

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y MARKETING**

“LA FUERZA LABORAL Y SU RELACIÓN CON LA
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LOS ESTABLECIMIENTOS
COMERCIALES DE LA CIUDAD DE MOYOBAMBA EN EL
AÑO 2022”.

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Marketing

Autor:

Diana Patricia Servan Baluarte

Asesor:

Dr. José Antonio Coral Morante

<https://orcid.org/0000-0001-7774-1227>

Lima - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	CLAUDIA AMPARO TORRES LINARES	40423086
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	MOISES GUSTAVO GARCIAJIMENEZ	10621504
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	CARLOS JESUS ALVAREZ/ZAPATA	10652779
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

A mis papás, Dario y Karina,
por siempre apoyarme y confiar en mí, tomar mi mano y guiarme en el proceso. Jamás se dieron por vencidos y fueron mis mayores anclas para lograr todo en la vida.
A mi abuela por cuidarme y ser mi segunda mamá.
A Dios por haberme permitido llegar a este momento tan importante de mi vida.

AGRADECIMIENTO

Gracias infinitas a mis papás por la paciencia y dedicación que tuvieron. Su apoyo incondicional fue, es y será clave en mi vida. Gracias por ser esos seres incansables que ante todo han apoyado cada uno de mis proyectos. Todo lo que soy es por ellos, los amo infinitamente y soy muy afortunada de ser su hija.

Un agradecimiento especial para ti mami, que estas en el cielo, las gracias nunca van a ser suficientes. Eres mi refugio, mi mayor motivación y mi ejemplo a seguir.

Agradezco a mi asesor y acompañante en todo el proceso, José Antonio Coral. Su paciencia y dedicación para con mi trabajo me han llevado a realizar de la mejor manera mi proyecto. Ha sido un pilar fundamental en el desarrollo de mi tesis y sin él no sería posible.

Para finalizar, agradezco a Dios por guiarme hasta este momento, mi fe en Él me ha llevado a donde estoy y sin duda solo es el comienzo.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
1.1. Realidad problemática	9
1.2. Formulación del problema	12
1.3. Objetivos	13
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	14
CAPÍTULO III: RESULTADOS	16
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	23
REFERENCIAS	25
ANEXOS	28

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variable Atención al cliente en la dimensión Calidad de Servicio	16
Tabla 2 Variable Atención al cliente en la dimensión Satisfacción del cliente	17
Tabla 3 Variable Atención al cliente en la dimensión Confianza	18
Tabla 4 Variable Fuerza Laboral en la dimensión Condiciones Laborales	19
Tabla 5 Variable Fuerza Laboral en la dimensión Experiencia Laboral	20
Tabla 6 Variable Fuerza Laboral en la dimensión Atención y Corrección	21

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Variable Atención al cliente en la dimensión Calidad de Servicio	16
Figura 2 Variable Atención al cliente en la dimensión Satisfacción del cliente	17
Figura 3 Variable Atención al cliente en la dimensión Confianza	18
Figura 4 Variable Fuerza Laboral en la dimensión Condiciones Laborales	19
Figura 5 Variable Fuerza Laboral en la dimensión Experiencia Laboral	20
Figura 6 Variable Fuerza Laboral en la dimensión Atención y Corrección	21

RESUMEN

La investigación titulada, "LA FUERZA LABORAL Y SU RELACION CON LA ATENCION AL CLIENTE EN LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DE LA CIUDAD DE MOYOBAMBA EN EL AÑO 2022" tuvo como objetivo determinar si existe una relación entre la fuerza laboral y la atención al cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022.

La investigación que se realizó fue a través de un diseño no experimental, transversal y correlacional. La muestra del estudio se encuentra basada en 271 personas, entre hombres y mujeres que hayan sido atendidos en un establecimiento comercial en la ciudad de Moyobamba en el año 2022. El instrumento utilizado para estudiar a la muestra fueron las encuestas.

Mediante el presente documento se obtuvo un resultado de correlación de 0.849, lo cual demuestra que entre las variables fuerza laboral y atención al cliente existe una correlación significativa alta.

Las conclusión principal en la que se culminó el trabajo de investigación es que debe haber presencia de una relación importante entre la fuerza laboral y la atención al cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022.

PALABRAS CLAVES: Fuerza laboral, atención al cliente.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En la actualidad, las empresas han ido desarrollando diversas estrategias para dar al cliente una atención óptima y que este se encuentre satisfecho en todos los ámbitos posibles, en su libro (Gil, 2020) sostiene que la atención al cliente es un tema recurrente en el mundo empresarial, pero en los últimos tiempos se exige con mayor frecuencia una atención que ofrezca confiabilidad y calidad extraordinarias. Sin perder de vista que cada día que pasa es más difícil encontrar un diferencial significativo para los clientes y esto puede significar que la atención sea el valor diferencial que él busca.

(Gil, 2020) afirmó que, al brindar calidad en la atención al cliente habrá un aumento en las ventas y la rentabilidad de la empresa, así mismo una mayor lealtad por parte de los consumidores, clientes y usuarios.

En el Perú, la atención al cliente ha ido evolucionando de acuerdo a la exigencia de los mismos, pues (Tinoco & Ramírez, 2016) sostiene que son los mismos clientes quienes consideran que un servicio de calidad debe ser efectivo con respecto al tiempo y así mismo ofrecer un producto o servicio de calidad. A su vez, los clientes consideran que un servicio efectivo será brindado si se cumplen las 5 dimensiones de calidad: tangibilidad, fiabilidad, respuesta, seguridad y empatía. Sin olvidar que señaló que no conocer ampliamente la situación de la empresa significa limitarse en cuanto a los procesos de mejora continua y la aplicación de estrategias que logren la diferenciación en el servicio, en este caso la atención al cliente.

(Salazar & Cabrera, 2016) afirmó que la atención al cliente es de suma importancia, ya que la dirección que el mercado ha dado a la comercialización de los servicios y la trascendencia que dicho servicio tiene como elemento importante en la diferenciación de los negocios, de ese modo la atención al cliente se convierte en un soporte fundamental de subsistencia de las empresas en el mercado. (Salazar & Cabrera, 2016) indicó que si bien todo se desarrolla por medio de la atención al cliente es básico poder determinar el concepto de a quién se está atendiendo, es decir definir de forma clara al cliente, siendo este aquella persona u

organización que adquiere o compra, es el motivo principal por el que se crea, produce, fabrica y comercializa productos y servicios.

El Perú al igual que otros países se han visto afectados por la globalización, ya que cada economía y organización que busca maximizar sus ganancias a través de la atención al cliente se ha tenido que enfrentar a la misma, así lo afirmó (Rubio, 2014). Por ello, es fundamental tomar en cuenta un factor que ha cambiado todo el panorama con respecto a la atención al cliente: la tecnología. Esta ha ido desarrollando nuevas formas de atender a los clientes, un ejemplo de ello son las plataformas digitales. Según la (INEI, 2016) las empresas que usan internet representan un 91.8% contra el 8.2% que no lo usa. La tecnología nos "permite crear un sistema / servicio de atención al cliente las 24 horas del día, con información especializada, atención personalizada y, en definitiva, herramientas de fidelización en el entorno online y en el entorno comercial convencional".

Es cierto que la tecnología representa gran parte de lo que hoy mueve al mundo comercial, pero no debemos olvidar que la atención al cliente debe ser el centro de la estrategia de cualquier empresa que quiera sobresalir de las demás, así lo afirmó (López, 2020). La tecnología representa una valiosa herramienta para mantenernos en contacto y cerca del cliente para asegurar que la atención que se le brinda es la óptima, pero sin olvidar todas las otras herramientas que tenemos por usar.

Los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba han ido evolucionando de acuerdo al transcurso de los años, todo ello tomando en cuenta diversos factores: tecnología, crecimiento poblacional, competencia, etc. Cuando se habla de la ciudad de Moyobamba, estamos refiriéndonos a la capital del departamento de San Martín que cuenta con 122,365 habitantes (INEI, 2018). El sector comercial en la ciudad representa el cuarto lugar con un aporte de 12,8 por ciento al Valor Agregado Bruto departamental. El comercio al por menor es una de las principales actividades económicas, cuyo flujo incluye artículos provenientes de la costa. (INEI, 2018).

