



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
CIENCIAS ECONÓMICAS**

Título

**Optimización de la Gestión del Personal para Mejorar el
Servicio al Cliente De La Empresa Cineplanet Pucallpa.**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Para optar el título profesional de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

Bachiller: Carbajal Sotelo, José Luis

<https://orcid.org/0009-0008-2298-7068>

ASESOR:

Mag. Elizabeth Muguruza Cavero

[https://orcid.org /0000-0002-0641-3338](https://orcid.org/0000-0002-0641-3338)

**Lima - Perú
2024**

Carbajal

INFORME DE ORIGINALIDAD

3%

INDICE DE SIMILITUD

3%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

cdn.cineplanet.com.pe

Fuente de Internet

2%

2

www.clubensayos.com

Fuente de Internet

1%

Excluir citas

Apagado

Exclude assignment
template

Activo

Excluir bibliografía

Activo

Excluir coincidencias

< 1%

DEDICATORIA

El presente estudio de investigación lo dedico a nuestro Dios de amor y verdad, por ser mi maestro y guía en mi vida, fortalecerme en perseverancia y presentarme a lo largo de mi vida excelentes personas y profesionales que han sido iconos para avanzar en mi vida profesional.

AGRADECIMIENTO

Dar gracias a Dios por otorgarme fortaleza, sabiduría y resiliencia para afrontar cada barrera que se presentó en el día a día, lo cual contribuyó para culminar mis estudios de pregrado y hoy encaminarme en esta meta de ser licenciado, donde siempre sentí su presencia y me guio en este camino de constante retos y dificultades y a mi familia por su motivación constante para superarme como ser humano y profesional.

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

El presente estudio de suficiencia profesional se realizó con el propósito de determinar en qué medida se Mejoró la “Optimización de la Gestión del Personal para Mejorar el Servicio al Cliente De La Empresa Cineplanet Pucallpa”, la cual tiene como visión ser el cine número una a nivel nacional, siendo una empresa rentable. Desde el inicio de la era moderna, tecnológica y sofisticada, es cada vez más difícil satisfacer a los clientes debido a sus altas exigencias y constantes cambios en sus requerimientos.

Por ello, las diferentes organizaciones optan por modernizar , capacitar y supervisar a su personal que son imagen y presencia de la empresa , estableciendo diferentes lineamientos que tienen que seguir para ofrecer un servicio de calidad al cliente ,por eso las empresas adquieren los mejores inmuebles e invierten en asesorías a sus trabajadores para que se desarrollen de la forma más correcta, asimismo, brindan diferentes promociones que se ajuste a los requerimientos ya sea impuesto por una moda o eventos de calendario, las diferentes empresas buscan estrategias o herramientas para que el cliente tenga una agradable y grata experiencia al momento de ser atendidos .

Esta propuesta tiene por finalidad Optimizar la gestión del personal para mejorar la calidad de servicio que se le brindara a cada uno de los clientes, teniendo como beneficio la rentabilidad de Cineplanet Pucallpa, este ya sea un servicio personalizado con estrategias para que el cliente sea el principal difusor de la empresa motivada por su calidad de atención.

Palabras Claves: Calidad, servicio, posicionamiento y estrategia.

ABSTRACT AND KEYWORDS

This professional sufficiency study was carried out with the purpose of determining to what extent the “Optimization of Personnel Management to Improve Customer Service of the Cineplanet Pucallpa Company” was improved, which has the vision of being the number one cinema national level, being a profitable company. Since the beginning of the modern, technological and sophisticated era, it is increasingly difficult to satisfy customers due to their high demands and constant changes in their requirements.

For this reason, different organizations choose to modernize, train and supervise their personnel who are the image and presence of the company, establishing different guidelines that they have to follow to offer quality service to the client, which is why companies acquire the best properties and They invest in consulting for their workers so that they develop in the most correct way. Likewise, they provide different promotions that fit the requirements, whether imposed by fashion or calendar events. Different companies look for strategies or tools so that the client has a pleasant and pleasant experience when being served.

The purpose of this proposal is to optimize personnel management to improve the quality of service that will be provided to each of the clients, benefiting the profitability of Cineplanet Pucallpa, whether it is a personalized service with strategies so that the client is the main disseminator of the company motivated by its quality of service.

Keywords: Quality, service, positioning and strategy.

INDICE GENERAL

CARATULA	1
DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	3
RESUMEN Y PALABRAS CLAVE	4
ABSTRACT AND KEYWORDS.....	5
INDICE GENERAL.....	6
INDICE DE TABLAS Y FIGURAS	7
INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES.....	9
1.1 DESCRIPCIÓN DE CINEPLANET.....	9
1.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.....	10
1.3 UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y CONTEXTO SOCIOECONÓMICO	13
1.4 ACTIVIDAD GENERAL O ÁREA DE DESEMPEÑO	14
1.5 MISIÓN Y VISIÓN	15
CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EXPERIENCIA.....	16
2.1. ACTIVIDAD PROFESIONAL DESARROLLADA	16
2.2. PROPÓSITO DEL PUESTO Y FUNCIONES ASIGNADAS	17
2.3. APLICACIÓN DE LA TEORÍA EN LA PRÁCTICA DEL DESEMPEÑO PROFESIONAL	18
CAPÍTULO III: FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA ELEGIDO.....	20
3.1. DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	20
3.2. TEOÍA SOBRE LA PROBLEMÁTICA.....	24
3.3. ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA	25
CAPÍTULO IV: PRINCIPALES CONTRIBUCIONES	27
4.1 DESCRIPCIÓN DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN.....	27
4.2 EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	28
4.3 IMPLEMENTACIÓN DE ALTERNATIVA SELECCIONADA, ACTIVIDADES Y PROCEDIMIENTOS	30
4.4 COSTO DE IMPLEMENTACIÓN	33
CONCLUSIONES	39
RECOMENDACIONES	40
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	41
ANEXOS	42

INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1 Detalle de los beneficios.....	11
Tabla 2 Matriz De Evaluación Del Desempeño	23
Tabla 3 Actividades y Procedimientos	31
Tabla 4 Actividades y Procedimientos	33
Tabla 5 Alternativa empleada.....	33

Figura 1 Flujograma de los clientes Cineplanet.....	12
Figura 2 Flujograma de los trabajadores Cineplanet	12
Figura 3 Ubicación Cineplanet Pucallpa	14
Figura 4 Organigrama general de Cineplanet Pucallpa	17

INTRODUCCIÓN

En este estudio de suficiencia profesional, analizaremos como se relaciona la calidad de servicio de los clientes y como este influye en el posicionamiento de la empresa Cineplanet. Este análisis es posible a las diferentes propuestas de solución y estrategias a desarrollarse para la satisfacción del cliente, teniendo en cuenta el mundo cambiante donde vivimos, la competencia y sus estrategias modernas, la innovación y un cliente muy exigente.

Este documento tiene como objetivo analizar las causas de esta ineficiencia, describir el contexto en el que se desarrolla y proponer soluciones viables para mejorar el rendimiento del personal.

En el primer capítulo, se presentarán los aspectos generales de Cineplanet, incluyendo su descripción, ubicación geográfica y contexto socioeconómico, así como su misión y visión.

El segundo capítulo abordará la experiencia profesional desarrollada, detallando las actividades realizadas, el propósito del puesto y las funciones asignadas, y cómo se aplicó la teoría en la práctica profesional.

El tercer capítulo se centrará en la fundamentación del tema elegido, describiendo la problemática, revisando la teoría relacionada y analizando la situación actual. Finalmente, el cuarto capítulo presentará las principales contribuciones del estudio, incluyendo la descripción y evaluación de alternativas de solución, la implementación de la alternativa seleccionada y los costos asociados.

Este análisis culminará con conclusiones y recomendaciones que buscan proporcionar una hoja de ruta para mejorar la eficiencia del personal en Cineplanet, contribuyendo así a la mejora continua de la organización.

CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES

1.1 DESCRIPCIÓN DE CINEPLANET

Comienza su actividad en el 1998 la cual esta idea es iniciada por 3 estudiantes, Cineplex se inició en 1999 y su rubro era proyectar películas en salas de cine. Asimismo, tiene activo 42 centros de

entretenimiento, en Lima, hay 25 cines, mientras que en las provincias hay 17. La cadena de cines que utiliza esta distribución es Cineplanet, y su participación de mercado es del 81.93%. de la acción pertenece a Nexus Film Corp, un capital invertido en, el rol del encargado implica administrar y gestionar los nuevos activos, así como desarrollar oportunidades de negocio. Cineplanet sigue siendo líder en el mercado peruano desde 2001. Durante los últimos 12 meses hasta junio de 2023, obtuvieron el 57.0% de la facturación por taquilla y el 55.5% del total de asistentes. (Cineplex S.A. 2020).

