



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA**

**La retención de personal del área de atención al cliente y su influencia en
la rentabilidad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados
Unidos – 2022**

TESIS

**Para Optar el Título Profesional de
Licenciado en Administración y Gerencia**

AUTOR

**Aguilar Vidaurre, Abel Antonio
(ORCID: 0009-0001-0569-7324)**

ASESOR

**Lucero Vega, Jorge Luis
(ORCID: 0000-0002-6600-1730)**

**Lima, Perú
2023**

Metadatos Complementarios

Datos de autor

Aguilar Vidaurre, Abel Antonio

Tipo de documento de identidad del AUTOR: DNI

Número de documento de identidad del AUTOR: 71406631

Datos de asesor

Lucero Vega, Jorge Luis

Tipo de documento de identidad del ASESOR: DNI

Número de documento de identidad del ASESOR: 07923634

Datos del jurado

JURADO 1: Yto Yto Juan Luis, DNI: 7815722, orcid: 0000-0003-2454-4179

JURADO 2: Valle Huertes, Alexander Aurelio, DNI: 10745465, orcid: 0000-0002-2508-5667

JURADO 3: Camones Figueroa, Lorgio Jesús, DNI: 31630075, orcid: 0000-0001-5275-3221

JURADO 4: Barreda Razuri Christian Alejandro, DNI: 9381028, orcid: 0000-0001-9934-8493

Datos de la investigación

Campo del conocimiento OCDE: 5.02.04

Código del programa: 413256

Dedicatoria:

Dios, a mi madre quien, con su amor, paciencia y esfuerzo ha guiado mis pasos y me han enseñado siempre a perseguir mis sueños.

A mi hermana quien es el impulso de mi vida, a mis amigos, y todas aquellas personas que de una u otra manera han contribuido al logro de mis objetivos.

Agradecimientos:

Quisiera agradecer primero a Dios, por darme salud, el don de la perseverancia y la oportunidad de culminar mis estudios.

A la Universidad Ricardo Palma por abrir sus puertas permitiéndome a través del conocimiento ser mejor persona y realizarme como profesional.

A mi Asesor y a los catedráticos que con el pasar de los años se convirtieron en mis ejemplos a seguir. A mis compañeros, que se volvieron verdaderos amigos, con los que pase buenos y malos momentos que solo se viven en la Universidad.

Introducción

En un mundo tan competitivo, como el de hoy, las empresas están en constante lucha, buscando la manera de marcar una diferencia entre sí, para lograrlo buscan a los mejores empleados que el mercado laboral pueda ofrecer, aquellos que cuenten con virtudes, valores y capacidades que permitan el desarrollo óptimo de las funciones, asimismo, es importante retener a este personal una vez se encuentren incorporados a la organización. Un punto clave para alcanzar esto es la retención de personal, logrando que el personal se sienta a gusto y completo con la organización en la que se encuentre.

Y es que la retención del personal no solo ayuda a mantener el posicionamiento de una empresa sino también a mantener la rentabilidad de la misma, manteniendo los costos relacionados, lo más bajo posible. (Chiavenato, 2011) afirma:

Cada vez que un directivo o ejecutivo sale de la empresa, ésta pierde una parte de lo que representa el mayor diferencial competitivo de cualquier empresa que quiera permanecer en el mercado: pierde talento, conocimiento y cerebro. Pierde además mucho de lo que invirtió en el empleado desde el proceso de provisión, retención y desarrollo. Esa pérdida es doble cuando es necesario capacitar a otras personas para sustituir a las que salen. (p.124)

La empresa que se aborda en esta investigación, se dedica a la gestión de servicios públicos de comunidades en Estados Unidos. Ofrece directamente los servicios a propiedades con la finalidad de llevar un mejor control para sus residentes. Desde su creación en el año 2000 ha contado con un crecimiento constante, llevando la empresa a servir a más de 15 estados a lo largo de Estados Unidos en la actualidad, entre los cuales encontramos el

estado de Georgia, Texas, Nevada, Washington, Miami, Virginia, Utah, New York, New Jersey, California entre otros más.

Nos centraremos en el área de atención al cliente, que se encarga de verificar las quejas y reclamos que ingresen de los residentes de dichas propiedades.

El análisis de reclamos debe tomarse en cuenta como una importante herramienta utilizada para la detección de problemas, de manera que ayude a determinar las razones por las cuales se producen y en qué área específica de la organización. Obteniendo así un indicador de cuan satisfecho se encuentra un cliente y la calidad que ofrecen los bienes o servicios de una empresa, además de ser una rica fuente de información para detectar oportunidades de mejora en el bien o servicio. (Rodríguez et al., 2009)

Existen diversos factores resultantes de la no retención de personal, se genera la rotación de empleados, causando inestabilidad en los índices de satisfacción que son usados a su vez para las oportunidades de mejora en el servicio y toma de decisiones. Se incurren en gastos de reclutamiento, capacitación, sin mencionar también el periodo de adaptación que debe pasar cada empleado para lograr un cierto nivel de productividad esperado. Adicional a ello la rotación origina un bajo de nivel de trabajo en equipo debido al tiempo que toma entablar un nivel de confianza entre trabajadores afectando al clima laboral de la organización.

La identificación de esta problemática en la empresa de gestión de servicios públicos en Estados Unidos, impulsó la presente investigación, con la finalidad de conocer la relación que guarda la retención de personal de un área tan importante como la de atención al cliente con la rentabilidad de la empresa, esperando que sirva de apoyo para una implementación de

estrategias futuras para retener al personal del área, así como también servir de referencia para futuras investigaciones.

Índice

Metadatos Complementarios	ii
Dedicatoria:.....	iii
Agradecimientos:.....	iv
Introducción	v
Índice	viii
Índice de Tablas	xii
Índice de Figuras.....	xiv
Resumen.....	xv
Abstract	xvi
Capítulo I	1
Planteamiento del estudio	1
1.1. Formulación del problema	1
1.1.1. Problema General.	3
1.1.2. Problemas específicos.....	3
1.2. Formulación del objetivo general y específicos.....	4
1.2.1. Objetivo general.....	4
1.2.2. Objetivos específicos.	4
1.3. Justificación o importancia del estudio	5

1.4. Alcances y Delimitación del estudio.....	5
1.4.1. Alcances:.....	5
1.4.2. Delimitaciones:	6
Capitulo II.....	7
Marco Teórico Conceptual	7
2.1. Antecedentes de la investigación	7
2.2. Bases Teóricas – Científicas	15
2.2.1. Retención de personal.....	15
2.2.2. Rentabilidad empresarial	26
2.3. Definición de términos básicos.	26
Capitulo III.....	28
Hipótesis y Variables.....	28
3.1. Hipótesis y/o supuestos básicos	28
3.1.1. Hipótesis General.....	28
3.1.2. Hipótesis Especificas.	28
3.2. Variables de estudio y su operacionalización	29
3.3. Matriz lógica de consistencia	33
Capitulo IV	35
Marco Metodológico.....	35
4.1. Tipo de investigación	35

4.1.1.	Por el propósito.....	35
4.1.2.	Por el tipo de datos.....	35
4.1.3.	Por el nivel.....	35
4.1.4.	Por el método.....	36
4.2.	Diseño.....	36
4.2.1.	Diseño no experimental.....	36
4.2.2.	Diseño transversal o transeccional.....	37
4.3.	Población, muestra o participantes.....	37
4.4.	Instrumentos de recogida de datos.....	39
4.5.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	39
4.6.	Procedimiento de ejecución del estudio.....	39
Capítulo V.....		41
Resultados y Discusión.....		41
5.1.	Datos cuantitativos.....	41
5.2.	Análisis de resultados.....	49
5.2.1.	Prueba de Hipótesis General.....	49
5.2.2.	Prueba de Hipótesis Especifica N°1.....	52
5.2.3.	Prueba de Hipótesis Especifica N°2.....	55
5.2.4.	Prueba de Hipótesis Especifica N°3.....	58
5.2.5.	Prueba de Hipótesis Especifica N°4.....	61

5.3. Discusión de resultados 64

Capítulo VI 68

Conclusiones y Recomendaciones 68

6.1. Conclusiones 68

6.2. Recomendaciones 70

Referencias 72

Apéndice A 78

Cuestionario 78

Apéndice B 80

Validación de Instrumento 80

Índice de Tablas

Tabla 1 Elementos del modelo de servicio interno de calidad	17
Tabla 2 Funciones principales del área de atención al cliente	21
Tabla 3 Operacionalización de unidad de análisis	29
Tabla 4 Matriz de la variable Retención de personal.....	31
Tabla 5 Matriz de la variable Rentabilidad.....	32
Tabla 6 Matriz de consistencia	33
Tabla 7 Cálculo del tamaño de una muestra por niveles de confianza	38
Tabla 8 Valores tomados para el cálculo de la muestra.....	38
Tabla 9 Análisis descriptivo de la variable independiente "Retención de personal"	41
Tabla 10 Análisis descriptivo de la dimensión "Monetario"	42
Tabla 11 Análisis descriptivo de la dimensión "No monetario"	43
Tabla 12 Análisis descriptivo de la variable dependiente "Rentabilidad "	44
Tabla 13 Análisis descriptivo de la dimensión "Productividad"	45
Tabla 14 Análisis descriptivo de la dimensión "Clima Laboral"	46
Tabla 15 Análisis descriptivo de la dimensión "Imagen Corporativa"	47
Tabla 16 Análisis descriptivo de la dimensión "Costes Relacionados"	48
Tabla 17 Resumen de procesamiento de casos	49
Tabla 18 Recuento cruce Retención de personal y Rentabilidad.....	50
Tabla 19 Retención de personal con rentabilidad.....	50
Tabla 20 Medidas simétricas Retención de personal y Rentabilidad	51
Tabla 21 Resumen de procesamiento de casos	52
Tabla 22 Recuento cruce Retención de personal y Productividad.....	53

Tabla 23 Retención de personal con productividad.....	53
Tabla 24 Medidas simétricas Retención de personal y productividad.....	54
Tabla 25 Resumen de procesamiento de casos	55
Tabla 26 Recuento cruce Retención de personal y Clima Laboral.....	56
Tabla 27 Retención de personal con Clima Laboral.....	56
Tabla 28 Medidas simétricas Retención de personal y clima laboral.....	57
Tabla 29 Resumen de procesamiento de casos	58
Tabla 30 Recuento cruce Retención de personal e Imagen Corporativa	59
Tabla 31 Retención de personal con imagen corporativa.....	59
Tabla 32 Medidas simétricas Retención de personal e Imagen Corporativa.....	60
Tabla 33 Resumen de procesamiento de casos	61
Tabla 34 Recuento cruce Retención de personal y Costes Relacionados.....	62
Tabla 35 Retención de personal con costes relacionados.....	62
Tabla 36 Medidas simétricas Retención de personal y Costes Relacionados.....	63

Índice de Figuras

Figura 1 Pirámide de necesidades de Maslow	24
Figura 2 Descripción porcentual de la variable independiente “Retención de personal”	41
Figura 3 Descripción porcentual de la dimensión “Monetario”	42
Figura 4 Descripción porcentual de la dimensión “No monetario”	43
Figura 5 Descripción porcentual de la variable dependiente “Rentabilidad”	44
Figura 6 Descripción porcentual de la dimensión “Productividad”	45
Figura 7 Descripción porcentual de la dimensión “Clima Laboral”	46
Figura 8 Descripción porcentual de la dimensión “Imagen Corporativa”	47
Figura 9 Descripción porcentual de la dimensión “Costes relacionados”	48

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar de qué manera la retención de personal del área de atención al cliente influye en la rentabilidad de una organización, con la finalidad de crear conciencia e implementar estrategias que ayuden a disminuir la alta rotación de personal y por consecuencia aumentar la rentabilidad y calidad del servicio ofrecido.

Aplicando los conocimientos obtenidos, se espera que la empresa de gestión de servicios públicos, logre elevar el porcentaje de retención del personal, resultando así en una mejor calidad ofrecida al cliente y por consecuente logrando una fidelización del mismo, el cual es clave para el incremento de la productividad y rentabilidad.

La investigación contó con un enfoque cuantitativo, con un método hipotético-deductivo, con un diseño transversal no experimental y correlacional. Mediante la técnica de la encuesta y utilizando el instrumento de cuestionario, el cual fue validado, se logró recolectar datos acerca de la retención de personal y la rentabilidad en la empresa. Se tuvo una muestra de 30 colaboradores del área de atención al cliente.

Los resultados obtenidos mostraron que si existe una relación entre la retención de personal y la rentabilidad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022 (p valor $< 0,001$), concluyendo así la empresa en cuestión no cuenta con un correcto sistema de retención de personal, por ende, será importante que se implementen urgentemente sistemas y estrategias que logren contrarrestar la baja retención de personal que se está presentando actualmente.

Palabras clave: Retención de empleados, rentabilidad, clima laboral, imagen corporativa, costos relacionados.

Abstract

The objective of this investigation was to determine how the retention of personnel in the customer service area influences the profitability of an organization, in order to create awareness and implement strategies that help reduce the high turnover of personnel and consequently increase the profitability and quality of the service offered.

Applying the knowledge obtained, it is expected that the public services management company will be able to increase the percentage of personnel retention, thus resulting in a better quality offered to the client and consequently achieving customer loyalty, which is key to increasing of productivity and profitability.

The research had a quantitative approach, with a hypothetical-deductive method, with a non-experimental and correlational cross-sectional design. Through the survey technique and using the questionnaire instrument, which was validated, it was possible to collect data about personnel retention and profitability in the company. There was a sample of 30 collaborators from the customer service area.

