

Impacto del desarrollo de habilidades gerenciales en la satisfacción del cliente en el Almacén Óptico Alianza Profesional

Impact of management skills development on customer satisfaction at the Alianza Profesional Optical Warehouse

Agustín Ezequiel Moncayo-Gaibor, Washington Marcelo Gallardo-Medina, Jorge Ormaza-Andrade

Resumen

El propósito de esta investigación es examinar el efecto del avance en competencias gerenciales en la satisfacción del cliente en el Almacén Óptico Alianza Profesional. Para realizar este estudio, se utilizó una metodología combinada que fusiona perspectivas cuantitativas y cualitativas. Se recolectaron datos de 41 clientes a través de encuestas estructuradas, lo que facilitó obtener una perspectiva completa de la situación presente del servicio. Los hallazgos señalan una relación positiva entre las competencias de liderazgo y la satisfacción del cliente, lo que sugiere que el perfeccionamiento de las habilidades gerenciales lleva a un incremento en la percepción favorable del servicio. Los participantes expresaron altos grados de satisfacción, confirmando la teoría de que la inversión en la capacitación de líderes y gerentes es esencial para mejorar la experiencia del cliente. Las conclusiones de la investigación recalcan la importancia de que las empresas del sector óptico inviertan en el fortalecimiento de competencias gerenciales como un componente de su estrategia para optimizar el servicio al cliente y, en consecuencia, incrementar su competitividad en un ambiente de mercado que cambia continuamente. Este método fomenta la lealtad y el éxito a largo plazo, subrayando que la correcta administración de habilidades es esencial para ajustarse a las dinámicas fluctuantes del mercado.

Palabras clave: Desarrollo de habilidades gerenciales; Satisfacción del cliente en servicios; Mejora continua; Gestión en PYMES; Capacitación y fidelización.

Agustín Ezequiel Moncayo-Gaibor

Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador | agustin.moncayo.19@est.ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0001-7827-0698>

Washington Marcelo Gallardo-Medina

Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador | washington.gallardo@ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-1441-2220>

Jorge Ormaza-Andrade

Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador | jormaza@ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-5449-1042>

<http://doi.org/10.46652/pacha.v6i17.389>

ISSN 2697-3677

Vol. 6 No. 17 enero-abril 2025, e250389

Quito, Ecuador

Enviado: enero 14, 2025

Aceptado: marzo 10, 2025

Publicado: marzo 24, 2025

Publicación Continua

Abstract

The purpose of this research is to examine the effect of the advancement in managerial competencies on customer satisfaction at the Alianza Profesional Optical Warehouse. The study was conducted using a combined methodology that merges quantitative and qualitative perspectives. Data from 41 clients were collected through structured surveys, which made it easier to obtain a complete picture of the current service situation. The findings point to a positive relationship between leadership competencies and customer satisfaction, suggesting that the improvement of managerial skills leads to an increase in favorable service perception. Participants expressed high levels of satisfaction, corroborating the theory that investing in leadership and management training is essential to improving the customer experience. The research findings highlight the importance of optical companies investing in strengthening managerial skills as a component of their strategy to optimize customer service and, consequently, increase their competitiveness in a constantly changing market environment. This approach promotes loyalty and long-term success, underlining that proper skills management is essential to adjust to the fluctuating dynamics of the market.

Keywords: Development of managerial skills; Customer satisfaction in services; Continuous improvement; Management in SMEs; Training and loyalty.

Introducción

Las habilidades de liderazgo y las capacidades gerenciales desempeñan un papel crucial en la satisfacción del cliente y el éxito organizacional. Investigaciones previas han demostrado que un liderazgo efectivo no solo motiva a los empleados, sino que también fomenta un ambiente laboral positivo, impactando directamente en la calidad del servicio al cliente (Villanueva Sampín et al., 2018). En particular, los enfoques participativos y orientados a resultados han sido identificados como claves para incrementar la satisfacción de los empleados y mejorar los climas organizacionales (Acuña Oré & Tito Huamaní, 2010).

La Óptica Alianza Profesional está ubicada en la Avda. Don Bosco y Felipe II Cuenca-Ecuador; en donde ofrece asesoramiento en salud visual, consejos sobre el cuidado ocular, prevención de enfermedades visuales, cuenta con una gran variedad de lentes de armazón, lentes de contacto, lentes progresivos, lentes de sol, lentes con filtro azul; dirigido a todo público en general como niños, adolescentes, adultos y adultos mayores con una trayectoria de 13 años en el mercado; en donde enfrenta el problema en la falta de habilidades gerenciales en los empleados del Almacén Óptico Alianza Profesional, lo que podría estar afectando la satisfacción del cliente y los resultados del negocio.

Las habilidades gerenciales específicas como la gestión de conflictos, el trabajo en equipo, la comunicación y el pensamiento estratégico son esenciales para optimizar tanto el desempeño organizacional como la experiencia del cliente (Quiroz Campas & Beltrán Lerma, 2023). Estas competencias, cuando se integran con un liderazgo transformacional que descentraliza la toma de decisiones, pueden agilizar las operaciones y mejorar la percepción de los clientes sobre el servicio ofrecido.

Villanueva Sampín et al. (2018), manifiestan que las investigaciones indican que las habilidades gerenciales y el liderazgo tienen un impacto significativo en la satisfacción del cliente en las ópticas y otros negocios orientados a los servicios. Los líderes efectivos motivan a los empleados, lo que a su vez conduce a un mejor servicio al cliente y satisfacción. Las habilidades gerenciales clave, como la gestión de conflictos, el trabajo en equipo, la comunicación y el pensamiento visionario, contribuyen a mejorar la satisfacción y el rendimiento de los empleados (Quiroz Campas & Beltrán Lerma, 2023). Para mejorar la satisfacción del cliente, las empresas deben centrarse en brindar un servicio de calidad, implementar metodologías de planificación y establecer buenas prácticas de control de calidad (Cusicanqui-Zavaleta et al., 2021). La satisfacción de los empleados está estrechamente ligada a la satisfacción del cliente, y factores como el entorno laboral y la supervisión juegan un papel crucial (Quiroz Campas & Beltrán Lerma, 2023).

