

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**TESIS PARA OBTENER  
EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**RELACIÓN DE GESTIÓN DE TALENTO HUMANO Y  
CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN CASA DE LA  
FABRICA S.R.L., JAÉN, 2020**

**Autora:**

**Bach. Leydi Suárez Llanos**

**Asesor:**

**M.Sc. Carlos Raúl Poémape Oyanguren**

Registro: (.....)

**CHACHAPOYAS – PERÚ**

**2023**

# AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM



## ANEXO 3-H

### AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM

- Datos de autor 1**  
Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): Suárez Manos Legdi  
DNI N°: 76508888  
Correo electrónico: Suarezmanos@gmail.com  
Facultad: Ciencias Económicas y Administrativas  
Escuela Profesional: Administración de Empresas
- Datos de autor 2**  
Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): \_\_\_\_\_  
DNI N°: \_\_\_\_\_  
Correo electrónico: \_\_\_\_\_  
Facultad: \_\_\_\_\_  
Escuela Profesional: \_\_\_\_\_
- Título de la tesis para obtener el Título Profesional**  
Relación de Gestión de Talento humano y calidad de atención al cliente en casa de la fabrica S.R.L, Jaén, 2020.
- Datos de asesor 1**  
Apellidos y nombres: Econ. Poemape Oyanguren Carlos Raúl  
DNI, Pasaporte, C.E N°: 33430187  
Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-9670-0970>): 0000-0001-9127-2404
- Datos de asesor 2**  
Apellidos y nombres: \_\_\_\_\_  
DNI, Pasaporte, C.E N°: \_\_\_\_\_  
Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-9670-0970>): \_\_\_\_\_
- Campo del conocimiento según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos- OCDE (ejemplo: Ciencias médicas, Ciencias de la Salud-Medicina básica-Immunología)**  
[https://catalogos.conc.nec.uob.pe/vocabulario/ocde\\_ford.html](https://catalogos.conc.nec.uob.pe/vocabulario/ocde_ford.html)  
Ciencias Sociales - Economía - Negocios y Administración
- Originalidad del Trabajo**  
Con la presentación de esta ficha, el(la) autor(a) o autores(as) señalan expresamente que la obra es original, ya que sus contenidos son producto de su directa contribución intelectual. Se reconoce también que todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal.
- Autorización de publicación**  
El(los) titular(es) de los derechos de autor otorga a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM), la autorización para la publicación del documento indicado en el punto 2, bajo la *Licencia creative commons* de tipo BY-NC: Licencia que permite distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial por lo que la Universidad deberá publicar la obra poniéndola en acceso libre en el repositorio institucional de la UNTRM y a su vez en el Registro Nacional de Trabajos de Investigación-RENATI, dejando constancia que el archivo digital que se está entregando, contiene la versión final del documento sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador.

Chachapoyas, 13 de Julio de 2023

  
Firma del autor 1

\_\_\_\_\_  
Firma del autor 2

  
Firma del Asesor 1

\_\_\_\_\_  
Firma del Asesor 2

## **Dedicatoria**

A mis padres, David y Eloisa, quienes con su amor, paciencia y esfuerzo han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores lo cual me han llevado a seguir adelante en momentos difíciles, por su apoyo emocional y psicológico.

A mis hijos Jhair y Emily, quienes son mi mayor motivación para seguir adelante, lograr mis sueños y objetivos y poder ser un ejemplo para ellos.

La autora

## **Agradecimiento**

Tus esfuerzos son impresionantes, tu amor es para mí invaluable, juntos a mis padres, me han proporcionado todo lo necesario, sus enseñanzas lo aplico en cada momento de mi vida; los cuales son los mejores pilares de mi formación.

Te doy gracias Jairo, tus apoyos fueron fundamentales para la culminación de mi tesis.

A mi asesor de tesis, Econ. Carlos Raúl Poémape M.Sc., por sus enseñanzas brindadas a lo largo de mi carrera universitaria.

Leydi

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE  
MENDOZA DE AMAZONAS**

**Ph.D. Jorge Luis Maicelo Quintana  
RECTOR**

**Dr. Oscar Andrés Gamarra Torres  
VICERRECTOR ACADÉMICO**

**Dra. María Nelly Luján Espinoza  
VICERRECTORA DE INVESTIGACIÓN**

**Mg. Cirilo Lorenzo Rojas Mallqui  
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

## VISTO BUENO DEL ASESOR DE LA TESIS



**UNTRM**

**REGLAMENTO GENERAL**  
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE  
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

### ANEXO 3-L

#### VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (x)/Profesional externo ( ), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada Relación de gestión de talento humano y Calidad de atención al cliente en casa de la Fabrica S.R.L, Jaén, 2020; del egresado Leydi Suárez Llanos de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Escuela Profesional de Administración de Empresas; de esta Casa Superior de Estudios.

El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.



Chachapoyas, 02 de noviembre de 2022

Firma y nombre completo del Asesor

Carlos Raúl Femenaje

Jurado Evaluador de la Tesis



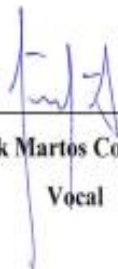
---

**Dr. River Chávez Santos**  
**Presidente**



---

**Dr. Rosas Carranza Guevara**  
**Secretario**



---

**Mg. Erik Martos Collazos Silva**  
**Vocal**

# CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS



## ANEXO 3-Q

### CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

Relación de gestión de talento humano y calidad de atención al cliente en casa de la fábrica S.R.L, Jaén, 2022

presentada por el estudiante ( ) /egresado (x) Leydi Suárez Manos

de la Escuela Profesional de Administración de Empresas

con correo electrónico institucional SuarezManos@gmail.com.

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- a) La citada Tesis tiene 16 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (x) / igual ( ) al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- b) La citada Tesis tiene \_\_\_\_\_ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.

Chachapoyas, 20 de marzo del 2023

  
SECRETARIO

Dr. Rosas Carranza Guevara

  
PRESIDENTE

Dr. River Chávez Santos

  
VOCAL  
Mg. Erik Martos Collazos Silva

OBSERVACIONES:

.....  
.....



# ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS



ANEXO 3.5

## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 11 de JULIO del año 2023 siendo las 11:00 horas, el aspirante: LEYDI SUÁREZ LIANOS, asesorado por ECON. CARLOS RAÚL POCHAPE DYAN SUAREZ defiende en sesión pública presencial () / a distancia ( ) la Tesis titulada: RELACION DE GESTIÓN DE TALENTO HUMANO Y CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN CASA DE LA FÁBRICA S.R.L., IACN, 2020, para obtener el Título Profesional de LIC. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: DR. REVER CHÁVEZ SANTOS

Secretario: DR. ROSAS CARRANZA GUEVARA

Vocal: MG. FRISK MARTÍN COLLADO SILVA

Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.



Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado () por Unanimidad () / Mayoría ( ) Desaprobado ( )

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 12:30 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

  
SECRETARIO

  
VOCAL

  
PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

## Índice

Autorización de Publicación de la Tesis en el Repositorio Institucional de la UNTRM .	ii
Dedicatoria .....	iii
Agradecimiento .....	iv
Autoridades de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.	v
Visto Bueno del Asesor de la Tesis .....	vi
Jurado Evaluador de la Tesis .....	vii
Constancia de Originalidad de la Tesis .....	viii
Acta de Sustentación de la Tesis .....	ix
Índice .....	x
Índice de Tablas .....	xi
Resumen .....	xiii
Abstract .....	xiv
I. INTRODUCCIÓN .....	15
II. MATERIAL Y MÉTODOS .....	20
2.1 Tipo de investigación .....	20
2.2 Diseño de investigación .....	20
2.3 Población, muestra y muestreo .....	21
2.4 Operacionalización de variables .....	22
2.5 Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	23
2.6 Análisis de datos .....	23
III. RESULTADOS .....	24
3.1 Diagnóstico situacional de la calidad en atención al cliente de la Casa de la Fábrica S.R.L. de la ciudad de Jaén en el año 2020 .....	24
3.2 Análisis de la gestión de talento humano en la Casa de la Fábrica S.R.L. de la ciudad de Jaén .....	33
3.3 Establecimiento de la relación entre gestión de talento humano y calidad en atención al cliente de la Casa de la Fábrica S.R.L. de la ciudad de Jaén .....	44
IV. DISCUSIÓN .....	48
V. CONCLUSIONES .....	49
VI. RECOMENDACIONES .....	50
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	51
ANEXOS .....	53