Su posición se debe a dos factores clave: el respaldo al ambicioso plan de expansión del negocio minorista del Grupo Intercorp y la estratégica ubicación de sus locales, principalmente en centros comerciales muy concurridos, gracias a su diversificación geográfica, Cineplanet puede ofrecer precios y promociones específicas, evitando la competencia interna entre sus propias salas y maximizando la ocupación. Actualmente, operan 42 complejos distribuidos en diversas provincias: 25 en Lima, 3 en Arequipa, 2 en Chiclayo, 2 en Piura, 2 en Trujillo, y uno en Huancayo, Juliaca, Tacna, Puno, Huánuco, Cajamarca, Cusco y Pucallpa. Por ello, gracias a la variada audiencia que abarca diferentes zonas geográficas y niveles socioeconómicos, la empresa puede establecer precios diferenciados.

Cineplanet Pucallpa

Se inauguró en el año 2014 ,abriendo sus puertas a todo los ciudadanos de Pucallpa ,ubicado dentro del real plaza siendo un lugar muy habitado por su zona turísticas y venta de platos típicos ,ofreciendo diferentes puestos de trabajo ,los cuales sus jornadas de trabajo eran full time ,contribuyendo al avance de ese distrito, asimismo abrió sus puertas con grandes ofertas y cómodas tarifas para todo tipo de clientes ,sin embargo ,debido a la pandemia tuvo que cerrar sus puertas por las normas establecidas en ese tiempo, dejando sin trabajo a casi 100 personas .El Cineplanet Pucallpa vuelve abrir sus puertas luego de enfrentar esta crisis mundial en el año 2022 se reinauguro y abre las convocatorias para los diferentes puestos de trabajo ,teniendo una jornada laboral en pick time, vuelve con

diferentes promociones para los diferentes clientes ,con diversas medidas de bioseguridad las cual promovió para que el cine sea frecuentado por los clientes de todas las edades, inicio con 5 salas en 2D,una boletería y dulcería la cual todo era en adquisición presencial, hoy en día ya cuenta con diversas plataformas digitales como boletería exprés donde la venta es digital y ya no se requiere de cajeros ,sin embargo tiene una gran cantidad de personal de la misma zona sus horarios de atención son de 2:00 pm a 10:00 de la noche ,actualmente ofrece diversas promociones y estrategias de fidelización de clientes que son frecuentes ,siempre pensando en los diferentes clientes ,gustos y requerimientos que se presentan en la actualidad o modernidad ,como empresa sigue innovando para seguir siendo rentable.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Cineplanet es una cadena peruana de cines, la cual brinda entretenimiento y diversión para un público de todas las edades según sus carteleras de ocasión. Por ello, brinda el servicio de entradas a la sala de cines siendo su costo de acuerdo a los días y fechas de estrenos, por otro lado, ofrece dulcería, bebidas y juegos o recuerdos de las diversas películas que se presenten.

Asimismo, esto trajo como resultado priorizar la atención del cliente fidelizado ofreciéndole diferentes promociones por sus visitas recurrentes. Es decir ,informando al cliente las categorías que este podría tener por su constante adquisición del servicio ,lo cual se llevó a cabo una plataforma web donde ellos podrían ver sus promociones de acuerdo a sus categorías ,teniendo así un cliente ya seguro de su adquisición en cuanto a los servicios ofrecidos ,considerando como resultado una atención más rápida y eficiente del cliente, el siguiente aspecto trata, si el cliente es socio Cineplanet acumula puntos y según los puntos obtenidos subirá de categoría las cuales son: clásico ,plata ,oro y Black Con esto quiero decir, mientras más alta sea la categoría mejores promociones tendrá, considerando que, para llegar al black se deberá acumular 60 visitas al año obtener la categoría máxima, asimismo, los puntos son sumados por los días que se frecuente el cine, mas no de la totalidad de boletos que adquiera el cliente.

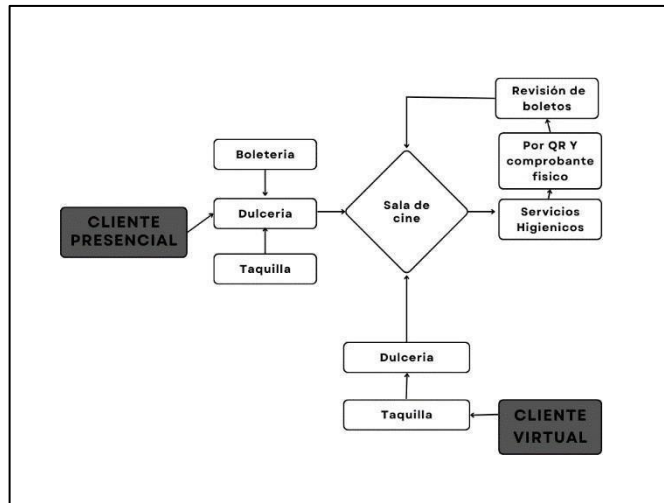
Tabla 1
Detalle de los beneficios

BENEFICIOS	CLÁSICO (0 a 15 visitas)	PLATA (16 a 29 visitas)	ORO (30 a 59 visitas)	BLACK (60 a más visitas)
Lunes y miércoles a precios de martes (2D) (1*)	Sí	Sí	Sí	Sí
Cartelera al correo electrónico	Sí	Sí	Sí	Sí
Adelanto de categoría (2*)	Sí	Sí	Sí	Sí
Regalo de cumpleaños (3*)	1 entrada 2D para canjear hasta 3 días después de cumpleaños (4 días).	2 entrada 2D para canjear hasta 6 días después de tu cumpleaños (7 días) + combo cumpleaños gratis	2 entrada 2D para canjear hasta 14 días después de tu cumpleaños (15 días) + combo cumpleaños gratis	2 entrada 2D para canjear hasta 30 días después de tu cumpleaños (31 días) + combo cumpleaños gratis
Canje por cada 5 puntos acumulados para entradas y combo socio (4*)	Para canjes de lunes a viernes - vigencia 6 meses	Para canjes de lunes a domingo - vigencia 6 meses	Para canjes de lunes a domingo - vigencia 6 meses	Para canjes de lunes a domingo - vigencia 6 meses
Upsell en los Combos Socio (5*)	Sí	Sí	Sí	Sí
Combo Especial (6*)		Combo Plata	Combo Oro y Dúo	Combo Oro y Dúo Combo Black Grande y Gigante
De lunes a jueves 50% de descuento en entradas Prime (7*)			Sí	Sí
Combos Oro y Black con Refill (caja grande oro, caja grande black y caja gigante black) (8*)			Sí	Sí
Entrada Black (9*)				Una entrada 2D con vigencia de 1 mes
Regalo inicio de temporada (10*)				2 entradas 2D gratis con vigencia de 2 meses, en enero
Lunes y miércoles a precio de martes (Prime y 3D) (11*)				Sí

Nota: Fuente Cineplanet socio.

Cosa parecida sucede también con, la dulcería la cual tiene el mismo fin, pero se diferencia ya que los puntos se obtienen dependiendo al monto que sea consumido por el cliente, por ejemplo, si el cliente llega a consumir cincuenta soles, sus puntos serian cinco y este adquiere las promociones que son netamente de la dulcería, además, donde su único canje es por productos de consumo, si por diez puntos se puede canjear un popcorn se hace el canje entre trabajador y cliente.

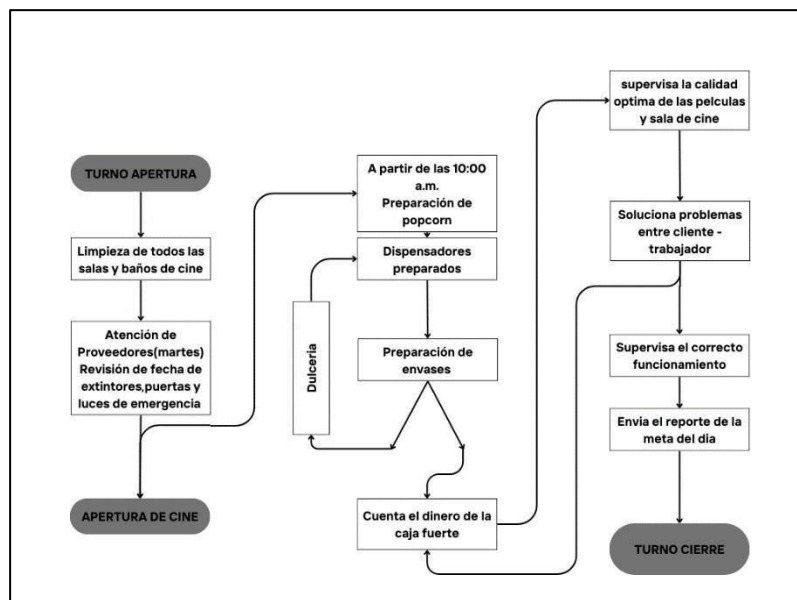
Figura 1 Flujograma de los clientes Cineplanet



Nota: El grafico representa el recorrido de los dos tipos de clientes.