En este sentido el presente documento, tiene como pregunta central de investigación ¿Cómo el fortalecimiento de habilidades gerenciales específicas, la toma de decisiones y el liderazgo, afecta la satisfacción del cliente en el Almacén Óptico Alianza Profesional?; la pregunta tiene correspondencia directa con el objetivo principal del artículo que es analizar el impacto del desarrollo de habilidades gerenciales en la satisfacción del cliente en el Almacén Óptico Alianza Profesional, para proponer estrategias que mejoren la percepción del servicio.

Referencial Teórico

Las investigaciones sobre el fortalecimiento de las habilidades específicas en las empresas ópticas en Ecuador destacan la importancia de desarrollar estrategias comerciales y habilidades gerenciales para aumentar las ventas y la competitividad. Las habilidades clave identificadas incluyen la implementación de programas integrales de marketing (Pacheco Rodríguez & Bombón Orellana, 2020).

Fundamentalmente; este enfoque se relaciona directamente con competencias clave como el liderazgo, el trabajo en equipo y la toma de decisiones. El liderazgo es crucial para guiar la implementación de programas integrales y coordinar a los equipos hacia objetivos comunes, fomentando la colaboración y la alineación estratégica. Asimismo, el trabajo en equipo permite a las ópticas integrar diversas perspectivas, optimizar recursos y responder de manera efectiva a las demandas del mercado. Por último, la toma de decisiones informada es esencial para diseñar y ejecutar estrategias comerciales adaptadas a un entorno competitivo, lo que asegura un enfoque innovador y orientado a resultados. Estas habilidades específicas, en conjunto, potencian la capacidad de las empresas ópticas para destacar en un sector dinámico y desafiante.

Moreira Ortega et al. (2021), manifiestan que las investigaciones sobre el fortalecimiento de habilidades gerenciales destacan la importancia de desarrollar competencias para los emprendedores, como la autoconciencia, la autocrítica y la ética. En los entornos organizacionales, las estrategias para mejorar las habilidades de integración del trabajo en equipo, como el liderazgo y

la comunicación efectiva, son cruciales para la estabilidad en el lugar de trabajo (Márquez Amaro et al., 2024).

Ante todo; la relevancia del fortalecimiento de habilidades específicas, como el liderazgo y la comunicación efectiva, en la integración y el desempeño de equipos de trabajo. Estas competencias, no solo permiten una comprensión más profunda del entorno laboral, sino que también fomentan la colaboración y mejoran la resolución de problemas. Además, contribuyen significativamente a la gestión de conflictos, fortaleciendo la cohesión y la dinámica grupal. Este enfoque integral no solo potencia el rendimiento colectivo, sino que también resulta clave para alcanzar el éxito organizacional, evidenciando que la inversión en habilidades específicas impacta directamente en la productividad y competitividad empresarial.

EL impacto de las habilidades gerenciales en la satisfacción del cliente abarca diversas perspectivas teóricas y prácticas, permitiendo entender cómo la gestión efectiva en entornos organizacionales influye directamente en las percepciones y experiencias de los clientes. Este apartado integra conceptos claves desde las dimensiones gerenciales y su relación con indicadores específicos de satisfacción del cliente.

Habilidades gerenciales y su relevancia

Se entiende por habilidades gerenciales a la capacidad de tomar decisiones eficaces, dirigir equipos y administrar recursos de forma eficiente. Estas competencias abarcan la elección estratégica, el liderazgo eficaz, la resolución de conflictos, la colaboración en equipo y el razonamiento visionario. El liderazgo transformacional no solo influye en el rendimiento de la organización, sino también en la descentralización del proceso de toma de decisiones, creando así un ambiente más flexible y flexible para la satisfacción del cliente.

Fernández Gónzales et al. (2021), manifiestan que las habilidades gerenciales son fundamentales para el éxito organizacional y la gestión empresarial efectiva. Estas incluyen habilidades humanas, técnicas y conceptuales, así como la capacidad de adaptación al cambio y delegación. El pensamiento estratégico, la gestión del cambio y la gestión de proyectos son cruciales para implementar la innovación sostenible. Los gerentes deben priorizar oportunidades, establecer metas claras y asignar recursos adecuadamente. La comunicación efectiva es esencial en los procesos de negociación, mientras que el trabajo en equipo es vital para alcanzar objetivos organizacionales (Barrios De Oro, 2023).

Es importante decir; que las habilidades gerenciales; como las humanas, técnicas y conceptuales, son esenciales para el éxito organizacional, especialmente en entornos cambiantes. Estas competencias permiten a los líderes gestionar proyectos, delegar responsabilidades y fomentar la innovación sostenible, asegurando una adaptación efectiva a las demandas del entorno empresarial.

En efecto; la importancia del pensamiento estratégico y la gestión del cambio, junto con la comunicación efectiva y el trabajo en equipo, como pilares para alcanzar objetivos organizacionales. Estas habilidades no solo optimizan los recursos y fortalecen los procesos de negociación, sino que también promueven la cohesión y el compromiso del equipo hacia metas comunes.

La habilidad gerencial desempeña un papel fundamental en la percepción del cliente sobre la calidad del servicio ofrecido, particularmente en sectores como el comercio minorista, donde la interacción con el cliente es constante por ejemplo claro es el caso de Almacén Óptico Alianza Profesional, donde las competencias gerenciales son esenciales para garantizar un servicio eficiente y personalizado.

Dimensiones Clave

El análisis de habilidades gerenciales se centra en dimensiones fundamentales que impactan en la satisfacción del cliente:

Toma de Decisiones: La capacidad de identificar soluciones oportunas y efectivas ante problemas organizacionales es esencial. Estudios muestran que la toma de decisiones orientada al cliente es un factor crítico en la innovación organizacional (Nik Hashim et al., 2022).

En este sentido; la toma de decisiones orientada al cliente es un elemento clave para impulsar la innovación en las organizaciones, la integración de datos y perspectivas del cliente en los procesos de decisión incrementa la capacidad de las empresas para adaptarse a mercados dinámicos y ofrecer soluciones personalizadas. Este enfoque, fundamentado en principios de gestión basada en el cliente, promueve la creación de valor sostenible al tiempo que mejora la satisfacción del cliente.

