

# La capacitación en la optimización del tiempo para una adecuada atención al cliente en la entrega de mercancía en empresas del sector privado en Cali, Colombia

*Training in optimizing time for adequate customer service in the delivery of merchandise in private sector companies in Cali, Colombia*

• José Eduardo Biojo Castillo <sup>1</sup>

Recibido: 15/06/2023

Aceptado: 29/08/2023

DOI: <https://doi.org/10.26495/icti.v10i2.2655>



## Resumen

*El objetivo de este artículo de reflexión, fue destacar la importancia de la capacitación del recurso humano dentro de la organización, en un tema muy importante como lo es la optimización del tiempo en la entrega de mercancías, lo cual está encaminado a la satisfacción del cliente, lo que trae múltiples beneficios tanto a la empresa como al trabajador, tales como mejora de la productividad, buen ambiente laboral, reducción de costos, disminución de accidentes de trabajo; y proporciona un sentido de pertenencia, da autonomía y seguridad al empleado, por lo tanto capacitar al recurso humano en la optimización del tiempo para brindar una adecuada atención al cliente en la entrega de mercancía en empresas del sector privado, ayuda a transmitir la información relacionada con las diferentes actividades de la empresa, además de que se adquiere conocimientos, desarrolla habilidades y actitudes del personal para así mejorar su desempeño en la organización y obtener satisfacción en el cliente. A través de una metodología de revisión documental, se encontraron diferentes textos en los cuales se localizan aspectos determinantes que contribuyen al buen servicio del cliente y por ende al éxito organizacional. Como conclusión se obtiene que, en un primer plano, toda empresa debe contar con personal altamente calificado, ya que sirve para que la empresa tenga una fuerza laboral preparada para afrontar los desafíos de la revolución industrial; por lo tanto, es muy beneficioso que una empresa cuente con un personal capacitado ya que la capacitación servirá para que todos los colaboradores cuenten con las competencias específicas y genéricas para poder desempeñarse eficientemente.*

**Palabras clave:** *Capacitación, cliente, organización, recurso humano, satisfacción.*

## Abstract

The objective of this reflection article was to highlight the importance of training human resources within the organization, in a very important topic such as optimizing time in the delivery of goods, which is aimed at customer satisfaction. , which brings multiple benefits to both the company and the worker, such as improved productivity, good work environment, cost reduction, reduction in work accidents; and provides a sense of belonging, gives autonomy and security to the employee, therefore training human resources in optimizing time to provide adequate customer service in the delivery of merchandise in private sector companies, helps transmit related information with the different activities of the company, in addition to acquiring knowledge, developing skills and attitudes of personnel in order to improve their performance in the organization and obtain customer satisfaction. Through a documentary review methodology, different texts are found in which determining aspects are located that contribute to good customer service and therefore to organizational success. As a conclusion, it is obtained that, first and foremost, every company must have highly qualified personnel, since it helps the company have a workforce prepared to face the challenges of the industrial revolution; Therefore, it is very beneficial for a company to have trained personnel since training will ensure that all employehave the specific and generic skills to be able to perform efficiently.

**Keywords:** *Training, client, organization, human resources, satisfaction.*

<sup>1</sup> Universidad Tecnológica Latinoamericana “UTEL”, Cali-Valle, Colombia, [biojoabogado@hotmail.com](mailto:biojoabogado@hotmail.com)

## **1. INTRODUCCIÓN**

Es de suma importancia contar dentro de la empresa con un recurso humano competitivo y de calidad, es por ello que este artículo nos invita a reflexionar sobre la competitividad del talento humano en la optimización del tiempo en la entrega de mercancías, que debe ser entendida como aquellas capacidades y habilidades distintivas, que poseen cada uno de los trabajadores para ejecutar su función de trabajo de la mejor manera posible, ya que la calidad de un producto está determinada principalmente por dos factores: tecnología y aporte de los empleados, muchas veces nos encontramos con empresas que cuenta con personal no capacitado en diversos asuntos organizacionales y poca organización dentro de la empresa, y esto se ve reflejado en su baja productividad y por lo tanto con poca competitividad ante el mercado Nacional e Internacional.

El recurso humano de una empresa, debe capacitarse constantemente, convirtiéndose así la capacitación en la herramienta fundamental para que una empresa haga la diferencia entre una y otra, un personal con el conocimiento de su cargo y además de eso capacitado en servicio al cliente, permite que este sea más eficiente que le brinde a su empresa mayor competitividad y por lo tanto mayor productividad.

Es por eso que debe plantearse si dentro de una empresa, las capacitaciones mejoran la eficiencia de los trabajadores y la optimización del tiempo en la entrega de mercancía a los clientes, lo que conlleva a una clientela satisfecha la cual se ve reflejado en una aceptación positiva de la empresa; igualmente se debe analizar y tener en cuenta que causas influyen para no contar con un personal capacitado en servicio al cliente que optimice la gestión de entrega de mercancías y cause gran impacto y satisfacción a sus clientes.

