipótesis

El diseño estadístico que se aplicó fue la correlación de Spearman, para determinar la correlación entre la capacitación del personal y la satisfacción de los clientes, siendo la siguiente:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum D^2}{n(n^2 - 1)}$$

RESULTADOS

Relación de Capacitación de personal y satisfacción del Cliente del Supermercado Plaza Vea -Juliaca

VARIABLES		Capacitación de personal	Satisfacción del cliente
Capacitación de personal	Coefficiente de correlación	1.000	0.183
	Sig. (bilateral)		0.081
	Total de datos	92	92
Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	0.183	1.000
	Sig. (bilateral)	0.081	
	Total de datos	92	92

Tabla 1: Relación de Capacitación de personal y satisfacción del Cliente

Fuente: Elaborados por el autor

Interpretación

En la tabla 3, explica que no existe una relación positiva como dice (HERNANDEZ, FERNANDEZ e BAPTISTA, 2010, p. 316), El p- valor es de 0.081 el que es mayor a 0.05, lo que se concluye que no es significativo. Por tanto, no existe relación entre la capacitación de personal con la satisfacción al cliente del supermercado Plaza Vea de la ciudad de Juliaca.

Relación de Transmisión de Información y Satisfacción del Cliente del Supermercado Plaza Veja Juliaca

VARIABLES		Transmisión de información	Satisfacción del cliente
Transmisión de información	Coefficiente de correlación	1.000	,229'
	Sig. (bilateral)		0.028
	Total de datos	92	92
Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,229'	1.000
	Sig. (bilateral)	0.028	
	Total de datos	92	92

*La correlación es significativa en el nivel 0.05 (bilateral)

Tabla 4: Relación de Transmisión de Información y Satisfacción del Cliente

Fuente: Elaborado por el autor

Interpretación:

En la tabla 4, explica que existe una relación positiva como dice (HERNANDEZ , FERNANDEZ e BAPTISTA, 2010, p. 316), El p- valor es de 0.028 el que es menor a 0.05, lo que se concluye que es significativo. Afirmando que existe relación entre la dimensión transmisión de información con la satisfacción al cliente del supermercado Plaza Veja de la ciudad de Juliaca.

Relación de Desarrollo de Habilidades y Satisfacción del Cliente del Supermercado Plaza Veja -Juliaca

VARIABLES		desarrollo de habilidades	Satisfacción del cliente
Desarrollo de habilidades	Coefficiente de correlación	1.000	0.028
	Sig. (bilateral)		0.794
	Total de datos	92	92
Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	0.028	1.000
	Sig. (bilateral)	0.794	
	Total de datos	92	92

Tabla 5: Relación de Desarrollo de Habilidades y Satisfacción del Cliente

Fuente: Elaborado por el autor

Interpretación:

En la tabla 5, explica que no existe una relación positiva como dice (HERNANDEZ, FERNANDEZ e BAPTISTA, 2010, p. 316), El p- valor es de 0.794 el que es mayor a 0.05, lo

que se concluye que no es significativo. Es decir, que no existe relación entre el desarrollo de habilidades con la satisfacción al cliente del Supermercado Plaza Vea de la ciudad de Juliaca.

Relación de Desarrollo de Aptitudes y satisfacción del Cliente del supermercado Plaza Vea – Juliaca- 2020

VARIABLES		desarrollo de aptitudes	satisfacción del cliente
desarrollo de aptitudes	Coefficiente de correlación	1.000	0.107
	Sig. (bilateral)		0.309
	Total de datos	92	92
Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	0.107	1.000
	Sig. (bilateral)	0.309	
	Total de datos	92	92

Tabla 6: Relación de Desarrollo de Aptitudes y Satisfacción del Cliente

Fuente: Elaborado por el autor

Interpretación:

En la tabla 6, explica que no existe una relación positiva como dice (HERNANDEZ, FERNANDEZ e BAPTISTA, 2010, p. 316), El p- valor es de 0.309 el que es mayor a 0.05, lo que se concluye que no es significativo. Indicando que, no existe relación entre el desarrollo de aptitudes con la satisfacción al cliente del supermercado Plaza Vea de la ciudad de Juliaca.

Relación del Desarrollo de Conceptos y Satisfacción del Cliente del Supermercado Plaza Vea -Juliaca

VARIABLES		Desarrollo de concepto	satisfacción del cliente
Desarrollo del concepto	Coefficiente de correlación	1.000	-0.109
	Sig. (bilateral)		0.300
	Total de datos	92	92
Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	-0.109	1.000
	Sig. (bilateral)	0.300	
	Total de datos	92	92

Tabla 7: Relación del Desarrollo de Conceptos y Satisfacción del Cliente.