The results obtained showed that there is a relationship between the retention of personnel and the profitability of a public service management company in the United States - 2022 (p value < 0.001), thus concluding that the company in question does not have a correct system of personnel retention, therefore, it will be important to urgently implement systems and strategies that manage to counteract the low personnel retention that is currently occurring.

Keywords: Employee retention, Profitability, Working environment, Corporate image, Related costs

Capítulo I

Planteamiento del estudio

1.1. Formulación del problema

Es bien sabido que el capital humano es el recurso más importante para una empresa. Gonzales (2009) refiere que la retención de personal reside en no soltar a personas en puestos claves de una organización. Sin embargo, en la práctica, no solo se debe tener en cuenta al personal en cargos claves de una organización, sino también a todos aquellos que posean una trayectoria dentro de la misma ya que a través de ella han podido adquirir conocimientos implícitos y representarían una pérdida de capital para la empresa en caso se marchen.

La empresa tratada en la presente investigación lleva operando desde el año 2000, comenzó como un pequeño negocio entre unas cuantas personas, llegando a día de hoy, a ser una de las empresas de gestión de servicios públicos más grandes en Estados Unidos, brindando sus servicios a diversas propiedades en distintos estados a lo largo de la región.

Debido al gran número de propiedades que maneja, así como la cantidad de residentes por propiedad, se ha tenido que desarrollar un sistema que automatice gran parte de esta gestión de servicios, como, por ejemplo, la generación de facturas para los residentes, las cuales rara vez contienen errores en el cálculo de los cargos o algún otro tema relacionado.

Centrándonos en atender las quejas y reclamos de residentes, surge el área de atención al cliente, la cual se encarga de gestionar dichos reclamos, así como también generar una oportunidad de mejora por medio de la recolección de datos y la retroalimentación proporcionada.

Debido a la complejidad del puesto, es necesario contar con un personal debidamente capacitado que conozca tanto la organización, como los servicios que ofrece, que sea capaz

de soportar la presión y se encuentre preparado para todo tipo de casuísticas, con la finalidad de brindar el mejor servicio posible a los residentes.

He aquí donde se detectó el bajo nivel de retención de personal para esta área, el ingreso de nuevos trabajadores que no lograban mantenerse al margen de las exigencias del puesto era causal de renuncias en un corto plazo, además de la indebida capacitación que recibían y la percepción que tenían respecto a sus compañeros dentro de la organización, todo lo mencionado ha generado cambios en la rentabilidad de la organización.

El presente estudio busca determinar de qué manera la productividad, la imagen corporativa, el clima laboral y los costos relacionados son afectados por la baja retención de personal en el área de atención al cliente. Teniendo por finalidad crear estrategias que logren disminuir o contrarrestar la baja retención del mismo.

1.1.1. Problema General.

¿De qué manera la retención de personal del área de atención al cliente influye en la rentabilidad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos - 2022?

1.1.2. Problemas específicos.

- ¿Como influye la retención de personal del área de atención al cliente en la productividad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022?
- ¿Como influye la retención de personal del área de atención al cliente en el clima laboral de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022?
- ¿Cuál es el impacto de la retención de personal del área de atención al cliente en la imagen corporativa de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022?
- ¿Cómo influye la retención de personal del área de atención al cliente en los costes relacionados de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022?

1.2. Formulación del objetivo general y específicos

1.2.1. Objetivo general.

Determinar de qué manera la retención de personal del área de atención al cliente influirá en la rentabilidad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.

1.2.2. Objetivos específicos.

- Determinar de qué manera la retención de personal del área de atención al cliente afectaría en la productividad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.
- Determinar de qué manera la retención de personal del área de atención al cliente influirá en el clima laboral de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.
- Determinar de qué manera la retención de personal del área de atención al cliente impactaría en la imagen corporativa de una empresa gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.
- Determinar cómo la retención del personal del área de atención al cliente influirá en los costes relacionados de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.

1.3. Justificación o importancia del estudio

Se justifica porque la investigación aportará un mejor entendimiento a la empresa acerca de la importancia de la retención de personal del área de atención al cliente, ofreciendo una base sólida, a partir de la cual, se podrán generalizar los resultados a las demás áreas de la empresa influyendo positivamente en la organización.

La importancia del presente proyecto reside en que el área de atención al cliente de una empresa de gestión de servicios públicos localizada en Estados Unidos, la misma que presenta un bajo nivel de retención de personal, generando gastos constantes en reclutamiento, de capacitación, entre otros, los cuales se han incrementado a raíz de la pandemia del COVID-19 y a las situaciones relacionadas al estrés que pueden percibir los colaboradores al desempeñar las funciones del área.

Con los resultados de esta investigación la empresa podrá realizar una retención de personal adecuada, y servirá para la implementación de futuras estrategias que puedan colaborar con la causa, permitiendo una calidad de servicio parejo entre colaboradores lo que a su vez aumentará la calidad del servicio ofrecido a los clientes.

1.4. Alcances y Delimitación del estudio.

1.4.1. Alcances:

- Alcance Descriptivo: Porque desarrollará una mejor comprensión acerca de las variables, brindando un mejor nivel de conciencia a todas las organizaciones que pertenezcan a un rubro igual o similar, así como también servir de antecedente para futuras investigaciones.
- Alcance Correlacional: Se busca establecer una relación entre la variable dependiente e independiente.

1.4.2. Delimitaciones:

- **Delimitación espacial:** La investigación se realiza en el área de atención al cliente, localizada en Perú de una empresa de gestión de servicios públicos con sede en Estados Unidos.
- **Delimitación temporal:** La presente investigación, la cual toma datos del personal de la empresa, está comprendida en el mes de diciembre del año 2022.
- **Delimitación conceptual:** La investigación se centra en desarrollar el impacto que tiene la retención de personal del área de atención al cliente, en general ver si influye a la rentabilidad, así como también verificar como influye al ambiente laboral, imagen corporativa, los costos relacionados y productividad que puede conllevar.
- **Delimitación social:** La presente investigación se realiza con trabajadores del área de atención al cliente de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos.

Capítulo II

Marco Teórico Conceptual

2.1. Antecedentes de la investigación

Antecedentes internacionales

Como indica Villasana y Sánchez (2022) en su artículo científico “*Factores que inciden en la motivación y retención de trabajadores del conocimiento*” precisa que los empleados especializados en conocimientos desarrollan un rol fundamental para la empresa, por lo tanto, estos deben ser el enfoque principal de los planes estratégicos destinados a mejorar la productividad. Esto se debe a que la economía organizacional está cambiando constantemente. Mientras que antes las empresas dependían principalmente de la productividad de los empleados, ahora se confía cada vez más en el talento y los conocimientos especiales de cada trabajador del conocimiento. Estos trabajadores son fundamentales para el éxito de una empresa y se prevé que su demanda aumentará en el futuro. Por consiguiente, resulta de vital importancia que las empresas establezcan procesos efectivos de reclutamiento, adquisición y retención para atraer y retener a profesionales altamente capacitados en sus equipos.

A partir de este concepto comprendemos que para alcanzar una mejor productividad y rentabilidad es necesario lograr la máxima retención posible de personal, el cual en este caso hace referencia a colaboradores cuyos atributos, inteligencia, capacidades, experiencia profesional son indispensables para la organización. La investigación fue de tipo cuantitativo con un enfoque mixto, correlacional, transeccional y no experimental, utilizando el muestreo no probabilístico por conveniencia.

Según Gonzales (2009) en su revista “*Estrategias de retención del personal Una reflexión sobre su efectividad y alcances*” refiere que el tema de la retención de personal se ha vuelto uno de los desafíos más difíciles que se enfrentan los departamentos de recursos humanos, tanto en el sector público como privado. Esta problemática se agrava debido a la falta de trabajadores cualificados para hacer frente a los nuevos desafíos tecnológicos del mercado. En este contexto, las empresas deben colocar una mayor atención en mantener en sus filas al personal clave y proporcionar los recursos necesarios para atraer y convencer a estos empleados de quedarse en la organización.

Entendemos que las empresas deben detectar las necesidades que sus trabajadores requieran y a partir de estas elaboran estrategias que permitan una mayor retención de personal alcanzando a su vez una mejor rentabilidad.

De acuerdo con Prieto (2013) en su trabajo de investigación titulado “*Gestión del talento humano como estrategia para retención del personal*” indican que en la búsqueda de obtener ventajas competitivas, las empresas consideran de vital importancia los procesos relacionados con la atracción, el desarrollo y el mantenimiento del talento. En particular, retener al personal de talento se ha vuelto el desafío principal debido al crecimiento de las organizaciones y la escasez de talento disponible en el mercado laboral. Además, se suma el hecho de que los jóvenes muestran una mayor disposición a cambiar de empleo con mayor frecuencia.

La retención de personal se ha vuelto un factor básico en las organizaciones para lograr ventajas competitivas frente a las demás organizaciones que se dediquen al mismo rubro, además de lograr una diferenciación y ofrecer puestos de trabajo. De esta manera se

busca que el personal adquiriera conocimiento de los procesos internos de la organización y mejore a su vez en el desarrollo de sus funciones.

Desde la posición de Fonseca et al. (2014) en su trabajo de investigación “*Retención de personal frente al modelo de salario emocional*” postulan que la compensación dentro de una empresa es de gran importancia, pero es necesario que vaya de la mano con enfoques más recientes. En este sentido, el concepto de salario emocional juega un papel crucial al establecer una conexión genuina entre la empresa y sus empleados, lo que a su vez contribuye a aumentar la productividad y fomentar la retención del personal. A lo largo de la investigación destacaron cómo el salario emocional ha introducido una metodología nueva que no solo impacta la motivación y retención, sino también en el sentido y significado del trabajo para ellos, generando un mayor sentido de identificación con la empresa.

La investigación fue de tipo no experimental, es decir, basándose en la observación, y tenía por objetivo principal establecer estrategias acerca del salario emocional con la finalidad de lograr una mejor retención de personal. Como resultado, la propuesta dio a conocer las bases del porque es necesario implementar dichas estrategias dentro de una organización y el impacto que estas tenían en la rentabilidad.

Teniendo en cuenta a Hernández et al. (2017) en su “*Principales Causas de la Rotación del Personal en Empresa de Servicios de Transporte*” indican que es crucial considerar la satisfacción de los colaboradores, dado que representan el activo más significativo dentro de la entidad. Son los responsables de interactuar con los clientes y añadir valor a los productos y procesos internos. Es fundamental que se mantengan actualizados mediante una formación continua y que su motivación se mantenga alta, lo cual impactará positivamente en su desempeño diario.

La investigación fue de tipo cualitativa, utilizando el cuestionario como instrumento y mediante la entrevista se logró la recolección de información. Tenía por objetivo principal analizar si la falta de motivación o malas relaciones entre el personal podrían contribuir a la rotación del mismo. Se obtuvo como resultado que el 70% de los entrevistados se sentían parte de la organización primordialmente por el tiempo de permanencia, además de que la mitad de ellos aseguran haber recibido algún incentivo debido a puntualidad o productividad y la otra mitad aun no contaba con la antigüedad suficiente para recibir dichos beneficios. A partir de los resultados obtenidos, determinaron que una de las causas más importantes de la salida de trabajadores es el bajo nivel de sueldo por lo que recomendaron realizar estudios salariales a fin de transformar esto en una herramienta estratégica

Antecedentes nacionales

Tal como expresa Domínguez y Sánchez (2013) en su tesis de investigación de título “*Relación entre la rotación de personal y la productividad y rentabilidad de la empresa cotton textil s.a.a. – planta trujillo 2013*” declaran que podemos afirmar que hay una conexión opuesta entre el movimiento de empleados y la eficiencia, además confirman que hay una conexión directa entre el movimiento de trabajadores y la rentabilidad; mientras tanto, en el personal contratado, el efecto es mínimo, es decir, no se ve influenciado.

En relación con la cita mencionada, se corrobora que efectivamente existe una relación inversa entre la rotación de personal y la rentabilidad de la empresa, es decir, a un mayor índice de rotación, menor será la rentabilidad obtenida, mientras que, respecto al personal administrativo, se debe tener en cuenta que este estudio fue realizado en una empresa textil, sin embargo, no debe ser estrictamente aplicable para empresas que se dediquen a otros rubros. Consideraron una muestra de 154 trabajadores, a través de la técnica de la encuesta y utilizando cuestionarios como método de recolección de datos.

Como plantea Vásquez et al. (2022) en su artículo científico titulado “*Clima laboral y su relación con la rotación del personal en la empresa de call center teleatento del Perú, Lima 2021*” argumentan lo siguiente en sus conclusiones, que existe una conexión relevante entre el ambiente laboral y, de manera similar, la rotación de personal. Esto se debe a que los empleados enfrentan diversos problemas relacionados con la comunicación, capacitación, procesos, remuneración y relación con los supervisores, siendo la relación entre aspectos moderadamente alta y positiva.

La investigación fue tratada con un enfoque cuantitativo ya que permitió cuantificar las variables de investigación y su relación entre ambas, de nivel descriptivo y diseño no experimental correlacional con temporalidad transeccional. Optaron por una muestra de 372 trabajadores para el estudio, utilizando la técnica de la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento.

El personal recién ingresado a una organización corre el riesgo de no haber tenido una capacitación adecuada y por ende no saber llevar a cabo sus funciones de manera óptima, es por ello que buscan apoyo en compañeros que cuenten con una mayor experiencia en relación al puesto, no solo para cosas relacionadas a las funciones del puesto sino también con temas relacionados a demás procesos internos de la organización, es por ello que se considera fundamental un buen ambiente laboral para disminuir la rotación de personal.

Asimismo, no es solo tarea del personal mantener un ambiente laboral adecuado, también es labor de colaboradores intermediarios o supervisores mantener la comunicación adecuada con el personal a su cargo, motivándolos con la finalidad de lograr los objetivos que requiere el puesto y que los colaboradores no sientan que son objetivos inalcanzables ya que podrían abrumarse y por lo tanto conllevar a renunciar al puesto de trabajo.