Con respecto al cliente, se diferencia entre el cliente presencial y virtual, el cliente presencial debe hacer su ruta desde la boletería adquirir su entrada, esperando el orden según la llegada, luego pasar a dulcería de la misma forma y espera a presentar sus comprobantes en taquilla para poder ingresar a la sala, por otro lado, muy diferente al cliente virtual este con solo mostrar su QR pasa directo a la sala de cine, sin hacer colas, claro está que su QR es escaneado y comprobado por el trabajador de taquilla.

Figura 2 Flujograma de los trabajadores Cineplanet



Nota: El grafico representa las actividades de los tres turnos.

Considerando que, en Cineplanet Pucallpa ,se percibe siempre las largas colas de los clientes para adquirir sus boletos ,donde se nota la incomodidad de este ,por otro lado,

los trabajadores de taquilla muestran eficiencia y amabilidad ,mientras que otros demoran en atender debido a su poca experiencia ,es por ello, que se capacita a los trabajadores de los diferentes puestos ,implementando una estrategia en la organización del trabajador 10 minutos antes de comenzar la atención y el ayudar a sus compañero de trabajo cuando la carga laboral sea mínima ,lo que da como resultado un trabajo de equipo en beneficio y satisfacción del cliente.

1.3 UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y CONTEXTO SOCIOECONÓMICO

En Cineplanet Pucallpa, se encuentra ubicada en la avenida Centenario sin número manzana 2 365 lote16 – 25000 en el centro comercial Real Plaza – Segundo Nivel - Provincia de Coronel Portillo, asimismo, es una zona céntrica y bastante habitada, su valor agregado de esta sede es que se ubica dentro de un centro comercial la cual brinda diversos servicios y productos.

Según su ubicación geográfica de esta sede, es céntrica cuenta con todos los servicios básicos y con gran cobertura de internet, la zona es poblada ya que se encuentra rodeada de diferentes negocios, lo que brinda mayor seguridad para los clientes.

Los trabajadores que son parte de la empresa en la mayoría son jóvenes que se encuentran estudiando superior, por otro lado, se cuenta con madres de familias solteras, la cual tienen la responsabilidad en la totalidad de su hogar, asimismo, con padres de familia responsable de hogar formadas de 4 a 6 personas. Dado a que la zona es céntrica y habitada la mayoría de trabajadores llega caminando o en moto car.

También tenemos al personal administrativos que según el perfil profesional cuentan con estudios técnicos y universitarios, en su mayoría son solteros, pero cursando una segunda carrera o construyendo sus viviendas. Todos los trabajadores cuentan con todos los beneficios de trabajo donde incluye el seguro de salud, aporte de pensiones, entre otros.

principal difusor de esta empresa y comenzará a posicionarse encima de la competencia.

1.5 MISIÓN Y VISIÓN

Misión

“Transformar un día común en historias extraordinarias”.

Visión

“Ser la opción de entretenimiento que impacte positivamente en la vida de las personas y la sociedad”.

Valores de la empresa

“En nuestra esencia, somos honestos y transparentes. Nos apasiona cuidar de nuestra gente, brindamos un servicio cálido y fomentamos la innovación. Además, disfrutamos de la victoria. Estos valores fundamentales guían nuestras relaciones y nuestras decisiones.”

CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EXPERIENCIA

2.1. ACTIVIDAD PROFESIONAL DESARROLLADA

En la empresa Cineplanet Pucallpa se laboró desde mayo del 2022, el cargo desempeñado fue jefe de ventas, la cual fue una convocatoria abierta donde se presentó y aprobó las diferentes etapas y requisitos, siendo la persona ganadora de dicha vacante. LA función en desarrollo eran las ventas diarias en base a tres indicadores;

- **El ticket promedio**

Es el consumo que realizaba cada uno de los clientes ya que como empresa teníamos un objetivo diario que debíamos alcanzar.

- **La incidencia**

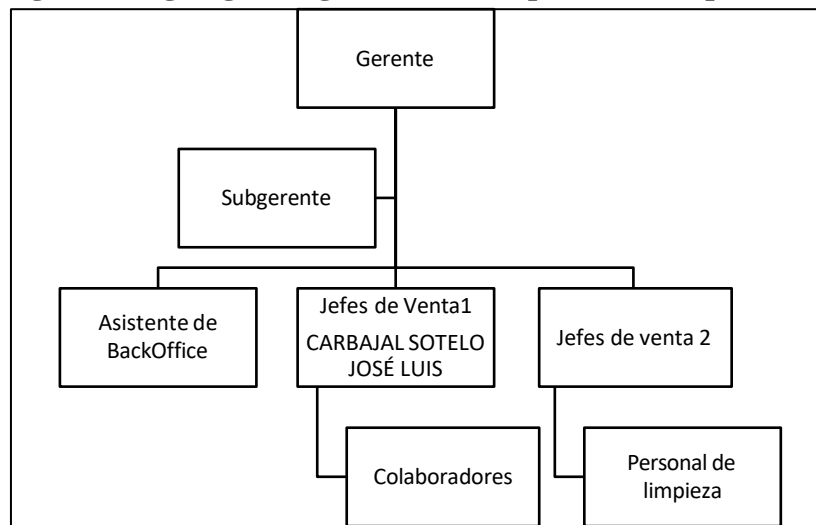
Se monitorea y observa la concurrencia que había en el cine ya que de ese promedio se podía ir deduciendo si se llegaba al objetivo.

- **El percap**

Es la división entre el ticket promedio y la incidencia, es el indicador que permite analizar qué tan rentable o productivos son de forma diaria, por ejemplo, el percap ahorita es de un promedio de diez soles, lo cual es lo que deben consumir cada cliente que ingresa al cine, si esto se realiza se llega al objetivo diario, en otras palabras, se cumple el percap.

Asimismo ,la labor en el cine era ver directamente el tema de las ventas y que llegue a la meta propuesta .Por otro lado, se supervisaba y capacitaba a los trabajadores que atendían al cliente ,la cual consistía ,en atención eficiente y eficaz, los protocolos de venta y atención , estrategias en convencimiento y promociones, además ,de forma estratégica se formaba los combos que se ofrecían ,incluyendo los productos de mayor costo o aquellos que no tenían mucha demanda .Como profesional la principal función es involucrarse netamente con las funciones del trabajador ,ya que al principio antes de ingresar a laborar, no cumplían la meta diaria ,por eso ,se capacito ,elaboro estrategias y se inspecciono de forma individual a cada trabajador y que tan satisfecho quedaba el cliente con su atención.

Figura 4 Organigrama general de Cineplanet Pucallpa.



Fuente: Elaboración propia

2.2. PROPÓSITO DEL PUESTO Y FUNCIONES ASIGNADAS

De acuerdo con, el puesto que se desempeña de jefe de ventas, el cual fue el cargo desarrollo dentro de Cineplanet, el propósito contundente era llegar al percap, cumplir el objetivo diario que enviaban los superiores, es decir, el percap era un indicador que mostraba que tan eficientes y eficaces era Cineplanet Pucallpa y este era el compromiso de todos los trabajadores que estaban a cargo del jefe de ventas. En conclusión:

Propósito

- Asegurar la venta de alimentos y bebidas cumpliendo con estándares de limpieza y calidad.
- Coordinar con el Gerente de Complejo en la aplicación de estrategias de ventas.
- Supervisar y capacitar al personal para cumplir con metas e indicadores de gestión.

Funciones

- Supervisa y gestiona la venta de alimentos y bebidas en los cines.
- Coordinación con el Gerente de Complejo para aplicar estrategias de ventas efectivas.
- Cumplimiento de metas e indicadores de gestión del área de ventas.
- Control de inventario y calidad de los productos ofrecidos.
- Brinda una experiencia positiva a los clientes y resuelve problemas relacionados con la venta de alimentos y bebidas.

Por otro lado, el propósito estaba claro en cuanto a trabajadores, ya que siempre se

especificó, si el cliente era tratado con respeto y eficiencia, sería un cliente satisfecho, el principal difusor de los excelentes servicios que tendría la empresa, por eso la dedicación, supervisión y capacitación era fija hacia los trabajadores.