(López, 2020) afirmó que hoy en día los clientes tienen una gran variedad de elección, el poder que tienen ante las empresas es evidente, ya que si no están satisfechos con el producto o servicio adquirido podrán cambiarlo. Por ello, los establecimientos

comerciales en la ciudad de Moyobamba ven como un requisito obligatorio la atención al cliente y es así como la fuerza laboral debe prepararse para brindar al cliente un trato preferencial, personal y dinámico.

Según la investigación (Godoy, 2012), en su artículo científico: "El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio", presentó: la atención al cliente es una actividad desarrollada por las organizaciones con orientación a satisfacer las necesidades de sus clientes, logrando así incrementar su productividad y ser competitiva. El cliente es el protagonista principal y el factor más importante en el juego de los negocios. Como segundo antecedente mencionamos a (Salazar & Cabrera, 2016) en su artículo científico: "Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador", indicaban: En el futuro, estas tendencias se acentuarán y configurarán nuevos focos de atención en base a la calidad, siendo la calidad (Deming, 1990; Crosby, 1979; Juran, 1996; Duque, 2005, Zeithaml, 2002) un conjunto de especificaciones que satisface plenamente al usuario con relación a sus necesidades, esto conlleva a pensar que todo servicio debe conseguir la satisfacción del cliente, "la satisfacción del cliente es el estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas (Kotler, 1989). Berry (1989) manifiesta que la expectativa es "lo que el cliente espera del servicio". Como tercer antecedente tenemos: (Romero, 2016), en su artículo: "Principios y valores éticos en las organizaciones bancarias respecto a la calidad del servicio y atención al cliente" concluyeron que: la cultura de atención de cualquier organización, puede dimensionarse en la actitud profesional de los empleados y en los modales para la atención. La actitud profesional se refleja en la cortesía ética al cliente, la disposición al cliente y en las relaciones asertivas, mientras que los modales en la atención a través de la amabilidad con los clientes y la apariencia personal. A continuación, tenemos el cuarto antecedente como (Altuzarra, 2015), en su artículo: "La atención al cliente", mencionan que: En cualquier empresa y muy especialmente en aquellas cuya objeto de su actividad es la venta de productos y servicios, la productividad se mide en términos de satisfacción del cliente, y el grado de esta satisfacción va más allá de la calidad del servicio, pues en su valoración entra en juego un factor dominante: La atención al cliente.

Actualmente la mayoría de productos y servicios existentes en el mercado, poseen características muy similares. Esta homogeneidad dificulta enormemente los esfuerzos de las empresas por diferenciar sus productos o servicios respecto a los competidores. Por lo tanto el mejor camino para obtener la confianza del consumidor y lograr el éxito deseado, es ofrecer un servicio de "atención al cliente", la cual es la unión de tres conceptos: Servicio al cliente, satisfacción del cliente, y calidad en el servicio. Finalmente, tenemos a (Eberle, Sperandio, & Lazzari, 2013), en su artículo "Dimensiones de la calidad en servicios y la satisfacción de clientes en una IES", señala que: la satisfacción de cliente es fundamental para la supervivencia de las empresas, esta debe ser un factor de gestión, como una forma de impulso hacia el éxito de las organizaciones.

El propósito del estudio es, determinar si existe una relación entre la fuerza laboral y la atención al cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022.

1.2. Formulación del problema

General:

¿Existe una relación entre la fuerza laboral y la atención al cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022?

Específicos:

- ¿Existe una relación entre el personal de ventas y la decisión de compra del cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022?
- ¿Existe una relación entre el personal administrativo y el servicio al cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022?
- ¿Existe una relación entre el personal operativo y la motivación de compra del cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022?

1.3. Objetivos

General:

Determinar si existe una relación entre la fuerza laboral y la atención al cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022.

Específicos:

- Determinar si existe una relación entre el personal de ventas y la decisión de compra del cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022.
- Determinar si existe una relación entre el personal administrativo y el servicio al cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022.
- Determinar si existe una relación entre el personal operativo y la motivación de compra del cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022.

1.4. Hipótesis

General:

Sí existe una relación entre la fuerza laboral y la atención al cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022.

Específicos:

- Sí existe una relación entre el personal de ventas y la decisión de compra del cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022.
- Sí existe una relación entre el personal administrativo y el servicio al cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022.
- Sí existe una relación entre el personal operativo y la motivación de compra del cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

La investigación realizada será de enfoque cuantitativo, este proceso se encuentra concentrado en las mediciones numéricas. Se utiliza la observación del proceso en forma de recolección de datos y se analiza para llegar a responder sus preguntas de investigación. Este enfoque utiliza los análisis estadísticos (Otero, 2018). Además, cuenta con un diseño no experimental, es decir, aquellas que son usadas para describir, diferenciar o examinar asociaciones, en vez de buscar relaciones directas entre variables, grupos o situaciones (Souza, Driessnack, & Costa, 2017). Asimismo, la investigación tiene un alcance transversal, el cual tiene como elemento clave la evaluación de un momento específico y determinado en un corto tiempo (Cvetkovic-Vega, Maguiña, Soto, Lama - Valvidia, & Correa, 2021). Por otro lado, se evidencia que es de nivel correlacional, el cual consiste en medir el grado de relación entre dos conceptos, dicho de otro modo se mide cada concepto presuntamente relacionado y luego también miden y analizan la correlación (Chan, 2013).

La población para esta investigación es de 42,629 habitantes que pertenecen a la población económicamente activa (PEA) en la ciudad de Moyobamba, los que forman parte del estudio son aquellos que han asistido a un establecimiento comercial en la ciudad de Moyobamba en el año 2022.

La muestra del estudio es de 271 personas entre de la PEA que ha asistido a un establecimiento comercial en la ciudad de Moyobamba en el año 2022, los cuales serán encuestados de manera pertinente con el fin de culminar este trabajo. Asimismo, se menciona que la técnica que se aplicará es la encuesta, técnica de recogida de datos por medio de la interrogación de los sujetos cuyo fin es obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida (Lopez-Roldán & Fachelli, 2016).

Para poder llevar a cabo la realización de la investigación se optó por usar como instrumento el cuestionario, siendo este una herramienta fundamental para plantear un conjunto de preguntas y obtener información estructurada sobre una muestra de personas (Meneses, 2016). Refiriéndonos a la confiabilidad del instrumento se utilizó el indicador Alfa de

Cronbach; el valor estadístico que nos muestra el nivel de fiabilidad empleado en el presente trabajo de investigación fue: el modelo Alfa de Cronbach, después de ser ejecutado y de acuerdo al resultado, si este está entre 0.70 y 0.90, sabremos que hay una buena consistencia interna para una escala unidimensional (Celina & Campo-Arias, 2015). Adicional a ello, se registrará la validez del estudio por al menos 2 expertos.

El procedimiento de recolección de datos fue realizado de la siguiente manera: Se procedió a realizar la encuesta por medio de Google Forms y fue enviada mediante diversas plataformas digitales (Whatsapp, Telegram, Messenger, Instagram). Los días en los cuales se realizaron las encuestas fueron de martes a sábado de las 10:00 horas hasta las 18:00 horas.

Luego de realizadas las 271 encuestas, procedí a trasladar toda la información que obtuve a una base de datos con el fin de procesar la información a través de un programa estadístico. En esta investigación se usó SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programa que es usado para el análisis y control de información, tiene como principal beneficio el ahorro de tiempo de medio de la simplificación de análisis de todo tipo de información. Después de obtener todos los datos necesarios para realizar el trabajo estadístico, el cual debe ser directo, conciso y visualmente atractivo se pasa a la tabulación, proceso que consiste en la elaboración de tablas sencillas, fáciles de leer y que tengan una adecuada visión de las características mas importantes de la distribución estadística estudiada (Serrano, 2014) y también utilizaremos estadística inferencial, la cual se basa en el análisis, interpretación de los resultados y de las conclusiones a las que se llega por medio de la información obtenida de la muestra con la finalidad de expandir los resultados a toda la población bajo estudio (Acosta, Laines, & Piña, 2014).