Como hace notar Guerra y Galvéz (2020) en su trabajo de investigación titulado “*Estrategias de retención de talento y la rotación de personal en la empresa Serlitec S.A.C., Lima 2019*” enfatizan que dado que las personas constituyen un pilar fundamental de las organizaciones y considerando que a lo largo del tiempo han surgido cambios en las actitudes y valores, uno de los desafíos más importantes que enfrentan las empresas es asegurar la retención de sus mejores talentos. Los profesionales de hoy en día tienen una continua expectativa de mejoras en sus condiciones laborales, y son precisamente esas expectativas

las que contribuyen a la movilidad del personal en las empresas. Este fenómeno no solo conlleva costos asociados a la contratación, capacitación y tiempo invertido, sino que también resulta en la pérdida de colaboradores altamente calificados y valiosos para alcanzar los objetivos empresariales.

Correspondiendo al trabajo mencionado, es de tipo cuantitativo correlacional y tiene un diseño explicativo no experimental, teniendo por objetivo determinar si existía una relación directa entre las técnicas de retención de personal y el grado de deserción laboral además de reconocer las razones que causan dicha rotación. Como resultado de la investigación lograron demostrar que existe una relación inversa que indica que el desarrollo de estrategias de retención de talento garantiza un menor índice de rotación laboral. Asimismo, determinaron que más del 50% de trabajadores estuvieron de acuerdo con la gestión administrativa con temas relacionados a puntualidad en pagos, vacaciones, compensaciones por horas extras, beneficios sociales entre otros, sin embargo, indicaron que las acciones que se llevaban a cabo no eran suficientes para retener al personal.

Según Huamán (2015) en su tesis titulada “*Relación de la gestión del talento humano basada en el endomarketing para la retención de personal de la empresa Maestro Perú Tienda Huancayo en el año 2015-IP*” indican que las diferentes dimensiones encontradas en el estudio, como el entorno laboral, formalidad, identidad y las relaciones, están estrechamente vinculadas con la implementación de estrategias de gestión de recursos humanos basadas en el Endomarketing. Estas prácticas tienen como objetivo principal mejorar la satisfacción de los empleados, lo cual a su vez tiene un impacto positivo en la retención de personal y en la estabilidad de las organizaciones.

Respecto al trabajo mencionado, se utilizó el método científico para la investigación, con un alcance correlacional y el tipo de investigación fue básica, el nivel de estudio descriptivo correlacional y el diseño es no experimental correlacional transeccional. Teniendo por objetivo determinar la relación entre la gestión de talento humano basada en endomarketing y la retención del personal. Lograron la recolección de datos mediante el instrumento cuestionario y para la medición utilizaron la escala de Likert. Obtuvieron como resultado que de las 23 preguntas realizadas el mayor porcentaje de encuestados se encontraba “en desacuerdo” respecto a la felicidad en su puesto de trabajo y políticas de la empresa, a partir de estos resultados elaboraron estrategias de mejora para la empresa y concluyeron que una buena gestión del talento humano basándose en la teoría del endomarketing mejora la retención de personal.

Teniendo en cuenta a Evaristo (2017) en su tesis titulada “*Influencia de la motivación laboral en la gestión de retención del personal de los centros comerciales de la ciudad de Huaraz – 2017*” establece que en numerosos países a nivel global se reconoce que la carencia de impulso en el ámbito laboral afecta negativamente a las empresas, ya que resulta en la disipación de recursos financieros, capital humano valioso y un valioso tiempo. Es sabido que los colaboradores que optan por abandonar una organización se llevan consigo aptitudes y destrezas adquiridas en dichas entidades, lo cual repercute negativamente en su desempeño profesional.

La investigación tenía por objetivo determinar si la motivación laboral influye en la gestión de retención de personal. La metodología usada fue observacional, de diseño no experimental y descriptiva, teniendo una muestra de 48 trabajadores y el instrumento utilizado fue el cuestionario con el propósito de recolectar información de las variables de

estudio. En cuanto a resultados, observaron que el 68.8% de los trabajadores del centro comercial cuenta con una motivación media y la gestión de retención de personal es 60.7%. Concluyeron que la motivación laboral si posee influencia en la gestión de retención de personal.

2.2. Bases Teóricas – Científicas

2.2.1. Retención de personal.

Concepto:

Gonzales (2009) define que:

La retención de empleados hace referencia a “aquellas prácticas administrativas orientadas a 'no dejar ir' a individuos ubicados en cargos claves dentro de la empresa.

Importancia:

Muchas empresas han tenido que enfrentarse al problema de la rotación de personal, el cual ha sido considerado como un factor determinante para la estabilidad organizacional (Rodríguez-Rojas, 2019).

De acuerdo a lo expuesto, observamos que la rotación de personal juega un papel que brinda ventajas competitivas a la organización en comparación al resto del mercado. Podemos decir que, el hecho de implementar estrategias que reduzcan la rotación de personal ayuda de igual manera a reducir el costo de capacitación de nuevos empleados, que pueden llegar a impactar significativamente en los resultados de la organización y por ende en su rentabilidad (Prieto, 2013).

Modelos de retención del talento humano

La creación de los modelos de retención se convierte en una labor esencial para la implementación de estrategias dentro de una empresa, volviéndola así una que ofrece un servicio extraordinario tanto a clientes como empleados. Siendo así, es crucial que el plan diseñado esté alineado con la filosofía corporativa (Martínez et al., 2018).

A partir de lo mencionado previamente, resulta decisivo contar con un entendimiento claro de los modelos de retención, con el fin de disponer de un talento humano de alto nivel que fomente un entorno óptimo para el crecimiento personal y profesional de los empleados. (Wakabayashi, 2007)

a) Lógica de retención del mercado de personas y segmentos

Conocido como Servicio Interno de Calidad (Garvin, 1988; Heskett, 1986; Zemke y Bell, 1989; Zeithaml et al., 1990). Posee la finalidad de superar los limitantes y las prácticas de los trabajadores pertenecientes a una organización (Hallowell et al., 1996).

Tabla 1*Elementos del modelo de servicio interno de calidad*

Elemento	Concepto
Instrumentos de trabajo	Implementos necesarios para un servicio de calidad
Políticas y procedimientos	Planificaciones y desarrollo mediante reglas que orientan al comportamiento ante cada situación
Equipos de trabajo	Grupo en el cual los integrantes mediante el uso de sus habilidades trabajan juntos para alcanzar un solo objetivo
Interés administrativo	Apoyo brindado por la alta dirección de la empresa
Concordancia con la misión	Estrategias semejantes a la misión
Entrenamiento	Proporcionará a los empleados el conocimiento y habilidades para realizar una tarea o procedimiento específico
Comunicación	Vías de comunicación en forma horizontal y vertical
Reconocimiento y recompensa	Distinción otorgada que puede ser material o emocional al esfuerzo alcanzado por los trabajadores.

Nota. Adaptado de la tesis “*Estrategias de retención de personal para la organización explora valle sagrado*”, por Martínez et al., (2018)

Los presentes componentes se tendrán en consideración para los resultados de la investigación. De acuerdo a los resultados, se elaborarán estrategias de retención de personal.

b) Cadena de servicio-beneficio

Este modelo se basa en las observaciones y mediciones realizadas en compañías norteamericanas. Heskett (1986) dedujo un grupo de relaciones que forman la esencia del modelo.

Heskett et al. (1994) en su investigación “*The service profit chain*” traducido al español como “*Cadena de beneficios del servicio*” identificaron factores medibles como la rentabilidad, la lealtad y la satisfacción del cliente, así como el valor de los productos y servicios proporcionados a los consumidores. Además, desarrollaron un conjunto adicional de variables que se centran en la relación entre los clientes y el funcionamiento interno de la empresa, incluyendo la capacidad, la fidelidad, la satisfacción y la productividad de los trabajadores. En total, establecieron siete relaciones distintas.

En la primera relación se descubrió que la lealtad de los clientes desempeña un papel crucial en la rentabilidad y el crecimiento de las empresas.

La segunda relación establece que dicha lealtad por parte de los clientes está relacionada con su nivel de satisfacción.

En la tercera relación se establece que la satisfacción de los clientes está vinculada al valor que la empresa les proporciona.

La cuarta relación indica que la creación del valor depende de la productividad de los empleados.

La quinta relación destaca que se requiere la lealtad de los empleados para lograr una alta productividad, se debe tener en cuenta que implica costos asociados a la falta de lealtad de los empleados, lo cual resulta en una disminución de la productividad y en la prestación de un servicio de baja calidad tanto al inicio como al final de la trayectoria laboral dentro de una empresa.

Por sexta relación se establece que la satisfacción de los trabajadores es la principal causa de su lealtad. Heskett et al. (1997) probaron que las empresas con un bajo nivel de satisfacción en sus trabajadores presentan los índices más altos de rotación en los mismos.

Por último, la séptima relación indica que la satisfacción de los empleados aumenta en proporción a su capacidad para resolver problemas de los clientes y a la calidad que les ofrece la organización a lo largo de su vida laboral.

Importancia del área de atención al cliente

Según García y Del Carmen (2013) definen el servicio al cliente como el agrupamiento de acciones que relacionan al cliente con la organización, todo con la finalidad de alcanzar su satisfacción.

Las funciones de un departamento de atención al cliente varían en base al tipo de actividad que ejerce la empresa, tamaño y definición estratégica (García y Del Carmen, 2013).

Se presentan a continuación las funciones del departamento de atención al cliente.

Tabla 2*Funciones principales del área de atención al cliente*

Función	Descripción
Gestión de quejas y reclamos	Esta es la función principal y consiste en resolver de forma eficiente las quejas y reclamaciones siguiendo un modelo preestablecido.
Obtención y gestión de información	El departamento recoge, registra, clasifica y trata toda la información proveniente de los clientes para ponerla a disposición de la dirección de la empresa
Información al cliente	Resolución de dudas sobre el uso de productos e información al cliente de sus derechos son las dos principales tareas que desarrollan la función de informar al cliente.
Elaboración de estadísticas e informes	De forma periódica, generalmente cada año, el departamento debe hacer una memoria de todas sus actividades, así como un análisis estadístico de sus actuaciones, con el objetivo de mejorar su nivel de servicio.
Servicio Postventa	El departamento de atención al cliente hace funciones de puente entre el cliente y el servicio técnico postventa, de forma que se encarga de que las relaciones que se establezcan entre ellos sean eficientes.

Nota. Extraído del libro “*Comunicación y atención al cliente*”, por (García y Del Carmen, 2013, p. 199)

A partir de la información mencionada, logramos observar que el departamento o área de atención al cliente juega un papel fundamental en la organización ya que no solo está en contacto directo con los clientes, sino que también permite obtener retroalimentación, la cual es utilizada para mejorar el bien o servicio ofrecido e implementar futuras estrategias que aporten al cumplimiento del objetivo de la empresa.

Factores para la retención de personal

Según Prieto (2013) es fundamental el contar con estrategias para lograr una retención de personal, ya que de eso depende una continua integración de los cambios en un entorno cada vez más globalizado. Los costos de un alto índice de rotación y capacitación a nuevos empleados, puede impactar de manera significativa en los resultados de una organización.

Según Benavides (2020) los factores monetarios que el personal toma en consideración son los siguientes:

Factores monetarios:

-Remuneración: Beneficio económico que recibe el trabajador debido a la contraprestación de un servicio otorgado.

-Premios y Bonos: Bonificaciones extras otorgadas a trabajadores debido al cumplimiento de metas dentro del área, pueden abarcar, puntualidad, desempeño demostrado, comisión, entre otros.

Por otro lado, contamos con los factores no monetarios, los cuales están enfocados a mejorar la calidad de vida del empleado, por lo tanto, la empresa debe generar estrategias con el objetivo de no dejar ir a los empleados (Prieto, 2013).

Factores no monetarios

-Formación: Encontramos el plan de formación y la capacitación constante a los trabajadores, así como también el apoyo para el desarrollo de competencias.

-Calidad de vida laboral: Flexibilidad de horarios, permisos para diligencias o de tipo especial, incluyendo también programas de bienestar o convenios para los empleados, buena ergonomía y distribución de las herramientas utilizadas por trabajadores, así como también contar con un buen clima laboral.

-Plan de carrera: Brindar a los empleados la oportunidad de subir en escalafón de la empresa.

-Clima laboral: Es conocido como el entorno percibido por el trabajador dentro de la empresa, que ha sido forjado por un conjunto de actividades, rutinas y condiciones en las cuales se desarrollan las labores de los trabajadores. Las empresas deben enfocarse en elaborar planes orientados a mejorarlo constantemente, así como hacer sentir bien a los empleados.

-Estabilidad laboral: Aquí encontramos la conexión directa con el termino indefinido o fijo, proporciona seguridad a los empleados al desarrollar sus labores.