## Índice de Tablas

Tabla 1. Descripción de los trabajadores de la empresa Casa de la Fábrica S.R.L. ....	21
Tabla 2. Clientes externos de la empresa Casa de la Fábrica S.R.L. al año 2019 .....	21
Tabla 3. Grado de instrucción de los encuestados .....	24
Tabla 4. Género de los encuestados .....	24
Tabla 5. Motivo de su compra .....	25
Tabla 6. Su percepción respecto a la personal que lo atendió .....	25
Tabla 7. La orientación brindada por el personal de ventas .....	26
Tabla 8. Demostró personalidad adecuada del personal que lo atendió .....	26
Tabla 9. Calificación de la calidad la atención recibida .....	27
Tabla 10. Lo atendieron con amabilidad y cortesía .....	27
Tabla 11. El personal participó en la búsqueda del producto .....	28
Tabla 12. Mostraron interés en ayudarlo al ingresar a la tienda .....	28
Tabla 13. Respecto al tiempo que demoran para su atención .....	29
Tabla 14. Culminada su compra le hicieron entrega adecuada del producto .....	29
Tabla 15. Respecto a los precios de los productos que buscó .....	30
Tabla 16. Sobre la calidad de los productos en esta tienda .....	30
Tabla 17. Sobre la modalidad de pago de su compra .....	31
Tabla 18. Respecto a la accesibilidad en las instalaciones internas .....	31
Tabla 19. En cuanto a la seguridad dentro y fuera del local .....	32
Tabla 20. Datos generales del personal de ventas de la empresa .....	33
Tabla 21. ¿Ud. se considera debidamente capacitado para la labor asignada? .....	34
Tabla 22. ¿Cuenta Ud. con la experiencia necesaria para este cargo asignado? .....	34
Tabla 23. ¿Brinda algún tipo de asesoría y solución en las compras de los clientes? .....	35
Tabla 24. ¿Tiene facilidad de comunicación con todos los clientes? .....	35
Tabla 25. ¿Conoce con exactitud los precios y bondades de los productos ofrecidos?... ..	36
Tabla 26. ¿Le gusta trabajar en equipo en esta empresa? .....	36
Tabla 27. ¿Realiza contacto visual con el cliente para una mejor atención? .....	37
Tabla 28. ¿Considera adecuado el tiempo de atención brindado al cliente? .....	37
Tabla 29. ¿Transmite confianza en todo momento al cliente? .....	38
Tabla 30. ¿Hace el mejor esfuerzo al efectuar sus labores diarias? .....	38
Tabla 31. ¿Realiza normalmente trabajo a presión? .....	39
Tabla 32. ¿Comprende rápidamente los requerimientos de compras de los clientes? ....	39
Tabla 33. ¿Muestra sincero interés para dar solución a posibles problemas de clientes? ..	40

Tabla 34. ¿Está dispuesto a colaborar para mejorar la calidad de atención al cliente? ...	40
Tabla 35. ¿Se expresa en todo momento con calidad y atención? .....	41
Tabla 36. ¿Da Ud. saludo de bienvenida a sus clientes en todo momento? .....	41
Tabla 37. ¿Se siente motivado para realizar este trabajo de manera diaria? .....	42
Tabla 38. ¿Tiene predisposición para solucionar quejas o problemas de los clientes? ...	42
Tabla 39. ¿Realiza la atención con respeto y educación? .....	43
Tabla 40. ¿Se despide de manera amable de los clientes en todo momento? .....	43
Tabla 41. Correlación entre percepción del personal que lo atendió y tiempo que demoran para su atención .....	44
Tabla 42. Correlación entre calificación de la calidad la atención recibida y culminada su compra le hicieron entrega adecuada del producto .....	45
Tabla 43. Correlación entre participación del personal en la búsqueda del producto y accesibilidad en las instalaciones internas .....	46
Tabla 44. Correlación entre gestión del talento humano y calidad de atención al cliente .....	47

## **Resumen**

Esta investigación titulada Relación de gestión de talento humano y calidad de atención al cliente en Casa de La Fábrica S.R.L., Jaén, 2020; tuvo el objetivo de determinar la relación existente entre gestión de talento humano y calidad en atención al cliente en la Casa de la Fábrica S.R.L. Usó metodología descriptiva y correlacional de diseño no experimental transeccional, aplicó 69 encuestas a clientes que acudieron a esta empresa, y entrevistó a 12 de sus trabajadores. Su hipótesis: La relación que existe entre la gestión del talento humano y la calidad de atención al cliente es significativa muy alta en la empresa Casa de la Fábrica S.R.L. Respecto a la percepción sobre la calidad del servicio recibido de los clientes encuestados, el trato y la orientación recibida mayormente fue bueno por el personal que los atendió, calificándolos de adecuados en su trabajo y conocimientos de atención. Sobre la gestión del talento humano entrevistó al personal de ventas a pesar de contar con estudios de secundaria o carreras técnicas, todos se consideran debidamente capacitados y con experiencia para este puesto laboral, brindando asesorías y dar soluciones en las intenciones de compras a los clientes; sintiéndose cómodos y en todo momento transmiten confianza. Concluyendo tener relación significativa positiva muy alta entre la gestión de talento humano y calidad en atención al cliente en la Casa de la Fábrica.

**Palabras clave:** Gestión de recursos humanos, calidad de atención al cliente, relación y correlación.

## **Abstract**

This research entitled Human talent management relationship and customer service quality at Casa de La Fábrica S.R.L., Jaén, 2020; had the objective of determining the relationship between human talent management and quality in customer service at Casa de la Fábrica S.R.L. He used a descriptive and correlational methodology of a transectional non-experimental design, applied 69 surveys to clients who came to this company, and interviewed 12 of its workers. His hypothesis: The relationship between the management of human talent and the quality of customer service is very high in the company Casa de la Fábrica S.R.L. Regarding the perception of the quality of the service received from the clients surveyed, the treatment and guidance received was mostly good by the staff who attended them, qualifying them as adequate in their work and knowledge of care. Regarding the management of human talent, he interviewed the sales staff despite having high school studies or technical careers, all of them consider themselves duly trained and with experience for this job position, providing advice and solutions in purchasing intentions to customers; feeling comfortable and at all times transmit confidence. Concluding to have a very high positive significant relationship between the management of human talent and quality in customer service at the Casa de la Fábrica.

**Keywords:** Human resource management, customer service quality, relationship and correlation.

## **I. INTRODUCCIÓN**

La gestión del talento humano se torna de mayor importancia en estos últimos años a nivel empresarial al contratar a nuevos trabajadores con perfiles humanos que hoy requieren las nuevas economías; el departamento de recurso humano comenzó su adaptación al introducir nuevos procesos de gestión y el soporte con herramientas que se adecúan a su entorno con la finalidad de incorporar a personas talentosas y medir adecuadamente su desempeño y la posibilidad de capacitarlos en todo momento. También deben retener a sus trabajadores con talentos innatos y reclutar a los nuevos que destaquen dentro de sus áreas estratégicas (Reuters, 2012).

Existe relación directa entre calidad del servicio y gestión de recursos humanos en todas las organizaciones, convirtiéndose la calidad del servicio en un requisito importante para la competencia y una ventaja competitiva para atraer a nuevos clientes o fidelizar a los clientes existentes; y la gestión del capital humano debe aplicar inteligencia emocional como estrategia del departamento de recursos humanos en la búsqueda de la diferenciación del servicio de su personal para alcanzar la ventaja competitiva diferenciadora (Barceló, 2022).

La gestión del talento humano es un conjunto de procesos en una organización para atraer, captar o incorporar a nuevo personal o retener al personal existente, considerado factor clave en el incremento de la competitividad y rentabilidad empresarial; siendo una de sus ventajas la máxima satisfacción laboral para aumentar la productividad con menos pérdidas económicas (Universidad Internacional de La Rioja, 2021).

Para Puga (2018), menciona haber empresas que no quisieron ver los cambios venideros y no se prepararon teniendo resultados destrozados en pérdidas en sus ventas al no adaptarse a las necesidades cada vez más cambiantes del consumidor con estrategias adecuadas, siendo para este autor quién tiene la última palabra es el consumidor.