2.3. APLICACIÓN DE LA TEORÍA EN LA PRÁCTICA DEL DESEMPEÑO PROFESIONAL

En la actualidad, es de gran importancia el servicio que ofrecen los trabajadores, ya que se vuelven la imagen y representación de la empresa, asimismo, se debe tener en cuenta la gran competencia tanto en tecnología e innovación, por ello, se entiende que la calidad de servicio que ofrezcan tiene una gran influencia en el posicionamiento de las empresas, siendo el cliente el único difusor, siempre y cuando se le satisfaga en todos los requerimientos que se pueda solicitar.

Según, Chiavenato (2000), argumenta que los trabajadores son fundamentales para lograr los propósitos trazados en un terminado tiempo el cual puede ser largo o corto, especificando la importancia de la satisfacción del cliente.

Por otro lado, el jefe de ventas tiene que comprobar que las capacitaciones y el motivar al trabajador están dando resultados, lo cual esto se verá reflejado en las estadísticas comprobados por los indicadores de Cineplanet. Además, al lograr estos índices positivos el jefe se convierte en un líder, pero para ser un líder se debe escuchar y mostrar empatía con el trabajador, para que puedan desempeñar sus funciones de la forma más apropiada, por ello tenemos la siguiente teoría:

Teoría del Liderazgo Situacional

Hersey (1969) en su libro "Administración del comportamiento organizacional" argumenta que un líder siente empatía por el subordinado y comprende lo que ellos requieran y prioriza sus necesidades, en la cual tiene una gran comunicación.

Por otro lado, para mejorar las ventas y estas sean optimas, debemos de identificar las necesidades del público objetivo, que se convierte en cliente de Cineplanet, y con ello mostrar propuestas de ventas, en este caso combos, de la forma que el cliente no las rechace y sea de su total agrado y preferencia, por ello se aplica la siguiente teoría:

Teoría de Maslow (Jerarquía de Necesidades)

Maslow (2004) argumenta, que todos tienen prioridades según las necesidades de cada ser humano, pero que debería tener una escala de valores o una pirámide de prioridades. Considerando que ,el jefe de ventas su principal estrategia era motivar al trabajador , que este se sienta comprometido con la empresa y genere ventas de forma consciente ,por

ello se identifica a cada trabajador y analiza en que se debería capacitar, para que pueda brindarle lo mejor al cliente ,asimismo ,se estableció reconocimientos entre los dos turnos y entre ellos se destacaba al que tenía mayor ventas ,generando una competencia sana en forma grupal e individual ,que se reflejó en los resultados a través de los indicadores.

Teoría de la Motivación-Higiene

Herzberg (1954) propuso esta teoría para diferenciar entre los factores de motivación que es reconocer los logros que los trabajadores puedan obtener y factores de limpieza personal y lugar de trabajo lo que va acompañado con su salario.

Considerando que, cada una de estas teorías fue aplicada al jefe y trabajador según las circunstancias que se desarrollaron. Por otro lado, las prácticas de estas teorías se reflejan en el índice de medición de ventas, dando veracidad que mientras más satisfecho sea el cliente, este se convertirá en el principal difusor de la empresa Cineplanet.

CAPÍTULO III: FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA ELEGIDO

3.1. DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

En la actualidad, el cliente es muy importante para toda organización ,pero cada día es mucho más difícil complacer y satisfacer ,en cuanto a servicios se trata ,por ello, muchas veces se observa la deficiencia y carencia de un buen servicio ,en la mayoría de los cines a nivel nacional se observa las molestas y grandes colas, las que se forman para adquirir una entrada a la salas de cines y a la vez adquirir productos de su dulcería, generando incomodidad en el cliente que se retira con la peor imagen de la empresa ,por su falta de un buen servicio. Por otro lado, la limpieza e higiene que muestran las instalaciones son de gran importancia para la comodidad del cliente, ya que si este tendría que esperar, lo más incómodo sería esperar en un lugar con muy poca higiene y personal deficiente.

Servicio Presencial

Asimismo, observamos en los cines un personal desorganizado o muy poco comprometido con el trabajo, y a la vez que desconocen del funcionamiento de su propio sistema, por otro lado, se observa trabajadores con poca empatía por el cliente y su maltrato hacia todas las personas. De igual manera, la demora del trabajador al dar el cambio en billetes grandes al cliente, es molesto e incómodo ya que, siempre hay que esperar que sencille el dinero para concluir con la atención al cliente, cuando esta situación se puede evitar con una organización interna entre los cajeros, y así evitar incomodidades al cliente.

Hay que mencionar, además que se enfrentaban a varios problemas que afectaban la imagen de la empresa. Asimismo, uno de los principales indicadores afectados era el percap (ingreso promedio por cliente). Por ello, los cajeros no lograban ofrecer eficientemente las promociones a los clientes, lo que resultaba en un bajo rendimiento en los indicadores y dificultaba el cumplimiento de las metas diarias. Además, los clientes presentaban quejas constantes en el libro de reclamaciones debido a la falta de habilidad del personal para tratar con ellos. Por otro lado, la distribución ineficiente del personal generaba conflictos internos entre los trabajadores y sus supervisores. Todo esto contribuía a la insatisfacción de los clientes y afectaba negativamente el ambiente laboral entre los empleados.

Problemas Externos

Colas y Esperas

Las largas colas para comprar entradas y productos en la dulcería generan incomodidad

en los clientes, por otro lado, la falta de agilidad en el proceso de compra puede afectar la percepción del servicio.

Limpieza e Higiene

La limpieza y el mantenimiento de las instalaciones son fundamentales para la comodidad del cliente, por otro lado, un lugar poco higiénico puede dejar una mala impresión en los visitantes.

Problemas Internos (Servicio Presencial)

Desorganización y Falta de Conocimiento Del Personal

El personal desorganizado o poco comprometido puede afectar la calidad del servicio, además, trabajadores que desconocen el funcionamiento del sistema o no están capacitados para atender al cliente.

Demora en el Cambio de Billetes Grandes Por Ineficiencia del Personal

La demora al dar cambio en billetes grandes puede resultar incómoda para los clientes, por otro lado, una mejor organización entre los cajeros podría evitar esta situación.

Indicadores Afectados y Quejas de Clientes Por Desorganización Interna

Problemas internos, como la falta de habilidad del personal, pueden afectar indicadores clave como el ingreso promedio por cliente (percap), por otro lado, quejas constantes en el libro de reclamaciones debido a la atención deficiente.

Conflictos Internos y Ambiente Laboral

La distribución ineficiente del personal puede generar conflictos entre trabajadores y supervisores, por otro lado, un ambiente laboral tenso afecta la satisfacción de los empleados y, por ende, la calidad del servicio.

Servicio Virtual

La atención virtual a menudo carece de la calidez y personalización que se logra en una interacción cara a cara. Los clientes pueden percibir que están tratando con un sistema automatizado en lugar de una persona real. Además, si la atención virtual no es ágil, los clientes pueden frustrarse debido a los tiempos de espera prolongados. Esto afecta su experiencia y percepción del servicio. En el caso específico de Cineplanet Pucallpa, algunos clientes podrían no darse cuenta de que la demora en el servicio también podría deberse a la velocidad de su conexión a Internet o a la cobertura de la señal. Además, ciertos problemas pueden ser más complejos y requerir la intervención de un agente humano. La plataforma

virtual en Cineplanet Pucallpa podría no ser suficiente para resolverlos, especialmente en comparación con la efectividad de la atención virtual en Lima centro. Por último, la falta de empatía y comprensión por parte de un sistema automatizado puede hacer que los clientes se sientan incomprendidos. Además, los fallos técnicos, como caídas del sistema o errores en las respuestas automáticas, pueden afectar negativamente la experiencia general del cliente.

Problemas Internos (Servicio Virtual)

Falta de Calidez y Personalización

La atención virtual puede carecer de la calidez que se logra en una interacción cara a cara, por otro lado, los clientes pueden sentir que están tratando con un sistema automatizado en lugar de una persona real.

Tiempo de Espera Prolongado

Si la atención virtual no es ágil, los clientes pueden frustrarse debido a los tiempos de espera, por otro lado, velocidad de conexión a Internet o cobertura de señal pueden afectar la experiencia.

Complejidad de Problemas y Falta de Empatía

Algunos problemas pueden requerir intervención humana y no ser resueltos eficientemente por sistemas automatizados, por otro lado, la falta de empatía en respuestas automáticas puede afectar la percepción del servicio.