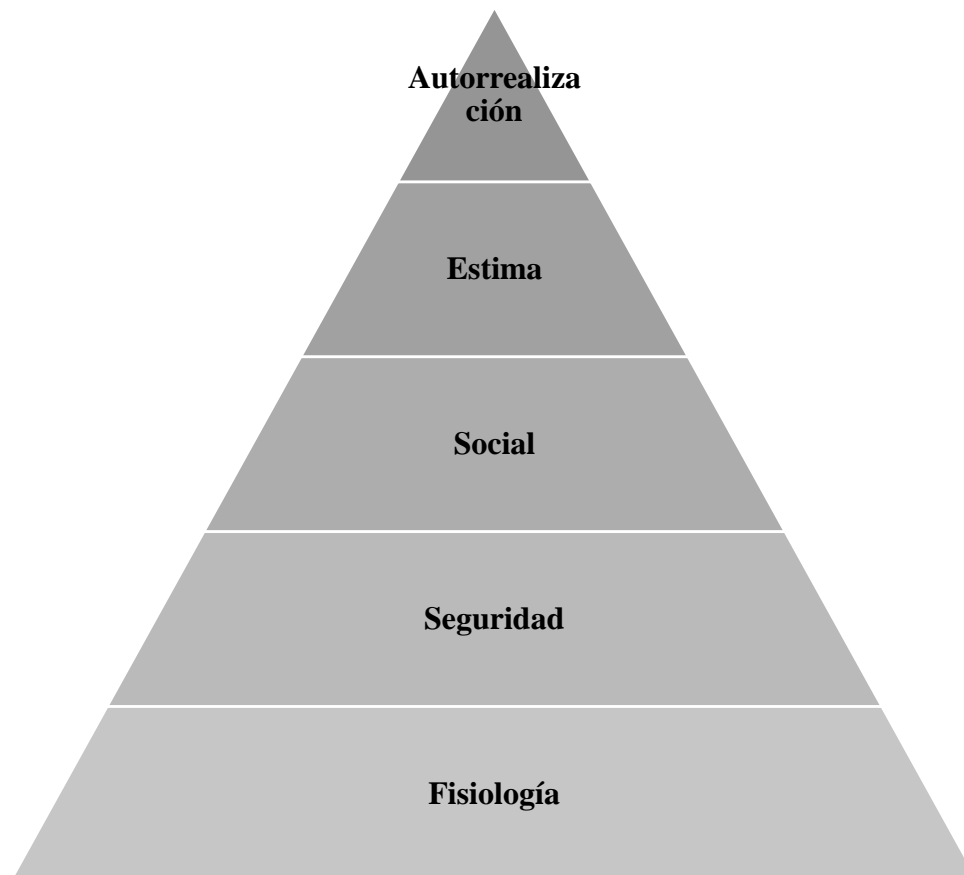
-Reconocimiento: Reconocer los logros tanto individuales como colectivos de los trabajadores, usualmente va acompañado de algún beneficio material o monetario, sin embargo, también puede ser de tipo afectivo o simbólico.

Jerarquía de necesidades de Maslow

Es una teoría motivacional que busca expresar que es lo que impulsa la conducta del ser humano, consta de 5 niveles que se encuentran ordenados en base a la importancia de cada uno (Sevilla, 2020).

Figura 1

Pirámide de necesidades de Maslow



Adaptado de la página web economipedia.com, por (Sevilla, 2020)

- Necesidades fisiológicas: Incluyen las necesidades básicas tales como respirar, alimentarse, hidratarse, vestirse, etc.

- Necesidades de seguridad: Aquí encontramos crear y mantener una situación de orden y seguridad en la vida.
- Necesidades sociales: Encontramos aquí el desarrollo afectivo del individuo, implica el sentido de pertenencia a un grupo social, familia, pareja, etc.
- Necesidades de estima: Encontramos el reconocimiento del trabajo de la persona, la confianza, independencia personal, reputación.
- Necesidad de autorrealización: Solo se logra alcanzar si las demás necesidades han sido suficientemente alcanzadas. Involucra el sentimiento de haber llegado al éxito personal.

Costos de Rotación de Personal

Existen varias categorías en los costos de retención de personal, entre ellos encontramos los costos primarios, los cuales están directamente relacionados con el retiro de cada empleado y su reemplazo por otro distinto, cuenta con una valoración cualitativa; los costos secundarios refieren a los efectos colaterales inmediatos de la rotación de dicho personal; como costos terciarios se considera a los incentivos e inversiones que se hayan realizado sobre un empleado. (Hernandez, 2011)

Se han determinado que las principales razones para la rotación voluntaria son el salario ofrecido, falta de motivación y baja probabilidad de escalar en los puestos de la organización.

Los costos directamente relacionados a una alta rotación de personal son el reclutamiento, que puede llegar a impactar en el presupuesto ya establecido para la gestión del recurso humano en la organización, esto abarca el procesamiento de

solicitudes de postulantes hasta las entrevistas realizadas; luego vemos los costos de selección de personal, aquí se encuentran las pruebas y exámenes médicos que pueda incluir la selección del trabajador; también encontramos los costos de entrenamiento, los cuales comprenden la remuneración del personal que está siendo entrenado, el costo de los entrenadores o tutores, cualquier otro costo relacionado con esta etapa.

2.2.2. Rentabilidad empresarial

En el ámbito organizacional, se entiende por rentabilidad a la capacidad que tiene una organización para obtener ganancias. Este indicador determina la relación entre las ganancias y la inversión realizada para conseguirla (Torres, s. f.)

2.3. Definición de términos básicos.

- Clima Organizacional: Según García (2009) en su artículo “*Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una aproximación Conceptual*” cita a García y Zapata brindando la siguiente definición:

El clima organizacional es el conjunto de cualidades, atributos o propiedades, relativamente permanentes de un ambiente de trabajo concreto, que son percibidas, sentidas o experimentadas por las personas que componen la organización y que influyen sobre su conducta.

- Imagen Corporativa: Hefting (1991) indica que la imagen corporativa es la percepción o idea global que tiene el público acerca de los productos, actividades, servicios entre otros. Es en pocas palabras la personalidad de la organización.
- Retención de personal: Chiavenato (2009) refiere que:

La rotación de personal (...) es el resultado de la salida de algunos empleados y la entrada de otros para sustituirlos en el trabajo. Las organizaciones sufren un proceso continuo (...) de entropía negativa para mantener su integridad y sobrevivir (p.91).

- Trabajadores del conocimiento: Villasana y Sánchez (2022) refieren que se denomina trabajadores del conocimiento a todos aquellos colaboradores de la empresa que poseen atributos tales como inteligencia, memoria, iniciativa, y experiencia profesional.

- Ergonomía:

La Ergonomía es una ciencia multidisciplinar que estudia las habilidades y limitaciones del ser humano, relevantes para el diseño de herramientas, máquinas, sistemas y entornos. Su objetivo es hacer más seguro y eficaz el desarrollo de la actividad humana, en su sentido más amplio. (Leirós, 2009, p. 34)

- Percepción de reconocimiento: Se basa en demostrar agradecimiento a los empleados por el trabajo realizado, destacando sus esfuerzos y resultados (Ortega, s. f.).

Capítulo III

Hipótesis y Variables

3.1. Hipótesis y/o supuestos básicos

3.1.1. Hipótesis General.

La retención de personal del área de atención al cliente influye en la rentabilidad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.

3.1.2. Hipótesis Específicas.

- La retención de personal del área de atención al cliente influye a la productividad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.
- La retención de personal del área de atención al cliente influye al clima laboral de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.
- La retención de personal del área de atención al cliente impacta a la imagen corporativa de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.
- La retención de personal del área de atención al cliente impacta a los costes relacionados de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.

3.2. Variables de estudio y su operacionalización

Tabla 3

Operacionalización de unidad de análisis

Variables	Dimensiones	Indicadores
Retención de personal (Variable Independiente)	Monetario	Ventajas económicas
		Beneficios Otorgados
		Monto salarial
	No Monetario	Línea de Carrera
		Capacitaciones
		Percepción de reconocimiento
Rentabilidad (Variable Dependiente)	Imagen corporativa	Posicionamiento de la empresa
		Reputación corporativa
		Estabilidad laboral
	Clima Laboral	Condiciones Laborales
		Ergonomía adecuada
		Trabajo en equipo
	Costes relacionados	Costos de Adquisición de personal

		Costos de Supervisión
	Productividad	Procesos eficientes
		Menos estrés laboral

Nota. Elaboración propia

Tabla 4*Matriz de la variable Retención de personal*

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
Retención de personal (Variable Independiente)	"Es el proceso que implica mantener las competencias laborales de los empleados manteniéndolos motivados, emocionalmente activos e incentivados"(Prieto, 2013)	Medios o estrategias utilizadas para lograr que el personal se sienta a gusto con la organización, de manera que puedan desenvolverse de manera óptima, se sienta identificado y su vez reducir al máximo posible las razones por las cuales el personal querría abandonar la empresa. Para realizar la medición de la variable se utilizó un cuestionario que permitió evaluar las dimensiones monetarias y no monetarias, los cuales fueron analizados con una muestra de 30 empleados del área de atención al cliente.	Monetario	Ventajas económicas	1-2	Escala de Likert
				Beneficios Otorgados	3-4	
				Monto salarial	5-6	
			No Monetario	Línea de Carrera	7-8	
				Capacitaciones	9-10	
				Percepción de reconocimiento	11-13	

Nota. Elaboración propia

Tabla 5

Matriz de la variable Rentabilidad

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
Rentabilidad (Variable Dependiente)	"La rentabilidad es la relación entre ingresos y costos generados por el uso de los activos de la empresa en actividades productivas" (Gitman, 1997).	Indicador que muestra cual fue el resultado de una operación frente a los recursos utilizados para la misma. Para realizar la medición de la variable se utilizó un cuestionario que permitió evaluar las dimensiones de imagen corporativa, clima laboral, costes relacionados y productividad, los cuales fueron analizados con una muestra de 30 empleados del área de atención al cliente.	Imagen corporativa	Posicionamiento de la empresa	14-15	Escala de Likert
				Reputación corporativa	16	
				Estabilidad laboral	17	
			Clima Laboral	Condiciones Laborales	18	
				Ergonomía adecuada	19	
				Trabajo en equipo	20	
			Costes relacionados	Costos de rotación de personal	21-22	
				Costos de Supervisión	23	
			Productividad	Procesos eficientes	24-25	
				Menos estrés laboral	26-27	

Nota. Elaboración propia

3.3. Matriz lógica de consistencia

Tabla 6

Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Método
<p>Problema General: ¿De qué manera la retención de personal del área de atención al cliente influye en la rentabilidad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos - 2022?</p> <p>Problemas específicos: - ¿Como influye la retención de personal del área de atención al cliente en la productividad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022? - ¿Como influye la retención de personal del área de atención al cliente en el clima laboral de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022? - ¿Cuál es el impacto de la retención de personal del área de atención al cliente en la imagen corporativa de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022?</p>	<p>Objetivo General: Determinar de qué manera la retención de personal del área de atención al cliente influirá en la rentabilidad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.</p> <p>Objetivos específicos: -Determinar de qué manera la retención de personal del área de atención al cliente afectaría en la productividad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022. -Determinar de qué manera la retención de personal del área de atención al cliente influirá en el clima laboral de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022. -Determinar de qué manera la retención de personal del área de atención al cliente impactaría en la imagen corporativa de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.</p>	<p>Hipótesis General: La retención de personal del área de atención al cliente influye en la rentabilidad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.</p> <p>Hipótesis específicas: -La retención de personal del área de atención al cliente influye a la productividad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022. -La retención de personal del área de atención al cliente influye al clima laboral de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022. -La retención de personal del área de atención al cliente impacta a la imagen corporativa de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022. -La retención de personal del</p>	<p>Retención de personal (Variable Independiente)</p>	Monetario	<p>Tipo: Aplicada con enfoque cuantitativo.</p> <p>Método: Hipotético – deductivo.</p> <p>Diseño: No experimental, transversal y correlacional</p>
				No Monetario	
			<p>Rentabilidad (Variable Dependiente)</p>	Productividad	<p>Población: 50 personas</p> <p>Muestra: 30 personas</p> <p>Técnica: Encuesta</p>
				Clima Laboral	
Imagen Corporativa					

<p>- ¿Cómo influye la retención de personal del área de atención al cliente en los costes relacionados de la empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022?</p>	<p>-Determinar cómo la retención del personal del área de atención al cliente influirá en los costes relacionados de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.</p>	<p>área de atención al cliente impacta a los costes relacionados de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.</p>		<p>Costes Relacionados</p>	<p>Instrumento: Cuestionario</p>
---	---	--	--	----------------------------	--------------------------------------

Capítulo IV

Marco Metodológico

4.1. Tipo de investigación

4.1.1. Por el propósito.

Para la investigación se tiene que es de tipo aplicado ya que según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) esta se enfoca en resolver problemas, partiendo de una situación problemática identificada, posterior a ello se procede a la recolección de teorías y finalmente se encuentra una solución favorable al problema en cuestión.

4.1.2. Por el tipo de datos.

La investigación cuenta con un enfoque cuantitativo, Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) expresa que representa un conjunto de procedimientos organizados secuencialmente, con la finalidad de comprobar hipótesis, ninguno de los pasos puede ser excluido y el orden debe ser riguroso.

4.1.3. Por el nivel.

Es un estudio con un alcance descriptivo, el cual según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) busca determinar las propiedades, características, perfiles individuales o comunes, o cualquier otro factor que sea sometido o requiera un análisis.

Además de ello el alcance del estudio también es correlacional. Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) afirma. “Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular” (p.109).

4.1.4. Por el método.

Para la investigación se aplicó un método hipotético – deductivo, el cual según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) busca brindar explicaciones que sean relacionadas al problema en cuestión o variable que está siendo estudiada, a partir de ello se elaboran proposiciones o afirmaciones, además de ello usualmente relaciona las variables estudiadas y pronostica algo.

4.2. Diseño

4.2.1. Diseño no experimental.

La presente investigación es no experimental, la cual consiste en realizarla sin alterar las variables, en otras palabras, al realizar el estudio no se varía de forma intencional las variables independientes para determinar su efecto sobre las demás variables.

En un experimento, el investigador prepara de manera premeditada una situación a la que son expuestos varios casos o individuos. Esta situación consiste en recibir un tratamiento, una condición o un estímulo en determinadas circunstancias, para después evaluar los efectos de la exposición o aplicación de dicho tratamiento o tal condición. Por decirlo de alguna manera, en un experimento se construye una realidad. En cambio, en un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza. (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018, p. 174).