## **2. MATERIALES Y MÉTODOS**

Para la realización de este artículo se utilizó investigación en material bibliográfico conducente al tema. El actual trabajo se abordó desde una investigación documental, realizando una serie de indagaciones de manera ordenada y sistemática de una serie de documentos que abordan el tema de la capacitación en la optimización del tiempo para una adecuada atención al cliente en la entrega de mercancía en empresas del sector privado en Cali, Colombia.

El diseño metodológico se basó en la consulta de material bibliográfico, los cuales fueron publicados en los años 2.000, 2009, 2011, 2012, 2014, 2017 y 2020 y para lo cual se utilizaron criterios de investigación como: Capacitación empresarial, Optimización del tiempo en una empresa, atención al cliente, entrega de mercancías en una empresa y el punto de referencia fue la ciudad de Cali, Colombia.

## **3. RESULTADOS**

En la presente investigación se pudo apreciar que, en el material bibliográfico consultado, resalta la importancia de la Capacitación al recurso humano de una empresa, ya que se debe tener en cuenta que se vive en un mundo de cambio constante, por lo que una empresa debe ser competitiva para poder permanecer en el transcurso del tiempo como una organización productiva y para ello deben mejorar continuamente sus mercancías y servicio al cliente, optimizando el tiempo en su atención.

Contar con un recurso humano capacitado ayuda a que el personal se mantenga comprometido y motivado para brindar una atención al cliente de forma agil y eficaz, lo que conlleva a una optimización

del tiempo en la prestación del servicio, que ayuda en la satisfacción del cliente, que conlleva a que el cliente desee volver una y otra vez a hacer uso de los servicios de la empresa, lo cual trae una rentabilidad a la empresa.

### **La capacitación como elemento esencial en la gestión del capital humano**

El tema de la capacitación en las empresas sigue siendo un reto para los responsables de la gestión del capital humano. Sin embargo, no se ha atendido este punto clave de forma integral y mientras la organización sigue funcionando, se presta poca atención a las necesidades de los empleados. Esto puede generar graves problemas, ya que, si el personal no recibe una capacitación constante y adecuada, llegará el momento en que las consecuencias causen daños de imposible reparación a las empresas. Al respecto, Mario Raúl Böhr Pelález dice que:

“Para las empresas líderes, la capacitación es una necesidad del negocio. El propósito es orientar los mejores recursos para obtener el mejor producto final o el más alto nivel de servicio efectivamente prestado. Esto significa contar, en la dotación, con empleados formados adecuadamente para responder a las necesidades de la empresa y las demandas del mercado; por lo tanto, Invertir en el personal es una tarea fundamental que toda empresa siempre debe tener en cuenta para posicionarse entre las primeras en su sector”. (Börth Pelaez, 2000, p. 123).

Por lo tanto, invertir en el personal es una tarea fundamental que toda empresa siempre debe tener en cuenta para posicionarse entre las primeras en su sector; es por ello, que la importancia de la capacitación radica en que es una herramienta que busca un cambio positivo en la empresa y tiene como fin principal ayudar a mejorar la productividad y a establecer una ruta para el futuro, mediante un proceso constante orientado al capital humano de las organizaciones. En cuanto a esto, dice Mario Raúl Böhr Pelález:

“En capacitación, como en toda acción que implique inversión, las empresas no deberían dejar casi nada librado al azar. La formación del personal debe proyectarse según los planes que la compañía tiene para su propio negocio y para sus empleados y las iniciativas personales deben acomodarse a esos intereses y prioridades. El personal suele tener iniciativas personales para capacitarse, pero no siempre estas inquietudes están alineadas con los requerimientos de la empresa. Las compañías invierten en recursos humanos para obtener un retorno en habilidades nuevas de sus empleados que a su vez deben expresarse en términos económicos”(Börth Pelaez, 2000, p. 123).

Toda empresa requiere que sus empleados sean capacitados, ya que a través de ello van a adquirir conocimientos para interactuar en el mercado laboral y así, de esta forma, la organización va a obtener un alto grado de competitividad, la cual la llevará a ubicarse entre las mejores del país. Igualmente, la empresa debe tener en cuenta que los empleados deben ser incentivados para que se sientan satisfechos laboralmente y, por lo tanto, se esmeren en ofrecer lo mejor de sí, lo cual redundará en la rentabilidad y productividad. Es por ello que Idalberto Chavienato dice:

“La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos. La capacitación entraña la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, así como desarrollo de habilidades y competencias.” (Chavienato 2019, p. 330).