Vega Ventosilla et al. (2020), manifiestan que; se identifican cuatro estrategias fundamentales para la aplicación adecuada de la toma de decisiones estratégicas: La evaluación exhaustiva del entorno empresarial y de la competencia en el mercado, fomentar una cultura de innovación y creatividad, establecer objetivos claros y medibles, y tomar riesgos y experimentar con nuevas ideas y enfoques. Las empresas deberán incorporar cada vez más tecnologías avanzadas, como el aprendizaje automático y la inteligencia artificial, para tomar decisiones más precisas y rápidas con manejo de volúmenes más altos de información. Además, las empresas pueden integrar cada vez más enfoques de sostenibilidad en sus estrategias empresariales, abordando los impactos ambientales y sociales de sus operaciones

Es importante destacar; a toma de decisiones estratégicas requiere evaluar el entorno empresarial, promover la innovación, definir objetivos claros y asumir riesgos calculados. La integración de tecnologías avanzadas, como inteligencia artificial, y enfoques sostenibles optimiza decisiones, mejora la competitividad y aborda impactos sociales y ambientales de las operaciones

Liderazgo: El liderazgo efectivo, especialmente cuando es transformacional, fomenta un entorno laboral positivo que se traduce en mejores resultados de satisfacción del cliente (Jung et al., 2021).

Es importante decir; destacan que el liderazgo transformacional impulsa un entorno laboral positivo al inspirar y motivar a los equipos. Este enfoque no solo mejora el compromiso organizacional, sino que también incrementa la satisfacción del cliente al promover una cultura orientada al desempeño y la excelencia en el servicio.

Gestión de Recursos: La asignación y utilización eficiente de recursos humanos y materiales son esenciales para mantener altos estándares de servicio, lo que fortalece la fidelización del cliente (Kim, 2020).

Como se afirma; que una gestión eficiente de recursos humanos y materiales es clave para garantizar altos estándares de servicio. Esta práctica optimiza operaciones, mejora la experiencia del cliente y fomenta su fidelización, al alinear los recursos disponibles con las necesidades.

La gestión del talento humano se refiere al proceso que surge, en las empresas, como un componente inherente a dichas organizaciones. En este proceso intervienen diferentes aspectos. Por ejemplo, el entorno de las mismas empresas, además de la influencia que esta gestión tiene en las estructuras de las organizaciones (Vera Solórzano, 2024).

La gestión eficaz de los recursos humanos y materiales es esencial para mantener altos estándares de servicio y fortalecer la lealtad de los clientes en la industria de servicios. La gestión de la calidad es considerada una filosofía de trabajo y no una estructura definida en la organización, sino como una forma de trabajo interiorizada en cada persona que da servicio a un cliente no importa si es interno o externo. El éxito de una empresa depende en esencia de la demanda de sus clientes, que tiene el propósito de incidir de forma positiva en la gestión de la calidad, su hecho y éxito en empresas de servicios.

Satisfacción del cliente como resultado

La satisfacción del cliente, como variable dependiente, se mide a través de indicadores específicos, tales como la calidad percibida del servicio, la rapidez en la atención y la resolución efectiva de problemas. Estudios en diversos contextos han señalado que la percepción del cliente mejora significativamente cuando los empleados poseen habilidades gerenciales bien desarrolladas (Miguel et al., 2022).

Es importante acotar; que la satisfacción del cliente depende de indicadores como la calidad del servicio, rapidez en la atención y resolución de problemas. Esta mejora significativamente cuando los empleados poseen habilidades gerenciales sólidas, ya que estas permiten un desempeño eficiente y una mejor experiencia

Kim (2020), indica una gestión de calidad eficaz combinada con herramientas tecnológicas puede amplificar la experiencia del cliente, especialmente en sectores como el público y el minorista. Se puede señalar este enfoque es particularmente relevante en sectores como el público y el minorista, donde la eficiencia y la personalización son fundamentales para satisfacer las expectativas.

Las expectativas que tienen los clientes y su satisfacción han cobrado cada vez mayor importancia para las empresas, porque de estas depende en gran medida la respuesta comercial, por lo tanto, tener y mantener al cliente satisfecho es una actividad vital para la empresa (Cusicanqui-Zavaleta et al., 2021).

Es importante acotar; que las expectativas y la satisfacción del cliente son factores cruciales en la reacción al negocio. Preservar la satisfacción del cliente es una prioridad estratégica para las compañías, dado que esta acción fomenta la fidelidad, optimiza los rendimientos comerciales y garantiza la competitividad en mercados cambiantes.

Zea et al. (2022), determinan que a lo largo del tiempo la cantidad de investigaciones sobre el desarrollo y utilización de modelos de satisfacción al cliente se ha incrementado, debido al dinamismo en el comportamiento de los clientes, quienes presentan una gran diversidad de intereses, preferencias, expectativas y poder adquisitivo que se ven reflejados en los perfiles de demanda.

En efecto; la variedad en gustos, aspiraciones y capacidad de compra de los clientes produce perfiles de demanda más complejos, lo que demanda que las compañías implementen estrategias adaptativas y personalizadas. Este procedimiento es esencial para cubrir las necesidades personales y potenciar la competitividad al proporcionar un producto.

Estos modelos, usualmente diseñados para una aplicación a nivel macro (Nacional, internacional, sectorial), se fundamentan en sistemas integrados de causa y efecto. Estos sistemas, conformados por un conjunto de variables, recolectan datos vinculados principalmente con las expectativas, la percepción de los clientes y la calidad de los productos y servicios proporcionados por las organizaciones o sectores económicos.

Es por ello que, los indicadores de satisfacción involucran a varias partes interesadas entre ellas las entidades como el gobierno, analistas económicos y clientes que desde su perspectiva micro pueden utilizarlos para tomar sus decisiones de compra. La gestión de las políticas económicas no es posible sin medidas de desempeño precisas, por ello, satisfacción del cliente tiene un valor relevante para complementar las medidas convencionales (Zea et al., 2022).

Ante todo; los indicadores de satisfacción del cliente, al añadir a las medidas de rendimiento tradicionales, proporcionan datos esenciales para la toma de decisiones. Este método posibilita que los encargados de las políticas económicas dispongan de información más completa y actualizada, lo que promueve la creación de estrategias más eficaces y en sintonía con las demandas del mercado.