4.2.2. Diseño transversal o transeccional.

La presente investigación cuenta con un diseño transversal o transeccional, el cual se encarga de recolectar datos en solo un momento a través del tiempo (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018), para la presente investigación se tomó el año 2022.

4.3. Población, muestra o participantes

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) define la población como un grupo que aglomera los casos que corresponden con determinadas especificaciones.

Las poblaciones pueden ser consideradas finita o infinita, cuando se desconoce el tamaño y no se puede establecer un marco muestral es considerada infinita, al contrario que la población finita, la cual tiene un número limitado de elementos.

Para la presente investigación, la población base de la cual se recolectará la información y a su vez se obtendrá la muestra está conformada por 50 empleados del área de atención al cliente de la empresa en cuestión; utilizando la fórmula de una población finita, por lo tanto, el muestreo será probabilístico ya que se dispone de un marco muestral y aleatorio simple, dado que cualquier integrante de la población tiene la probabilidad de ser seleccionado.

Para obtener la muestra se hallará mediante el siguiente cálculo:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{e^2 (N - 1) + z^2 \times p \times q}$$

Se tendrá en consideración un nivel de confianza de 95%.

Tabla 7

Cálculo del tamaño de una muestra por niveles de confianza

Certeza	95%	94%	93%	92%	91%	90%	80%	62.27%	50%
Z	1.96	1.88	1.81	1.75	1.69	1.65	1.28	1	0.6745
z²	3.84	3.53	3.28	3.06	2.86	2.72	1.64	1.00	0.45
e	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09	0.10	0.20	0.37	0.50
e²	0.0025	0.0036	0.0049	0.0064	0.0081	0.01	0.04	0.1369	0.25

Nota. Extraído del documento “*Determinación del tamaño de una muestra archivística*”, por Rodríguez (2010).

Tabla 8

Valores tomados para el cálculo de la muestra

Tamaño de la población o marco muestral	N	50
Nivel de confianza	z	95% = 1.96
Probabilidad de éxito	p	5% = 0.05
Probabilidad de fracaso	q	1 – p = 0.95
Margen de error	e	5%

Nota. Elaboración propia.

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.05) (0.95) (50)}{(0.05)^2 (50 - 1) + (1.96)^2 (0.05) (0.95)}$$

$$n = 30$$

La investigación contará con una muestra de 30 empleados del área de atención al cliente, a partir de los cuales se realizará la recolección de datos.

4.4. Instrumentos de recogida de datos

Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) afirma que “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (p.250).

Para la presente investigación se utilizó el cuestionario escrito, con la finalidad de recolectar la información necesaria para un posterior análisis.

Las preguntas de un cuestionario se consideran de dos tipos, cerradas y abiertas. Las cerradas cuentan con categorías y opciones de respuesta ya delimitadas; las abiertas no se ven limitadas a alternativas previamente establecidas y las respuestas pueden ser infinitas.

4.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para el ordenamiento de los datos obtenidos mediante el cuestionario se utilizó el programa Excel, posterior a ello fueron procesados y analizados a través del programa SPSS versión 29.

Para el desarrollo de los resultados, se tuvo en cuenta la prueba estadística chi cuadrado, la cual determina si existe una asociación significativa entre dos variables categóricas en una muestra de datos.

4.6. Procedimiento de ejecución del estudio

Para el desarrollo de la presente investigación se tuvo en cuenta el siguiente esquema:

1. Se identificó el problema a investigar.
2. Se procedió a determinar la variable dependiente e independiente, así como también sus dimensiones e indicadores.
3. Elaboración del marco teórico.

4. Determinación de matriz de consistencia.
5. Delimitación de población y muestra.
6. Preparación y validación de cuestionario.
7. Recolección y análisis de datos.
8. Elaboración de resultados, conclusiones y recomendaciones.

Capítulo V

Resultados y Discusión

5.1. Datos cuantitativos

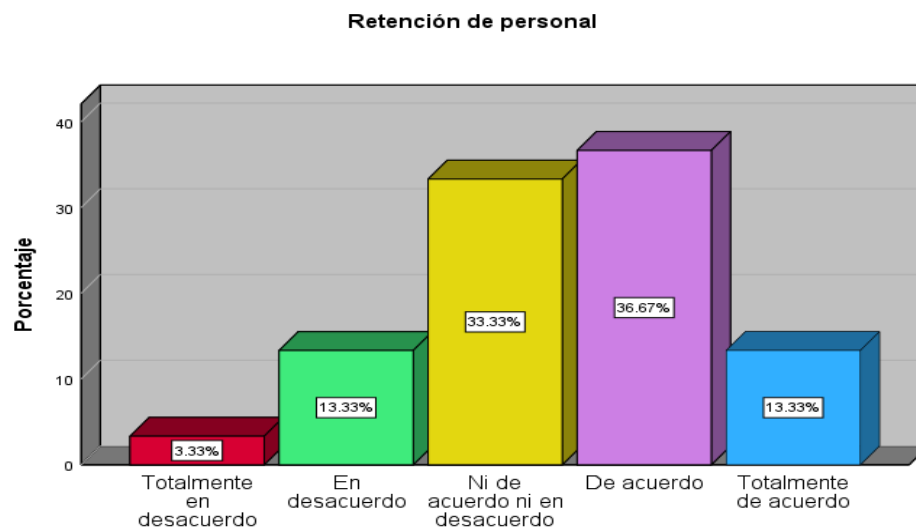
Tabla 9

Análisis descriptivo de la variable independiente "Retención de personal"

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3.3	3.3
	En desacuerdo	4	13.3	16.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	33.3	50
	De acuerdo	11	36.7	86.7
	Totalmente de acuerdo	4	13.3	100
	Total	30	100	

Figura 2

Descripción porcentual de la variable independiente "Retención de personal"



Descripción: Respecto a los resultados obtenidos del análisis anterior, observamos que en la Tabla N°9 el 3.33% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 13.33% indicó estar en desacuerdo, el 33.33% optó por no estar de acuerdo ni en desacuerdo, el 36.67% estuvo de acuerdo y finalmente el 13.33% afirmó estar totalmente de acuerdo con la retención de personal.

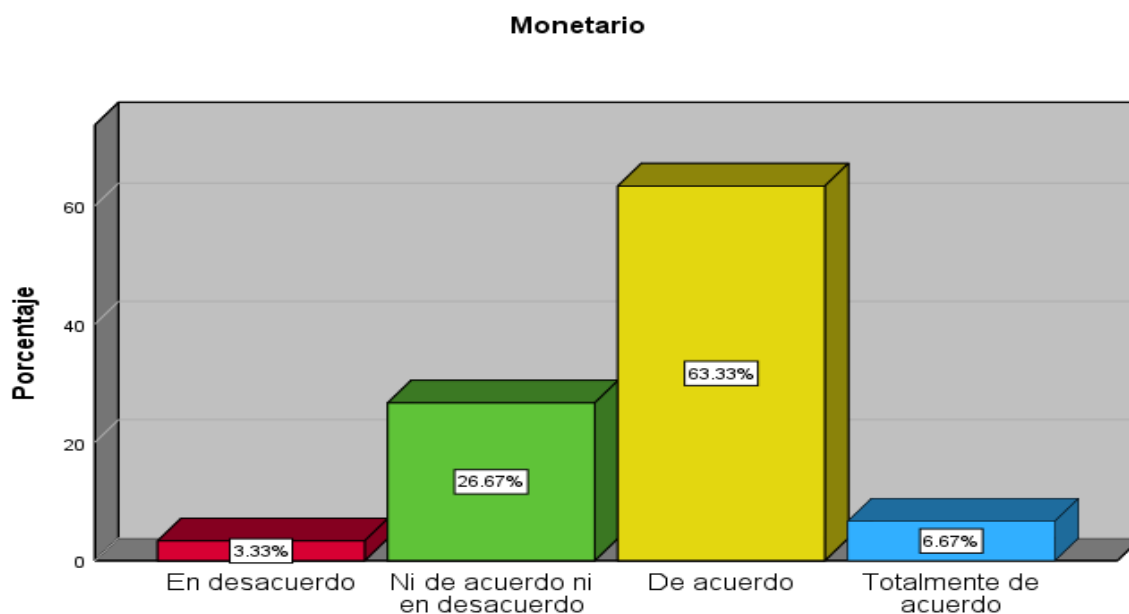
Tabla 10

Análisis descriptivo de la dimensión "Monetario"

		Monetario		
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	3.3	3.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	26.7	30
	De acuerdo	19	63.3	93.3
	Totalmente de acuerdo	2	6.7	100
	Total	30	100	

Figura 3

Descripción porcentual de la dimensión "Monetario"



Descripción: Respecto a los resultados obtenidos del análisis anterior, observamos que en la Tabla N°10 el 3.33% de los 30 encuestados indicó estar en desacuerdo, el 26.67% no estuvo de acuerdo ni en desacuerdo, el 63.33% estuvo de acuerdo y finalmente el 6.67% indicó estar totalmente de acuerdo con el sistema monetario de la empresa.

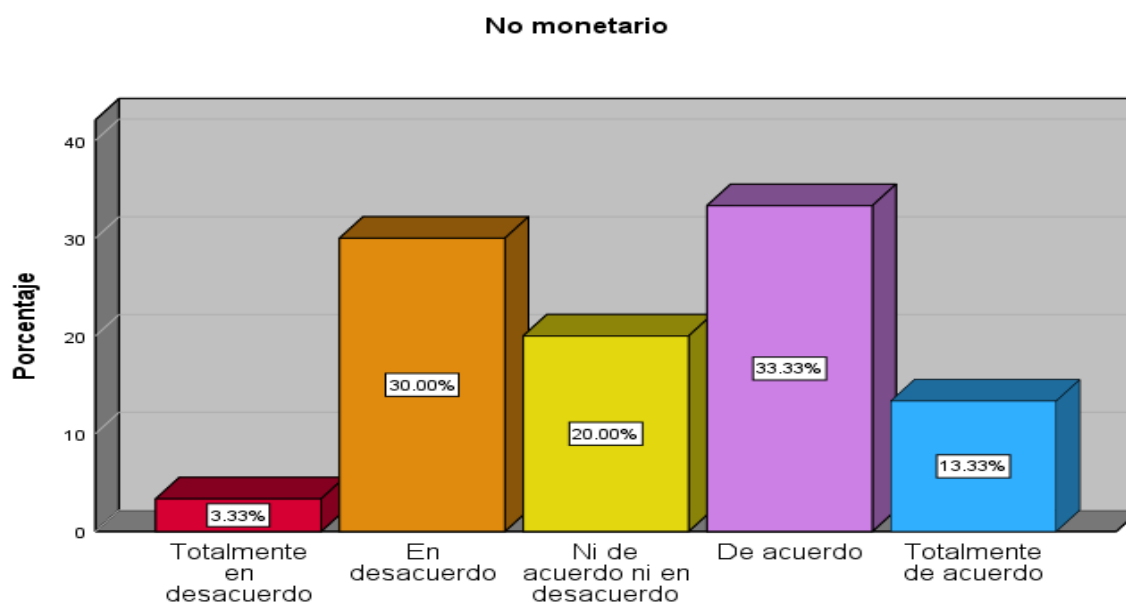
Tabla 11

Análisis descriptivo de la dimensión "No monetario"

		No monetario		
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3.3	3.3
	En desacuerdo	9	30	33.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	20	53.3
	De acuerdo	10	33.3	86.7
	Totalmente de acuerdo	4	13.3	100
	Total	30	100	

Figura 4

Descripción porcentual de la dimensión "No monetario"



Descripción: Respecto a los resultados obtenidos del análisis anterior, observamos que en la Tabla N°11 el 3.33% de los 30 encuestados indicó estar totalmente en desacuerdo, el 30% en desacuerdo, el 20% no se encontraba ni acuerdo ni en desacuerdo, el 33.33% estuvo de acuerdo y finalmente el 13.33% indicó estar totalmente de acuerdo con el ámbito no monetario de la empresa.

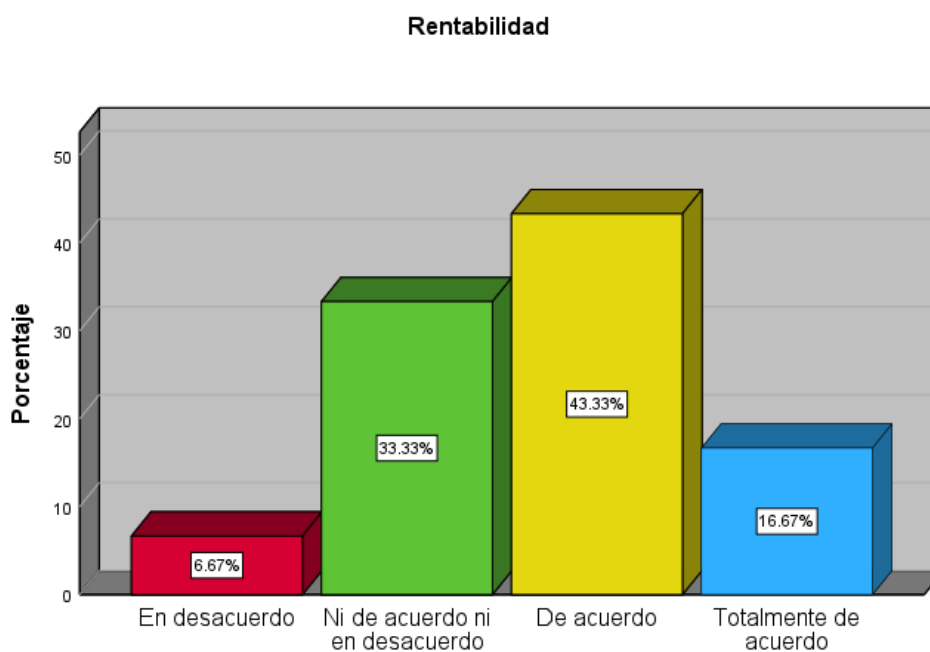
Tabla 12

Análisis descriptivo de la variable dependiente "Rentabilidad "

		Rentabilidad		
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	6.7	6.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	33.3	40
	De acuerdo	13	43.3	83.3
	Totalmente de acuerdo	5	16.7	100
	Total	30	100	

Figura 5

Descripción porcentual de la variable dependiente "Rentabilidad"



Descripción: Respecto a los resultados obtenidos del análisis anterior, observamos que en la Tabla N°12 el 6.67% de los 30 encuestados indicó estar en desacuerdo, el 33.33% optó por escoger ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 43.33% se encontró de acuerdo y finalmente el 16.67% estuvo totalmente de acuerdo con el aspecto rentable de la organización.