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede decir que la capacitación cumple un papel importante dentro de una empresa, ya que no solo responde a las necesidades de ésta, sino también mejora las conductas de su personal, convirtiéndolo en recurso humano productivo, que desarrolle o descubra su habilidad a través del aprendizaje. Entonces, es pertinente destacar lo que dice Mario Raúl Böhrh Peláez:

“Formar a un empleado significa que la empresa tiene un proyecto de futuro para él. Se le da un valor agregado, que lo expone a posiciones superiores en el mercado laboral.. La capacitación no lo es todo, las compañías deben ser cuidadosas en el manejo de las remuneraciones, para que esa persona no termine encantada con la empresa y desencantada con el sueldo que recibe. Sin embargo, es frecuente que una persona que conoce el lugar que la compañía espera darle en algunos años sea paciente. Normalmente, sus aspiraciones en el área que ocupa son bajas, porque sabe que la empresa está invirtiendo en él y que va a ganar más cuando lo asciendan. El espacio natural de coincidencia entre las necesidades personales y las expectativas organizacionales, es el plan de capacitación, coherente y alineado con las necesidades del negocio” (Börth Pelaez, 2000, p. 125).

### **Administración del tiempo en la atención al cliente**

Es muy importante tener en cuenta la disciplina en el manejo de entrega de mercancía, con el ánimo de poner en práctica los postulados de la atención del cliente, ya que son dichos fundamentos los que han hecho que países tan importantes como, la China, Japón y Suiza hayan logrado su desarrollo y posicionamiento global en materia económica, hasta convertirse en los países más ricos del mundo aun teniendo escasez de productos, tales como plata, oro, petróleo, níquel, tierras para producir, tiempo dentro del año para poder producir, etc.

Es la constante afición al trabajo lo que ha hecho que países sean destacados en su productividad y avance económico, porque han tomado conciencia de los medios que hacen que los productos lleguen con un alto índice de efectividad a sus consumidores, logrando la satisfacción total de los clientes, lo que ha coadyuvado al desarrollo empresarial y alcanzar grandes niveles de éxito en el manejo y entrega de mercancías de forma universal. Es por ello que Don Hellriegel, Susan E. Jackson y Jhon W. Slocum dicen:

“Capacitación se refiere a las actividades que ayudan a los colaboradores a superar las limitaciones y mejorar su desempeño en los puestos que poseen”. (Hellriegel 2021, p. 391).

El servicio al cliente es una de las áreas más importantes dentro de una empresa, por lo tanto, un cliente al cual se le proporcione satisfacción basada en el buen servicio y la calidad del producto, es una persona que va a atraer más clientes, toda vez que es quien se encarga de dar a conocer a los demás lo satisfecho que se encuentra con un servicio o producto; por lo tanto, va a generar que otras personas se motiven a adquirir sus productos y se despertará el interés, inclusive, por conocer sus instalaciones. Con relación a esto, Jenny Najul Godoy dice:

“Está comprobado que más del 20% de las personas que desisten de comprar un producto o servicio, lo hacen debido a fallas de información o de la atención no adecuada cuando se interrelacionan con el capital humano encargado de atender y motivar a los clientes o compradores. Es necesario que la atención al cliente sea de la más alta calidad, información veraz, concreta y precisa, con un nivel de atención adecuado para que los clientes que recibe la información, no solo tenga una idea de un producto, sino además de la calidad del capital humano y técnico con el que va a establecer una relación comercial.” (Najul Godoy, 2011, p. 25).

La optimización del tiempo es un elemento básico para la satisfacción del cliente; es un punto a favor de una empresa u organización, porque esto conlleva a satisfacer necesidades requeridas por el público respetando su tiempo, que en la actualidad adquiere un valor muypreciado dando sentido a la frase: el tiempo es oro. Esta situación debe ser muy clara para el personal en todo momento, por lo que la capacitación inicial debe ser una prioridad y se debe considerar como una inversión, ya que redundará en beneficio para la empresa y, por consiguiente, también para los empleados.

Igualmente, el autor anteriormente citado, menciona lo siguiente:

“ El éxito de una organización depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Si la empresa no satisface las necesidades de sus clientes tendrá una trayectoria muy corta. Todo el esfuerzo debe orientarse hacia el cliente, ya que él, es el verdadero motivador e impulsador de todas las actividades de la empresa. Los compradores son exigente cada día más y tienen un gran poder de decisión en el mercado, si no existe un buen servicio y un producto de excelente calidad, estos no regresaran a comprar.” (Najul Godoy, 2011, p.26).

En relación con los mencionados países, como Suiza y Japón, tienen desventajas geo territoriales y climáticas como pueden ser la sobrepoblación y falta de espacio, en el caso de Japón, y el clima y falta de personal especializado, tratándose de Suiza. Sin embargo, estas áreas de oportunidad se han ido subsanando gradualmente con la disciplina, la puntualidad, el respeto al cliente, así como la eficiencia en la prestación de servicios, atención al público y entrega de mercancías.