Fallas Técnicas

Errores en respuestas automáticas o caídas del sistema pueden afectar negativamente la experiencia del cliente, por otro lado, problemas técnicos pueden generar insatisfacción.

Asimismo, tanto los factores externos como los internos influyen en la calidad de servicio en Cineplanet Pucallpa. Identificar y abordar estos problemas es esencial para mejorar la experiencia del cliente.

Por ello, Cineplanet Pucallpa debe capitalizar sus fortalezas y oportunidades en ambos tipos de atención, mientras aborda las debilidades y se prepara para enfrentar las amenazas.

Tabla 2
Matriz De Evaluación Del Desempeño

MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO				
Criterio	Peso (%)	Empleado Boletería(caja)	Empleado de Dulcería	Empleado Taquilla
Atención al Cliente	30%	8(2.4)	7(2.1)	7(2.1)
Eficiencia Operativa	25%	7(1.8)	8(2)	6(1.5)
Conocimiento del Sistema y funciones	20%	7(1.4)	6(1.2)	8(1.6)
Trabajo en Equipo	15%	6(0.9)	6(0.9)	6(0.9)
Puntualidad y Asistencia	10%	10(1)	9(0.9)	8(0.8)
Puntuación Total	100%	7.5	7.1	6.9

Nota: Permite identificar las Debilidades e ineficiencia en cada área de trabajo.

Explicación de los Criterios

1. **Atención al Cliente:** Calidad del servicio ofrecido a los clientes.
2. **Eficiencia Operativa:** Capacidad para realizar tareas de manera rápida y efectiva.
3. **Conocimiento del Producto:** Nivel de conocimiento sobre las películas y servicios ofrecidos.
4. **Trabajo en Equipo:** Habilidad para colaborar con otros empleados.
5. **Puntualidad y Asistencia:** Regularidad en la asistencia y puntualidad en el trabajo.

Definiciones

- a) Óptimo (10): El mejor grado posible en la ejecución del trabajo.
- b) Bueno (9): Sin ser excepcional, es satisfactorio, superior al promedio.

- c) Regular (8): El rendimiento clásico, a manera de reglas, sin que surjan quejas del trabajo, pero sin poner en evidencia ninguna aptitud especial.
- d) Malo (7): Comportamiento ineficiente
- e) Pésimo (6): Rendimiento absolutamente negativo, propiamente de resultados nulos.

3.2. TEOÍA SOBRE LA PROBLEMÁTICA

Insatisfacción en los clientes – Calidad De Servicio

Teoría Del Comportamiento

Abraham Maslow (1943) propone su “Teoría de la Motivación Humana” la teoría a la que nos referimos tiene sus orígenes en las ciencias sociales y fue inicialmente aplicada en el ámbito de la psicología clínica. Sin embargo, con el tiempo, ha trascendido y se ha convertido en una de las teorías fundamentales en áreas como la motivación, la gestión empresarial y el estudio del comportamiento organizacional. Por ello, comprender la jerarquía de necesidades de Maslow es esencial. Desde garantizar instalaciones seguras y cómodas (necesidades básicas) hasta cultivar un ambiente donde los empleados se sientan valorados y puedan crecer (necesidades de reconocimiento y autorrealización), todo influye en la experiencia. La teoría sugiere que las necesidades insatisfechas afectan el comportamiento. Por lo tanto, motivar al personal es crucial, cada detalle, desde la comodidad de las butacas hasta la calidad de la proyección, impacta la satisfacción del cliente. Las promociones y programas de lealtad también cumplen necesidades sociales y de reconocimiento. Además, la Teoría de la Motivación Humana de Maslow guía a Cineplanet para crear un entorno donde empleados y clientes encuentren satisfacción en múltiples niveles.

Teoría Modelo SERVQUAL-Calidad de Servicio

Zeithaml, Parasuraman y Berry, (1985) propone el modelo SERVQUAL, se enfoca en cinco dimensiones clave para evaluar la calidad de servicio. Estas dimensiones incluyen aspectos tangibles (como instalaciones físicas y equipos), fiabilidad (capacidad de cumplir con lo prometido), capacidad de respuesta (rapidez en atender al cliente), seguridad (confianza generada por el personal) y empatía (atención individualizada). Por

lo tanto, el SERVQUAL busca medir la discrepancia entre las expectativas del cliente y su percepción real del servicio.

Teoría Modelo SERVPERF-Calidad de Servicio

Cronin y Taylor, (1992) propone el modelo SERVPERF se centra en la calidad de servicio. Sin embargo, en lugar de comparar con expectativas previas, se enfoca en la percepción real del cliente sobre el servicio recibido. Evalúa la calidad técnica y funcional del servicio sin considerar las expectativas iniciales.

Desabastecimiento en la implementación de las herramientas tecnológicas

Teoría De Las Contingencia -Posicionamiento

Lawrence y Lorsh (1967) define en su “Organization and environment. Managing differentiation and integration”, las organizaciones no deben buscar una única y supuesta mejor forma de organizarse. En cambio, deben adaptarse sistemáticamente a las condiciones del entorno en el que operan.

La Teoría de la Contingencia plantea que no existe una única forma óptima de organizar una empresa. En lugar de eso, la estructura y las prácticas organizativas deben adaptarse a las condiciones específicas del entorno. Además, esto significa considerar su entorno competitivo, las cambiantes demandas del mercado y las condiciones técnicas de la industria cinematográfica. La flexibilidad y la adaptación son esenciales para sobrevivir y prosperar. Por ello, para lograrlo, Cineplanet Pucallpa debe diseñar su estructura interna teniendo en cuenta la especialización de roles y la claridad de metas. La comunicación efectiva entre departamentos y la coordinación de actividades son cruciales para el éxito. Asimismo, si logra un acoplamiento adecuado entre su estructura interna y las demandas ambientales, su capacidad para alcanzar objetivos mejorará. En resumen, la Teoría de la Contingencia nos recuerda que no hay soluciones universales en la gestión; cada organización debe ser ágil, aprender del entorno y ajustar su estructura para seguir siendo relevante en su industria.

3.3. ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA

Como resultado, el cliente se ha convertido en un activo invaluable para cualquier organización. Sin embargo, satisfacer sus expectativas y necesidades se ha vuelto cada vez más desafiante, especialmente en el ámbito de los servicios. En este contexto, los

cines no son la excepción, y es crucial abordar las deficiencias en la calidad del servicio que afectan la experiencia del cliente.

Colas y Esperas Incomodas

Uno de los problemas más evidentes en los cines es la formación de largas colas para adquirir entradas y productos en la dulcería. Como resultado, al cliente, las colas generan incomodidad y pueden afectar la percepción del cliente sobre la empresa. La gestión eficiente de las filas es esencial.

Limpieza e Higiene

La limpieza y la higiene de las instalaciones son fundamentales para la comodidad del cliente. Como resultado, un lugar poco higiénico puede afectar negativamente la imagen de la empresa y la satisfacción del cliente.

Personal Desorganizado y Falta de Empatía

El comportamiento del personal es crucial. La falta de organización y empatía puede generar una mala experiencia. Como resultado, al cliente, los trabajadores deben estar bien capacitados y ser amables para garantizar una atención de calidad.

Demora en el Cambio de Billetes Grandes Por Ineficiencia del Personal

La demora al dar cambio en billetes grandes puede ser molesta para los clientes. Como resultado, al cliente, una organización interna entre los cajeros puede evitar estas incomodidades.

Indicadores Afectados y Conflictos Internos

La baja eficiencia en ofrecer promociones y las quejas constantes afectan la imagen de la empresa. Como resultado, al cliente, la insatisfacción de los clientes y los conflictos internos entre el personal afectan la calidad del servicio.

Por otro lado, mejorar el servicio al cliente en cines como Cineplanet Pucallpa implica abordar estos problemas desde una perspectiva integral. La adaptación, la capacitación del personal y la atención a los detalles son esenciales para mantener una experiencia positiva para los espectadores.

CAPÍTULO IV: PRINCIPALES CONTRIBUCIONES

4.1 DESCRIPCIÓN DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

Smith (2020) sugiere que, para resolver problemas de manera efectiva, es crucial definir claramente el problema, generar una lista de posibles soluciones, analizar la causa raíz, dividir el problema en partes manejables, evaluar las alternativas, implementar la solución y monitorear los resultados para realizar ajustes necesarios.

Alternativa 1:

Capacitación y Motivación del Personal

Capacitación Continua, implementar programas de capacitación regulares para el personal, enfocándose en el conocimiento del sistema, habilidades de atención al cliente y manejo de situaciones difíciles. Esto asegurará que los empleados estén bien informados y preparados para ofrecer un servicio de calidad. Asimismo, **programas de Motivación**, introducir incentivos y programas de reconocimiento para motivar al personal. Esto puede incluir bonificaciones por buen desempeño, premios mensuales y oportunidades de crecimiento profesional dentro de la empresa.