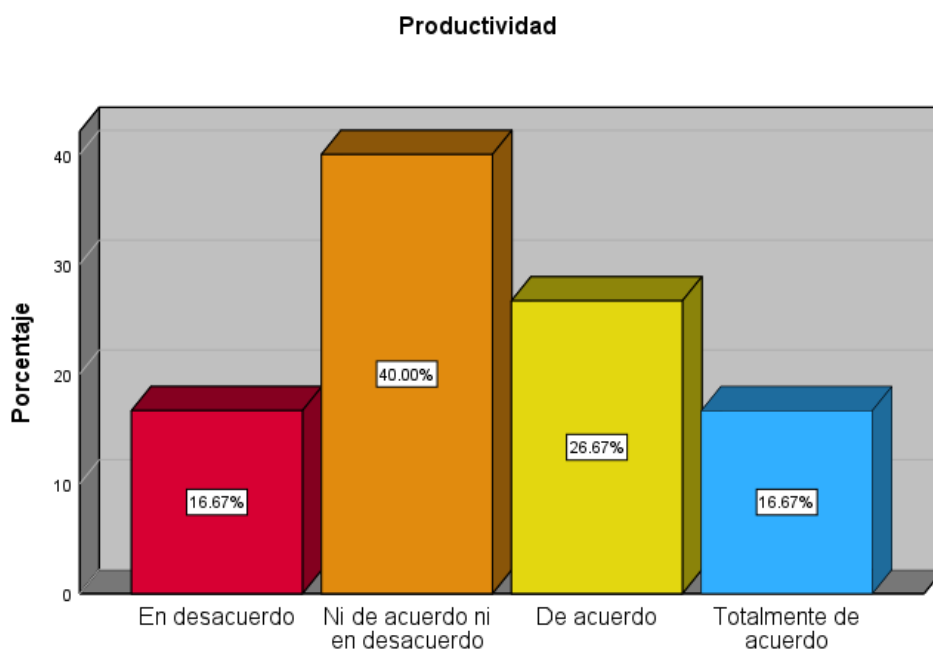
Tabla 13

Análisis descriptivo de la dimensión "Productividad"

		Productividad		
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	5	16.7	16.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	40	56.7
	De acuerdo	8	26.7	83.3
	Totalmente de acuerdo	5	16.7	100
	Total	30	100	

Figura 6

Descripción porcentual de la dimensión "Productividad"



Descripción: Respecto a los resultados obtenidos del análisis anterior, observamos que en la Tabla N°13 el 16.67% de los 30 encuestados indicó estar totalmente en desacuerdo, el 40% optó por no estar de acuerdo ni en desacuerdo, el 26.67% estuvo de acuerdo y finalmente el 16.67% indicó estar totalmente de acuerdo con la productividad reflejada a raíz de la retención de personal de la compañía.

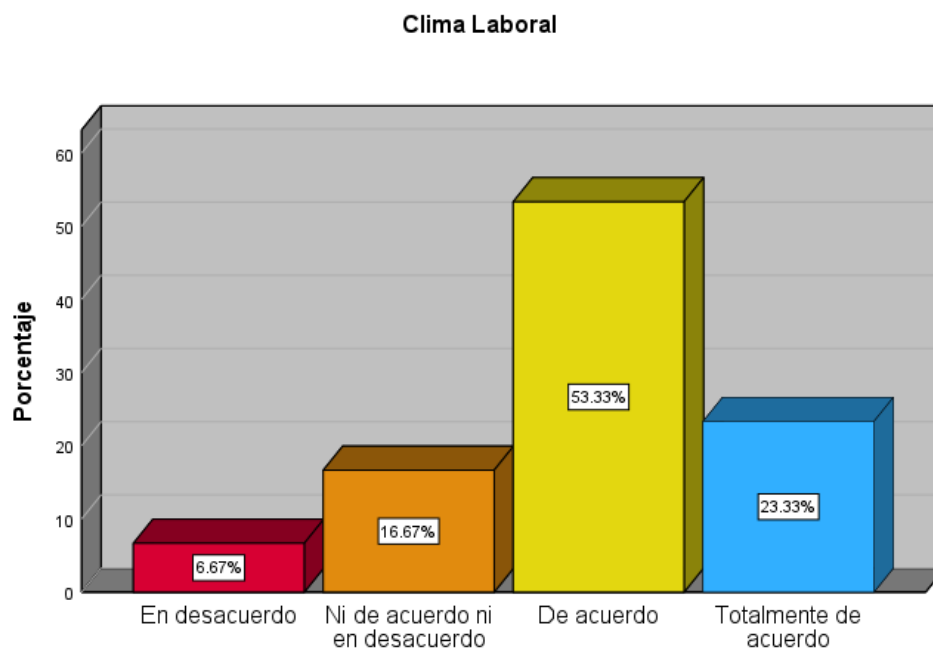
Tabla 14

Análisis descriptivo de la dimensión "Clima Laboral"

		Clima Laboral		
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	6.7	6.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	16.7	23.3
	De acuerdo	16	53.3	76.7
	Totalmente de acuerdo	7	23.3	100
	Total	30	100	

Figura 7

Descripción porcentual de la dimensión "Clima Laboral"



Descripción: Respecto a los resultados obtenidos del análisis anterior, observamos que en la Tabla N°14 el 6.67% de los 30 encuestados indicó estar en desacuerdo, el 16.67% no optó por estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 53.33% se encontró de acuerdo y finalmente el 23.33% estuvo totalmente de acuerdo con el ambiente laboral de la empresa.

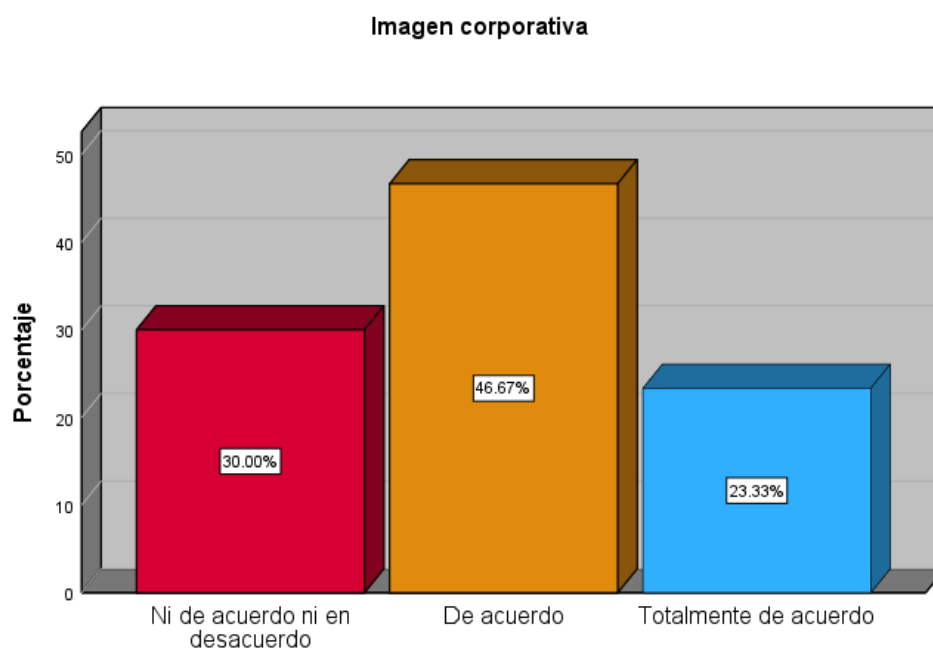
Tabla 15

Análisis descriptivo de la dimensión "Imagen Corporativa"

		Imagen Corporativa		
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	30	30
	De acuerdo	14	46.7	76.7
	Totalmente de acuerdo	7	23.3	100
	Total	30	100	

Figura 8

Descripción porcentual de la dimensión "Imagen Corporativa"



Descripción: Respecto a los resultados obtenidos del análisis anterior, observamos que en la Tabla N°15 el 30% de los 30 encuestados indicó no estar de acuerdo ni en desacuerdo, el 46.67% se encontró de acuerdo y finalmente el 23.33% estuvo totalmente de acuerdo con la imagen corporativa de la empresa.

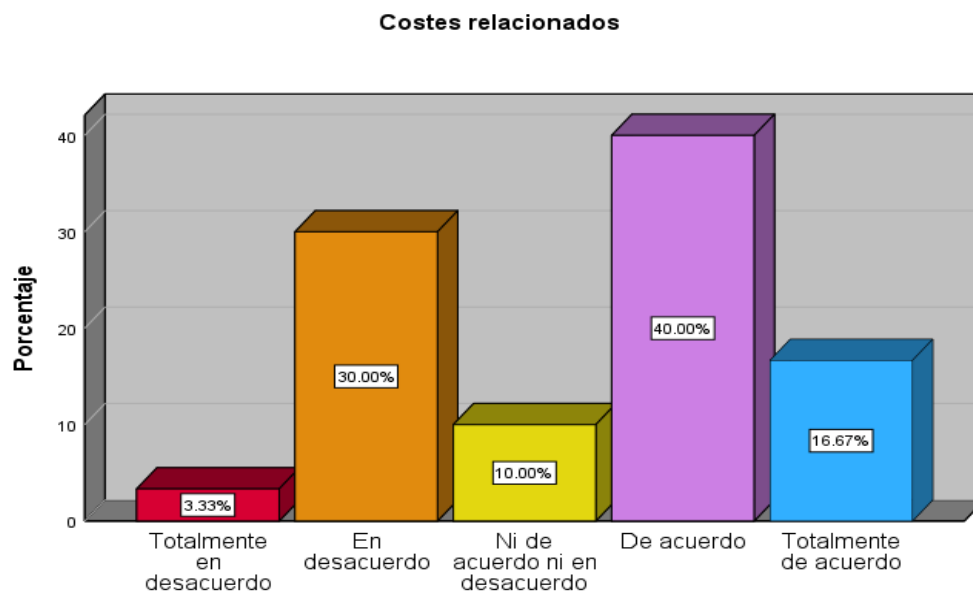
Tabla 16

Análisis descriptivo de la dimensión "Costes Relacionados"

		Costes relacionados		
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3.3	3.3
	En desacuerdo	9	30	33.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	10	43.3
	De acuerdo	12	40	83.3
	Totalmente de acuerdo	5	16.7	100
	Total	30	100	

Figura 9

Descripción porcentual de la dimensión "Costes relacionados"



Descripción: Respecto a los resultados obtenidos del análisis anterior, observamos que en la Tabla N°16 el 3.33% de los 30 encuestados indicó estar totalmente en desacuerdo, el 30% estuvo en desacuerdo, el 10% optó por no estar de acuerdo ni en desacuerdo, el 40% se encontró de acuerdo y finalmente el 16.67% de los encuestados indicó estar totalmente de acuerdo con los costes relacionados a la retención de personal de la compañía.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Prueba de Hipótesis General.

a) Formulación de Hipótesis

H₀: La retención de personal del área de atención al cliente no influye en la rentabilidad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.

H₁: La retención de personal del área de atención al cliente influye en la rentabilidad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.

b) **Establecimiento del nivel de significancia:** El nivel de significancia establecido para la presente prueba estadística es 5% o $\alpha = 0.05$.

c) **Elección del estadístico de prueba:** El estadístico de prueba utilizado en este caso es el correspondiente a la prueba Chi Cuadrado, cuyo cálculo es el siguiente

$$\chi_o^2 = \sum \sum \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \sim \chi_{(n-1; 1-\alpha)}^2$$

Tabla 17

Resumen de procesamiento de casos

	Resumen de procesamiento de casos					
	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Retención de personal *	30	100.0%	0	0.0%	30	100.0%
Productividad						

Tabla 18*Recuento cruce Retención de personal y Rentabilidad*

Tabla cruzada Retención de personal*Rentabilidad

Recuento

		Rentabilidad		
		En desacuerdo	De acuerdo	Total
Retención de personal	En desacuerdo	16	0	16
	De acuerdo	3	11	14
Total		19	11	30

Tabla 19*Retención de personal con rentabilidad*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19.850a	1	<.001
N de casos válidos	30		

0 casillas (0.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 5.13.

Tabla 20*Medidas simétricas Retención de personal y Rentabilidad*

Medidas simétricas		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coeficiente de contingencia	.631	<.001
N de casos válidos		30	

d) Análisis

Como se observa en Tabla Nro.19 el valor del estadístico de prueba es 19.850 con 1 grados de libertad y una significación asintótica (p-valor) < 0,001, el cual es menor al nivel de significancia $\alpha = 0.05$, por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula, lo que quiere decir que sí existe una relación significativa entre la variable independiente retención de personal y la variable dependiente rentabilidad.

Asimismo, según lo observado en la Tabla Nro. 20, el valor del coeficiente de contingencia es 0.631, lo que indica que la fuerza de la relación entre las dos variables es moderadamente alta y significativa.