Estos componentes fundamentales harán que una empresa y también todo un país se conviertan en líderes de productividad, desarrollo empresarial, eficiencia administrativa y desarrollo del capital humano no sólo en el ámbito privado, sino también en la administración pública. Es por ello que William B. Werther dice acerca de la capacitación:

“Desarrollo de habilidades técnicas, operativas y administrativas de todos los niveles de personal” (Werther 2014, p. 383).

La administración del tiempo en la atención al cliente es un tema que se vincula con dos factores muy importantes: el cliente y el colaborador; ya que, si se utilizan las herramientas adecuadas para organizar el tiempo, se dejará al cliente satisfecho y con el ánimo de regresar, pero al mismo tiempo el colaborador trabajará con entusiasmo, buena actitud y libre de estrés. Es decir, un cliente siempre buscará regresar a lugar donde fue atendido con amabilidad y recibió su producto o servicio en un tiempo razonable; esto implica un cambio de actitud en el colaborador, empezando por adquirir información detallada del producto que vende al igual que la forma como atiende al cliente. Jenny Najul Godoy, comenta al respecto:

“Por lo tanto, es esencial para la capacitación del capital humano que atiende público, la incorporación de elementos informativos y vivencia que promuevan un cambio actitudinal, cognoscitivo y conductual, en función de optimizar la calidad de la atención a los usuarios del servicio que ofrece la organización. La capacitación del capital humano permite cambiar sistemáticamente su conducta y excelencia en la ejecución de sus actividades incrementando su eficiencia organizacional.” (Najul Godoy, 2011, pp. 27 - 28).

La capacitación en el sector empresarial propicia que las industrias se desarrollen y presenten un crecimiento constante, tanto en sus recursos materiales como en capital humano. Si la empresa cuenta con personal calificado, esto se proyecta en un adecuado cumplimiento de las tareas, un clima laboral adecuado y un liderazgo positivo, elementos clave de la cultura organizacional. Todo esto trasciende hacia el exterior, por lo que tanto proveedores como clientes se percatarán del cumplimiento en la

recepción y entrega de mercancía, la claridad en las funciones que desempeñan los colaboradores de la empresa y certeza en los procedimientos.

En cuanto a este tema, se debe también tener en cuenta lo que dice Judith Hernández de Velazco, Ana Cecilia Chumaceiro, y Edith Cárdenas Atencio:

“En realidad el empleado es el eslabón fundamental para anclar el cliente en la preferencia de la empresa, para asistirlo en sus necesidades y para ser el decodificador de sus mensajes, de forma tal que se pueda satisfacer sus expectativas plenamente. El Factor Humano de las organizaciones, determina la percepción de los clientes, condiciona el momento de verdad, señalado este como el preciso instante en que el cliente hace contacto con la empresa y dependiendo de su experiencia se forma una opinión sobre Calidad del Servicio. Cuando los empleados se capacitan para convertirse en investigadores inmediatos del mercado, la organización obtiene una visión muy cercana del cliente, además que la mejora tiene un doble efecto, en cuanto al conocimiento del mercado y en cuanto a la motivación de los empleados” (Hernández de Velazco, Chumaceiro, & Atencio Cárdenas, 2009. pp.462 - 463).

En un mundo globalizado en que la competencia es cada vez más grande, resulta un gran reto para las empresas mantenerse en el mercado y estar preparadas para situaciones emergentes, como lo fue la pandemia COVID19 y la actual crisis económica por la guerra en Ucrania. Por lo anterior, cobra especial relevancia la optimización en la prestación de servicios y entrega de mercancías, ya que en ocasiones los clientes prefieren pagar un precio más alto cuando tienen la certeza de la eficiencia del servicio o la puntual entrega de productos, sobre todo cuando la recepción de sus compras es indispensable para continuar con una cadena productiva en el caso de que el cliente requiera de los productos para comercializarlos o son su materia prima para su negocio propio. Es decir, el cliente no desea tener ningún riesgo y si hay retraso en sus pedidos, en el futuro buscará otro proveedor con mejor respeto de su tiempo. Esto es aplicable no sólo en el mercado local, sino en las operaciones comerciales en el contexto internacional: el tiempo rige el comercio y si no se respetan los horarios de entrega, los clientes buscarán otras opciones.

Los autores Judith Hernández de Velazco, Ana Cecilia Chumaceiro y Edith Cárdenas Atencio, dicen:

“Las herramientas para el desarrollo de un Recurso Humano competente para el Servicio, incluye; cultura organizacional para y por el cliente, formación y entrenamiento para potenciar y fortalecer habilidades y destrezas necesarias para ofrecer un servicio con calidad, entre otras. El programa de adiestramiento debe ser formulado como un sistema total, donde se derivan y toman en consideración las expectativas de los clientes para determinar las políticas de servicio en las cuales deben formarse los empleados, pero también deben detectarse las necesidades de entrenamiento del personal para fortalecer sus habilidades, destrezas en atención al público considerando sus competencias previas, y respetando sus aptitudes para la Calidad del Servicio” (Hernández de Velazco, Chumaceiro, & Atencio Cárdenas, 2009. pp.469 - 470).