La ciudad de Jaén, es una de las ciudades del departamento de Cajamarca de mayor importancia en la zona norte, con más de 70 mil habitantes, es una zona productora de arroz y café y comercialmente importante, moderna y centro agrícola de la selva alta, también los servicios complementarios son prioritarios e importantes dentro de su estructura económica como ciudad a través de pequeñas y medianas empresas

cuyos negocios son considerados sostenibles pero cada vez más difíciles de mantener en un mundo cada más competitivo.

La presente investigación se planteó el siguiente problema de investigación: ¿Cuál es la relación existente en gestión del talento humano y calidad en atención al cliente en Casa de la Fábrica S.R.L., Jaén, 2020?

También se planteó el objetivo general: Determinar la relación existente entre gestión del talento humano y calidad en atención al cliente en la Casa de la Fábrica S.R.L. de la ciudad de Jaén, 2020.

Los objetivos específicos a corroborar son:

Diagnosticar situacionalmente la calidad en atención al cliente de la Casa de la Fábrica S.R.L. de la ciudad de Jaén en el año 2020.

Analizar la gestión del talento humano en la Casa de la Fábrica S.R.L. de la ciudad de Jaén.

Establecer la relación entre gestión del talento humano y calidad en atención al cliente de la Casa de la Fábrica S.R.L. de la ciudad de Jaén.

Los términos justificatorios en esta investigación son las que siguen:

Justificación metodológica, realizado el diagnóstico de la situación actual de esta empresa sobre la calidad de atención hacia sus clientes y cómo hacen la gestión del talento humano en el año 2020, permitió definir de manera exacta la problemática y el planteamiento de los objetivos a determinar, mediante la aplicación de metodologías determinadas por autores que se relacionan con las variables propuestas.

Justificación económica, de una adecuada consecución de los objetivos permitió establecer la mejor relación entre las variables estudiadas, transformándose en beneficios económicos para esta empresa en la búsqueda de ser más rentables en su actividad económica.



La hipótesis a verificar es: La relación que existe entre la gestión del talento humano y la calidad de atención al cliente es significativa en la empresa Casa de la Fábrica S.R.L. de la ciudad de Jaén, 2020.

Los sustentos tipo antecedentes son los que siguen a continuación:

Antecedentes internacionales:

Suárez (2022) en su tesis de gestión del talento humano y atención al cliente, tuvo al objetivo: establecer la manera que la gestión del talento humano incide en la atención al cliente en la agencia BanEcuador. Su base metodológica fue exploratoria del tipo cualitativo y cuantitativo, del tipo documental y estadístico. Llegó a evidenciar la demora en el servicio hacia el cliente brindado en esta agencia, concluyendo que la gestión del talento humano no influye ni eficiente ni con menor tiempo de espera al cliente en la misma, causando frustraciones al tener largas colas de espera.

Agudelo (2019) en su tesis respecto a la gestión del recurso humano sobre la gestión de proyectos en las organizaciones colombianas, su objetivo fue analizar esta gestión humana en proyectos de organizaciones colombianas. La investigación fue de carácter cualitativo, llegando a concluir contrastando la realidad con el efecto en las estrategias, sobre el clima y el desempeño de la organización, requiriéndose trabajo en conjunto para buscar el cumplimiento de los objetivos de esta organización con la finalidad de elevar responsabilidades con la sensibilización de los líderes en el manejo de su personal para contribuir a la calidad de vida de sus empleados.

Herrera (2019) respecto a la gestión de talento humano y servicio al cliente, tuvo el objetivo de determinar cómo influye la primera sobre la segunda variable de análisis. La investigación fue de carácter documental de campo y descriptiva correlacional. Concluyendo no influir la gestión del talento humano sobre el servicio al cliente en los museos excluyéndola de una mejor administración.

Antecedentes nacionales:

Quispe, Tino y Gonzales (2020) en su tesis respecto a la gestión de recursos humanos y calidad del servicio, determinando alguna relación entre ambas variables descritas en una municipalidad distrital de Ucayali como objetivo. El método

utilizado fue la descriptiva correlacional, de diseño transeccional correlacional. Concluyendo que existe relación negativa muy baja del  $-0.092$  que a su vez no es significativa con el  $0,413$  entre la gestión de recursos humanos y la calidad del servicio, respecto a la satisfacción de sus empleados, o en cuanto a mejorar las competencias, o la excelencia en el desempeño, y la mejora de la productividad desarrollados en esta comuna son insuficientes para cambiar esta situación negativa. Berrospi (2019) respecto a la gestión de recursos humanos y satisfacción laboral, propuso determinar la relación entre gestión de recursos humanos y satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Novoliz S.A. El enfoque de su investigación fue descriptivo – correlacional, de corte transeccional y diseño no experimental. Su conclusión indica que una adecuada gestión de recursos humanos favorece la satisfacción laboral motivando mejores relaciones laborales en sus colaboradores.

Guere (2019) en su tesis de gestión del talento humano con relación al control de la calidad del servicio, con el objetivo de determinar la relación existente entre gestión del talento humano y control de la calidad del servicio en la empresa Valuaciones. Su metodología fue de enfoque cuantitativo de alcance descriptiva y correlacional; concluyendo a través del coeficiente Spearman una correlación alta positiva del  $0,818$ , indicó que al desarrollarse una buena gestión del talento humano se reflejó en mejor calidad del servicio brindado a la clientela.

#### Antecedentes regionales:

Cruz (2019) en cuanto a gestión en el talento humano para incrementar los niveles del servicio al cliente y la competitividad empresarial, su objetivo fue evaluar estas dos variables en la empresa de transporte Luya y Lámud SAC. Su investigación fue descriptiva correlacional de diseño no experimental. Concluyó analizar la disminución en la rentabilidad de esta empresa causada por la inadecuada gestión en el talento humano brindado por un mal servicio de sus trabajadores haciendo que sus clientes poco satisfechos calificando el servicio recibido de regular.

Santillán y Damacén (2019) respecto al diseño de documentos técnicos normativos de gestión del talento humano para mejorar la gestión administrativa, es para la empresa que investigaron, grupo Famet SAC, la gestión de talento humano el principal activo para alcanzar su desarrollo como empresa. Concluyeron encontrar una estructura organizacional pequeña, simple y vertical de carácter familiar donde

los roles y funciones organizacionales son asumidos como cargos directivos por ellos mismo, ocasionando retraso e inoperancia en la toma de decisiones.

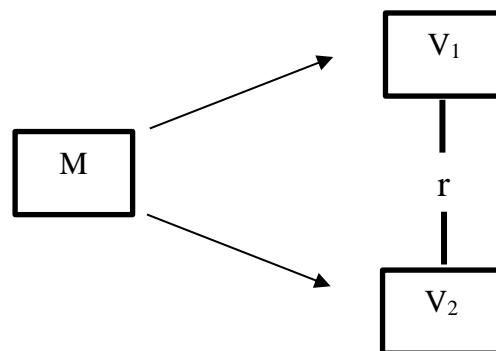
## II. MATERIAL Y MÉTODOS

### 2.1 Tipo de investigación

**Descriptivo – correlacional**, determinando la relación existente y grado entre las variables de estudio. Es descriptivo, realizar análisis de las propiedades, características, y/o perfiles de personas, grupos, objetos o cualquier otro fenómeno. (Hernández – Sampieri y Mendoza, 2018, p.92). Y es correlacional, para conocer alguna relación o algún grado de asociación que existan entre dos o más variables o categorías. (Hernández – Sampieri y Mendoza, 2018, p.93).

**Transeccional o transversal**, para describir las variables y analizarlas sus incidencias para interrelacionarlas en un momento único. Es transeccional o transversal, recopilando datos en un solo momento. (Hernández – Sampieri y Mendoza, 2018, p.154).

El esquema del diseño es:



Donde:

M: Muestra del estudio

V1: Variable gestión del talento humano

V2: Variable calidad de atención al cliente

r: Relación existente entre variables

### 2.2 Diseño de investigación

**No experimental**, buscando no hacer que varíe de manera intencional la principal variable analizando su efecto sobre la variable dependiente. Es no experimental, donde no se manipulará deliberadamente las variables observándolos en su ambiente natural para analizarlos. (Hernández – Sampieri y Mendoza, 2018, p.152).