La información recepcionada será compilada exclusivamente para ser usada con motivos de investigación y análisis, esto quiere decir que se le dará un trato responsable, prudente y confidencial, lo que se recolecte no será usado para ningún otro propósito mas que el académico.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Estadística Descriptiva

Tabla 1 Variable Atención al cliente en la dimensión Calidad de Servicio

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
¿Usted considera que el establecimiento comercial al que asistió le brinda una atención rápida?	3.3%	15.1%	0.0%	68.6%	12.9%
¿Usted considera que el personal brinda un trato amable, cortés y cordial bajo cualquier circunstancia?	1.5%	8.9%	0.0%	72.7%	17.0%
	2.4%	12.0%	0.0%	70.7%	15.0%

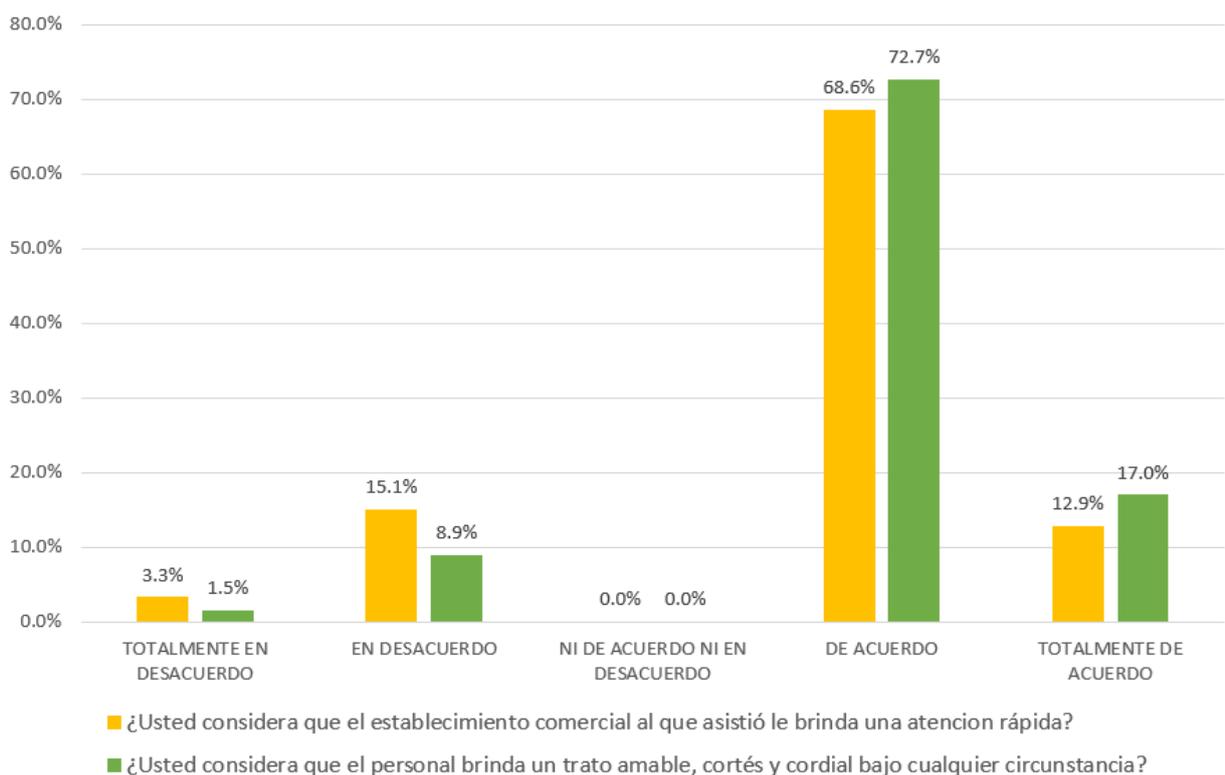


Figura 1 Variable Atención al cliente en la dimensión calidad de servicio

En la tabla 1, podemos observar que el 70.7% de los encuestados respondieron de acuerdo, un 15% totalmente de acuerdo, un 12% en desacuerdo y un 2.4% totalmente en desacuerdo.

Tabla 2 Variable Atención al cliente en la dimensión Satisfacción del cliente

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
¿Usted considera que el gerente supervisa de forma constante al personal?	4.1%	14.0%	0.0%	70.8%	11.1%
¿Usted considera que las reglas y las normas del establecimiento comercial están dirigidas hacia el cliente?	2.6%	10.3%	0.0%	74.9%	12.2%
	3.4%	12.2%	0.0%	72.9%	11.7%

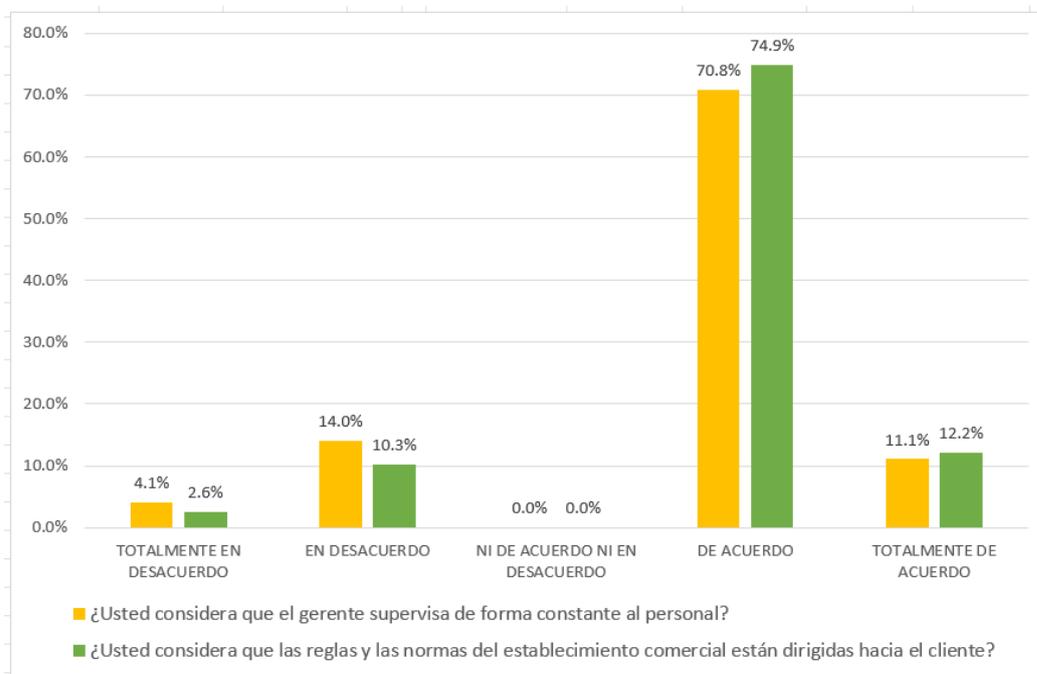


Figura 2 Variable Atención al cliente en la dimensión Satisfacción del cliente

En la tabla 2, podemos observar que el 72.9% de los encuestados respondieron de acuerdo, un 12.2% en desacuerdo, un 11.7% totalmente de acuerdo y un 3.4% totalmente en desacuerdo.