Es muy importante tener en cuenta, el engranaje que debe existir entre el personal existente dentro de la empresa, con los cuales se debe obtener una comunicación asertiva, esta es una de las formas más eficiente, para sacar adelante una empresa; el empresario debe brindar a los trabajadores ideas claras y precisas en cuanto al tema servicio al cliente, lo cual hará que los colaboradores tengan un nivel de compromiso alto y que pronto se verá reflejada en la productividad de la empresa, ya que son ellos, los que mantienen el contacto directo con los consumidores de los productos de la empresa.

## **Elementos para optimizar el tiempo de entrega de mercancías**

Para optimizar el tiempo de entrega de mercancía a los clientes, se deben tener en cuenta muchos aspectos y conocimientos, sobre todo de cuál es la mercancía, la cantidad y la calidad con la que cuenta la organización; este es un dato primordial que debe detallar tanto la parte gerencial como la operativa de la entidad.

Entre las herramientas recomendables para desarrollar este proceso, se cuenta con el inventario, con lo cual se obtiene un listado de los productos disponibles para la venta. Contar con un inventario, va a mejorar en un alto grado, el tiempo de entrega de mercancía, ya que si se tiene certeza de los productos con los cuales cuenta la empresa para su comercio, se puede brindar un mejor servicio al cliente en un tiempo mínimo, por lo que se debe tener en cuenta que esta área es el pilar fundamental para que una entidad, alcance metas y objetivos propuestos, que hagan que la empresa se posicione a nivel nacional e internacional. Es muy importante destacar lo que dice Yosmary Duran en cuanto a este tema:

“En este sentido, el inventario es el conjunto de mercancías o artículos que tiene la empresa para comerciar, permitiendo la compra y venta o la fabricación para su posterior venta, en un periodo económico determinado. Su propósito fundamental es proveer a la empresa de materiales necesarios para su continuo y regular desenvolvimiento. Tiene un papel primordial en el funcionamiento del proceso de producción que permite afrontar la demanda.” (Duran, 2012, p. 56).

El cliente para una empresa, se convierte en el motivo principal porque con sus compras habituales hace que la empresa tenga mayor rentabilidad. Es por ello, que se debe tener presente la popular frase “el cliente es primero” y por lo tanto la satisfacción al cliente es primordial, porque un cliente satisfecho atrae más clientes y es ahí donde radica la importancia de que la empresa cuente con personal capacitado en el tema.

Por ejemplo, países tales como Suiza y Japón, tiene un alto nivel de satisfacción en la entrega de mercancía, ya que se ha corrido el comentario que son inteligentes, con grandes capacidades para el nivel empresarial; más los colombianos con tantas riquezas que poseen; tales como dos océanos, riquezas minerales, riquezas vegetales, desarrollo empresarial, entre otros, estén sumergidos en la extrema pobreza en materia de desarrollo empresarial en cuanto a capacitación y entrega de mercancías, lo que se considera que lo que falta es organización institucional para lograr obtener clientes satisfechos y con un alto poder de decisión, ya que son ellos quienes eligen a la empresa para poder adquirir mercancía.

La disciplina es un elemento básico dentro de una organización empresarial, ya que es fundamental para saber cómo se deben realizar las cosas, es la mejor manera de poder sacar adelante los postulados de progreso sustancial en materia de capacitaciones. Es también trascendente, tener en cuenta lo que dice Bofill Placeres Arturo, Sablón Cossío Neyfe, & Florido García, Rigoberto:

“Los sistemas de gestión de inventario son temas recurrentes de estudios, por lo que ellos representan en una adecuada gestión empresarial, al tener influencia tanto en un adecuado nivel de servicio al cliente, como en los costos de la empresa. Para ello se han desarrollado diversos modelos matemáticos, acorde al comportamiento de la demanda, desde los ampliamente aplicados modelos de tamaño de lote económico, con las distintas variantes, los MRP, Just in Time, hasta la integración en los ERP de su análisis” (Bofil Placeres, Sablon Cossio, & Rigoberto, 2017, p. 42).

Es por eso, que una buena atención al cliente deriva de proveer el producto que el cliente necesita y piensa adquirir y de esta forma se puede satisfacer de forma eficiente a las personas que requieran los

productos, lo cual redundará en mayor rentabilidad y mayor grado de proyección empresarial.