Aplicación en el sector óptico

En el caso específico del Almacén Óptico Alianza Profesional, se identifican áreas críticas donde el fortalecimiento de habilidades gerenciales puede generar un impacto directo. Los problemas relacionados con la percepción de servicio y la fidelización de clientes pueden abordarse mediante programas de capacitación enfocados en liderazgo y toma de decisiones estratégicas. Este enfoque se alinea con estudios previos que subrayan el rol crucial de la capacitación en habilidades blandas y técnicas para mejorar tanto el desempeño interno como la percepción externa del cliente (Söderlund, 2018).

Metodología

El diseño investigativo tuvo una orientación no experimental, ya que el autor no incidió en las variables que se aplicaron; la presente investigación se desarrolló con un enfoque mixto con el propósito de dar cumplimiento al referencial teórico; el enfoque cualitativo se justifica en razón que se usaron técnicas y procedimientos de recolección y análisis de información que sustenta el artículo y cuantitativo ya que se recogieron e interpretaron datos estadísticos propios del giro del negocio, el alcance del documento es descriptivo – explicativo, correlacional de tipo transversal, y de campo.

Como población de estudio para el presente trabajo investigativo se toma a los 41 clientes del Almacén Óptico Alianza Profesional ubicados en su mayoría a la provincial del Azuay; para lograr tal efecto como instrumentos necesarios para la obtención de información de fuentes primarias y secundarias se utilizó encuestas estructuradas, la observación directa y el análisis documental que fue recabada de las visitas in situ en las diferentes áreas del Almacén Óptico.

El método de investigación seleccionado es cuantitativo, ya que buscó medir el impacto del desarrollo de habilidades gerenciales en variables cuantificables, como la satisfacción del cliente. Este enfoque permite establecer relaciones entre las habilidades gerenciales y la percepción del cliente, mediante datos numéricos que respaldan las conclusiones.

La investigación también puede incluir un diseño descriptivo-correlacional. La descripción permitirá entender el estado actual de las habilidades gerenciales y la satisfacción del cliente, mientras que el análisis correlacional ayudará a identificar la relación e influencia entre estas variables.

Las Técnicas utilizadas fueron a través de recopilación de datos, se utilizaron las siguientes técnicas: Encuesta estructurada; diseñadas con preguntas cerradas y escalas tipo Likert para medir percepciones y nivel de satisfacción de los clientes. Observación directa; registro de comportamientos y prácticas gerenciales en el entorno laboral, complementando la información de las encuestas. Y Análisis documental; revisión de registros previos de satisfacción del cliente y reportes internos relacionados con habilidades gerenciales, proporcionando un contexto histórico al estudio.

Los Instrumentos de investigación fueron a través de un cuestionario aplicados a clientes del Almacén Óptico Alianza Profesional para medir su satisfacción con el servicio. Estos incluyen indicadores específicos, como calidad de atención, rapidez, y resolución de problemas. Guías de observación; para sistematizar la recolección de datos relacionados con las prácticas de liderazgo y toma de decisiones del personal. Y Software de análisis estadístico; como software IBM SPSS Statistics 30.0, para procesar y analizar los datos obtenidos de las encuestas y correlacionarlos con las variables independientes y dependientes.

La muestra estuvo compuesta por 41 sujetos, seleccionados bajo un criterio de conveniencia, considerando clientes habituales del almacén. Este tamaño es adecuado para obtener tendencias y realizar análisis descriptivos iniciales.

$$n=45 \quad \frac{Npq}{(N-1)\left(\frac{e}{Z}\right)^2+pq} \quad \frac{1865,25}{(7460)(0,0006507705)+0.25} \quad 41$$

De donde:

- Z= intervalo de confianza del 95% con un valor crítico de Z=1.96
- p= probabilidad de éxito del 50%
- q= (1-p) probabilidad de fracaso del 50%
- N= Población finita
- e= error del muestreo aceptable del 5%
- n = 45

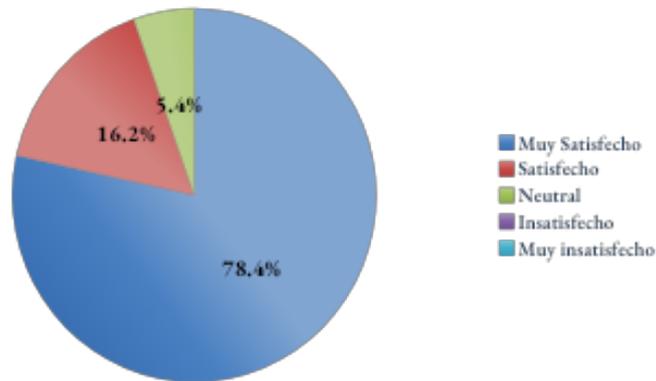
Se recolectaron datos por cuestionarios y formularios elaborados por Google (<https://docs.google.com/forms>), estos fueron analizados mediante tabla de datos que recopilan las respuestas de los participantes en la investigación, los participantes fueron 37 clientes y 5 funcionarios del Almacén Óptico Alianza Profesional y se tabularon los datos más importantes.

Resultados

Análisis descriptivo

A continuación, se presenta el análisis descriptivo de la población objeto de estudio, para ellos se ha considerado tanto para los clientes y los funcionarios del Almacén Óptico en primer lugar, se analizó la variable independiente y posterior a la variable dependiente.

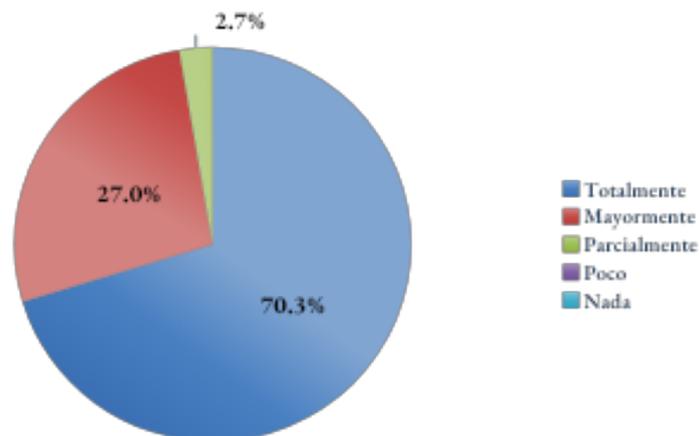
Figura 1. Satisfacción en el servicio.