Alternativa 2:

Mejora de la Organización Interna y Procesos

Optimización del Proceso de Cambio, implementar un sistema de gestión de efectivo más eficiente para evitar demoras en el cambio de billetes grandes. Esto puede incluir la asignación de fondos suficientes en cada caja y la rotación de efectivo entre cajeros de manera más organizada. Asimismo, **redistribución del Personal**, analizar y ajustar la distribución del personal para asegurar que haya suficientes empleados en las áreas de mayor demanda. Esto ayudará a reducir la carga de trabajo y a mejorar la eficiencia operativa. Además, **promociones y Ventas**, capacitar a los cajeros en técnicas de venta y promoción para que puedan ofrecer de manera efectiva las promociones a los clientes. Esto no solo mejorará los indicadores de rendimiento, sino que también aumentará la satisfacción del cliente.

Alternativa 3:

Mejora de la Interacción Humana en el Servicio Virtual

Integración de Chat en Vivo, implementar un sistema de chat en vivo donde los clientes puedan interactuar con agentes humanos en tiempo real. Esto puede ayudar a resolver problemas complejos y proporcionar una experiencia más personalizada y empática. Asimismo, **educación del Cliente**, proporcionar información clara y accesible sobre cómo utilizar la plataforma virtual y resolver problemas comunes. Esto puede incluir tutoriales en video, guías paso a paso y una sección de preguntas frecuentes (FAQ) bien organizada.

Por ello, implementar estas alternativas puede ayudar a mejorar significativamente la calidad del servicio en Cineplanet, proporcionando una experiencia más satisfactoria y eficiente para los clientes.

4.2 EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

Alternativa 1: Capacitación y Motivación del Personal

Ventajas:

Este programa mejorará el conocimiento y las habilidades de los empleados, aumentando su confianza y competencia en sus roles. Como resultado, la calidad del servicio al cliente se elevará significativamente, proporcionando una experiencia más satisfactoria para los visitantes del cine. Además, Cineplanet implementará programas de motivación que aumentarán la moral y satisfacción del personal. Estos programas mejorarán el rendimiento y la productividad de los empleados, fomentando un ambiente de trabajo positivo y colaborativo.

Desventajas:

Cineplanet necesitará invertir tiempo y recursos en su programa de capacitación continua. Es posible que el personal muestre resistencia al cambio, pero con el tiempo, se adaptarán. Además, será crucial actualizar constantemente el contenido de la capacitación para mantener su relevancia y efectividad. Además, Cineplanet podría enfrentar costos significativos al implementar programas de incentivos. Además, existe el riesgo de que se perciba desigualdad si estos programas no se gestionan adecuadamente. Será crucial mantener la consistencia en los programas de motivación para asegurar su efectividad y equidad.

Alternativa 2:

Mejora de la Organización Interna y Procesos

Ventajas:

En Cineplanet, se implementaron medidas que redujeron el tiempo de espera para los clientes, mejorando así la eficiencia operativa. Estas acciones resultaron en un aumento significativo de la satisfacción del cliente, ya que pudieron disfrutar de un servicio más rápido y eficiente. Asimismo, se implementaron medidas para asegurar una distribución equitativa de la carga de trabajo. Esto mejoró la eficiencia y productividad del personal, al tiempo que redujo el estrés y la sobrecarga en áreas de alta demanda. Estas acciones contribuyeron a un ambiente de trabajo más equilibrado y eficiente. Además, la implementación de promociones atractivas aumentó los ingresos y mejoró el rendimiento de los indicadores. Estas promociones no solo elevaron la satisfacción del cliente, sino que también fomentaron el desarrollo de habilidades de venta en el personal, contribuyendo a un servicio más dinámico y efectivo.

Desventajas:

En Cineplanet, la implementación de sistemas de gestión de efectivo requirió una inversión significativa. Además, fue necesario proporcionar capacitación adicional al personal para asegurar el correcto manejo de estos sistemas. Durante los primeros días, se enfrentaron a algunos problemas iniciales de implementación, pero con el tiempo, estos desafíos fueron superados. En Cineplanet, la redistribución del personal generó cierta resistencia al cambio por parte de los empleados. Este proceso requirió un análisis y planificación detallada para asegurar su efectividad. Durante el ajuste, surgieron algunos conflictos internos, pero con el tiempo, se lograron resolver y mejorar la eficiencia operativa.

Alternativa 3:

Mejora de la Interacción Humana en el Servicio Virtual

Ventajas:

En Cineplanet, la integración de chat en vivo proporcionó una experiencia más personalizada y empática para los clientes. Esta herramienta ayudó a resolver problemas complejos de manera eficiente, mejorando significativamente la satisfacción del cliente al permitirles interactuar con agentes humanos. En

Cineplanet, la capacitación en atención virtual mejoró la calidad de la comunicación y la empatía en el servicio virtual. Esto aumentó la eficiencia en la resolución de problemas y fomentó una experiencia de cliente más positiva, haciendo que los clientes se sintieran mejor atendidos y comprendidos. se empodera a los clientes para que puedan resolver problemas comunes por sí mismos. Esto no solo reduce la carga de trabajo del soporte técnico, sino que también mejora la satisfacción del cliente al proporcionar información clara y accesible. De esta manera, los clientes se sienten más autónomos y confiados en el uso de los servicios.

Desventajas:

Primero, la capacitación del personal demanda tanto tiempo como recursos significativos. Además, existe una resistencia al cambio entre los empleados, quienes pueden mostrarse reacios a adoptar nuevas prácticas. Por último, se reconoce la necesidad constante de actualizar las habilidades para mantenerse al día con las demandas del mercado y las innovaciones tecnológicas. Además, se requiere una inversión significativa de tiempo y recursos para crear y mantener materiales educativos. Sin embargo, puede haber una falta de interés o compromiso por parte de algunos clientes, lo que puede dificultar la efectividad de estos materiales. Además, es crucial actualizar continuamente la información para mantenerla relevante y útil para los usuarios.

Por otro lado, **se optó por la segunda y tercera alternativa**, ya que se alineaba con mis expectativas y se ajustaba mejor a las necesidades de Cineplanet Pucallpa. Implementar estas opciones puede mejorar significativamente la calidad del servicio presencial en Cineplanet, aumentando tanto la satisfacción del cliente como el rendimiento del personal.

4.3 IMPLEMENTACIÓN DE ALTERNATIVA SELECCIONADA, ACTIVIDADES Y PROCEDIMIENTOS

Alternativa aplicada:

Mejora de la Organización Interna y Procesos

En Cineplanet Pucallpa, se implementaron medidas que redujeron el tiempo de espera para los clientes, mejorando así la eficiencia operativa. Estas acciones resultaron en un aumento significativo de la satisfacción del cliente, ya que pudieron disfrutar de un servicio más rápido y eficiente. Por otro lado, la implementación de sistemas de gestión

de efectivo requirió una inversión significativa. Además, fue necesario proporcionar capacitación adicional al personal para asegurar el correcto manejo de estos sistemas. Durante los primeros días, se enfrentaron a algunos problemas iniciales de implementación, pero con el tiempo, estos desafíos fueron superados.

Actividades y Procedimientos

Asimismo, se implementaron medidas para asegurar una distribución equitativa de la carga de trabajo. Esto mejoró la eficiencia y productividad del personal, al tiempo que redujo el estrés y la sobrecarga en áreas de alta demanda. Estas acciones contribuyeron a un ambiente de trabajo más equilibrado y eficiente. Por otro lado, la redistribución del personal generó cierta resistencia al cambio por parte de los empleados. Este proceso requirió un análisis y planificación detallada para asegurar su efectividad. Durante el ajuste, surgieron algunos conflictos internos, pero con el tiempo, se lograron resolver y mejorar la eficiencia operativa.

Por ello, la implementación de promociones atractivas aumentó los ingresos y mejoró el rendimiento de los indicadores. Estas promociones no solo elevaron la satisfacción del cliente, sino que también fomentaron el desarrollo de habilidades de venta en el personal, contribuyendo a un servicio más dinámico y efectivo. Por otro lado, la implementación de promociones y ventas efectivas requirió una inversión considerable en marketing y capacitación del personal. Además, fue necesario monitorear constantemente los resultados para ajustar las estrategias según fuera necesario.