Fuente: Elaborados por el autor

Interpretación:

En la tabla 7, explica que no existe una relación negativa como dice (HERNANDEZ , FERNANDEZ e BAPTISTA, 2010, p. 316), El p- valor es de 0.300 el que es mayor a 0.05, lo que se concluye que no es significativo. Es decid, que no existe relación entre el desarrollo de conceptos con la satisfacción al cliente del supermercado Plaza Vea de la ciudad de Juliaca.

DISCUSIÓN

Nuestro objetivo principal de esta investigación fue Identificar o determinar la relación de la capacitación de personal y satisfacción al cliente del supermercado Plaza Vea Juliaca, 2020.

Por tal sentido, luego de comparaciones nuestro objetivo tiene semejanza con el objetivo NELBER (2018) describe la tesis “Capacitación de personal y Satisfacción al cliente en Cineplanet los olivos 2018” en la Universidad Cesar Vallejo Perú Para optar el grado académico de licenciado. Lo cual, se ha propuesto como objetivo relacionar la capacitación y como brindan el servicio de atención a los clientes en el Cineplanet los Olivos.

Por lo tanto, analizando la breve comparación nos damos cuenta que para tener una relación de capacitación y satisfacción debemos implementar de enriquecimiento personal para nuestros colaboradores y también para clientes; además brindar la mejor atención por parte de nuestros colaboradores a los clientes.

Por otro lado, realizamos una comparación con el objetivo de MOREIRA (2013) en su tesis de magistratura nos presenta su trabajo de investigación que es “Necesidades de capacitación profesional del personal administrativo de la Universidad Cristiana Latinoamericana extensión Guayaquil para mejorar la calidad de servicio”

En este presente trabajo de investigación se llevó a cabo con el objetivo de adquirir esta generación de valor en la universidad Cristiana Latinoamericana, se utilizaran diferentes técnicas para medir la satisfacción de los clientes actualmente y en base a los resultados adquiridos plantear diferentes estrategias de servicio para mejorar en un porcentaje la atención brindada por el restaurante y su relación con el usuario cliente, gracias al seguimiento de modelos; de esta forma se alcanzara brindar al cliente un valor agregado, y tener una gran diferencia competitiva en relación con el mercado.

Se dice que, para crear valor para el cliente primero se tiene que capacitar y mejorar el servicio que brindamos a los clientes, logrando mayor satisfacción con nuestros clientes frecuentes.

Por último, comparamos con el objetivo de PÉREZ (2014). En su trabajo para obtener la licenciatura “Capacitación del personal y productividad en ventas de corporación Lindley S.A Cercado de Lima 2014” Lima. Perú. Plasmó como objetivo, verificar como y cuál es su influencia de capacitar al personal en la productividad de ventas en la corporación Lindley.

Por tanto, deducimos que la capacitación de personal se relaciona con la satisfacción al cliente por intermedio del servicio que brindamos, y esto afecta considerablemente la productividad de ventas.

CONCLUSIONES

Mediante los resultados estadísticos que se obtuvo realizando el Rho de Spearman con un $p=0.081$, los cuales indican que, no existe una relación positiva, la hipótesis planteada no fue aceptada a un nivel de significancia 0.05 ya que esta fue mayor. por tanto, podemos decir que no existe relación entre la capacitación del personal y la satisfacción del cliente.

De acuerdo con el primer objetivo específico. Se identificó que, si existe de relación entre la dimensión Transmisión de información y la variable satisfacción del Cliente, por tanto, se acepta la hipótesis planteada y se rechaza la hipótesis nula, con el p-valor de 0.028 menor a 0.05 el cual nos dice que si existe significancia.

De acuerdo con el segundo objetivo específico. Se identifico que no existe cumplimiento de relación entre la dimensión desarrollo de habilidades y la variable satisfacción del Cliente, por ende, se acepta la hipótesis la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis planteada con un p valor de 0.794.

Por otro lado, según el tercer objetivo específico. Se Identifico que no existe el cumplimiento de relación entre la dimensión desarrollo de aptitudes y la variable satisfacción del Cliente, por ende, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis del trabajo con un p valor de 0.309.

Por otro lado, según el cuarto objetivo específico. Se Identifico que no existe el cumplimiento de relación entre la dimensión desarrollo de conceptos y la variable satisfacción del cliente, por ende, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis del trabajo considerando el p valor de 0.300.

REFERENCIAS

ATALAYA, M. **Satisfacción Académico-Administrativa en Estudiantes de Postgrado**. Lima: UMNSM, 1995.

CHIAVENATO, I. **Administracion de Recursos Humanos: El capital Humano de la Organizaciones**. Mexico: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A., 2007.

FLIPPO, E. B. **Princípios de administração de pessoal**. São Paulo: Atlas, 1970.

HERNANDEZ , R.; FERNANDEZ, C.; BAPTISTA, P. **Metodologia de la Investigacion 5ed**. México D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V, 2010.

HERNANDEZ, J. L. **El ABC del Emprendedor**. Lima: Editorial San Marcos, 2015.