Fuente: elaborado por los autores.

Nota. El gráfico 1 refleja una Alta satisfacción general: La gran mayoría de los encuestados (78.4%) expresó estar “Muy satisfecho” con la atención recibida en su última visita. Esto sugiere un alto nivel de satisfacción general con el servicio o la atención brindada. Satisfacción considerable: Un 16.2% adicional de encuestados se sintió “Satisfecho”, lo que refuerza aún más la imagen positiva del servicio. Un pequeño porcentaje neutral: Un pequeño porcentaje (5.4%) se mostró “Neutral”, lo que podría indicar que no tuvieron una experiencia ni positiva ni negativa. Ausencia de insatisfacción: Es muy positivo que no haya habido respuestas en las categorías de “Insatisfecho” o “Muy insatisfecho”. Esto sugiere que no hubo experiencias negativas significativas. En resumen: Los resultados de la encuesta son muy favorables, con una gran mayoría de clientes expresando una alta satisfacción con la atención brindada, esto sugiere que el servicio está funcionando bien y cumpliendo con las expectativas de los clientes.

Figura 2. Cumplimiento de expectativas.

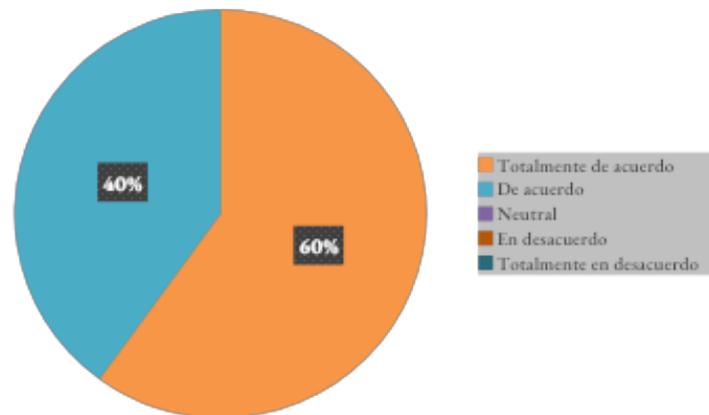


Fuente: elaborado por los autores.

Nota. El gráfico 2 muestra la percepción de los clientes de la óptica sobre el cumplimiento de sus expectativas respecto al servicio recibido. Un 70.3% afirmó que el servicio cumplió totalmente con sus expectativas, mientras que un 27% indicó que lo hizo mayormente. Solo un 2.7% señaló que el servicio fue parcialmente satisfactorio, y no se registraron respuestas en las categorías de

“Poco” o “Nada”. Estos resultados evidencian un nivel elevado de satisfacción general, destacando una percepción mayoritariamente positiva, aunque con oportunidades de mejora para garantizar una experiencia plenamente satisfactoria para todos los usuarios.

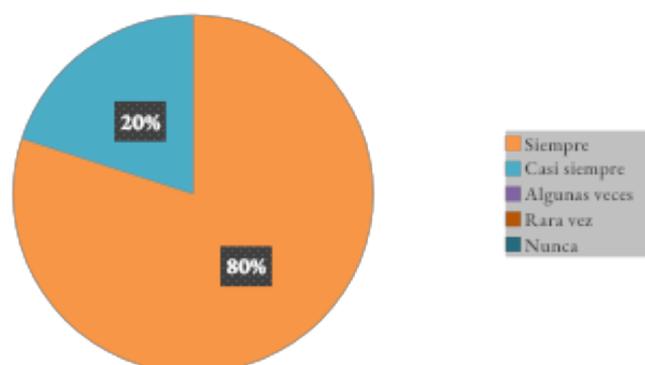
Figura 3. La efectividad del liderazgo



Fuente: elaborado por los autores.

Nota. El gráfico 3 indica los resultados presentados en la gráfica Nro. 3 revelan una clara tendencia hacia la satisfacción y acuerdo entre los funcionarios del Almacén Óptico. Un 60% manifiesta estar “Totalmente de acuerdo”, lo que sugiere un alto nivel de conformidad con la efectividad del liderazgo influye en la rapidez del servicio que prestan día a día. Este hallazgo se ve complementado por un 40% que se muestra “De acuerdo”, reforzando la percepción positiva general. Es relevante notar que no se observaron respuestas en las categorías de “Neutral”, “En desacuerdo” o “Totalmente en desacuerdo”, lo cual indica una ausencia de opiniones negativas o de oposición.

Figura 4. Manejo de recursos



Fuente: elaborado por los autores.

Nota. El gráfico 4 revela los resultados presentados evidencian una percepción sumamente positiva en relación a la influencia del manejo de recursos en la experiencia del cliente. Un 80% de los funcionarios encuestados considera que esta contribución es una constante, manifestando que “Siempre” perciben una mejora en su experiencia. Este hallazgo sugiere una fuerte correlación

entre la gestión eficiente de los recursos y la calidad de la experiencia del cliente. No obstante, un 20% indica que esta mejora se percibe con menor frecuencia respondiendo “Casi siempre”.

Alfa de cronbach

Se ha evaluado el coeficiente de cronbach para determinar la estabilidad interna de conjunto de datos que se obtuvieron en la encuesta realizada que se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 1. Alfa de cronbach

Estadística de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,896	17

Fuente: elaborado por los autores.

Nota. Adaptado de las salidas del IBM SPSS Statistics 30.0

La tabla 1 evidencia un alfa de Cronbach de ,896 se considera generalmente como muy bueno o excelente. Los valores de alfa de Cronbach varían de 0 a 1, donde 0 indica una fiabilidad nula y 1 una fiabilidad perfecta. Generalmente, se considera que valores por encima de 0.7 o 0.8 son aceptables, y en este caso, ,896 se acerca mucho a 1, lo cual es un indicador de alta fiabilidad.

Este resultado sugiere que los 17 ítems o elementos que componen el instrumento de medición están evaluando el mismo constructo de manera consistente. Esto significa que las respuestas a los diferentes ítems están relacionadas entre sí y apuntan a la misma variable subyacente. La tabla muestra que el instrumento de medición tiene una alta fiabilidad, lo que sugiere que es un instrumento consistente y confiable para medir el constructo en cuestión.