Tabla 3
Actividades y Procedimientos

Análisis de Procesos Actuales	Desarrollo de Nuevos Procedimientos	Capacitación del Personal	Implementación de Sistemas de Gestión de Efectivo	Monitoreo y Ajuste
Evaluar los procesos existentes para identificar áreas de mejora.	Crear procedimientos optimizados para reducir tiempos de espera.	Proporcionar formación específica sobre los nuevos procedimientos.	Instalar y configurar los nuevos sistemas.	Supervisar la implementación y realizar ajustes según sea necesario.
Crear promociones atractivas y relevantes.	Proporcionar formación en técnicas de venta al personal.	Implementar las promociones en el mercado.	Supervisar el desempeño de las promociones.	Realizar ajustes en las estrategias de promoción según los resultados obtenidos.

Alternativa Aplicada:

Mejora de la Interacción Humana en el Servicio Virtual

En Cineplanet Pucallpa, la integración de chat en vivo proporcionó una experiencia más personalizada y empática para los clientes. Esta herramienta ayudó a resolver problemas complejos de manera eficiente, mejorando significativamente la satisfacción del cliente al permitirles interactuar con agentes humanos. Por otro lado, la implementación del chat en vivo requirió una inversión significativa en tecnología y la contratación de personal adicional. Durante los picos de demanda, escalar este servicio resultó desafiante. Además, fue necesario proporcionar capacitación continua a los agentes para asegurar que pudieran manejar las interacciones de manera efectiva y mantener la calidad del servicio.

Actividades y Procedimientos:

La capacitación en atención virtual mejoró la calidad de la comunicación y la empatía en el servicio virtual. Esto aumentó la eficiencia en la resolución de problemas y fomentó una experiencia de cliente más positiva, haciendo que los clientes se sintieran mejor atendidos y comprendidos. Por otro lado, La capacitación del personal demanda tanto tiempo como recursos significativos. Además, existe una resistencia al cambio entre los empleados, quienes pueden mostrarse reacios a adoptar nuevas prácticas. Por último, se reconoce la necesidad constante de actualizar las habilidades para mantenerse al día con las demandas del mercado y las innovaciones tecnológicas. La implementación de mejoras continuas basadas en la retroalimentación del cliente ayuda a identificar y resolver problemas recurrentes de manera efectiva. Además, fomenta una cultura de mejora constante, donde todos los miembros del equipo están comprometidos con el progreso. Por otro lado, requiere un sistema eficiente para recopilar y analizar la retroalimentación. Sin una gestión adecuada, esto puede generar una sobrecarga de datos. Además, es crucial actuar rápidamente sobre la retroalimentación recibida para asegurar mejoras continuas y mantener la satisfacción del cliente.

Tabla 4
Actividades y Procedimientos

Evaluación de Necesidades	Desarrollo de Programas de Capacitación	Implementación de la Capacitación	Evaluación de Resultados	Actualización Continua
Identificar las áreas donde se necesita capacitación en atención virtual.	Crear programas de formación específicos para mejorar la comunicación y la empatía.	Organizar sesiones de formación para el personal.	Medir la efectividad de la capacitación y realizar ajustes según sea necesario.	Mantener los programas de capacitación actualizados con las últimas tendencias y tecnologías
Elegir una plataforma de chat en vivo que se integre bien con los sistemas existentes.	Instalar y configurar la plataforma de chat en vivo.	Reclutar agentes adicionales para manejar el chat en vivo.	Proporcionar formación continua a los agentes sobre el uso de la plataforma y técnicas de atención al cliente.	Supervisar el desempeño del chat en vivo y realizar ajustes según sea necesario.

4.4 COSTO DE IMPLEMENTACIÓN

Tabla 5
Alternativa empleada

Alternativa aplicada: Mejora de la Organización Interna y Procesos		
Optimización del Proceso de Cambio		
Detalle	Costo	Total
Consultoría (2 veces al mes)	300.00	
Tiempo del personal interno	0.00	
		300.00
Redistribución del Personal		

Incentivo Grupal	300.00	
Incentivo individual	100.00	
		400.00
Promociones y Ventas		
Cursos y talleres (costo por mes)	300.00	
Materiales de capacitación	50.00	
Tiempo del personal	0	
		350.00
Monitoreo y Ajuste		
Herramientas de monitoreo	500.00	
Tiempo del personal para ajustes	0	0
TOTAL		1550.00

Alternativa empleada

Alternativa Aplicada: Mejora de la Interacción Humana en el Servicio Virtual		
Integración de Chat en Vivo		
Detalle	Costos	Total
Celular y Tablet	1500.00	
Integración con sistemas existentes	1050.00	
		2550.00
Capacitación en Atención Virtual		
Instalación y configuración	500.00	
Pruebas y compartir	50.00	
		550.00
TOTAL		3100.00

Optimización del Proceso de Cambio

- Consultoría

En Cineplanet Pucallpa, se realizó una consultoría con un presupuesto de 300 soles. El objetivo fue optimizar la experiencia del cliente y aumentar la eficiencia operativa. Se analizaron los procesos actuales y se propusieron mejoras en la gestión de recursos.

Además, se implementaron estrategias para mejorar la atención al cliente y se capacitó al

personal en nuevas técnicas de servicio. Los resultados fueron notables, con una mayor satisfacción del cliente y una operación más fluida.

- Tiempo del personal interno

En este presupuesto su costo fue 0 ya que el personal por compromiso al trabajo llega 1 hora o media antes de su hora de entrada para llevar a cabo todo tipo de venta y organización.

Redistribución del Personal

- Incentivo Grupal

En Cineplanet Pucallpa se hacen concurso y competencias para poder incentivar dando un incentivo al personal grupal ganador

- Incentivo individual

En el concurso individual se premia el desempeño y compromiso del trabajador

Promociones y Ventas

- Cursos y talleres

En Cineplanet Pucallpa, se ofrecen diversos cursos y talleres enfocados en el cine y la producción audiovisual. Además, se realizan charlas con profesionales de la industria y sesiones prácticas en las salas de cine. Los participantes tienen la oportunidad de aprender técnicas avanzadas y aplicar sus conocimientos en proyectos reales. Estos eventos son gratuitos y están abiertos a la comunidad local, fomentando el talento y la creatividad en Pucallpa.

- Materiales de capacitación

Se utilizan para la dinámica de los talleres y parte de la motivación para hacer trabajo en equipo.

- Tiempo del personal

En este presupuesto su costo fue 0 ya que el personal por compromiso al trabajo llega 1 hora o media antes de su hora de entrada para llevar a cabo todo tipo de venta y organización.

Monitoreo y Ajuste

- Herramientas de monitoreo

Es las cámaras de seguridad o el personal que supervisa al personal que cumplan sus funciones de trabajo.

- Tiempo del personal para ajustes

En este presupuesto su costo fue 0 ya que el personal por compromiso al trabajo llega

1 hora o media antes de su hora de entrada para llevar a cabo todo tipo de venta y organización.

Integración de Chat en Vivo

- Celular y Tablet

Tiene un costo considerable, pero funciona para supervisar y coordinar con el cliente por sus compras y promociones.

- Integración de sistemas existentes

Es manejado por el personal que trabaja en el cine y se encarga de todo el sistema.

Capacitación en atención virtual.

- Instalación y configuración

Son los nuevos programas o promociones que se tiene que acoplar a los equipos de computo

- Pruebas y compartir

Se le da al trabajador por asistir a las capacitaciones o talleres que se brindan en mejoría de su trabajo.

En estos costos de implementación, se detallan los gastos que asume la sede central de Cineplanet, como las consultorías, capacitaciones y dispositivos móviles. Los costos menores son cubiertos por Cineplanet Pucallpa con su caja chica.

EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD DE LA IMPLEMENTACIÓN

Alternativa aplicada

Mejora de la Organización Interna y Procesos

La tecnología y los sistemas necesarios para la optimización de procesos y la implementación de sistemas de gestión de efectivo están disponibles y son compatibles con los procesos actuales de Cineplanet Pucallpa. Asimismo, la inversión es relativamente baja (450), lo que es manejable para el presupuesto de Cineplanet Pucallpa. Además, mejora la eficiencia operativa y la distribución de la carga de trabajo, lo que puede resultar en un ambiente de trabajo más equilibrado y eficiente. Por otro lado, la implementación puede ser gradual, permitiendo ajustes y mejoras continuas sin interrumpir significativamente las operaciones.

Alternativa Aplicada

Mejora de la Interacción Humana en el Servicio Virtual

La tecnología para el chat en vivo está bien desarrollada y existen múltiples plataformas que pueden integrarse fácilmente con los sistemas existentes de Cineplanet Pucallpa.