Tabla 3 Variable Atención al cliente en la dimensión Confianza

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
¿Usted considera que el establecimiento comercial tiene buen prestigio y reputación?	1.8%	4.8%	0.0%	77.1%	16.2%
¿Usted considera que el personal recibe a los clientes con buena actitud?	1.5%	10.0%	0.0%	75.3%	13.3%
	1.7%	7.4%	0.0%	76.2%	14.8%

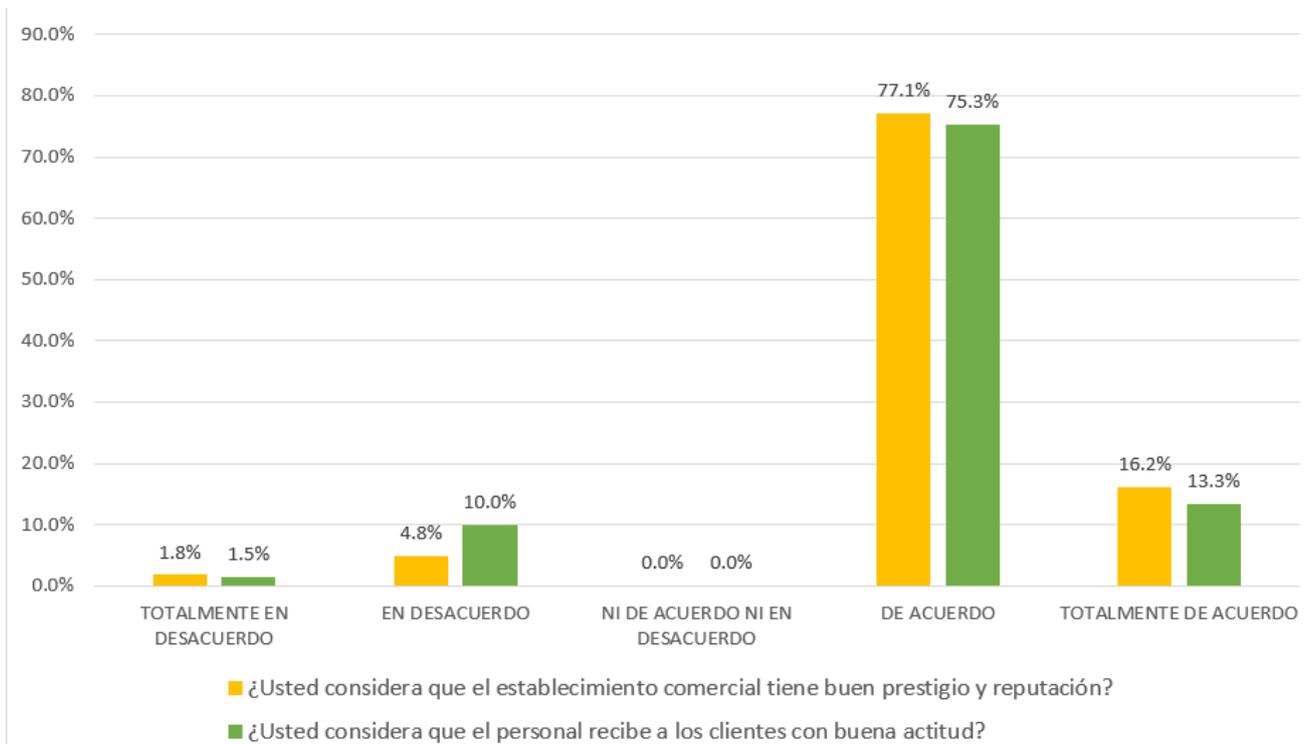


Figura 3 Variable Atención al cliente en la dimensión Confianza

En la tabla 3, podemos observar que el 76.2% de los encuestados respondieron de acuerdo, un 14.8% totalmente de acuerdo, un 7.4% en desacuerdo y un 1.7% totalmente en desacuerdo.

Tabla 4 Variable Fuerza Laboral en la dimensión Condiciones Laborales

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
¿Usted considera que el establecimiento comercial brinda la comodidad a su personal para desarrollar un buen trabajo?	1.1%	10.3%	0.0%	75.6%	12.9%
¿Usted considera que el establecimiento comercial existe un entorno estable y seguro para el personal?	1.5%	7.7%	0.0%	78.2%	12.5%
	1.3%	9.0%	0.0%	76.9%	12.7%

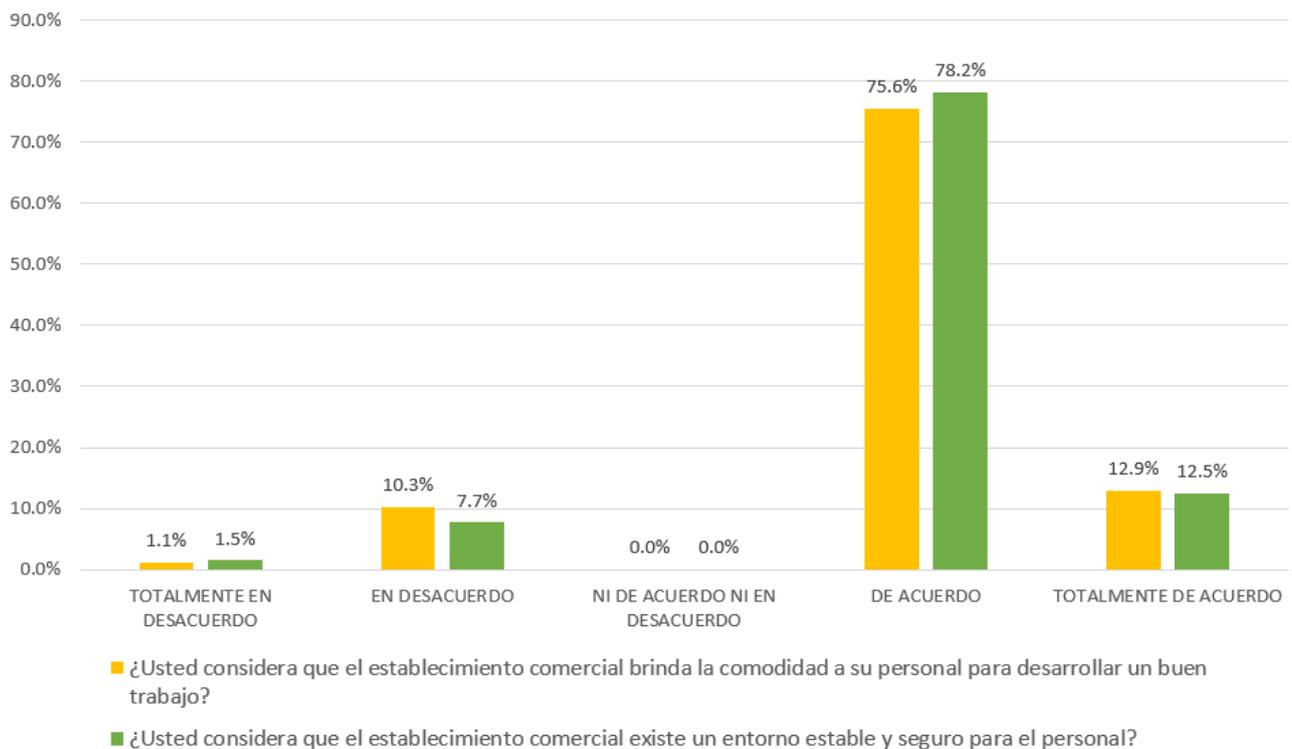


Figura 4 Variable Fuerza Laboral en la dimensión Condiciones Laborales

En la tabla 4, podemos observar que el 76.9% de los encuestados respondieron de acuerdo, un 12.7% totalmente de acuerdo, un 9% en desacuerdo y un 1.3% totalmente en desacuerdo.

Tabla 5 Variable Fuerza Laboral en la dimensión Experiencia Laboral

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
¿Usted considera que el establecimiento comercial realiza capacitaciones adecuadas y oportunas para el personal que lo atiende?	1.1%	14.4%	0.0%	77.1%	7.4%
¿Usted considera que el establecimiento comercial brinda oportunidades de desarrollo al personal?	1.5%	16.2%	0.0%	73.1%	9.2%
	1.3%	15.3%	0.0%	75.1%	8.3%