Estadísticos descriptivos media, moda

La tabla muestra datos estadísticos sobre diferentes aspectos relacionados con un servicio del Almacén Óptico Alianza Profesional. Cada columna representa una pregunta o aspecto diferente evaluado. Cada fila representa un encuestado o un grupo de encuestados.

Tabla 2. Estadísticos descriptivos.

Ítems a evaluar preguntas	N	Mín.	Máx.	Media	Desv. estándar
¿Qué tan satisfecho está con la atención brindada en su última visita?	37	1	3	1,16	,501
¿Considera que el personal atiende sus necesidades de manera rápida?	37	1	2	1,16	,374
¿Qué tan probable es que recomiende este almacén óptico a otros?	37	1	3	1,27	,508
¿El servicio recibido cumplió con sus expectativas?	37	1	3	1,32	,530
¿Cómo calificaría la resolución de problemas durante su experiencia?	37	1	3	1,27	,508
¿El personal parece más motivado en su última visita?	37	1	3	1,43	,603
¿Percibe mejoras constantes en el servicio del almacén?	37	1	4	1,51	,768
¿Qué tan satisfecho está con la variedad de productos en su última visita?	37	1	3	1,43	,555
¿Qué tan efectiva es la comunicación entre el gerente y el equipo?	5	1	2	1,80	,447
¿Con qué frecuencia el gerente resuelve problemas de manera eficiente?	5	1	2	1,80	,447
¿El liderazgo motiva a los empleados a alcanzar mejores resultados?	5	1	2	1,80	,447
¿Cree que el liderazgo del gerente mejora la experiencia del cliente?	5	1	2	1,40	,548

Ítems a evaluar preguntas	N	Mín.	Máx.	Media	Desv. estándar
¿La gestión de recursos por parte del gerente impacta positivamente en el servicio?	5	1	2	1,40	,548
¿Las decisiones gerenciales rápidas mejoran su satisfacción con el servicio?	5	1	2	1,40	,548
¿La efectividad del liderazgo influye en la rapidez del servicio?	5	1	2	1,40	,548
¿Percibe que el manejo de recursos contribuye a una mejor experiencia de cliente?	5	1	2	1,20	,447
¿Cree que las capacitaciones han mejorado el desempeño del personal?	5	1	3	2,00	,707
N válido (por lista)	0				

Fuente: elaborado por los autores.

Nota. Adaptado de las salidas del IBM SPSS Statistics 30.0

Los promedios altos en las primeras columnas sugieren una satisfacción generalmente alta con la rapidez en la resolución de necesidades y la probabilidad de recomendar el servicio. El promedio de satisfacción con la rapidez en la resolución de necesidades es de 1.16. El promedio de probabilidad de recomendar el servicio es de 1.27. De los resultados obtenidos coligen que los usuarios exigen que la organización empresarial base su satisfacción en el servicio de calidad y controlando los tiempos de respuesta.

La satisfacción con la variedad de productos también es alta. La satisfacción con la variedad de productos tiene un promedio de 1.43; lo que indica que la empresa dentro de su stock debe tener diversidad de artículos para la satisfacción del cliente.

Las preguntas sobre la motivación de los empleados y el impacto de la capacitación también muestran respuestas positivas en promedio. El promedio de satisfacción con la motivación de los empleados es de 1.43. El promedio de satisfacción con el impacto de la capacitación es de 2.00; bajo las consideraciones antes descritas el Almacén Óptico debe implementar dentro de sus políticas programas de capacitación conducen la estimulación y pertinencia con los objetivos institucionales y el desempeño laboral.

En general, los resultados sugieren que los encuestados están satisfechos con el servicio y la atención al cliente. La empresa parece estar haciendo un buen trabajo en la resolución de problemas y en ofrecer una variedad de productos, sin embargo, la investigación permitirá tener estrategias para mejoramiento continuo en la organización empresarial.

Análisis de Correlación

Tabla 3. Análisis de correlación de resultados de Pearson.

		Mejora en la satisfacción del cliente	Habilidades gerenciales específicas
Mejora en la satisfacción del cliente	Correlación de Pearson	1	**0,901
	Sig. (bilateral)	<.001	3
Habilidades gerenciales específicas	Correlación de Pearson	**0,901	
	Sig. (bilateral)	<.001	3

Fuente: elaborado por los autores.

Nota**. La correlación es significativa en el nivel 0,01

La tabla 3 muestra el valor de Sig. (bilateral) $< .001$ indica que esta relación es estadísticamente significativa. La fuerte correlación positiva entre la mejora en la satisfacción del cliente y las habilidades gerenciales específicas es beneficioso para el Almacén Óptico, esto sugiere que invertir en el desarrollo de las habilidades gerenciales de sus líderes puede tener un impacto directo y significativo en la satisfacción de los clientes.

La empresa debería considerar programas de capacitación y desarrollo que se enfoquen en las habilidades gerenciales específicas que más influyen en la satisfacción del cliente. Esto podría incluir habilidades de liderazgo, comunicación, resolución de problemas, gestión de recursos y toma de decisiones gerenciales.

Es fundamental que la empresa continúe midiendo y monitoreando tanto la satisfacción del cliente como las habilidades gerenciales para realizar un seguimiento del progreso y asegurarse de que las iniciativas implementadas estén dando resultados positivos.

Es importante resaltar que la comunicación dentro de la organización debe ser un factor preponderante. La empresa debería comunicar claramente a sus empleados, especialmente al gerente, la importancia de la satisfacción del cliente y cómo sus habilidades gerenciales contribuyen a lograr este objetivo.

La tabla de correlaciones evidencia una relación muy favorable para la empresa. La fuerte correlación positiva y estadísticamente significativa entre la mejora en la satisfacción del cliente y las habilidades gerenciales específicas sugiere que invertir en el desarrollo de estas habilidades es una estrategia inteligente que puede generar resultados positivos para la empresa.