Se debe tener en cuenta que el cliente es fundamental para la estructura empresarial, se puede considerar como la razón de ser de toda empresa. Es por esta razón, de vital importancia, mantener la mejor reciprocidad entre cliente y la organización; para ello es muy importante poner atención a la delgada o más bien invisible línea llamada tiempo, el espacio en que un cliente debe esperar para ser atendido y entregado su producto. No cabe duda que la calidad del producto es un ítem muy importante, pero también lo es el tiempo, ese lapso que es fundamental en el diario vivir; hoy en día se cuenta con una evolución en el sector empresarial, lo que conlleva a hacer uso de nuevas tecnologías que optimicen el proceso de entrega de mercancía al cliente, ya que si se tiene una empresa organizada, se van a disminuir costos, llenar las expectativas del cliente.

### **Implementación de logística interna**

Toda mercancía dentro de una empresa debe estar organizada y ordenada, para lo cual se pueden utilizar diferentes métodos de codificación. Esta organización y orden, son vitales para que una empresa pueda brindar un servicio al cliente de calidad y en el cual sea valorado el tiempo del cliente, ya que el mundo actual se mueve constantemente y se debe estar a la par de este movimiento; con esto los clientes van a tener más tiempo para dedicarlo a otras actividades personales que deban desarrollar, y el colaborador como minimizo tiempo en esa atención, va a poder prestar sus servicios a más clientes, con lo cual va a traer a la empresa rentabilidad.

Por lo anterior, es importante contar con personal capacitado en este tema, ya que genera mayor renta para la empresa, motivación para el talento humano y satisfacción para el cliente. Para Alejandro R. Alonso Bobes, y Pilar M. Felipe Valdés, es muy importante el tema de la logística, es por ello que plantea lo siguiente:

“El cliente ha pasado a ser la figura predominante y se requiere que este alcance su satisfacción plena: hay que proporcionarle el producto que desea, en el momento apropiado, de forma rápida y eficaz, en el contexto de un servicio total. En este contexto la logística también cobra fuerza por su carácter integrador y sistémico. No obstante, hay algunas actividades que se reiteran entre las organizaciones y pueden ser abordadas por la logística de forma global. Dar una respuesta rápida y eficiente al cliente requiere integrar todo el sistema logístico de la organización, el cual se activa en el momento en que el consumidor demanda el producto-servicio” (Alonso Bobes & Felipe Valdes, 2014, pp.184-186).

Cuando la empresa cuenta con una ruta definida en la atención al servicio al cliente, demuestra tener organizados los pasos a seguir de los procesos dentro de su organización y lo más importante, manifiesta contar con un recurso humano capacitado; lo cual es un elemento beneficioso para la clientela y para la organización. Es por ello que Alejandro R. Alonso Bobes y Pilar M. Felipe Valdés dice:

“ Por otra parte, aunque se percibe una relación entre la logística y el servicio al cliente, se trata de un vínculo que solo se aprecia como soporte para la prestación del servicio y no en su verdadera dimensión: como vía para incrementar los niveles de eficiencia y competitividad de las organizaciones. De ahí que no se valore la importancia del diseño del servicio logístico al cliente para sus productos y servicios.” (Alonso Bobes & Felipe Valdes, 2014, p.186 - 187).

Contar con personal capacitado dentro de una empresa, es la manera más efectiva de contribuir al mejoramiento de la organización, es la mejor inversión que se puede hacer para el cumplimiento de metas y lograr alcanzar un lugar destacado en el mundo mercantil lo cual es pertinente para el desarrollo de los planes y proyectos empresariales. Alejandro R. Alonso Bobes, y Pilar M. Felipe Valdés, dice:



“En sentido general, las principales empresas de servicios en nuestro país cuentan con una amplia gama de productos y servicios, por lo se debe diseñar un servicio logístico al cliente para cada uno de ellos. Sin embargo, en una organización no todos tienen la misma importancia: siempre habrá algunos que sobresalgan por su repercusión económica y porque colocan a la empresa en un puesto de vanguardia en el mercado en tanto dan a la organización una ventaja competitiva.” (Alonso Bobes & Felipe Valdes, 2014, p.187).

Una empresa debe promover el desarrollo de sus empleados a través de la capacitación, ya que si brinda a sus empleados conocimientos del que hacer laboral, va a obtener mayor rentabilidad y muy poca rotación entre sus trabajadores, que van a sentir que sus empleadores, invierten en ellos porque son muy importantes para la organización, y por lo tanto se van a esmerar en ser de utilidad para una empresa que se preocupa en ellos, proporcionándoles conocimientos para fortalecer su desempeño, y de esta manera se esfuerce en conocer a la clientela de la empresa, para brindarles un mejor servicio.