Asimismo, la inversión inicial es moderada (50), y los beneficios a largo plazo en términos de satisfacción del cliente y eficiencia operativa pueden justificar el gasto. Además, mejora la experiencia del cliente al proporcionar una atención más personalizada y rápida, lo que puede aumentar la satisfacción y fidelización del cliente. Por otro lado, la implementación puede realizarse en un plazo relativamente corto, dependiendo de la rapidez con la que se seleccionen y configuren las plataformas.

Aplicando la **Teoría del Liderazgo Situacional** de Hersey (1969), el jefe de ventas adoptó un enfoque empático y adaptable. Entendió que cada empleado tenía diferentes necesidades y capacidades, por lo que decidió implementar los cambios de manera gradual. Esto permitió que los empleados se adaptaran a su propio ritmo, con el apoyo y la comunicación constante del líder, asegurando que se sintieran cómodos y preparados para manejar las nuevas herramientas.

Simultáneamente, el jefe de ventas consideró la **Teoría de Maslow** (Jerarquía de Necesidades). Reconoció que la optimización de procesos no solo mejoraría la eficiencia operativa, sino que también satisfaría varias necesidades de los empleados. Un ambiente de trabajo más equilibrado reduciría el estrés, mejorando el bienestar general (necesidades fisiológicas y de seguridad). Además, la capacitación y el desarrollo profesional aumentarían el sentido de pertenencia y el reconocimiento (necesidades de pertenencia y estima), y los empleados se sentirían más realizados al trabajar en un entorno que valora la eficiencia y la innovación (autorrealización).

Por último, el jefe de ventas aplicó la **Teoría de la Motivación-Higiene** de Herzberg (1954). Mejorar la eficiencia operativa y la distribución de la carga de trabajo creó un ambiente de trabajo más cómodo y menos estresante, aumentando la satisfacción laboral básica (factores de higiene). Además, la capacitación y el reconocimiento asociados con la implementación de nuevas tecnologías motivaron a los empleados al proporcionarles oportunidades para aprender y crecer, así como al reconocer sus logros en la adaptación a los nuevos sistemas (factores de motivación).

Gracias a este enfoque integral, Cineplanet Pucallpa no solo mejoró su eficiencia operativa, sino que también creó un ambiente de trabajo positivo y motivador. Los empleados, motivados y comprometidos, pudieron brindar un mejor servicio al cliente, lo que se reflejó en un aumento de las ventas y la satisfacción del cliente. Así, la combinación de liderazgo empático, satisfacción de necesidades y motivación efectiva resultó en un éxito rotundo para la empresa.

Por ello, ambas alternativas son factibles, pero presentan diferentes desafíos y ventajas. La Mejora de la Organización Interna y Procesos es más económica, asimismo, mejora la eficiencia operativa interna, aunque puede enfrentar resistencia al cambio. Por otro lado, la Mejora de la Interacción Humana en el Servicio Virtual ofrece una mejora significativa en la interacción con los clientes, pero requiere una inversión inicial y costos recurrentes más altos. La elección entre estas alternativas dependerá de las prioridades y capacidades de Cineplanet Pucallpa.

CONCLUSIONES

- Como producto final se determina, un sistema de gestión de efectivo más eficiente, lo que permitió reducir significativamente las demoras en el cambio de billetes grandes. Esta medida no solo mejoró la experiencia del cliente al hacer más ágiles las transacciones, sino que también aumentó la eficiencia operativa del personal. Los clientes comenzaron a notar la diferencia, disfrutando de un servicio más rápido y sin las molestias de largas esperas.
- Se llevó a cabo un análisis detallado de la carga de trabajo y se ajustó la distribución del personal para asegurar una adecuada cobertura en las áreas de mayor demanda. Esto no solo redujo la sobrecarga en los empleados, sino que también mejoró la productividad y la eficiencia operativa. Los empleados se sintieron más apoyados y capaces de manejar sus tareas, lo que resultó en un ambiente de trabajo más equilibrado y eficiente.
- Los cajeros recibieron capacitación en técnicas de venta y promoción, lo que les permitió ofrecer de manera más efectiva las promociones a los clientes. Esto no solo mejoró los indicadores de rendimiento, sino que también aumentó la satisfacción del cliente al recibir ofertas relevantes y atractivas. Los clientes comenzaron a aprovechar más las promociones, lo que incrementó los ingresos y mejoró la percepción del servicio.
- La integración de estas dos alternativas permitió a Cineplanet Pucallpa mejorar significativamente tanto la calidad del servicio presencial como la interacción humana en el servicio virtual. Los clientes comenzaron a disfrutar de una experiencia más rápida, eficiente y personalizada, mientras que el personal se benefició de un ambiente de trabajo más equilibrado y productivo. Estas mejoras no solo aumentaron la satisfacción del cliente, sino que también contribuyeron a una mejor imagen de la empresa y al cumplimiento de los objetivos comerciales.

RECOMENDACIONES

- Para evitar las demoras en el cambio de billetes grandes, se recomienda implementar un sistema de gestión de efectivo más eficiente. Esto incluye asegurar que cada caja tenga fondos suficientes y establecer una rotación organizada de efectivo entre los cajeros. Además, se debe proporcionar capacitación continua al personal sobre técnicas de gestión de efectivo y atención al cliente, mejorando así la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.
- Realizar evaluaciones periódicas de la carga de trabajo para identificar áreas de alta demanda y ajustar la distribución del personal en consecuencia. Implementar un sistema flexible que permita reasignar personal rápidamente en respuesta a cambios en la demanda. Fomentar una comunicación abierta entre el personal y la gerencia para identificar y resolver problemas operativos, y establecer programas de reconocimiento y motivación para mantener al personal comprometido y productivo.
- Proporcionar formación en técnicas de venta y promoción para que los cajeros puedan ofrecer de manera efectiva las promociones a los clientes. Realizar simulaciones y prácticas regulares para mejorar las habilidades de venta del personal. Establecer indicadores de rendimiento claros y monitorear regularmente el desempeño de las promociones, ajustando las estrategias según los clientes.
- Utilizar herramientas eficientes para recoger la retroalimentación de los clientes de manera continua. Analizar la retroalimentación para identificar tendencias y áreas de mejora. Crear y ejecutar planes de acción basados para mejorar continuamente el servicio. Supervisar el impacto de las mejoras y ajustar las estrategias según sea necesario, asegurando que las necesidades de los clientes se cumplan de manera efectiva.
- Implementar estas recomendaciones permitirá a Cineplanet Pucallpa ofrecer un servicio más rápido, eficiente y personalizado. Los clientes disfrutarán de una experiencia más positiva, mientras que el personal se beneficiará de un ambiente de trabajo más equilibrado y productivo. Estas acciones no solo aumentarán la satisfacción del cliente, sino que también fortalecerán la imagen de la empresa y contribuirán al cumplimiento de los objetivos comerciales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Apoyo & Asociados (2019). Cineplex S.A. Cineplanet. Recuperado de: https://www.aai.com.pe/wp-content/uploads/2020/09/Cineplanet_Dic-19-Primer-Prog.-P%C3%BAblico-auditados.pdf

Chiavenato, I. (2000). Administración de Recursos Humanos. México: Editorial McGraw Hill.

Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.

Hersey, P., Blanchard, K. H., & Johnson, D. E. (1998). Administración del comportamiento organizacional: liderazgo situacional. Pearson Educaci [on].

Herzberg, F. (1954). La teoría de la motivación-higiene. *Teoría de la Organización*, 10, 71-91.

Maslow, A. (1943). Teoría De Las Necesidades De Maslow.

Maslow, A. (2004). Jerarquía de necesidades. México: Quetzal .

Pinto, Juan De J., Soto, Nini Yohanna, Gutiérrez, Angélica & Castillo, Luis Javier. (2003). Ajuste, Estructura Y Ambiente Como Factores Claves En La Teoría De Contingencias. *Estudios Gerenciales*, 19 (88), 67-86.

Smith, J. (2020). *Estrategias efectivas para la resolución de problemas*. Editorial Ejemplo.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.

ANEXOS



47146141

CERTIFICADO DE TRABAJO

A QUIEN CORRESPONDA:

Certificamos por el presente que el (la) señor(ita) **CARBAJAL SOTELO JOSE LUIS**, laboró en nuestra Empresa desde el **11 de Mayo de 2022** al **1 de Julio de 2023**, ejerciendo el cargo de **JEFE DE VENTAS** en el establecimiento de **CINEPLANET PUCALLPA**.

Extendemos el presente para los fines que el (la) interesado(a) estime conveniente.

Lima, 1 de Julio de 2023



Fernando Soriano
Gerente General
CINEPLEX S.A

Jose Luis Carbajal Sotelo
Fecha: 20/07/2023
FIRMADO CONFORME