Discusión

Los hallazgos de esta investigación confirman que cuando el gerente desarrolla sus habilidades de liderazgo y gestión, los clientes del Almacén Óptico Alianza Profesional se sienten más satisfechos con el servicio. Esto coincide con lo que encontraron (Alegria-Zebadúa et al., 2022), en su estudio sobre empresas de servicios, donde la formación en gestión no solo mejoró la experiencia del cliente, sino que también fortaleció su fidelidad a largo plazo. Esto refuerza la idea de que un liderazgo bien desarrollado no solo impacta en los resultados del negocio, sino que también construye relaciones de confianza y satisfacción con los clientes.

La investigación de Shin et al. (2021), enfatiza cómo un liderazgo efectivo y orientado al desarrollo del equipo contribuye a un ambiente laboral positivo, lo que se refleja directamente en una mejor experiencia para el cliente. Este planteamiento coincide con lo señalado en la introducción de este estudio, donde se resalta que las habilidades gerenciales y de liderazgo no solo influyen en la gestión interna, sino que también juegan un papel clave en la percepción del servicio y en la satisfacción del cliente, fortaleciendo así la relación entre el Almacén Óptico y sus clientes.

Es importante reconocer que no todas las investigaciones han llegado a las mismas conclusiones. Por ejemplo, el estudio de Nunan & Di Domenico (2022), en un contexto similar revela que, a pesar del fortalecimiento de las competencias directivas, algunos trabajadores continúan manifestando insatisfacción. Este fenómeno podría atribuirse a factores externos, como la alta competitividad del mercado o las fluctuaciones en la demanda, lo que incide en la percepción del entorno laboral. A diferencia de estos hallazgos, en nuestra investigación la mayoría de los participantes expresaron satisfacción, lo que podría sugerir que la homogeneidad de nuestra muestra limitó la identificación de perspectivas más diversas.

Además, según Garcia Torres et al. (2023), el análisis de las tendencias en la satisfacción del cliente destaca que, si bien las competencias directivas desempeñan un papel esencial, otros factores, como la incorporación de tecnologías y la personalización del servicio, están adquiriendo una relevancia creciente. Estos elementos influyen significativamente en la percepción y fidelización del cliente, lo que sugiere que los hallazgos de la presente investigación podrían enriquecerse mediante un enfoque más integral. La incorporación de estas variables emergentes permitiría una comprensión más amplia y detallada del fenómeno, proporcionando una base más sólida para el desarrollo de estrategias que optimicen la experiencia del cliente en el sector de servicios.

Por otro lado, estudios recientes han señalado el alejamiento de investigaciones longitudinales que examinen la evolución de la satisfacción del cliente a lo largo del tiempo en función de las habilidades de gestión (Haverila & Twyford, 2021). Esta limitación resalta la necesidad de abordar la continuidad y estabilidad de los efectos de las competencias directivas en la percepción del servicio, lo que permitiría comprender con mayor profundidad su impacto sostenido. En este sentido, resulta fundamental impulsar estudios que no solo analicen la relación inmediata entre la gestión y la satisfacción del cliente, sino que también exploren su persistencia y variabilidad en distintos contextos organizacionales y temporales.

Si bien los hallazgos de esta investigación evidencian el papel fundamental de las competencias gerenciales en la satisfacción del cliente, es imprescindible analizar esta relación dentro de un marco más amplio e integrador. La incorporación de enfoques interdisciplinarios y estudios longitudinales permitiría una comprensión más profunda de la evolución y los factores que inciden en la experiencia del cliente a lo largo del tiempo. Estas perspectivas no solo aportarían a la formulación de estrategias de gestión más efectivas, sino que también favorecerían una mayor capacidad de adaptación frente a las dinámicas cambiantes del mercado y las expectativas de los clientes del Almacén Óptico.

Conclusión

El estudio demuestra que el fortalecimiento de capacidades de gestión es esencial para incrementar la satisfacción del cliente en el Almacén Óptico Alianza Profesional. Se evidenció que la excelencia en liderazgo y la habilidad de administración influyen directamente y de manera positiva en la experiencia del cliente, posibilitando que la organización mejore su servicio y atención

al cliente. Este descubrimiento cumple eficazmente con el propósito principal de la investigación, que era determinar la conexión entre las habilidades de gestión y la satisfacción del cliente.

Dentro de los descubrimientos más relevantes, sobresale que la gran mayoría de los participantes manifestaron un elevado nivel de satisfacción con el servicio, lo que indica que los esfuerzos puestos en el desarrollo de competencias gerenciales han resultado eficientes. No obstante, también se reconocieron restricciones en la variedad de la muestra, lo que podría haber afectado la homogeneidad de las perspectivas recolectadas.

Las contribuciones de este estudio son relevantes, pues no solo demuestran la relevancia de las habilidades directivas, sino que también indican la necesidad de una perspectiva más holística que contemple elementos como la integración de tecnologías y la personalización del servicio, factores que cobran cada vez más importancia en la lealtad del cliente. El estudio sugiere que se deben tener en cuenta estos elementos en futuras estrategias de administración y formación.

En conclusión, se determina que la valoración constante de las competencias gerenciales y su impacto en la satisfacción del cliente es crucial para preservar y potenciar el desempeño del Almacén Óptico. La investigación propone a futuros enfoques que lleven a cabo análisis longitudinales e integren variables en ascenso para proporcionar un entendimiento más integral de la dinámica de satisfacción en el sector. Para finalizar, resulta crucial que las entidades se ajusten y progresen en sus tácticas de administración para atender las fluctuantes expectativas del mercado y de los consumidores.

Referencias

- Acuña Oré, P., & Tito Huamaní, P. L. (2010). El liderazgo y su implicancia en la gestión integrada de clientes y servicios en telefónica del Perú. *Gestión en el Tercer Milenio*, 13(25), 7-17. <https://doi.org/10.15381/gtm.v13i25.8876>
- Alegría-Zebadúa, R., Alarcón-Martínez, G., & López-Pérez, J. F. (2022). Habilidades gerenciales clave y clima organizacional en instituciones bancarias de México bajo escenarios pre-covid y covid: Modelo uninivel y multinivel. *Contaduría y Administración*, 68(1). <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2023.4635>
- Barrios De Oro, S. M. (2023). Habilidades Gerenciales e Innovación Sostenible y su relación con la Gestión Empresarial. *Revista científica anfibios*, 6(1), 21-33. <https://doi.org/10.37979/afb.2023v6n1.123>
- Cusicanqui-Zavaleta, I. S. S., Martínez-Quintanilla, R. F., & Valdiviezo-López, R. (2021). Propuesta de mejora del servicio al cliente en una óptica en Lima Perú. *INNOVA Research Journal*, 6(3.2), 79-91. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n3.2.2021.1885>
- Fernández Gónzales, J., Valderrama Puscan, M. W., Llaque Fernández, G. I., & Méndez Gutiérrez, L. L. (2021). Habilidades gerenciales en una consultora de obras: Un análisis cualitativo. *Ucv hacer*, 10(1). <https://doi.org/10.18050/ucv-hacer.v10i1.579>