### 2.3 Población, muestra y muestreo

**Población**, es un conjunto de sujetos o cosas con una o más propiedades en común, encontrándose en un espacio o territorio y tienen variación en el transcurso del tiempo. (Vara, 2012, p.221). Tenemos a la población N° 1 son los trabajadores de esta empresa y la N° 2 son los clientes de esta empresa.

**Tabla 1**

*Descripción de los trabajadores de la empresa Casa de la Fábrica S.R.L.*

<b>Condición de trabajadores</b>	<b>Número de trabajadores</b>
En planilla	10
Eventuales	4
<b>Total</b>	<b>14</b>

Se presenta la condición y número de trabajadores de esta empresa – año 2020.

**Tabla 2**

*Clientes externos de la empresa Casa de la Fábrica S.R.L. al año 2019*

<b>Meses</b>	<b>Número de clientes</b>
Enero	90
Febrero	80
Marzo	120
Abril	120
Mayo	110
Junio	110
Julio	150
Agosto	100
Septiembre	100
Octubre	100
Noviembre	100
Diciembre	150
<b>Total</b>	<b>1 330</b>

Se presenta el número de clientes por meses correspondientes al año 2019.

**Muestra**, conocida como un conjunto de casos extraídos de una población, los cuales fueron seleccionados por algún método racional y el tamaño muestral, es una porción significativa de la población con ciertas características parecidas. (Vara, 2012, p.221).

En esta investigación se identificó dos muestras siguientes:

El tamaño de la muestra 1, será de 14 trabajadores de la empresa, al ser la población N° 1 considerada pequeña se asume que esta muestra será la misma que la población.

Tamaño de la muestra N° 2, son 69 clientes de la empresa, calculado con la fórmula geométrica siguiente:

	$1.96^2 \times 0.95 \times 0.05 \times 1330$		242.69		
<b>n =</b>	-----	<b>n =</b>	-----	<b>n =</b>	69
	$0.05^2 (1330-1) + 1.96^2 \times 0.95 \times 0.05$		3.50		

**Muestreo**, es un proceso que consiste en extraer una muestra a partir de una población. El tipo será muestreo no probabilístico, al ser una técnica que siguen ciertos criterios de selección como los conocimientos del investigador, economía, o alcance (Vara, 2012, p.222). El muestreo a aplicar será no probabilístico del tipo por conveniencia.

## 2.4 Variables de estudio

Variable independiente : Gestión del talento humano  
 Variable dependiente : Calidad de atención al cliente

## **2.5 Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos**

**Métodos**, son los siguientes según Hernández, Ramos, Plasencia, Indacochea, Quimis y Moreno (2018):

Analítico-sintético, descomponiendo e identificando todos los elementos principales que conforman ambas variables de estudio determinando algunas particularidades, y con la síntesis se integrarán estas variables de manera general.

Inductivo-deductivo, combinando las variables de estudio entre particular a lo general (inductivo) para luego ir de lo general a lo particular (deducción).

**Técnicas**, según Hernández – Sampieri y Mendoza (2018) son:

Encuesta, para obtener datos de las variables de estudio de manera rápida.

Observación, para recolectar toda información en cuanto a conductas y procesos de los entrevistados respecto a mis variables a investigar.

**Instrumentos**, Según Hernández – Sampieri y Mendoza (2018) son:

Cuestionario, herramienta con un conjunto de preguntas relacionadas con una o más variables a medir.

Guía de observación, es un registro de manera sistemática sobre comportamientos y situaciones observables de sucesos relacionados con las variables de investigación.

## **2.6 Análisis de datos**

Se utilizó el software el Microsoft Excel para correlacionar las variables, con la ayuda de una computadora portátil, donde se almacenó la información recopilada a través de los instrumentos, tabulados y presentado en tablas, figuras y cuadros estadísticos de fácil entendimiento.

### III. RESULTADOS

#### 3.1 Diagnóstico situacional de la calidad en atención al cliente de la Casa de la Fábrica S.R.L. de la ciudad de Jaén en el año 2020

Esta empresa comercial se ubica en el centro de la ciudad de Jaén, su actividad principal es la venta al por menor de prendas de vestir desde el año 2002, aplicándose 69 encuestas a los clientes que acudieron a esta empresa, teniendo la siguiente información:

**Tabla 3**

*Grado de instrucción de los encuestados*

<b>Nivel de instrucción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	20	29,0%
Secundaria	41	59,4%
Técnico	4	5,8%
superior universitaria	4	5,8%
Total	69	100,0%

Se muestra el resultado del grado de instrucción de los encuestados.

Del total de encuestados alrededor del 60% sólo tuvieron nivel secundario como grado de instrucción, y casi un 30% alcanzaron el nivel primario; por lo tanto, los clientes que mayormente acuden hacia esta empresa carecen de estudios superiores.

**Tabla 4**

*Género de los encuestados*

<b>Género</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	19	27,5%
Femenino	50	72,5%
Total	69	100,0%

Se muestra el resultado del género de los encuestados.



Alrededor del 73% de las personas encuestadas fueron mujeres; es este género aquel que acuden mayormente a realizar compras o a averiguar ofertas.

**Tabla 5**

*Motivo de su compra*

<b>Motivo de compra</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Compras al por mayor	62	89,9%
compras al por menor	7	10,1%
sin intención de compras	0	0,0%
Total	69	100,0%

Se muestra el resultado de los motivos de compras de los encuestados.

Alrededor del 90% acudió hasta el centro comercial Casa de la Fábrica S.R.L. para realizar compras al por mayor y sólo el 10% compras al por menor; por lo tanto, eligen compras al por mayor y ninguno de los encuestados no realizó compra alguna.

**Tabla 6**

*Su percepción respecto a la personal que lo atendió*

<b>Criterio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Deficiente	0	0,0%
Regular	10	14,5%
Bueno	59	85,5%
Total	69	100,0%

Se muestra el resultado del género de los encuestados.

La percepción en el trato recibido, indicó ser del 85,5% de bueno frente al 14,5% de regular; se concluye ningún cliente manifestó haber recibido un trato deficiente por parte del personal que lo atendió en esta empresa comercial de ropa en la ciudad de Jaén.

**Tabla 7***Tipo de orientación brindada por el personal de ventas*

<b>Criterio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Deficiente	1	1,4%
Regular	8	11,6%
Bueno	60	87,0%
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100,0%</b>

Se muestra el resultado de la atención recibida.

La orientación recibida por parte del personal de ventas, fue bueno el 87%, el 11,6% de regular y sólo el 1,4% deficiente. En cuanto a la orientación por parte del personal, mayormente es bueno y sólo una persona consideró no ser buena, suponiendo estar debidamente preparados en este aspecto.

**Tabla 8***Personalidad adecuada o no del personal que lo atendió*

<b>Criterio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Deficiente	0	0,0%
Regular	9	13,0%
Bueno	60	87,0%
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100,0%</b>

Se muestra el resultado de la personalidad apropiada del personal que lo atendió.

Referido a la personalidad apropiada, el 87% manifestó haber percibido de bueno y el 13% fue regular; por lo tanto, en esta empresa ningún cliente consideró de deficiente la personalidad de los trabajadores suponiendo estar debidamente preparados en este aspecto.

**Tabla 9***Calificación de la calidad de atención recibida*

<b>Criterio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Deficiente	0	0,0%
Regular	7	10,1%
Bueno	62	89,9%
Total	69	100,0%

Se muestra el resultado de la calificación por la atención recibida.

La manera de calificar la atención recibida, casi el 90% la consideró de buena y un 10,1% de regular; concluyendo no hubo percepción de deficiencia en la calidad de atención impartida por el personal de esta empresa.

**Tabla 10***Atención con amabilidad y cortesía*

<b>Criterio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Deficiente	0	0,0%
Regular	2	2,9%
Bueno	67	97,1%
Total	69	100,0%

Se muestra el resultado de la percepción de amabilidad y cortesía recibida.

Respecto a la atención amable y cortés, el 97% manifestó haber sido buena y el 3% fue regular; también se concluye atender con amabilidad y cortesía por parte del personal hacia el cliente, no existiendo deficiencia en la atención.

**Tabla 11***El personal participó en la búsqueda del producto*

<b>Criterio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Deficiente	0	0,0%
Regular	3	4,3%
Bueno	66	95,7%
Total	69	100,0%

Se muestra el resultado del apoyo del personal en buscar productos.