Al rechazar la hipótesis nula, asumimos como válida la hipótesis alternativa, lo que quiere decir que, la retención de personal del área de atención al cliente influye en la rentabilidad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.

5.2.2. Prueba de Hipótesis Específica N°1.

a) Formulación de Hipótesis

H₀: La retención de personal del área de atención al cliente no influye a la productividad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.

H₁: La retención de personal del área de atención al cliente influye a la productividad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.

b) **Establecimiento del nivel de significancia:** El nivel de significancia establecido para la presente prueba estadística es 5% o $\alpha = 0.05$.

c) **Elección del estadístico de prueba:** El estadístico de prueba utilizado en este caso es el correspondiente a la prueba Chi Cuadrado, cuyo cálculo es el siguiente

$$\chi_o^2 = \sum \sum \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \sim \chi_{(n-1; 1-\alpha)}^2$$

Tabla 21

Resumen de procesamiento de casos

	Resumen de procesamiento de casos					
	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Retención de personal * Productividad	30	100.0%	0	0.0%	30	100.0%

Tabla 22*Recuento cruce Retención de personal y Productividad***Tabla cruzada Retención de personal*Productividad**

		Recuento		
		<i>Productividad</i>		
		En desacuerdo	De acuerdo	<i>Total</i>
Retención de personal	En desacuerdo	14	2	16
	De acuerdo	2	12	14
Total		16	14	30

Tabla 23*Retención de personal con productividad***Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	16.081a	1	<.001
N de casos válidos	30		

0 casillas (0.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 6.53.

Tabla 24*Medidas simétricas Retención de personal y productividad*

Medidas simétricas		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingencia	.591	<.001
N de casos válidos		30	

d) Análisis

Como se observa en Tabla Nro.23 el valor del estadístico de prueba es 16.081 con 1 grados de libertad y una significación asintótica (p-valor) < 0,001, el cual es menor al nivel de significancia $\alpha = 0.05$, por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula, lo que quiere decir que sí existe una relación significativa entre la variable independiente retención de personal y la dimensión productividad.

Asimismo, según lo observado en la Tabla Nro. 24, el valor del coeficiente de contingencia es 0.591, lo que indica que la fuerza de la relación entre la variable y la dimensión es moderadamente alta y significativa.

Al rechazar la hipótesis nula, asumimos como válida la hipótesis alternativa, lo que quiere decir que, la retención de personal del área de atención al cliente influye a la productividad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.

5.2.3. Prueba de Hipótesis Específica N°2.

a) Formulación de Hipótesis

H₀: La retención de personal del área de atención al cliente no influye al clima laboral de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.

H₁: La retención de personal del área de atención al cliente influye al clima laboral de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.

b) **Establecimiento del nivel de significancia:** El nivel de significancia establecido para la presente prueba estadística es 5% o $\alpha = 0.05$.

c) **Elección del estadístico de prueba:** El estadístico de prueba utilizado en este caso es el correspondiente a la prueba Chi Cuadrado, cuyo cálculo es el siguiente

$$\chi_o^2 = \sum \sum \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \sim \chi_{(n-1; 1-\alpha)}^2$$

Tabla 25

Resumen de procesamiento de casos

	Resumen de procesamiento de casos					
	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Retención de personal *	30	100.0%	0	0.0%	30	100.0%
Clima Laboral						

Tabla 26*Recuento cruce Retención de personal y Clima Laboral***Tabla cruzada Retención de personal*Clima Laboral**

		Clima Laboral		
		En desacuerdo	De acuerdo	Total
Retención de personal	En desacuerdo	4	12	16
	De acuerdo	2	12	14
Total		6	24	30

Tabla 27*Retención de personal con Clima Laboral***Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.536a	1	.464
N de casos válidos	30		

1 casillas (25.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2.80.

Tabla 28*Medidas simétricas Retención de personal y clima laboral*

Medidas simétricas		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingencia	.132	.464
N de casos válidos		30	

d) Análisis

Como se observa en Tabla Nro. 27 el valor del estadístico de prueba es .536 con 1 grados de libertad y una significación asintótica (p-valor) .464, el cual es mayor al nivel de significancia $\alpha = 0.05$, por lo tanto, no rechazamos la hipótesis nula, indicando que no existe relación entre la variable independiente retención de personal y la dimensión clima laboral.

Asimismo, según lo observado en la Tabla Nro. 28, el valor del coeficiente de contingencia es 0.132, lo que indica que la fuerza de la relación entre la variable y la dimensión es baja.

El no rechazar la hipótesis nula, significa que la retención de personal del área de atención al cliente no está relacionada con el clima laboral de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.

5.2.4. Prueba de Hipótesis Específica N°3.

a) Formulación de Hipótesis

H₀: La retención de personal del área de atención al cliente no impacta a la imagen corporativa de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.

H₁: La retención de personal del área de atención al cliente impacta a la imagen corporativa de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.

b) **Establecimiento del nivel de significancia:** El nivel de significancia establecido para la presente prueba estadística es 5% o $\alpha = 0.05$.

c) **Elección del estadístico de prueba:** El estadístico de prueba utilizado en este caso es el correspondiente a la prueba Chi Cuadrado, cuyo cálculo es el siguiente

$$\chi_o^2 = \sum \sum \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \sim \chi_{(n-1; 1-\alpha)}^2$$

Tabla 29

Resumen de procesamiento de casos

	Resumen de procesamiento de casos					
	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Retención de personal *	30	100.0%	0	0.0%	30	100.0%
Imagen Corporativa						

Tabla 30*Recuento cruce Retención de personal e Imagen Corporativa***Tabla cruzada Retención de personal*Imagen Corporativa**

		Recuento		
		Imagen Corporativa		Total
		En desacuerdo	De acuerdo	
Retención de personal	En desacuerdo	15	1	16
	De acuerdo	5	9	14
Total		20	10	30

Tabla 31*Retención de personal con imagen corporativa***Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl.	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11.317a	1	<.001
N de casos válidos	30		

1 casillas (25.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 4.67.

Tabla 32*Medidas simétricas Retención de personal e Imagen Corporativa*

Medidas simétricas		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingencia	.523	<.001
N de casos válidos		30	

d) Análisis

Como se observa en Tabla Nro.31 el valor del estadístico de prueba es 11.317 con 1 grados de libertad y una significación asintótica (p-valor) < 0,001, el cual es menor al nivel de significancia $\alpha = 0.05$, por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula, indicando que existe una relación significativa entre la variable independiente retención de personal y la dimensión imagen corporativa.

Asimismo, según lo observado en la Tabla Nro. 32, el valor del coeficiente de contingencia es 0.523, lo que indica que la fuerza de la relación entre la variable y la dimensión es moderadamente alta y significativa.

Al rechazar la hipótesis nula, asumimos como válida la hipótesis alternativa, lo que quiere decir que, la retención de personal del área de atención al cliente impacta a la imagen corporativa de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.

5.2.5. Prueba de Hipótesis Específica N°4.

a) Formulación de Hipótesis

H₀: La retención de personal del área de atención al cliente no impacta a los costes relacionados de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.

H₁: La retención de personal del área de atención al cliente impacta a los costes relacionados de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.

b) **Establecimiento del nivel de significancia:** El nivel de significancia establecido para la presente prueba estadística es 5% o $\alpha = 0.05$.

c) **Elección del estadístico de prueba:** El estadístico de prueba utilizado en este caso es el correspondiente a la prueba Chi Cuadrado, cuyo cálculo es el siguiente

$$\chi_o^2 = \sum \sum \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \sim \chi_{(n-1; 1-\alpha)}^2$$

Tabla 33

Resumen de procesamiento de casos

	Resumen de procesamiento de casos					
	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Retención de personal *	30	100.0%	0	0.0%	30	100.0%
Costes Relacionados						

Tabla 34*Recuento cruce Retención de personal y Costes Relacionados*

Tabla cruzada Retención de personal*Costes Relacionados

Recuento

		Costes Relacionados		
		En desacuerdo	De acuerdo	Total
Retención de personal	En desacuerdo	13	3	16
	De acuerdo	0	14	14
Total		13	17	30

Tabla 35*Retención de personal con costes relacionados*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	20.074a	1	<.001
N de casos válidos	30		

0 casillas (0.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 6.07.

Tabla 36*Medidas simétricas Retención de personal y Costes Relacionados*

Medidas simétricas		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coeficiente de contingencia	.633	<.001
N de casos válidos		30	

d) Análisis

Como se observa en Tabla Nro.35 el valor del estadístico de prueba es 20.074 con 1 grados de libertad y una significación asintótica (p-valor) < 0,001, el cual es menor al nivel de significancia $\alpha = 0.05$, por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula, indicando que si existe una relación significativa entre la variable independiente retención de personal y la dimensión costes relacionados.

Asimismo, según lo observado en la Tabla Nro. 36, el valor del coeficiente de contingencia es 0.633, lo que indica que la fuerza de la relación entre la variable y la dimensión es moderadamente alta y significativa.

Al rechazar la hipótesis nula, asumimos como válida la hipótesis alternativa, lo que quiere decir que, la retención de personal del área de atención al cliente impacta a los costes relacionados de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022.

5.3. Discusión de resultados

De acuerdo al objetivo general planteado para la presente investigación, basado en determinar si existe una relación entre la retención de personal y la rentabilidad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022, en la prueba de hipótesis general se obtuvo que existe una relación moderadamente alta y significativa entre la variable retención de personal y la variable rentabilidad, ya que la prueba chi cuadrado arrojó un valor de significancia menor a 0.001, lo que conlleva rechazar la hipótesis nula, podemos afirmar que existe una relación entre la retención de personal del área de atención al cliente y la rentabilidad de una empresa de gestión de servicios públicos ubicada en Estados Unidos. Este resultado se corrobora en la investigación presentada por Domínguez y Sánchez (2013) en su investigación titulada “*Relación entre la rotación de personal y la Productividad y rentabilidad de la empresa cotton Textil s.a.a. – planta trujillo 2013*” en el cual determinaron que el grado de retención de personal de la empresa tiene un impacto significativo tanto en la productividad como en la rentabilidad de la organización.

De acuerdo al objetivo específico Nro. 1 fundamentado en determinar de qué manera la retención de personal del área de atención al cliente afectaría en la productividad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022, la cual muestra la dimensión de productividad que fundamenta los procesos eficientes y el estrés laboral reflejado en los mismos, dichos indicadores se basaron en el concepto de productividad, el cual se enfoca en realizar los procesos de manera eficiente, evitando incurrir en pasos innecesarios que puedan generar un mayor estrés entre los colaboradores así como también pérdida de tiempo. En el primer objetivo, los resultados muestran que la variable retención

de personal influye significativamente en la dimensión de productividad, ya que la prueba chi cuadrado arrojó un resultado de 16.081, con 1 grado de libertad y con un valor de significancia menor a 0.001, lo que conlleva rechazar la hipótesis nula, y a su vez nos lleva a aceptar la hipótesis alternativa, afirmando que la retención de personal del área de atención al cliente influye en la productividad. Este resultado se corrobora en la investigación presentada por Ramos y Valderrama (2019) en su investigación titulada “*Propuesta de un plan de retención laboral para mejorar el nivel de productividad de la empresa de transportes turismo y servicios Generales vía latino sac, en la ciudad de trujillo, 2018*” en la cual concluyeron que la retención de personal se relaciona directamente con la productividad de la empresa que se trató en la investigación.

De acuerdo al objetivo específico Nro. 2 justificado en determinar de qué manera la retención de personal del área de atención al cliente influirá en el clima laboral de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022, la cual señala la dimensión del clima laboral que fundamenta las condiciones laborales, la ergonomía adecuada y el trabajo en equipo, dichos indicadores se basaron en el concepto de clima laboral, enfocándose en mejorar las condiciones laborales, brindar un espacio de trabajo adecuado y óptimo para los trabajadores, que facilite el trabajo en equipo llevado a cabo por el personal del área de atención al cliente con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados. En el segundo objetivo, los resultados muestran que la dimensión clima laboral no está relacionada con la variable retención de personal, dado que la prueba chi cuadrado arrojó un resultado de 0.536, con 1 grado de libertad y un valor de significancia de 0.464, lo que conlleva a no rechazar la hipótesis nula, y a su vez nos lleva a no aceptar la hipótesis

alternativa, afirmando que la retención de personal del área de atención al cliente no se relaciona con el clima laboral.

Acorde con el objetivo específico Nro. 3 argumentado en determinar de qué manera la retención de personal del área de atención al cliente impactaría en la imagen corporativa de una empresa gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022, la cual destaca la dimensión de imagen corporativa que fundamenta el posicionamiento de la empresa, la reputación corporativa y la estabilidad laboral, estos indicadores se basaron en el concepto de imagen corporativa, el cual se enfoca en la percepción global que tiene el público sobre la empresa, brindando estabilidad laboral a los colaboradores, y alcanzando los objetivos planteados enfocándose en el recurso humano, volviendo a la empresa reconocida y posicionada en el mercado laboral debido a ello. En el tercer objetivo, los resultados muestran que la variable retención de personal influye significativamente a la dimensión de imagen corporativa, dado que la prueba chi cuadrado arrojó un resultado de 11.317, con 1 grado de libertad y con un valor de significancia menor a 0.001, lo que conlleva a rechazar la hipótesis nula, y a su vez nos lleva a aceptar la hipótesis alternativa, afirmando que la retención de personal del área de atención al cliente influye en la imagen corporativa de la organización. Podemos relacionar este resultado con la investigación presentada por Berrios (2018) en su tesis “*La Imagen Corporativa y el Desempeño Laboral en la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento S.A Tacna 2017*” la cual indica que la imagen corporativa se relaciona significativamente con el desempeño laboral, enfocando esto a la retención de personal podemos determinar que, al mantener a los empleados talentosos y experimentados en la

organización, se crea un entorno laboral más estable y productivo, aumentando el desempeño de los colaboradores.