Alejandro R. Alonso Bobes, y Pilar M. Felipe Valdés, dice:

“En esta etapa es necesario dividir el mercado en pequeñas partes; para ello se deben utilizar variables que permitan organizar o clasificar a los clientes en reducidos grupos (con características homogéneas e intereses similares), de modo que se facilite la toma de decisiones en cuanto al nivel de servicio que se debe garantizar y la manera en que se deben llevar a cabo los procesos de la organización de forma más eficiente para la satisfacción de las necesidades específicas de cada segmento del mercado”. (Alonso Bobes & Felipe Valdes, 2014, pp.187 - 188).

Se puede considerar que toda empresa tiene como objetivo posicionarse económicamente y para eso busca que los servicios o productos que ofrecen se conozcan a nivel mundial, y para lograr este objetivo se debe contar con la logística, al igual que con el personal capacitado en el tema.

La afinidad que tenga el empresario con sus trabajadores, manteniendo los incentivos que le sea posible entregar, tales como: descansos remunerados, becas de estudio para ellos y sus hijos, actividades deportivas y de entretenimiento familiar, entre otros, ayudaran a estimular al personal de dar lo mejor de sí a una empresa que se preocupa por el bienestar de ellos y su familia y se obtiene un personal que se esmera en llenar las expectativas del cliente de la empresa. Estas decisiones tomadas por la gerencia, acrecienta la posibilidad de sacar adelante a la organización, la cual podrá postularse como una multinacional de alto nivel de ponderación de forma global. Por ello Julián Andrés Zapata Cortes, Ángel Rodrigo Vélez Bedoya, y Martín Darío Arango Serna, dicen que:

“Para esto es necesario la aplicación de herramientas matemáticas y de sistemas de información que ponen a disposición de los gerentes la capacidad de tomar decisiones basados en datos e información verídica y con la capacidad de encontrar la mejor asignación de recursos posibles para el desarrollo de una actividad. El cumplimiento del nivel de servicio esperado por el cliente, es decir, sus expectativas, son fundamentales para lograr el éxito de las empresas a corto y largo plazo, ya que este cumplimiento permitirá mantener el interés de los clientes por los servicios y bienes de la empresa.” (Zapata Cortes, Vélez Bedoya, & Arango Serna, 2020, pp.2 -3).

Tener una empresa establecida y metódica, es fundamental para la buena atención de servicio al cliente, se debe tener en cuenta que una buena o mala opinión, puede acabar con una empresa, es por ello que toda empresa, dentro del mercado competitivo en el que se encuentra el mundo actual, debe cuidar su prestigio; y como cuidarlo?, la respuesta es sencilla, prestando un buen servicio al cliente y para ello se debe contar con la logística interna necesaria, tanto en talento humano como en mercancía, para

poder obtener clientes con sus necesidades satisfechas y por lo tanto, clientes que pasen la voz de la buena reputación de la empresa, lo cual genera en la sociedad atracción por aquella empresa.

En síntesis, el secreto de la productividad, es la de demostrarse a sí mismo, y a los demás lo inteligente que se es, al igual que las pretensiones que se poseen para sacar adelante un negocio, de esto se puede colegir, quien es más inteligente en el mundo, el suizo, el japonés o el colombiano; pues los suizos y los japoneses a pesar de trabajar menos hora diaria, tiene la capacidad, para desarrollar una disciplina, capaz de sacar adelante sus negocios en materia productiva; más los colombianos, tienen la capacidad para vender muchas cosas, capaz de generar y abrir nuevos mercados, de derribar barreras y obstáculos que se le presente; más a nivel mundial, se habla de la falta de disciplina; ya que se los entiende universalmente, como improvisadores.

Dentro de todos los instrumentos que se han producido y se han instrumentalizado dentro de una organización, cabe la pregunta, ¿cuáles serán los mecanismos para ponerlos en circulación?, y la respuesta es, a través de la comercialización con la población y para ello es importante saber llegar a esta comunidad y brindarle gozo con una buena atención.

#### **4. DISCUSIÓN**

En el transcurso del tiempo se tienen que se han realizado investigaciones sobre el tema de la capacitación y algunas ahondan en el subtema específico de la optimización del tiempo en la atención al cliente, lo cual ha podido señalar que el servicio al cliente es un punto absolutamente fundamental para la utilidad de la empresa.

Claramente se halló que invertir en capacitación al talento humano, redundan en beneficio para el cliente que se va a sentir satisfecho, a la empresa que va a obtener mayores utilidades económicas y al trabajador que va a poder ser mejor remunerado, el cual se convierte en pieza clave comprometida con la empresa.

Cabe anotar que el presente artículo resalta la importancia de la satisfacción del cliente, ya que al lograr que los clientes se sientan felices, lo cual requiere optimización del tiempo en la atención y dedicación, se obtiene que dicho cliente recomiende la empresa a conocidos, familiares y amigos, ya que tuvo una experiencia efectiva.