Sobre la búsqueda de productos en la tienda, el 95,7% manifestó haber recibido apoyo desinteresado del personal y sólo un 4,3% fue regular; por lo tanto, no hubo respuestas de deficiencia del personal en su visita a esta tienda comercial.

**Tabla 12***Mostraron interés en ayudarlo al ingresar a la tienda*

<b>Criterio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Deficiente	2	2,9%
Regular	31	44,9%
Bueno	36	52,2%
Total	69	100,0%

Se muestra el resultado desde el ingreso a la tienda por parte del personal.

En el interés al momento de ingresar a este establecimiento comercial, un 52,2% calificó de bueno, el 44,9% de regular y el 2,9% la consideró deficiente. Se concluye que también la gran mayoría de clientes señalaron de ayuda en sus elecciones de compra por parte del personal que los atendió.

**Tabla 13***Respecto al tiempo que demoran para su atención*

<b>Criterio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Deficiente	0	0,0%
Regular	18	26,1%
Bueno	51	73,9%
Total	69	100,0%

Se muestra el tiempo de demora en su atención.

El tiempo que demoró en su atención, el 73,9% señaló fue bueno y el 26,1% fue regular; por lo tanto, todo el personal involucrado en atender al cliente demostró su atención en el menor tiempo y no hubo respuestas deficientes en este aspecto.

**Tabla 14***Culminada su compra le hicieron entrega adecuada del producto*

<b>Criterio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Deficiente	0	0,0%
Regular	2	2,9%
Bueno	67	97,1%
Total	69	100,0%

Se muestra la apreciación de entrega adecuada del producto adquirido.

La entrega adecuada del producto al finalizar su compra, consideraron de bueno el 97,1% y de regular el 2,9%. El personal hizo de manera adecuada la entrega del producto o productos a los clientes, no existiendo deficiencias en este aspecto.

**Tabla 15***Respecto a los precios de los productos que buscó*

<b>Criterio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Deficiente	0	0,0%
Regular	20	29,0%
Bueno	49	71,0%
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100,0%</b>

Se muestra la percepción sobre precios.

El 71% indicó respecto a los precios ser buenos y el 29% ser regulares. Se concluye que esta empresa comercial tiene los mejores precios del mercado frente a la competencia en esta ciudad de Jaén.

**Tabla 16***Sobre la calidad de los productos en esta tienda*

<b>Criterio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Deficiente	0	0,0%
Regular	22	31,9%
Bueno	47	68,1%
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100,0%</b>

Se muestra la percepción sobre calidad de los productos.

El 68% indicó ser buena la calidad de los productos adquiridos y el 32% indicó ser regulares. Se concluye nuevamente, ser la empresa comercial La Casa de la Fábrica contar con buena calidad en los productos ofertados frente a la competencia en esta ciudad.

**Tabla 17***Sobre la modalidad de pago de su compra*

<b>Criterio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Deficiente	0	0,0%
Regular	2	2,9%
Bueno	66	97,1%
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100,0%</b>

Se muestra la percepción sobre la modalidad de pago.

El 97,1% señaló ser buena la modalidad de pago y el 2,9% la consideró de regular. La empresa tiene los medios de pagos seguros y modernos para satisfacción de la clientela, demostrado en las respuestas hacia esta pregunta.

**Tabla 18***Respecto a la accesibilidad en las instalaciones internas*

<b>Criterio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Deficiente	0	0,0%
Regular	3	4,3%
Bueno	66	95,7%
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100,0%</b>

Se muestra resultados de accesibilidad hacia las instalaciones.

Sobre las instalaciones y su accesibilidad, fue buena para el 96% y regulares el 4%. También, esta empresa demuestra estar acorde con el confort y accesibilidad de sus clientes.

**Tabla 19***En cuanto a la seguridad dentro y fuera del local*

<b>Criterio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Deficiente	0	0,0%
Regular	2	2,9%
Bueno	67	97,1%
Total	69	100,0%

Se muestra resultados de percepción de la seguridad.

La seguridad exterior e interior, el 97% dijeron ser buena y el 3% ser regular, ninguna respuesta fue deficiente. Finalmente, esta empresa garantiza seguridad en sus instalaciones a sus clientes.



### 3.2 Análisis de la gestión de talento humano en la Casa de la Fábrica S.R.L. de la ciudad de Jaén

Esta información fue recogida mediante la entrevista al personal de ventas en noviembre del 2021, presentado a continuación el resumen de sus datos generales:

**Tabla 20**

*Datos generales del personal de ventas de la empresa*

N°	Grado de instrucción	Edad	Género	Tiempo de labores
1	Secundaria	27	femenino	3 años
2	Técnico en contabilidad	23	femenino	2 años
3	Secundaria	27	femenino	3 años
4	Técnico en computación	32	femenino	3 años
5	Secundaria	47	masculino	4 años
6	Universitaria incompleta	20	femenino	2 años
7	Técnico en producción pecuaria	22	masculino	1 año
8	Secundaria	21	femenino	3 años
9	Secundaria	40	femenino	10 años
10	Universitaria incompleta	23	femenino	2 años
11	Técnico en enfermería	22	masculino	2 años
12	Universitaria completa	23	masculino	4 años

Se muestra información general del personal.

El 67% del personal son mujeres, 42% tiene sólo secundaria y 33% tienen carrera técnica como grado de instrucción, la edad promedio es 27 años y sólo 2 trabajadores sobrepasan los 40 años de edad, son 3,25 años el promedio de trabajo en esta empresa.

Por lo tanto, mayormente atienden mujeres menores a 30 años con experiencia en ventas de 3 años en promedio por cada trabajadora.

## **Dimensión: Conocimientos**

**Tabla 21**

*¿Ud. se considera debidamente capacitado para la labor asignada?*

<b>Respuesta</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	12	100%
Total	12	100%

Se muestran resultados del personal sobre debidamente capacitado.

La totalidad de trabajadores se considera estar bien capacitado para el cargo.

**Tabla 22**

*¿Cuenta Ud. con la experiencia necesaria para este cargo asignado?*

<b>Respuesta</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	11	91,6%
A veces	1	8,4%
Total	12	100%

Se muestran resultados del personal sobre experiencia necesaria.

El 91,6% de los trabajadores se consideran contar con la experiencia necesaria para ser personal de ventas.

De la ficha observación y consultando al personal directivo de esta empresa, eligen personas con experiencia y debidamente capacitados en atención al público, corroborado con las respuestas de las 12 personas entrevistadas.

**Tabla 23**

*¿Brinda algún tipo de asesoría y solución en las compras de los clientes?*

<b>Respuesta</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	8	66,7%
A veces	4	33,3%
Total	12	100%

Se muestran resultados del personal de brindar asesoría y solución

El 66,7% del personal brinda generalmente asesoría y da solución en las compras de sus clientes.

**Tabla 24**

*¿Tiene facilidad de comunicación con todos los clientes?*

<b>Respuesta</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	8	66,7%
A veces	4	33,3%
Total	12	100%

Se muestran resultados del personal de facilidad de comunicación

El 66,7% de los trabajadores indicó brindar fácil comunicación al cliente.

La mayoría del personal al estar capacitado da soluciones ante la elección de las compras de ropa diversa y mantiene muy buena comunicación hacia la clientela.

**Tabla 25**

*¿Conoce con exactitud los precios y bondades de los productos ofrecidos?*

<b>Respuesta</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	7	58,3%
A veces	5	41,7%
Total	12	100%

Se muestran resultados de precios y bondades del producto

Siete del total de trabajadores señalaron conocer de manera exacta los precios y el producto ofrecido al cliente. Por lo tanto, el personal se involucra con el diseño y precios de los productos a ofrecer al cliente.

#### **Dimensión: Habilidades**

**Tabla 26**

*¿Le gusta trabajar en equipo en esta empresa?*

<b>Respuesta</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	12	100%
Total	12	100%

Se muestran resultados del trabajo en equipo

Todos los trabajadores están cómodos y trabajan en equipo, algo rescatable de las empresas privadas.

**Tabla 27***¿Realiza contacto visual con el cliente para una mejor atención?*

<b>Respuesta</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	10	83,4%
A veces	1	8,3%
No	1	8,3%
Total	12	100%

Se muestran resultados del personal que usa el contacto visual

El 83,4% mencionó aplicar contacto visual hacia los clientes, el 8,3% no lo aplicó y el otro 8,3% lo aplicó de vez en cuando.