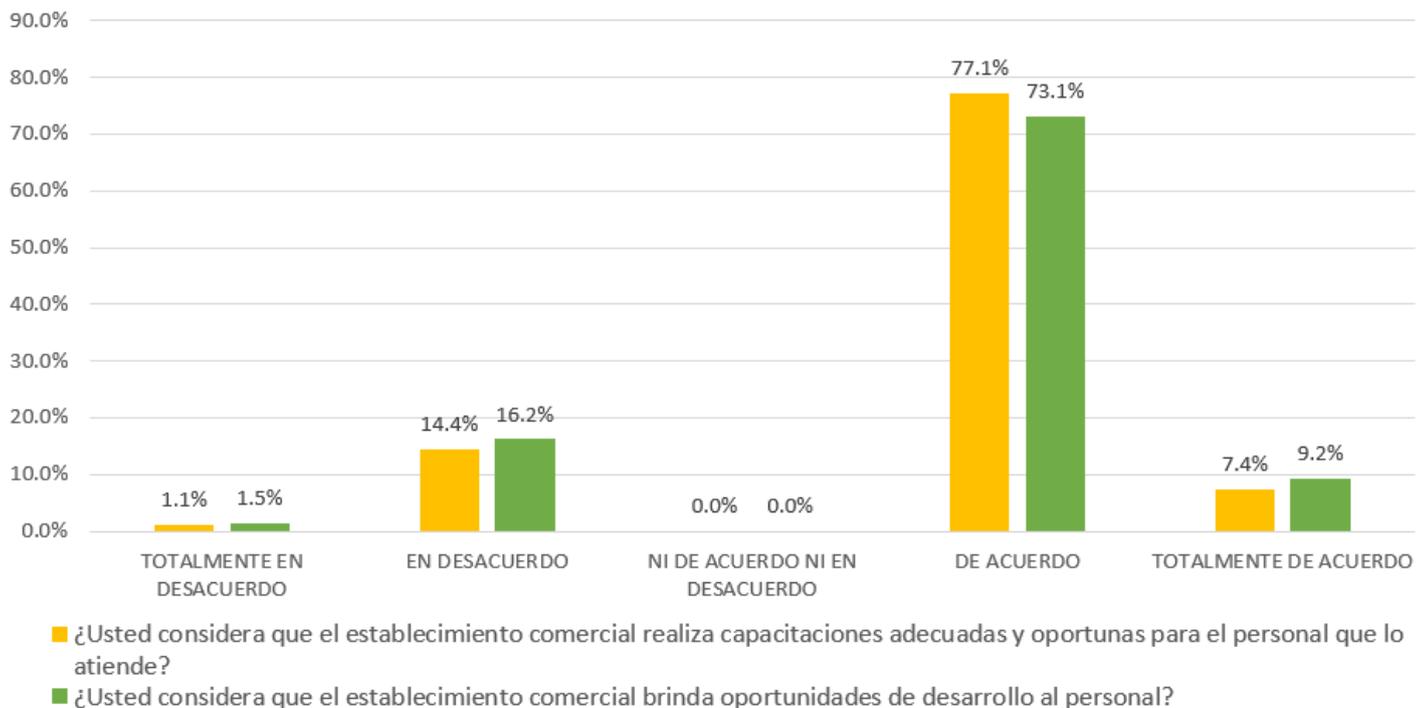


Figura 5 Variable Fuerza Laboral en la dimensión Experiencia Laboral

En la tabla 5, podemos observar que el 75.1% de los encuestados respondieron de acuerdo, un 15.3% en desacuerdo, un 8.3% totalmente de acuerdo y un 1.3% totalmente en desacuerdo.

Tabla 6 Variable Fuerza Laboral en la dimensión Atención y Corrección

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
¿Usted considera que existe una buena comunicación entre el personal que trabaja en el establecimiento comercial?	2.2%	6.3%	0.0%	81.5%	10.0%
¿Usted considera que el personal del establecimiento comercial presta atención a los comentarios emitidos por sus superiores?	3.3%	9.2%	0.0%	74.5%	12.9%
	2.8%	7.8%	0.0%	78.0%	11.5%

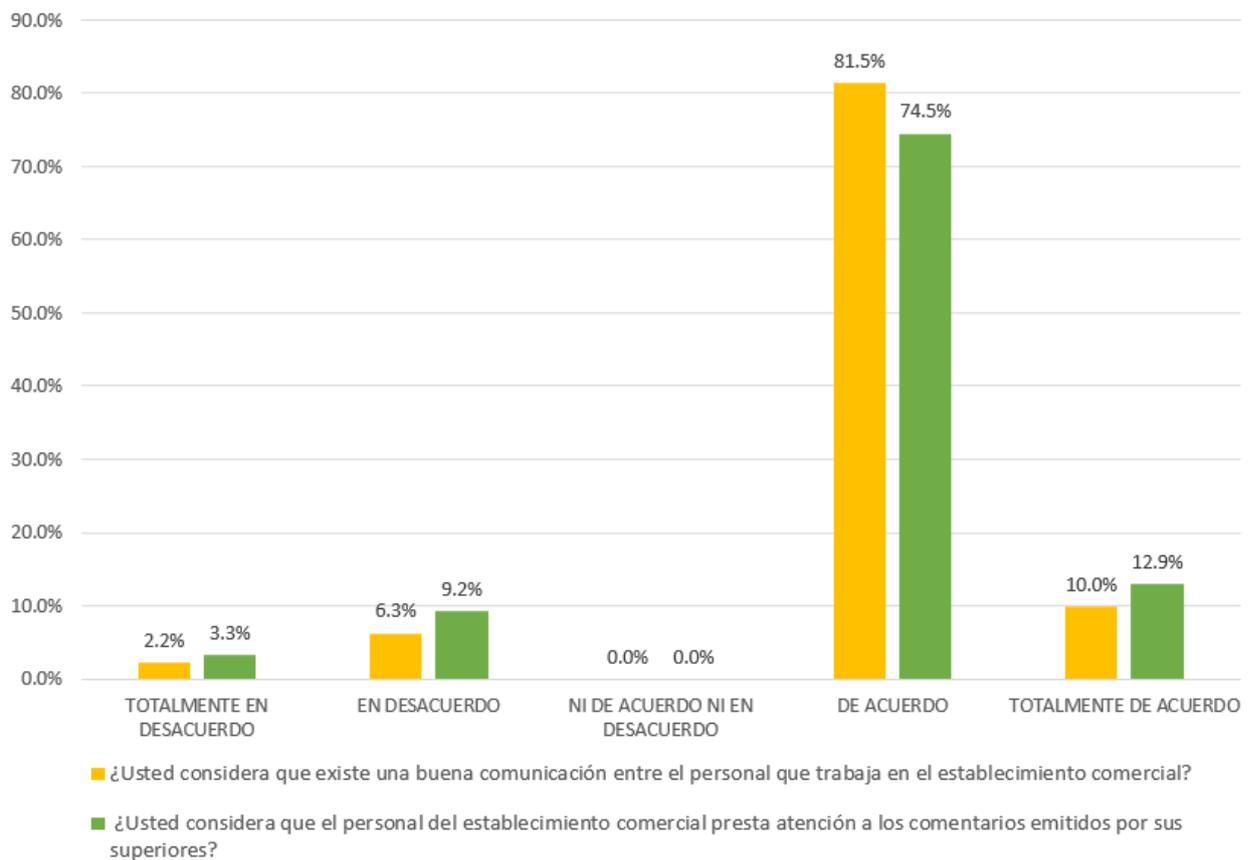


Tabla 6 Variable Fuerza Laboral en la dimensión Atención y Corrección

En la tabla 6, podemos observar que el 78% de los encuestados respondieron de acuerdo, un 11.5% totalmente de acuerdo, un 7.8% en desacuerdo y un 2.8% totalmente en desacuerdo.

Estadística Inferencial

Para realizar la prueba de correlación, el primer paso fue realizar la prueba de normalidad. En este caso se obtuvo un nivel de significancia menor a 0.001, siendo este menor a 0.05. El indicador de normalidad nos da a entender que obtuvimos una distribución normal, por lo que nos corresponde utilizar la prueba estadística de Rho de Spearman.

En cuanto a la hipótesis: "Sí existe una relación entre la fuerza laboral y la atención al cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022", se obtuvo como resultado $p = 0.01$, $\alpha = 0.05$ y una correlación de 0.849; así también, se obtuvo en la hipótesis específica 1: "Sí existe una relación entre el personal de ventas y la decisión de compra del cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022", se obtuvo como resultado $p = 0.01$, $\alpha = 0.05$ y una correlación de 0.656; con respecto a la hipótesis específica 2: "Sí existe una relación entre el personal administrativo y el servicio al cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022", se obtuvo como resultado $p = 0.01$, $\alpha = 0.05$ y una correlación de 0.720; para finalizar con la hipótesis específica 3: "Sí existe una relación entre el personal operativo y la motivación de compra del cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022", se obtuvo como resultado $p = 0.01$, $\alpha = 0.05$ y una correlación de 0.743.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Según los resultados obtenidos en el análisis de investigación: podemos constatar que hay una relación entre el personal de ventas y la decisión de compra del cliente, ya que se obtuvo una correlación significativamente alta de 0.656, este resultado concuerda con lo mencionado por Gil (2020), que afirma que al brindar calidad en la atención habrá un aumento en las ventas y la rentabilidad de la empresa, con lo que a su vez se obtendrá mayor lealtad por parte de los consumidores, clientes y usuarios.