- García Torres, J. I., Saavedra Durán, C. H., & Nadia Andrea, S. M. (2023). *Propuesta para el rediseño del modelo de experiencia y servicio del segmento masivo de BODYTECH para mejorar la fidelidad de sus clientes* [Tesis de maestría, Universidad EAN]. <http://hdl.handle.net/10882/13141>
- Haverila, M., & Twyford, J. C. (2021). Customer satisfaction, value for money and repurchase intent in the context of system delivery projects: A longitudinal study. *International Journal of Managing Projects in Business*, 14(4), 936-959. <https://doi.org/10.1108/IJMPB-03-2020-0102>
- Jung, J. H., Yoo, J. J., & Arnold, T. J. (2021). The influence of a retail store manager in developing frontline employee brand relationship, service performance and customer loyalty. *Journal of Business Research*, 122, 362-372. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.010>
- Kim, G.-S. (2020). The Effect of Quality Management and Big Data Management on Customer Satisfaction in Korea's Public Sector. *Sustainability*, 12(13), 5474. <https://doi.org/10.3390/su12135474>
- Márquez Amaro, R., De Los Santos De Dios, R. O., & Castro Méndez, N. V. (2024). Estrategia de Fortalecimiento de Habilidades de Integración de Equipos de Trabajo: Caso Cristafacil Villahermosa. *Estudios y Perspectivas Revista Científica y Académica*, 4(2), 820-835.
- Miguel, P. M. D., De-Pablos-Heredero, C., Montes, J. L., & García, A. (2022). Impact of Dynamic Capabilities on Customer Satisfaction through Digital Transformation in the Automotive Sector. *Sustainability*, 14(8), 4772. <https://doi.org/10.3390/su14084772>
- Moreira Ortega, R. A., Benítez Pincay, L. J., Carchipulla Alvarado, C. A., Bueno Salinas, M. V., & Díaz Saavedra, D. G. (2021). Fundamentos para el fortalecimiento de competencias y habilidades para emprendedores: Fundamentals for the strengthening of competences and skills for entrepreneurs. *Prohominum*, 2(1), 32-40. <https://doi.org/10.47606/acven/ph0029>
- Nik hashim, n. M. H., hock ann, y., ansary, a., & Xavier, J. A. (2022). Contingent Effects of Decision-making and Customer Centricity on Public-Sector Innovation Success. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 34(1), 36-70. <https://doi.org/10.1080/10495142.2020.1761000>
- Nunan, D., & Di Domenico, M. (2022). Value creation in an algorithmic world: Towards an ethics of dynamic pricing. *Journal of Business Research*, 150, 451-460. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.06.032>
- Pacheco Rodríguez, F., & Bombón Orellana, D. (2020). Identificación de habilidades gerenciales para el Marketing en empresarios de la Zona de Planificación 3 – Ecuador. *Bolentín de Coyuntura*, 25, 20-26. <https://doi.org/10.31243/bcoyu.25.2020.918>
- Quiroz Campas, C. Y., & Beltrán Lerma, K. A. (2023). Evaluación de Habilidades Gerenciales y Satisfacción Laboral de los colaboradores en los Laboratorios de Navojoa, Sonora.: Evaluación de Habilidades Gerenciales y Satisfacción Laboral de los colaboradores en los Laboratorios de Navojoa, Sonora. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, 40. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi40.587>
- Shin, N., Park, S., & Kim, H. (2021). Consumer satisfaction-based social commerce service quality management. *BRQ Business Research Quarterly*, 24(1), 34-52. <https://doi.org/10.1177/2340944420916098>

- Söderlund, M. (2018). The proactive employee on the floor of the store and the impact on customer satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43, 46-53. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.02.009>
- Vega Ventosilla, V., Ferro Cuellar, H., Ruiz Choque, M., & Bonomie, M. (2020). Innovación y éxito empresarial: Algunas reflexiones teóricas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(91), 938-953. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i91.33175>
- Vera Solórzano, L. D. (2024). Espacio económico y talento humano por competencias para la mejora de los servicios turísticos. *Revista Andina de investigaciones en Ciencias Económicas y Empresariales*, 1(1), 113-138. <https://doi.org/10.69633/jynv8562>
- Villanueva Sampín, S. D., Carrera Soria, O. S., & Guerrero Bejarano, M. A. (2018). El Liderazgo y su relación con la Satisfacción de los Clientes: Un enfoque teórico. *INNOVA Research Journal*, 3(11), 29-34. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n11.2018.934>
- Zea, M., Morán Chiquito, D., Vergara Romero, A., & Jimber Del Río, J. A. (2022). Modelos de satisfacción al cliente: Un análisis de los índices más relevantes: Customer satisfaction models: An analysis of the most relevant indices. *Res non verba revista científica*, 12(2), 146-178. <https://doi.org/10.21855/resnonverba.v12i2.735>

Autores

Agustín Ezequiel Moncayo-Gaibor. Ingeniero Industrial con experiencia en los sector público y privado, maestrante en el programa de Maestría en Administración de Empresas con mención en Dirección y Gestión de Proyectos.

Washington Marcelo Gallardo-Medina. Docente de la Maestría en Administración de Empresas con mención en Dirección y Gestión de Proyectos de la Universidad Católica de Cuenca.

Jorge Ormaza-Andrade. Docente tutor, de la Maestría en Administración de Empresas con mención en Dirección y Gestión de Proyectos de la Universidad Católica de Cuenca.

Declaración

Conflicto de interés

No tenemos ningún conflicto de interés que declarar.

Financiamiento

Sin ayuda financiera de partes externas a este artículo.

Nota

El artículo es original y no ha sido publicado previamente.