HERNANDEZ, S. **Metodologia de la Investigacion (5.ª ed.)**. Mexico: McGraw-Hill Interamericana, 2010.

HOYLER, S. **Manual de relações industriais**. São Paulo: Pioneira, 1970.

I, T. Satisfacción al cliente. , <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>, 09 maio 2006. Disponível em: <<https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>>.

KOTLER, P. Y. K. K. **Dirección de Marketing 14ed**. México: Pearson Educacion, 2012.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Fundamentos de Marketing**. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN, 2016.

KOTLER, P.; KELLER, K. **Dirección de marketing**. Mexico: Pearson Educacion, 2012.

MCGEHEE, W. & P. W. T. **Training in business and industry**. Nueva York: Wiley Interscience, 1961.

MITCHELL, G. **Manual del capacitador**. México, D.F.: Grupo Editorial Iberoamerica, 1995.

MONDY, R. W. . & N. R. M. **Administración de los recursos Humanos**. México, D.F.: Pearson, 2005.

PEREZ, T. V. **Calidad total en la atención al cliente, Pautas para garantizar la excelencia en el servicio, (1ª. ed.)**. Madrid: IDEAS PROPIAS., 2006.

ROBBINS. **Administración (8 ed.)**. Mexico: Pearsón, 2005.

ROSENDO, R. V.; LAGUNA, S. P. **Marketing Relacional**. Madrid: DYKINSON, S.L, 2012.

SERNA, H. S. **Servicio al cliente: métodos de auditoría y medición**. Bogota: 3R Editore, 2014.

SHERMAN, A. & B. G. **Administración de recursos humanos**. Mexico: International Thomson Editores, 1999.

VALDERRAMA, S. M. **Pasos para elaborar proyectos de investigacion científica 2ª Ed**. Peru: San Marcos, 2013.

ÍNDICE REMISSIVO

A

- Abordagens interdisciplinares 172
- Administración pública 73, 86, 89
- Agências reguladoras 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 134, 137, 138
- Agricultura familiar 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 14, 15
- Antropologia musical 174
- Avaliação de impacto 99, 100, 101, 102, 103, 105, 107, 110, 112, 115, 116

B

- Biblioteca pública 55, 56, 57, 58, 59, 60, 62, 63, 66, 70, 71, 72
- Biblioteconomia 46, 47, 61, 67, 71

C

- Centros de atenção psicossocial 38, 39
- Cliente 97, 98, 110, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171
- Comunidades rurais 18, 19, 20, 21, 23, 28, 29
- Conservação de documentos 46, 47, 53, 54
- Contexto social 59, 61, 100
- Convívio social 36
- Coronavírus 19 (Covid-19) 31, 34, 40, 42, 61

D

- Dimensões da realidade social 18
- Dinâmica rural brasileira 1, 2

E

- Educación superior 73, 74, 75, 78, 80, 84, 86, 87, 89
- Escala de maturidade 121, 122, 123, 124, 125, 126, 136, 137
- Estratégia de preservação 50
- Estudo de comunidades 55, 59, 60, 62, 172
- Eventos climáticos extremos 140, 143

G

- Gestão da vida 36

I

Iluminação 52

Impacto social 99, 100, 101, 102, 103, 105, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 114, 115, 116, 118

Insegurança alimentar 31, 32, 33, 34, 143

Institución de educación superior 80

Isolamento social 36, 69

L

Litigância climática 139, 140, 141, 145, 151, 152, 153, 158, 160

M

Mapeamento sistemático 99, 100, 101, 104, 105, 114

Mudanças climáticas antropogênicas 140

O

Organização das Nações Unidas 31, 34, 43

Organização Mundial da Saúde 31, 36

P

Periodo acadêmico 75, 81, 82, 84

Política nacional de agricultura familiar 2, 3

Políticas públicas 1, 2, 3, 7, 8, 9, 14, 15, 17, 18, 21, 22, 24, 26, 29, 30, 31, 33, 35, 113, 123, 129, 152, 158

Políticas públicas de desenvolvimento rural 1, 2, 7, 8, 14, 17

Produção agrícola 3, 31, 32, 34

Produção global 1

Produtores rurais 1

Projetos produtivos 18, 19, 20, 27

Puesto laboral 162

R

Reforma psiquiátrica 35, 37, 38, 39, 44

S

Segregação 36, 131

Sociedade sem manicômios 37

T




Trabajadores 162, 164, 165

As ciências sociais aplicadas e seu protagonismo no mundo contemporâneo 2

🌐 www.atenaeditora.com.br
✉ contato@atenaeditora.com.br
📷 @atenaeditora
📘 www.facebook.com/atenaeditora.com.br



As ciências sociais aplicadas e seu protagonismo no mundo contemporâneo 2

 www.atenaeditora.com.br
 contato@atenaeditora.com.br
 [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