Por otro lado, constatamos que hay una relación entre el personal administrativo y el servicio al cliente, ya que se obtuvo una correlación significativamente alta de 0.720, este resultado concuerda con lo mencionado por Tinoco, Ramírez (2016), quienes afirman que el servicio al cliente ha ido evolucionando de acuerdo a la exigencia de los mismos, pues son ellos quienes consideran que un servicio de calidad debe ser efectivo con respecto a su personal. Así mismo, los clientes consideran que un servicio efectivo será brindado de cumplirse con estas 5 dimensiones de calidad: tangibilidad, fiabilidad, respuesta, seguridad y empatía. Adicional a ello, los autores señalaron que no conocer ampliamente la situación de la empresa significa limitarse en cuanto a los procesos de mejora continua y la aplicación de estrategias que logren la diferenciación, en este caso el servicio al cliente con respecto a su personal administrativo.

Por último, verificamos que existe relación entre la fuerza laboral y la atención al cliente teniendo una correlación significativamente alta de 0.849, este resultado concuerda con lo dicho por Godoy (2012), quien afirma que la atención al cliente es una actividad desarrollada por las organizaciones con orientación a satisfacer las necesidades de sus clientes, logrando así incrementar su productividad y ser competitiva, todo ello por medio de su capital humano. Salazar, Cabrera (2016) afirmaron que la atención al cliente es trascendental, ya que por medio de la fuerza laboral se convierte en un soporte fundamental de subsistencia de las empresas en el mercado.

En referencia a las conclusiones, podemos observar que se realizó la prueba de la hipótesis general: "Sí existe una relación entre la fuerza laboral y la atención al cliente en los

establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022" en donde se obtuvo un nivel de significancia de 0.000, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se demuestra que existe una correlación alta de 0.849, puesto que se encuentra en el rango de 0.7 a 0.89.

Así también, se realizó la prueba de la hipótesis específica 1: "Sí existe una relación entre el personal de ventas y la decisión de compra del cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022" en donde se obtuvo los siguientes resultados: un nivel de significancia de 0.000, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se demuestra que existe una correlación alta de 0.656, puesto que se encuentra en el rango de 0.6 a 0.79.

Del mismo modo, se realizó la prueba de hipótesis específica 2: "Sí existe una relación entre el personal administrativo y el servicio al cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022" en donde se obtuvo un nivel de significancia de 0.000, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se demuestra que existe una correlación alta de 0.720, puesto que se encuentra en el rango de 0.7 a 0.89.

Por último, se realizó prueba de la hipótesis específica 3: "Sí existe una relación entre el personal operativo y la motivación de compra del cliente en los establecimientos comerciales de la ciudad de Moyobamba en el año 2022", en donde se obtuvo un nivel de significancia de 0.000, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se demuestra que existe una correlación alta de 0.743, por lo que se encuentra en el rango de 0.7 a 0.89.

Para concluir, recomendaría diversificar la muestra poblacional, es decir asistir a más establecimientos comerciales en la ciudad de Moyobamba con el fin de brindarle mayor certeza a la investigación científica, a su vez poder tomar el mismo número de mujeres y de hombres para obtener en los resultados equidad de género, aun cuando no es obligatorio. Así mismo, recomendaría realizar un número mayor de hipótesis específicas para poder incrementar la información obtenida con la finalidad de buscar mayores soluciones al problema general, que fue resuelto, pero podríamos abarcarlo por otros flancos que aun no hemos tocado.

REFERENCIAS

- Aguilar, Jorge (2019). El servicio al cliente. Recuperado de:
http://www.direcciondepersonal.com/servicio_al_cliente.pdf
- Cruz, Jessica (2017). La calidad de vida laboral y el estudio del recurso humano: una reflexión sobre su relación con las variables organizacionales. Recuperado de:
<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/10617/214421443127>
- Escudero, José (2012). Comunicación y atención al cliente. Madrid, España. Recuperado de:
https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=o9Pg1GwqS3wC&oi=fnd&pg=PA1&dq=atencion+al+cliente+&ots=g3a_VQMUyR&sig=cO0dxLRVzPJfYQE Qs7kcMp78yaM#v=onepage&q&f=false
- García, María (2013). Gestión de la atención al cliente/consumidor. Recuperado de:
https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=gF2TBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&dq=atencion+al+cliente&ots=fcph0ERFRl&sig=wtoWps0vicW-16ViJMAxLop4HeU#v=onepage&q&f=false
- Gil, J. V. (2020). *Fundamentos de Atención al Cliente*. España: Elearning S.L. .
https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=VGzoDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=Atencion+al+cliente+a+nivel+mundial&ots=OQB6MR-9mN&sig=zU-JwWCOvI8lvmsOKmC4GEfBNxg&pli=1#v=onepage&q=Atencion%20al%20cliente%20a%20nivel%20mundial&f=false
- Iletse, Tinoco (2016). El Servicio de Atención al Cliente en Café Papa Jam Pizza en la ciudad de Estelí, en el I Semestre del año 2016. Recuperado de:
<https://repositorio.unan.edu.ni/4008/1/17815.pdf>

López, S. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario*. España: Parainfo.

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=jpzODwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=atenci%C3%B3n+al+cliente+concepto&ots=2JUXEF_DvS&sig=AMn9hkYgEqBzJKinNx_O2rRfaNY#v=onepage&q=atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20concepto&f=false

Mariño – Mesías, R. (2014) Análisis de las dimensiones y variables que configuran la calidad de servicio asociada al factor humano. Una aplicación al sector bancario andorrano. Recuperado de: https://www.uda.ad/wp-content/uploads/2010/03/analisis_dimensiones.pdf

Najul, J. (2014). *El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio*. Valencia. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/2190/219022148002.pdf>

Ongallo, Carlos. (2012) La atención al cliente y el servicio posventa. Madrid, España. Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=wGuKoAIHIBIC&oi=fnd&pg=PA183&dq=atencion+al+cliente+&ots=si7z9PtPXw&sig=VeEUksdsfsd6mFQjYG-6Pu-lb2s#v=onepage&q&f=false

Ortiz, Enrique (2013). *Atención básica al cliente*. Córdoba, España. Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=HZmyBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=+historia++de+atencion+al+cliente&ots=_PnnSxMEhb&sig=aOwl0lT6kLEtr9HSddcg2n3hMLM#v=onepage&q&f=false

Palomo, María (2014) *Atención al cliente*. Asturias, España. Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=WWWgBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&dq=atencion+al+cliente+&ots=62c7bnvPeQ&sig=VkfqmBQY5DAFQn3FnKv3M7Xjfyw#v=onepage&q&f=false

- Pujol-Cols, Lucas (2017). Satisfacción laboral: una revisión de la literatura acerca de sus principales determinantes. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n52/v30n52a06.pdf>
- Punina, Iván (2015). El Endomarketing y su incidencia en la satisfacción del cliente de la empresa Telsa de la ciudad de Ambato. Ambato, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/13418/1/378%20MKT.pdf>
- Reserva, B. C. (2013). *Caracterización del departamento de San Martín*. Perú. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Iquitos/San-Martin-Characterizacion.pdf>
- Rubio, German (2014). La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL)*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/816/81649428003.pdf>
- Salazar, Wilfrido (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/816/81649428003.pdf>
- Sánchez, María (2014). Capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en “El restaurant mar picante” de la ciudad de Trujillo. Trujillo, Perú. Recuperado de: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/351/1/SANCHEZ_MARIA_ATENCION_CLIENTE_CALIDAD_SERVICIO.pdf
- Villa, Juan (2014). Manual de atención al cliente y usuarios. Barcelona, España. Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=gDyqBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT16&dq=atencion+al+cliente+&ots=oZkx4cE5gU&sig=YB87wWVFr8caqfP_xwb8M-uudlo4#v=onepage&q=atencion%20al%20cliente&f=false