#### **5. CONCLUSIONES**

Es significativo que el empleador, determine la capacitación en la optimización del tiempo para una adecuada atención al cliente en la entrega de mercancías en empresas del sector privado en Cali, Colombia; como un tema primordial y de mucha relevancia, puesto que este tipo de capacitaciones, es lo que hace que se cuente con un talento humano calificado y la carencia de ello llevaría a obtener un cliente insatisfecho en sus necesidades comerciales y una empresa en decaimiento.

En un primer plano, toda empresa debe contar con personal altamente calificado, ya que sirve para que la empresa tenga una fuerza laboral preparada para afrontar los desafíos de la revolución industrial; por lo tanto es muy beneficioso que una empresa implemente un programa de capacitación constante, porque servirá para que todos los colaboradores obtengan las competencias específicas y genéricas para poder desempeñarse eficientemente.

Si bien, una capacitación significa un costo para la empresa, esta debe verse como una inversión que traerá beneficios, ya que fortalecer las habilidades de los empleados en la optimización del tiempo en la entrega de mercancía a los clientes, tendrá un impacto en su productividad, y por ende en la aceleración del crecimiento del negocio.

Se debe tener en cuenta que, una capacitación incrementará el nivel de talento de la empresa. Un empleado capacitado está más dispuesto a alcanzar su máximo potencial. Para el área de recursos

humanos, sobre todo, la capacitación es beneficiosa, ya que habrá más confianza para realizar promociones, y habrá menos necesidad de rotación y además, disminuirán los problemas de falta de mano de obra calificada.

Otro de los beneficios de la capacitación es que permite a la empresa ahorrar tiempo y dinero. Y es que un colaborador que sepa cómo gerenciar proyecto, administrar el tiempo y afrontar los problemas diarios, va a ser más eficiente. Por lo tanto, incrementará la productividad de la empresa.

La empresa para llegar a cumplir este objetivo deberá recurrir a buscar o contratar personal externo especializado para que imparta la capacitación, realizando un cronograma de sesiones donde se evidenciaran los temas a tratar, igualmente se le deberá proporcionar todos los elementos necesarios para llevar a cabo una presentación exitosa y lo más importante necesitara la disponibilidad del talento humano para ofrecer sus enseñanzas, las cuales deben ser medibles.

Un programa de capacitación debe ser asertivo, ya que debe garantizar a la empresa un mejoramiento y actualización de su recurso humano, es por ello que debe estar enfocada en que el recurso humano obtenga los conocimientos y habilidades necesarias para desarrollar su trabajo optimizando el tiempo.

Los conocimientos adquiridos por el personal capacitado deben ser medibles y por lo tanto se debe realizar evaluaciones periódicas que evidencien como resultado lo aprendido, igualmente pueden ser evaluados observando si lo aprendido, el trabajador lo aplica en sus labores diarias.

## REFERENCIAS

- Alonso Bobes, A. R., & Felipe Valdes, P. M. (2014). Servicio logístico al cliente en empresas de servicios: procedimiento para su diseño. *Economía y Desarrollo*, 152(2), 184-192. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0252-85842014000200012&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842014000200012&lng=es&tlng=es)
- Bofil Placeres, C., Sablon Cossio, C., & Rigoberto, F. G. (2017). Procedimiento para la gestion de inventario en el almacen central de una cadena comercial cubana. *Universidad y sociedad*, 9(1), 41-51. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202017000100006&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000100006&lng=es&tlng=es).
- Börth Pelaez, M. R. (2000). Capacitación y desarrollo de los recursos humanos: reflexiones integradoras. *Revista Ciencia y Cultura*(8), 123-131. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S207733232000000200015&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S207733232000000200015&lng=es&tlng=es)
- Chavienato, I. (2019). Administración de recursos humanos. Mc Graw - Hill interamericana, 330. <https://www.bookshelf.vitalsource.com/9781456263430>
- Duran, Y. (2012). Administración del inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas. *Vision Gerencial*(1), 55-78. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545892008>
- Hellriegel, D. J. (2021). Administración un enfoque basado en competencias. Cengage learning editores SA de CV, 391. [www.bookshelf.vitalsource.com/9786075700250](http://www.bookshelf.vitalsource.com/9786075700250)

Hernández de Velazco, J., Chumaceiro, A. C., & Atencio Cárdenas, E. (2009). Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(47), 458-472. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29014477009>

Najul Godoy, J. (2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad del servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 4(8), 23-35. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=219022148002>

Werther, W. D. (2014). Administración del recurso humano. Gestión estratégica del capital humano. *Mc Graw - Hill interamericana*, 383.

Zapata Cortes, J. A., Vélez Bedoya, Á. R., & Arango Serna, M. D. (2020). Mejora del proceso de distribución en una empresa de transporte. *Investigacion Administrativa*, 49(126), 2-3. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456063405008>