**Tabla 28***¿Considera adecuado el tiempo de atención brindado al cliente?*

<b>Respuesta</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	7	58,4%
A veces	4	33,3%
No	1	8,3%
Total	12	100%

Se muestran resultados del tiempo apropiado de atención

Sólo uno del total de trabajadores mencionó no adecuado su tiempo brindado al cliente, 7 sí lo aplicó siempre y 4 lo aplicó a veces.

Mayormente el personal aplica el contacto visual al cliente para darle seguridad en su visita, así mismo aplican el tiempo necesario para la satisfacción del cliente.

**Tabla 29**

*¿Transmite confianza en todo momento al cliente?*

<b>Respuesta</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	7	58,3%
A veces	5	41,7%
Total	12	100%

Se muestran resultados de transmitir confianza

Siete del total de trabajadores transmitió confianza a su cliente, 5 lo hizo a veces.

**Tabla 30**

*¿Hace el mejor esfuerzo al efectuar sus labores diarias?*

<b>Respuesta</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	10	83,3%
A veces	2	16,7%
Total	12	100%

Se muestran resultados sobre el mejor esfuerzo

El 83% hizo su mejor esfuerzo en su centro de trabajo, y el 17% no lo realizó de manera constante.

El personal señaló considerarse confiable en su atención al cliente y se esfuerza en todo momento en realizar mejor sus labores en esta empresa.

## Dimensión: Juicios

**Tabla 31**

*¿Realiza normalmente trabajo a presión?*

<b>Respuesta</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	3	25,0%
A veces	2	16,7%
No	7	58,3%
Total	12	100%

Se muestran resultados del trabajo a presión

El 58,3% no están acostumbrados al trabajo bajo presión, el 16,7% a veces trabaja bajo presión y el 25% sí se considera trabajar bajo a presión.

**Tabla 32**

*¿Comprende rápidamente los requerimientos de compras de los clientes?*

<b>Respuesta</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	9	75,0%
A veces	3	25,0%
Total	12	100%

Se muestran resultados de la comprensión de los requerimientos de compras

La tercera parte manifestó comprender de manera rápida los requerimientos de sus clientes, la cuarta parte lo hizo a veces.

También señala, trabajar a presión de manera normal buscando la atención en el menor tiempo y satisfacción del cliente.

**Tabla 33**

*¿Muestra sincero interés para dar solución a posibles problemas de clientes?*

<b>Respuesta</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	9	75,0%
A veces	3	25,0%
Total	12	100%

Se muestran resultados del sincero interés en dar solución al cliente

9 de 12 mostraron sincero interés por solucionar posibles problemas de los clientes, 3 de 12 lo hizo a veces.

**Tabla 34**

*¿Está dispuesto a colaborar para mejorar la calidad de atención al cliente?*

<b>Respuesta</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	11	91,6%
A veces	1	8,4%
Total	12	100%

Se muestran resultados de disposición a colaborar para mejor la atención

El 92% indicó estar dispuesto a colaborar en mejorar la calidad de atención, y el 8% está dispuesto a medias.

Al estar comprometidos y capacitados, este personal indicó atender las dudas de sus clientes y están a disposición de los mismos para su satisfacción en sus compras.



**Tabla 35***¿Se expresa en todo momento con calidad y atención?*

<b>Respuesta</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	10	83,3%
A veces	2	16,7%
Total	12	100%

Se muestran resultados de expresarse con calidad y atención al cliente

El 83,3% hizo su mejor esfuerzo en expresarse con calidad y la mejor atención al cliente, y el 16,7% no lo hizo de manera constante.

**Dimensión: Actitudes****Tabla 36***¿Da Ud. saludo de bienvenida a sus clientes en todo momento?*

<b>Respuesta</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	9	75,0%
A veces	3	25,0%
Total	12	100%

Se muestran resultados del saludo de bienvenida al cliente

La tercera parte del personal indicó dar siempre el saludo de bienvenida al cliente, la cuarta parte lo hizo a veces.

El personal muestra actitud desde el primer momento de contacto con el cliente.

**Tabla 37***¿Se siente motivado para realizar este trabajo de manera diaria?*

<b>Respuesta</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	10	83,3%
A veces	2	16,7%
Total	12	100%

Se muestran resultados de sentirse motivado

El 83,3% se encuentra motivado en su trabajo, el 16,7% se siente motivado algunas veces.

**Tabla 38***¿Tiene predisposición para solucionar quejas o problemas de los clientes?*

<b>Respuesta</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	5	41,7%
A veces	6	50,0%
No	1	8,3%
Total	12	100%

Se muestran resultados de mostrar predisposición a solucionar problemas

Uno de los 12 trabajadores no mostró solucionar alguna queja presentada del cliente, 6 de 12 lo hizo a veces y 5 de 12 trabajadores dio solución al cliente.

La mayoría de los trabajadores normalmente están motivados en su centro de labores y muestran actitud para dar solución a posibles problemas o quejas de los clientes.

**Tabla 39**

*¿Realiza la atención con respeto y educación?*

<b>Respuesta</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	12	100,06%
Total	12	100%

Se muestran resultados de atención con respeto y educación

Todos muestran respeto y educación al cliente.

**Tabla 40**

*¿Se despide de manera amable de los clientes en todo momento?*

<b>Respuesta</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	10	83,3%
A veces	2	16,7%
Total	12	100%

Se muestran resultados de despedirse amablemente

El 83,3% se despidió de manera amable del cliente, el 16,7% no lo hizo de manera constante.

Las actitudes de gran parte de este personal indicaron atender con mucha educación al cliente y con amabilidad en todo momento, a pesar de algunos clientes no muy educados.

### 3.3 Establecimiento de la relación entre gestión del talento humano y calidad en atención al cliente de la Casa de la Fábrica S.R.L. de la ciudad de Jaén

Este capítulo fue desarrollado a través del Rho de Spearman que determinó la correlación siguiente:

**Tabla 41**

*Correlación entre percepción del personal que lo atendió y tiempo que demoran para su atención*

Variables / valores		percepción del personal que lo atendió	tiempo que demoran para su atención
<b>percepción del personal que lo atendió</b>	Coefficiente correlación	1	0,980
	N°	69	69
<b>tiempo que demoran para su atención</b>	Coefficiente de correlación	0,980	1
	N°	69	69

El coeficiente obtenido fue 0,980 entre percepción del personal que lo atendió y el tiempo que se tomaron en atenderlos, teniéndose una correlación positiva muy alta, al ser mayor a 0,90 y menor a 0,99.

**Tabla 42**

*Correlación entre calificación de la calidad la atención recibida y culminada su compra le hicieron entrega adecuada del producto*

<b>Variabes / valores</b>		<b>calificación de la calidad la atención recibida</b>	<b>culminada su compra le hicieron entrega adecuada del producto</b>
<b>calificación de la calidad la atención recibida</b>	Coeficiente de correlación	1	0,997
	N°	69	69
<b>culminada su compra le hicieron entrega adecuada del producto</b>	Coeficiente de correlación	0,997	1
	N°	69	69

El resultado del coeficiente fue 0,997 entre ambas variables estableciéndose correlación positiva muy alta, al ser mayor a 0,90 y menor a 0,99 al calificar de la mejor manera las atenciones recibidas por parte del personal con la entrega adecuada del producto al finalizar la compra.

**Tabla 43**

*Correlación entre participación del personal en la búsqueda del producto y accesibilidad en las instalaciones internas*

<b>Variables / valores</b>		<b>participación del personal en la búsqueda del producto</b>	<b>accesibilidad en las instalaciones internas</b>
<b>participación del personal en la búsqueda del producto</b>	Coefficiente de correlación	1	1,000
	N°	69	69
<b>accesibilidad en las instalaciones internas</b>	Coefficiente de correlación	1,000	1
	N°	69	69

El resultado fue 1,000 entre ambas variables estableciéndose correlación positiva perfecta y significativa en cuanto a participación en la búsqueda del producto del personal al contar con condiciones físicas materiales accesibles, al estar este valor en la unidad.