ANEXOS

ANEXO N°1 CUESTIONARIO

<u>Encuesta</u>	
1.	¿Usted ha comprado en un establecimiento comercial en la ciudad de Moyobamba en el año 2022? <div style="display: flex; justify-content: space-around; font-size: small;"> SÍ NO </div>
Si su respuesta es SÍ, responder de acuerdo con un establecimiento comercial es específico.	
2.	¿Usted considera que el establecimiento comercial le brinda una atención rápida? <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo • En desacuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • De acuerdo • Totalmente de acuerdo
3.	¿Usted considera que el personal brinda un trato amable, cortés y cordial bajo cualquier circunstancia? <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo • En desacuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • De acuerdo • Totalmente de acuerdo
4.	¿Usted considera que el gerente supervisa de forma constante al personal? <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo • En desacuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • De acuerdo • Totalmente de acuerdo
5.	¿Usted considera que las reglas y las normas del establecimiento comercial están dirigidas hacia el cliente? <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo • En desacuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • De acuerdo • Totalmente de acuerdo
6.	¿Usted considera que el establecimiento comercial tiene buen prestigio y reputación? <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo • En desacuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • De acuerdo • Totalmente de acuerdo
7.	¿Usted considera que el personal recibe a los clientes con buena actitud? <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo • En desacuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • De acuerdo • Totalmente de acuerdo
8.	¿Usted considera que el establecimiento comercial brinda la comodidad a su personal para desarrollar un buen trabajo? <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo • En desacuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • De acuerdo • Totalmente de acuerdo
9.	¿Usted considera que el establecimiento comercial existe un entorno estable y seguro para el personal? <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo • En desacuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • De acuerdo • Totalmente de acuerdo
10.	¿Usted considera que el establecimiento comercial realiza capacitaciones adecuadas y oportunas para el personal que lo atiende? <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo • En desacuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • De acuerdo • Totalmente de acuerdo
11.	¿Usted considera que el establecimiento comercial brinda oportunidades de desarrollo al personal? <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo • En desacuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • De acuerdo • Totalmente de acuerdo
12.	¿Usted considera que existe una buena comunicación entre el personal que trabaja en el establecimiento comercial? <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo • En desacuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • De acuerdo • Totalmente de acuerdo
13.	¿Usted considera que el personal del establecimiento comercial presta atención a los comentarios emitidos por sus superiores? <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo • En desacuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • De acuerdo • Totalmente de acuerdo

ANEXO N°2 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VARIABLE INDEPENDIENTE: ATENCIÓN AL CLIENTE	Lages y Piercy (2012), argumentan que en el mercado actual, competitivo y dinámico, es primordial que las empresas se esfuercen permanentemente en mejorar el servicio que ofrecen a sus clientes.	Proceso comercial que debe brindar un buen servicio al cliente siendo amables, corteses y cordiales en todo momento bajo cualquier circunstancia. Así también atender con rapidez apenas el cliente ingrese al local resolviendo consultas, quejas, reclamos y pedidos. Finalmente, debería buscar satisfacer las necesidades de la forma más eficiente y eficaz dando un trato igualitario a los clientes sin tener ningún prejuicio.	Calidad de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> - El personal brinda un trato amable, cortés y cordial a los clientes bajo cualquier circunstancia. - La empresa brinda una atención rápida a los clientes. - La empresa desarrolla una correcta resolución de dudas, quejas, reclamos o pedidos. - La empresa cuenta con el número adecuado de colaboradores para los puestos de trabajo.
			Satisfacción del cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Los trámites que se realizan en mi área son operativos y facilitan la atención del cliente. - Existen formas o métodos para evaluar la calidad de mi trabajo. - El gerente supervisa constantemente al personal. - Las normas y reglas están dirigidas al cliente.
			Confianza	<ul style="list-style-type: none"> - Los clientes tienen confianza en el personal que labora en la empresa. - Recibimos a los clientes con una sonrisa y buena actitud - La empresa tiene una buena reputación e imagen.
VARIABLE DEPENDIENTE: FUERZA LABORAL	Según Nebot, J. (1999) la fuerza laboral es un grupo de personas dinámico cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de los clientes de la forma más adecuada. Su proactividad será el termómetro con el que se midan las acciones que estos realizan para producir efectos positivos en su entorno.	Capacidad mental y física de cualquier ser humano para llevar a cabo una labor determinada. La fuerza laboral debe tener una mentalidad para poder trabajar en equipo de modo tal que la empresa consiga los mejores resultados. Finalmente, deberían ser eficientes para cumplir con sus roles asignados sin inconvenientes. Además demostrar ser proactivos en la solución de problemas inesperados.	Condiciones Laborales	<ul style="list-style-type: none"> - En esta empresa tengo la comodidad para desarrollar un buen trabajo. - Existe un entorno laboral estable y seguro. - La empresa tiene instalaciones limpias y modernas. - Cuento con los equipos y herramientas adecuados para realizar mi trabajo.
			Experiencia laboral	<ul style="list-style-type: none"> - Estoy satisfecho con las oportunidades de desarrollo dentro de la organización. - Existen niveles de promoción y ascensos de acuerdo a su capacidad y desempeño laboral. - Existen reconocimientos por el trabajo bien realizado por parte de mis superiores. - Recibo capacitación adecuada y oportuna para alcanzar nuevas demandas en mi trabajo.
			Atención y Corrección	<ul style="list-style-type: none"> - Existe una buena comunicación entre mis compañeros de trabajo. - Mi jefe inmediato superior me comunica si estoy realizando mal o bien mi trabajo. - La información de interés para todos llega de manera oportuna a mi persona. - Presto atención a los comentarios que emiten mis superiores.

ANEXO N°3 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

PROBLEMAS	OBJETIVOS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL			TIPO ESTUDIO DE DISEÑO	DE Y
			VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES		
<p>GENERAL: ¿De qué manera la fuerza laboral influye en la atención al cliente en el Gimnasio J&M Fitness en la ciudad de Lima en el año 2019?</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿De qué manera el personal de ventas influye en el servicio al cliente en el Gimnasio J&M Fitness en la ciudad de Lima en el año 2019? - ¿De qué manera el personal administrativo influye en la decisión de compra del cliente en el Gimnasio J&M Fitness en la ciudad de Lima en el año 2019? - ¿De qué manera el personal operativo influye en la motivación del cliente en el Gimnasio J&M Fitness en la ciudad de Lima en el año 2019? 	<p>GENERAL: Determinar de qué manera la fuerza laboral influye en la atención al cliente en el Gimnasio J&M Fitness en la ciudad de Lima en el año 2019.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar cómo el personal de ventas influye en la decisión de compra del cliente en el Gimnasio J&M Fitness en la ciudad de Lima en el año 2019. - Determinar cómo el personal administrativo influye en el servicio de atención al cliente en el Gimnasio J&M Fitness en la ciudad de Lima en el año 2019. - Determinar cómo el personal operativo influye en la motivación del cliente en el Gimnasio J&M Fitness en la ciudad de Lima en el año 2019. 	<p>Proceso comercial que debe brindar un buen servicio al cliente siendo amables, corteses y cordiales en todo momento bajo cualquier circunstancia. Así también atender con rapidez apenas el cliente ingrese al local resolviendo consultas, quejas, reclamos y pedidos. Finalmente, debería buscar satisfacer las necesidades de la forma más eficiente y eficaz dando un trato igualitario a los clientes sin tener ningún prejuicio.</p> <p>Capacidad mental y física de cualquier ser humano para llevar a cabo una labor determinada. Los instrumentos de dicha fuerza serán las herramientas necesarias para llevarlo a cabo, los conocimientos especializados (técnicos o procedimentales), y los medios de producción (la fábrica, las maquinarias, etc.). La fuerza laboral debe tener una mentalidad para poder trabajar en equipo de modo tal que la empresa consiga los mejores resultados. Finalmente, deberían ser eficientes para cumplir con sus roles asignados sin inconvenientes. Además demostrar ser proactivos en la solución de problemas inesperados.</p>	Atención al cliente	<p>Calidad del servicio</p> <p>Satisfacción al cliente</p> <p>Confianza</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Personal amable, cortés y cordial. - Personal atento al cliente en todo momento. - Atención rápida. - Correcta resolución de dudas, quejas, reclamos o pedidos. - Confianza en el personal. - Sonrisa. - Reputación e imagen. 	Tipo de estudio: cuantitativo descriptivo	
			Fuerza laboral	<p>Condiciones laborales</p> <p>Experiencia laboral</p> <p>Atención y corrección</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Número adecuado de colaboradores para el puesto. - Comodidad. - Entorno laboral estable y seguro. - Trabajo en equipo efectivo. - Realización de sus roles de forma adecuada. - Satisfacción laboral. - Reconocimientos laborales. - Capacitación constante. - Buena comunicación. - Comentarios emitidos. 	Diseño: Correlacional	

ANEXO N°4 VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Docente: Moisés García

TABLA DE EVALUACION DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Moisés Jiménez Moisés Bustillo

TITULO Y GRADO

Ph D [] Doctor [] Magíster [X] Licenciado [] Otros [Especifique]

UNIVERSIDAD QUE LABORA: Universidad Privada del Norte

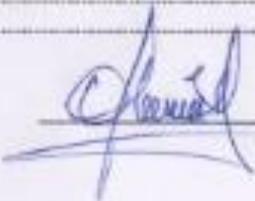
FECHA: 05 de junio de 2020

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:
"La fuerza laboral y su influencia en la atención al cliente en el Comercio por el Fitness en la ciudad de Moyobamba en el año 2019"

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas del SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicar sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de preguntas.

Nº	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El título de la investigación tiene relación con el instrumento de recolección de datos?	X		
2	¿Las variables de estudio se relacionan con el instrumento de recolección de datos?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, responde a los objetivos del estudio?	X		
4	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
5	¿La redacción de las preguntas tiene coherencia?	X		
6	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
7	¿El instrumento de recolección contribuirá al análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿El instrumento de medición, será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
TOTAL				

Sugerencias:

Firma del experto: 

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: ATENCIÓN AL CLIENTE

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencias		Relevancia		Claridad		sugerencias
		si	no	si	no	si	no	
Dimensión 1: Calidad de servicio								
1	¿Cuánto tiempo lleva laborando en el gimnasio J&M Fitness?	x		x		x		
2	¿Considera usted que brinda un buen servicio a los clientes?	x		x		x		
3	¿La atención que realiza se hace de forma rápida?	x		x		x		
4	¿Considera usted que brindan un buen servicio?	x		x		x		
Dimensión 2: Satisfacción del cliente								
5	¿Considera usted que el cliente se siente satisfecho con su servicio?	x		x		x		
6	¿Considera usted que el cliente se siente insatisfecho cuando el servicio no es personalizado?	x		x		x		
7	¿Qué podría proponer para mejorar la atención a los clientes aunque no sea personalizado?	x		x		x		
8	¿Considera usted que las normas y reglas de la empresa están dirigidas al cliente? – reformular		x		x		x	
Dimensión 3: Confianza								
9	¿Considera usted que una buena actitud genera confianza en los clientes?	x		x		x		
10	¿Usted cuenta con una buena actitud hacia los clientes?	x		x		x		
11	¿Considera usted que la empresa es percibida como confiable?	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr/Mg Mosés Gustavo García Jiménez DNI: 10621504

Especialidad del validador... Ciencias de la Comunicación 18 de del 2022


Firma del Experto informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA VARIABLE DEPENDIENTE:

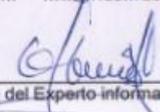
N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencias		Relevancia		Claridad		sugerencias
		si	no	si	no	si	no	
Dimensión 1: Condiciones laborales								
1	¿Considera usted que tiene la comodidad para realizar un buen trabajo?	x		x		x		
2	¿Considera usted que existe un entorno laboral estable y seguro?	x		x		x		
3	¿Considera usted que la organización tiene instalaciones limpias y modernas?	x		x		x		
4	¿Usted cuenta con los equipos y herramientas adecuadas para realizar su trabajo?	x		x		x		
Dimensión 2: Experiencia laboral								
5	¿Usted se siente satisfecho con las oportunidades de desarrollo dentro de la empresa?	x		x		x		
6	¿Se realizan ascensos de acuerdo a la capacidad y desempeño laboral?	x		x		x		
7	¿Se realizan reconocimientos por el trabajo bien realizado de parte de los superiores?	x		x		x		
8	¿Usted recibe capacitación adecuada y oportuna para cumplir con las demandas laborales?	x		x		x		
Dimensión 3: Atención y corrección								
9	¿Considera usted que las actividades que se realizan en su área facilitan la atención del usuario?	x		x		x		
10	¿Existen métodos para evaluar su calidad laboral?	x		x		x		
11	¿Usted considera que las normas y reglas de la empresa son claras y facilitan el trabajo?	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr/Mg Mosés Gustavo García Jiménez DNI: 10621504

Especialidad del validador... Ciencias de la Comunicación 18 de del 2022


Firma del Experto informante.

ANEXO N°5 VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Docente: Rosa Pedroza

TABLA DE EVALUACION DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:

TITULO Y GRADO

Ph D () Doctor () Magíster () Licenciado () Otros (Especifique).....

UNIVERSIDAD QUE LABORA:

FECHA:

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: ⁶⁶ La fuerza laboral y su influencia en la atención al cliente en el Gimnasio J&M Fitness en la ciudad de Lima en el año 2019 ⁸⁹

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas del SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicar sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de preguntas.

Nº	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El título de la investigación tiene relación con el instrumento de recolección de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
2	¿Las variables de estudio se relacionan con el instrumento de recolección de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
3	¿El instrumento de recolección de datos, responde a los objetivos del estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
4	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	<input checked="" type="checkbox"/>		
5	¿La redacción de las preguntas tiene coherencia?	<input checked="" type="checkbox"/>		
6	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
7	¿El instrumento de recolección contribuirá al análisis y procesamiento de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
8	¿El instrumento de medición, será accesible a la población sujeto de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
TOTAL				

Sugerencias:

Firma de



Mp. Rosa D. Pedroza San Miguel
 Registro N° 23169
 DNI: 45807238

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor (a) (ita):

Rosa Diana Pedroza San Miguel

Presente:

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela de Negocios de la Universidad Privada del Norte – UPN, en la sede Lima, Los Olivos, de la carrera profesional de Administración y Marketing, requiero validar el instrumento con el cuál recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación y con la cual optaré el grado de Licenciada en Administración y Marketing.

El título de mi proyecto de investigación es: La fuerza laboral y su influencia en la atención al cliente en el Gimnasio J&M Fitness en la ciudad de Lima en el año 2019 y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, consideré conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en las variables comprendidas en la investigación,

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente:



Mg. Rosa D. Pedroza San Miguel
RegistroN° 23169
DNI: 45807238

ANEXO N°6 VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Docente: Cesar Acosta

TABLA DE EVALUACION DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: ACOSTA CASHU CESAR AUGUSTO

TITULO Y GRADO

Ph D [] Doctor [] Magister [] Licenciado [X] Otros (Especifique).....

UNIVERSIDAD QUE LABORA: Universidad Privada del Norte

FECHA: 07/06/2020.

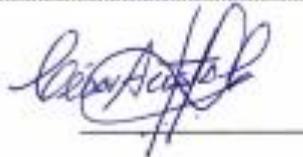
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: “La fuerza laboral y su influencia en la atención al cliente en el Gimnasio J&M Fitness en la ciudad de Lima en el año 2019”

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas del SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicar sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de preguntas.

N°	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El título de la investigación tiene relación con el instrumento de recolección de datos?	X		
2	¿Las variables de estudio se relacionan con el instrumento de recolección de datos?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, responde a los objetivos del estudio?	X		
4	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
5	¿La redacción de las preguntas tiene coherencia?	X		
6	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
7	¿El instrumento de recolección contribuirá al análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿El instrumento de medición, será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
TOTAL				

Sugerencias: NINGUNA.....

Firma de



Cesar A. Acosta Cashu - DNI 07580805