Finalmente, se correlacionó todos los resultados para ambas variables, teniendo lo siguiente:

**Tabla 44**

*Correlación entre gestión del talento humano y calidad de atención al cliente*

<b>Variables / valores</b>		<b>Gestión del talento humano</b>	<b>Calidad de atención al cliente</b>
<b>Gestión del talento humano</b>	Coeficiente de correlación	1	0,999
	N°	69	69
<b>Calidad de atención al cliente</b>	Coeficiente de correlación	0,999	1
	N°	69	69

El resultado obtenido entre las variables principales analizadas en esta investigación fue de 0,999 estableciéndose correlación positiva muy alta, en cuanto a la gestión del talento humano y la calidad de atención al cliente en este establecimiento comercial de la ciudad de Jaén en la región Cajamarca.

#### **IV. DISCUSIÓN**

Suárez (2022), concluyó la necesidad de mejorar la institución analizada para alcanzar la excelencia en la atención al cliente siendo indispensable tener personas con alto talento humano y debidamente calificados. Esta investigación coincide con tal afirmación ya que trae consigo que los trabajadores pueden desempeñarse de manera más efectiva en sus cargos.

Quispe, Tino y Gonzales (2020), de sus resultados de correlación entre gestión de los recursos humanos y calidad de servicios obtuvieron relación negativa muy baja y no significativa en una municipalidad de índole distrital. La presente investigación tiene resultados positivos y significativos, probablemente al analizar una empresa privada y no una institución pública, pero se hace el análisis de las mismas variables de gestión de talento humano y calidad en la atención.

Agudelo (2019), concluyó que el manejo de recursos humanos en toda organización debe ser adaptable a los modelos establecidos implicando el desarrollo de habilidades blandas de sus gerentes y trabajar de acuerdo con la realidad. Esta investigación coincide con esta afirmación ya que una adecuada gestión humana del personal posibilita cumplir con los objetivos organizacionales de manera efectiva.

Berrospi (2019), determinó relación directa entre satisfacción laboral y gestión de recursos humanos de 0,811 teniendo correlación positiva alta en una empresa privada. Coincidiendo con este resultado positivo en esta investigación con resultados del 0,687 entre percepción del personal que lo atendió y el tiempo que se tomaron en atenderlos; del 0,655 al calificar de la mejor manera las atenciones recibidas por parte del personal con la entrega adecuada del producto al finalizar la compra; y del 0,451 entre participación en la búsqueda del producto del personal al contar con condiciones físicas materiales accesibles.

Herrera (2019), de la prueba estadística comprobó el rechazo de la hipótesis de investigación del 0,083 donde la gestión del talento humano no influyó en el servicio al cliente. Los resultados de la presente investigación si influye la gestión del talento humano en la calidad de atención al cliente demostrado con la correlación de Spearman al contar con valores del 0,687, de 0,655 y del 0,451.



## V. CONCLUSIONES

La gestión de talento humano y calidad de atención al cliente en la Casa de la Fábrica S.R.L. de la ciudad de Jaén al año 2020, se relaciona directa significativa y muy alta, obteniendo resultados del 0,980 entre percepción del personal que lo atendió y el tiempo que se tomaron en atenderlos; del 0,997 al calificar de la mejor manera las atenciones recibidas por parte del personal con la entrega adecuada del producto al finalizar la compra; y del 1,000 entre participación en la búsqueda del producto del personal al contar con condiciones físicas materiales accesibles.

Realizado el diagnóstico situacional, la percepción sobre la calidad del servicio recibido de los 69 encuestados que acudieron a esta empresa, el trato y la orientación recibida mayormente fue bueno por el personal que los atendió, calificándolos de adecuados en todo su trabajo y conocimientos de atención.

Analizada la gestión del talento humano con entrevistas individuales al personal de ventas a pesar de contar con estudios de secundaria o carreras técnicas, todos se consideran debidamente capacitados y con experiencia para este puesto laboral, brindando asesorías y dar soluciones en las intenciones de compras a los clientes; sintiéndose cómodos y en todo momento transmiten confianza.

Finalmente, la correlación a través del coeficiente de correlación a través del Rho de Spearman obtuvo 0,999 estableciéndose correlación positiva muy alta, en cuanto a la gestión del talento humano y la calidad de atención al cliente en este establecimiento comercial, entre ambas variables de estudio al ser mayor a 0,90 a 0,99.

## **VI. RECOMENDACIONES**

A los empresarios, la gestión del talento humano debe ser tomado en cuenta en el corto plazo para alcanzar mejor calidad de atención a los clientes, redundando en mayores ventas y mejor posicionamiento con la competencia.

A los estudiantes de las ciencias administrativas de las universidades públicas y privadas tomar en cuenta estos resultados para futuras investigaciones de acuerdo a los hallazgos obtenidos en esta investigación.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agudelo, D. (2019). *Gestión de Recursos Humanos en la Gestión de Proyectos de organizaciones colombianas paradojas entre la teoría y la práctica*. [Tesis de magíster, Universidad EAFIT]. <http://hdl.handle.net/10784/13861>.
- Barceló, J.C. (2022). *Relación entre gestión de recursos humanos y la calidad de servicio*. Gestión de Recursos Humanos y Calidad de Servicio. <https://blogs.imf-formacion.com/blog/recursos-humanos/capital-humano/relacion-entre-la-gestion-de-recursos-humanos-y-la-calidad-de-servicio/>.
- Berrospi, D. (2019). *Gestión de Recursos Humanos y satisfacción laboral en colaboradores de la empresa Novoliz S.A., Ica*. [Tesis de posgrado, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle]. <http://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/3916>.
- Cruz, N. (2019). *Gestión del talento humano para incrementar el nivel de servicio al cliente y la competitividad de la empresa de transporte Luya y Lámud S.A.C. Amazonas - 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza]. <http://repositorio.untrm.edu.pe/handle/UNTRM/1871>.
- Guere, H. (2019). *Gestión del talento humano con relación al control de calidad de servicio de la empresa Valuaciones Maneras SAC, 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/9070>.
- Hernández, A.A., Ramos, M.P., Plasencia, B.M., Indacochea, B., Quimis, A.J. y Moreno, L.A. (2018). *Metodología de la investigación científica*. (1ª ed.). Edit. Área de Innovación y Desarrollo, S.L.
- Hernández – Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. (1ª ed.). Edit. McGraw-Hill.
- Herrera, K. (2019). *Gestión del talento humano y servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6270>.
- Puga, K. (29 de agosto de 2018). *Renovarse o morir: casos de empresas que perdieron a sus clientes*. <http://www.icorp.com.mx/blog/casos-empresas-perdieron-a-sus-clientes/>.

- Quispe, E., Tino, Y. y Gonzales, R. (2020). *Gestión de recursos humanos y calidad del servicio en la Municipalidad Distrital de Manantay – Ucayali 2018*. [Tesis de posgrado, Universidad Nacional de Ucayali]. <http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/4361>.
- Reuter, T. (16 de febrero de 2022). *Gestión del talento 2022: desafíos para el área de Recursos Humanos*. (1ra edición). <https://www.thomsonreuters.com.ar/es/soluciones-fiscales-contables-gestion/blog-empresas/gestion-del-talento-2020-desafios-para-el-area-de-recursos-humanos.html>.
- Santillán, G. y Damacén, O. (2019). *Diseño de documentos técnicos normativos de gestión del talento humano para mejorar la gestión administrativa de la empresa grupo Famet SAC, Chachapoyas, Amazonas, 2016*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza]. <http://repositorio.unrtm.edu.pe/handle/UNTRM/1687>.
- Suárez, K. (2022). *Gestión del talento humano y atención al cliente en la Agencia BanEcuador del cantón Paján*. [Tesis de pregrado, Universidad Estatal del Sur de Manabí]. <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/4552>.
- Universidad Internacional de La Rioja. (18 de marzo de 2021). *¿Qué es la gestión del talento humano y cuál es su ámbito de aplicación?* <https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/gestion-talento-humano/>.
- Vara, A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa*. (3ª ed.). Edit. Universidad San Martín de Porres.

## ANEXOS

### Anexo 1. Encuesta a clientes externos de la empresa Casa de la Fábrica S.R.L

#### Datos del encuestado:

Grado de instrucción: ..... Género: (f) (m)

Motivo de su visita:

( ) Compras al por menor ( ) compras al por mayor ( ) sin intención de compra ( ) otros

Elija una respuesta y márquela con una X:

Nº	Descripción	Deficiente	Regular	Buena
<b>CALIDAD DE ATENCIÓN: Aspecto individual del personal</b>				
1	Su <b>percepción</b> respecto a la personal que lo atendió			
2	La <b>orientación</b> brindada por el personal de ventas			
3	Demostó <b>personalidad</b> adecuada del personal que lo atendió			
4	Calificación de la <b>calidad la atención recibida</b>			
5	Lo atendieron con <b>amabilidad y cortesía</b>			
6	El personal <b>participó en la búsqueda</b> del producto			
7	<b>Mostraron interés en ayudarlo</b> al ingresar a la tienda			
<b>CALIDAD DE ATENCIÓN: Nivel de servicio</b>				
8	Respecto al <b>tiempo que demoran para su atención</b>			
9	Culminada su compra <b>le hicieron entrega adecuada</b> del producto			
10	Respecto a los <b>precios de los productos</b> que buscó			
11	Sobre la <b>calidad de los productos</b> en esta tienda			
12	Respecto a la <b>accesibilidad</b> en las instalaciones internas			
13	Sobre la <b>modalidad de pago</b> de su compra			
14	En cuanto a la <b>seguridad dentro y fuera del local</b>			

## Anexo 2. Encuesta a trabajadores de la empresa Casa de la Fábrica S.R.L.

### Datos del encuestado:

Grado de instrucción alcanzado: ..... Edad: .....

Tiempo que labora en esta empresa: ..... Género: ( f ) ( m )

Elija una respuesta y márquela con una X:

N°	Descripción	Sí	A veces	No
<b>Dimensión: Conocimientos</b>				
1	Ud. se considera <b>debidamente capacitado</b> para la labor asignada			
2	Cuenta Ud. con la <b>experiencia necesaria</b> para este cargo asignado			
3	Brinda algún tipo de <b>asesoría y solución</b> en las compras de los clientes			
4	<b>Tiene facilidad de comunicación</b> con todos los clientes			
5	Conoce con exactitud <b>los precios y bondades de los productos</b> ofrecidos			
<b>Dimensión: Habilidades</b>				
6	Le gusta <b>trabajar en equipo</b> en esta empresa			
7	Realiza <b>contacto visual</b> con el cliente para una mejor atención			
8	Considera adecuado el <b>tiempo de atención</b> brindado al cliente			
9	<b>Transmite confianza</b> en todo momento al cliente			
10	Hace el <b>mejor esfuerzo</b> al efectuar sus labores diarias			
<b>Dimensión: Juicios</b>				
11	Realiza normalmente <b>trabajo a presión</b>			
12	Comprende rápidamente los <b>requerimientos de compras</b> de los clientes			
13	<b>Muestra sincero interés</b> para dar solución a posibles problemas de clientes			
14	Está dispuesto a <b>colaborar para mejorar la calidad de atención</b> al cliente			
15	Se expresa en todo momento <b>con calidad y atención</b>			
<b>Dimensión: Actitudes</b>				
16	Da Ud. <b>saludo de bienvenida</b> a sus clientes en todo momento			
17	Se <b>siente motivado</b> para realizar este trabajo de manera diaria			
18	<b>Tiene predisposición</b> para solucionar quejas o problemas de los clientes			
19	Realiza la atención <b>con respeto y educación</b>			
20	Se <b>despide de manera amable</b> de los clientes en todo momento			

**Anexo 3. Vista fotográfica encuestando al personal de ventas – Área niños/as**



**Vista fotográfica encuestando al personal de ventas – Área damas**



**Anexo 4. Vista fotográfica encuestando a clienta**



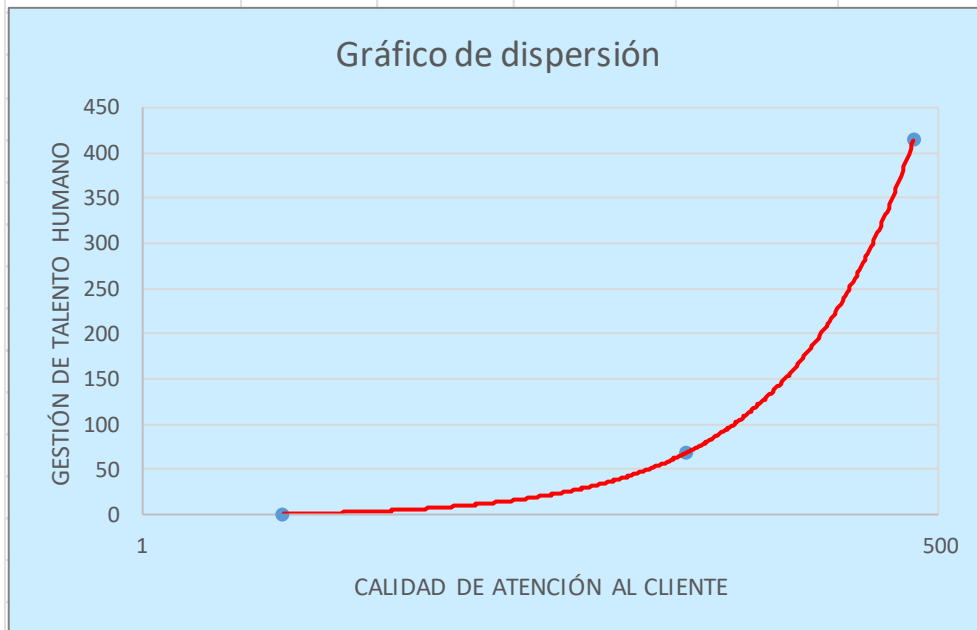
**Vista fotográfica encuestando a clienta**





**Anexo 5. Cálculo de las correlaciones Rho de Spearman**

<b>CORRELACIÓN</b>					
<b>GESTIÓN DE TALENTO HUMANO</b>					
<b>CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE</b>					
<b>Criterio</b>	<b>x</b>	<b>y</b>	<b>x<sup>2</sup></b>	<b>y<sup>2</sup></b>	<b>x*y</b>
<b>Deficiente</b>	3	0	9	0	0
<b>Regular</b>	70	69	4,900	4,761	4,830
<b>Bueno</b>	410	414	168,100	171,396	169,740
<b>SUMA Σ</b>	<b>483</b>	<b>483</b>	<b>173,009</b>	<b>176,157</b>	<b>174,570</b>



x = Gestión del talento humano

y = Calidad de atención al cliente

**Coefficiente de Correlación**

0.9999979

		<b>x</b>	<b>y</b>
<b>x</b>		1	
<b>y</b>		0.9999979	1

**CORRELACIÓN POSITIVA MUY ALTA**

## CORRELACIÓN

Su percepción respecto al personal que lo atendió

Respecto al tiempo que demoran para su atención

Criterio	x	y	x <sup>2</sup>	y <sup>2</sup>	x*y
Deficiente	0	0	0	0	0
Regular	10	18	100	324	180
Bueno	59	51	3,481	2,601	3,009
SUMA Σ	69	69	3,581	2,925	3,189



x = Su percepción respecto al personal que lo atendió

y = Respecto al tiempo que demoran para su atención

### Coeficiente de Correlación

0.9807806

	x	y
x	1	
y	0.9807806	1

CORRELACIÓN POSITIVA MUY ALTA

CORRELACIÓN					
Calificación de la calidad la atención recibida					
Culminada su compra le hicieron entrega adecuada del producto					
Criterio	x	y	x <sup>2</sup>	y <sup>2</sup>	x*y
Deficiente	0	0	0	0	0
Regular	7	2	49	4	14
Bueno	62	67	3,844	4,489	4,154
SUMA Σ	69	69	3,893	4,493	4,168



x	Calificación de la calidad la atención recibida
y	Culminada su compra le hicieron entrega adecuada del producto

**Coefficiente de Correlación**

0.9970353

	x	y
x	1	
y	0.9970353	1

**CORRELACIÓN POSITIVA MUY ALTA**

## CORRELACIÓN

El personal participó en la búsqueda del producto  
Respecto a la accesibilidad en las instalaciones internas

Criterio	x	y	x <sup>2</sup>	y <sup>2</sup>	x*y
Deficiente	0	0	0	0	0
Regular	3	3	9	9	9
Bueno	66	66	4,356	4,356	4,356
SUMA Σ	69	69	4,365	4,365	4,365



x = El personal participó en la búsqueda del producto

y = Respecto a la accesibilidad en las instalaciones internas

### Coeficiente de Correlación

1.0000000

	x	y
x	1	
y	1.0000000	1

CORRELACIÓN POSITIVA GRANDE Y PERFECTA