Conforme con el objetivo específico Nro. 4 razonado en determinar cómo la retención del personal del área de atención al cliente influirá en los costes relacionados de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022, la cual señala la dimensión de costes relacionados que fundamenta los costos de rotación de personal y de supervisión, estos indicadores se basaron en el concepto de costes relacionados a la retención de personal, el cual se enfoca en los costos de reclutamiento, selección, capacitación y adaptación que se incurre en cada trabajador. En el cuarto objetivo, los resultados muestran que la dimensión de costes relacionados se ve influenciada por la variable retención de personal, dado que la prueba chi cuadrado, brindó un resultado de 20.074 con 1 grado de libertad y un valor de significancia menor a 0.001, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula, lo que a su vez nos lleva a aceptar la hipótesis alternativa, afirmando que la retención de personal del área de atención al cliente influye en los costes relacionados de la empresa. Podemos relacionar este resultado con la investigación presentada por Galindo (2017) en su tesis “*Efecto de la rotación de personal en la rentabilidad de la empresa Prosegur Vigilancia y Seguridad Privada*” la cual concluyeron que los costos de rotación de personal afectan de forma negativa a la rentabilidad de la compañía que investigaron, es decir, lograr una retención de personal, debería reducir los costos de rotación de personal y por ende aumentar la rentabilidad.

Capítulo VI

Conclusiones y Recomendaciones

6.1. Conclusiones

Respecto al objetivo general planteado para la presente investigación, se concluyó que, si existe una relación entre la variable independiente retención de personal y la variable dependiente rentabilidad, tal como se demuestra en la Tabla Nro. 19.

1. Se comprobó que el retener al personal del área de atención al cliente influye en la productividad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022 (p valor $<.001$), asimismo, se identificó que la productividad de la empresa se ha visto afectada debido al hecho de no presentar un plan de acción contra el bajo índice de retención de personal que presenta el área de atención al cliente.
2. No se encontró evidencia significativa para respaldar la hipótesis específica nro. 2, la cual afirmaba que retener al personal del área de atención al cliente influía al clima laboral de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022 (p valor = $.464$), los resultados del estudio no respaldan dicha afirmación, lo cual sugiere que otros factores podrían tener una mayor influencia en el clima laboral de la empresa, tales como el reconocimiento y recompensa que recibe cada empleado, además de la equidad salarial y oportunidades de crecimiento que reciben todos por igual.

3. Se comprobó que el retener al personal del área de atención al cliente influye a la imagen corporativa de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022 (p valor $<.001$), asimismo, se identificó que la imagen corporativa de la empresa está siendo afectada debido a la baja retención que está presentando, mostrándose como una organización de baja seriedad que no presenta interés sobre su personal, debido a ello, se incurren en la pérdida de confianza de los clientes lo cual termina afectando a la rentabilidad de la empresa.

4. Se demostró que el retener al personal del área de atención al cliente influye en los costes relacionados de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022 (p valor $<.001$), asimismo, se identificó que un 30% de los encuestados se encontraba en desacuerdo respecto a la capacitación recibida y al nivel de conocimiento de sus compañeros de área en cuanto a funciones, al tener una baja retención de personal, la organización incurre en muchos gastos relacionados en contratación tales como, reclutamiento, selección, capacitación, desarrollo e integración, además de ello se debe tener en cuenta el periodo de adaptación de los nuevos empleados, en el cual estos no realizan sus funciones como lo haría un empleado que lleva un tiempo considerable dentro del puesto.

6.2. Recomendaciones

1. Se recomienda en primer lugar, realizar un análisis en los procesos llevados a cabo por el personal, con la finalidad de detectar procedimientos ineficientes e innecesarios, a partir de ello elaborar una reestructuración completa de los procesos del personal eliminando procedimientos innecesarios, además de ello se establecerán metas diarias que sean específicas y realistas, que cuenten con incentivos laborales, con la finalidad de aumentar su motivación.
2. Se determinó que no existe una relación entre la retención del personal y el clima laboral percibido por los empleados del área, el estudio mostró que el 53.33% de los encuestados se encontraban de acuerdo con las condiciones laborales que tiene la organización para ellos, además de ser provistos con una ergonomía adecuada y contar con una buena relación entre compañeros del área, se recomienda investigar y explorar otros factores en futuros estudios para obtener una comprensión más compleja del clima laboral y así generar una mejora continua del mismo.
3. Se recomienda fortalecer la formación y capacitación constante al personal del área de atención al cliente, esto con la finalidad de generar en los clientes una percepción de ser una empresa que se preocupa por su personal. Adicional a ello se recomienda incorporar canales de comunicación efectivos y transparentes con los empleados, para poder determinar puntos débiles o causas por las cuales estos quieran abandonar la empresa, de esta manera se establecerá un programa que sea exclusivamente dedicado a solventar las dudas y apoyar al empleado para lograr la máxima retención posible del mismo.

4. Se recomienda a la empresa, realizar un estudio acerca de los puntos más importantes a tener en consideración para llevar a cabo una correcta selección de personal, además de incluir filtros específicos que logren dividir a aquellos empleados que no cumplen con los requisitos básicos, posterior al proceso de selección se deberá incluir un filtro adicional el cual serán las entrevistas directas con el supervisor de área, la cual contará con preguntas específicas y relevantes, además de ello se deberá someter a exámenes y capacitaciones contantes a los mismos instructores del área, con la finalidad de siempre estar actualizados con los mejores métodos de capacitación para los empleados y que pueda brindar la comprobación de que dichos instructores se encuentran óptimos para llevar a cabo sus funciones.

Referencias

- Benavides, F. (2020). Factores de Retención del Talento Humano en los niveles Gerenciales y Jefaturas de la empresa agroindustrial POMALCA S.A.A. - 2018. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7185/Benavides%20Mu%C3%B1oz%20Fabricio%20Antonio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Berrios, J. (2018). La imagen corporativa y el desempeño laboral en la Entidad prestadora de servicios de saneamiento S.A. Tacna 2017. <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/695/Berrios-Nunes-del-Prado-Jose.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chiavenato, I. (2009). Gestión del talento humano (3era ed.). <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1143/1/Chiavenato-Talento%20humano%203ra%20ed.pdf>
- Chiavenato, I. (2011). Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones. https://www.sijufor.org/uploads/1/2/0/5/120589378/administracion_de_recursos_humanos_-_chiavenato.pdf
- Domínguez, R., & Sánchez, F. (2013). Relación entre la rotación de personal y la productividad y rentabilidad de la empresa cotton textil s.a.a. – Planta Trujillo 2013 [Universidad Privada Antenor Orrego]. http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/205/1/DOMNGUEZ_RENZO_ROTACION%20DE%20PERSONAL_PRODUCTIVIDAD.pdf
- Evaristo, B. (2017). Influencia de la Motivación laboral en la Gestión de Retención del personal de los centros de la ciudad de Huaraz—2017. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/28570/Evaristo_SBC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Fonseca, J., Garzón, M., Rodríguez, J. C., & Torres, S. (2014). Retención de personal frente al modelo de salario emocional.
<http://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/947/Retenci%20de%20personal%20frente%20al%20modelo%20de%20salario%20emocional.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Galindo, D. (2017). Efecto de la rotación de personal en la rentabilidad de la empresa Prosegur Vigilancia y Seguridad Privada.
- García, B., & Del Carmen, M. (2013). Comunicación y atención al cliente. Macmillan Iberia, S.A. <https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/42955>
- García, M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una aproximación Conceptual. Cuadernos de Administración (Universidad del Valle), 42, 43-65.
- Garvin, D. A. (1988). Managing Quality: The Strategic and Competitive Edge. Simon and Schuster.
- Gitman, L. (1997). Fundamentos de administración financiera. OUP Harla México, S.A. México.
- Gonzales, D. (2009). Estrategias de retención del personal Una reflexión sobre su efectividad y alcances. 45(156).
<https://www.redalyc.org/pdf/215/21518650004.pdf>
- Guerra, S., & Galvéz, N. (2020). Estrategias de retención de talento y la rotación de personal en la empresa Serlitec S.A.C., Lima 2019 [Universidad Tecnológica del Perú].
https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3198/Sandra%20Guerra_Nestor%20Galvez_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Hallowell, R., Schlesinger, L., & Zornitsky, J. (1996). Internal Service Quality, Customer and Job Satisfaction: Linkages and Implications for Management (Vol. 19).
<https://web.s.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=01998986&asa=Y&AN=9706262697&h=18kMEIYq%2fsDVSsqZ2wlRat4JpQe%2bIe4q%2f8lAsehzPEnuMw4nAxxgIzALH0GeTdGR79L4BjKNCvIbI%2bwXZHYTaiQ%3d%3d&crl=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLocal=ErrCrlNotAuth&crlhashurl=login.aspx%3fdirect%3dtrue%26profile%3dehost%26scope%3dsite%26authtype%3dcrawler%26jrnl%3d01998986%26asa%3dY%26AN%3d9706262697>
- Hefting, P. (1991). En busca de una identidad algo tan obvio y a la vez tan complejo en la imagen corporativa.
- Hernandez, A. (2011). Costos de la rotación de personal.
<https://es.slideshare.net/hedoer/costos-de-la-rotacion-de-personal>
- Hernández, S., Cruz, Z., Meza, M., & Cruz, L. (2017). Principales Causas de la Rotación del Personal en Empresa de Servicios de Transporte. *Revista Sociología Contemporánea*, 4.
https://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Sociologia_Contemporanea/vol4num11/Revista_Sociologia_Contemporanea_V4_N11.pdf#page=53
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta.
- Heskett, J., Jones, T., Loveman, G., W. Earl Sasser, J., & Schlesinger, L. (1994). Putting the Service-Profit Chain to Work. *Harvard Business Review*.
<https://hbr.org/2008/07/putting-the-service-profit-chain-to-work>

Heskett, J. L. (1986). *Managing in the Service Economy*.

<https://www.amazon.com/Managing-Service-Economy-James-Heskett/dp/0875841309>

Heskett, J., Sasser Jr, W. E., & Schlesinger, L. (1997). *The service profit chain: How leading companies link profit and growth to loyalty, satisfaction, and value*. Free Press.

Huamán, F. (2015). *Relación de la gestión del talento humano basada en el endomarketing para la retención de personal de la empresa Maestro Perú Tienda Huancayo en el año 2015-II*.

https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/2930/3/IV_FCE_308_TE_Huaman_Huaman_2015.pdf

Leirós, L. (2009). *Historia de la Ergonomía, o de cómo la Ciencia del Trabajo se basa en verdades tomadas de la Psicología*. *Revista de Historia de la Psicología*, 30. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3130680.pdf>

Martínez, L., Paredes, K., & Peralta, M. (2018). *Estrategias de retención de personal para la organización explora Valle Sagrado [Universidad del Pacífico]*. https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2475/Luciana_Tesis_maestria_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ortega, C. (s. f.). *Reconocimiento a empleados: Qué es, importancia y ejemplos*. QuestionPro. 14 de mayo de 2023, de

<https://www.questionpro.com/blog/es/reconocimiento-a-empleados/>

Prieto, P. (2013). *Gestión del Talento Humano como estrategia para Retención del personal*.

<https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/160/Gesti%c3%b3n%20>

del%20talento%20humano%20como%20estrategia%20para%20retenci%20c3%b3
n%20del%20personal.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ramos, L., & Valderrama, W. (2019). Propuesta de un plan de retención laboral para mejorar el nivel de productividad de la empresa de transportes turismo y servicios Generales vía latino sac, en la ciudad de trujillo, 2018.
https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/4889/1/RE_ADMIN_LUIS.RAMOS_WENDY.VALDERRAMA_PROPUESTA.PLAN.RETENCION_DATOS.pdf

Rodríguez, A., Castaño, B., Lorenzo, F., Leis, M., & Gil, M. (2009). Proyecto de mejora en la gestión de quejas de la Gerencia de Atención Primaria de Santiago de Compostela. <https://www.elsevier.es/es-revista-revista-calidad-asistencial-256-pdf-S1134282X09000463>

Rodríguez, S. (2010). Determinacion del tamaño de una muestra archivística. calameo.com. <https://www.calameo.com/read/00257993899e3334782ea>

Rodríguez-Rojas, Y. (2019). Estrategias de atracción y retención del talento humano para disminuir la rotación de personal.
<https://core.ac.uk/download/pdf/286064376.pdf>

Sevilla, P. (2020). Pirámide de Maslow. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/piramide-de-maslow.html>

Torres, D. (s. f.). Rentabilidad de una empresa: Qué es, cómo calcularla y ejemplos. 14 de mayo de 2023, de <https://blog.hubspot.es/sales/rentabilidad-empresa>

Vásquez, F., Napán, A. C., & Miranda-Tejedo, N. (2022). Clima laboral y su relación con la rotación del personal en la empresa de call center teleatento del Perú, Lima 2021. Revista Científica de la UCSA, 9(2), Article 2.
<https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2022.009.02.029>

- Villasana, L., & Sánchez, A. (2022). Factores que inciden en la motivación y retención de trabajadores del conocimiento. *Revista San Gregorio*, 1(49), Article 49.
<https://doi.org/10.36097/rsan.v0i49.2092>
- Wakabayashi, J. (2007). Los clientes estratégicos como derivación de la ventaja competitiva y del marketing—Un modelo exploratorio de confluencia.
https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/513/documentos_de_trabajo_20.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. Simon and Schuster.
- Zemke, R., & Bell, C. (1989). *Service Wisdom: Creating and Maintaining the Customer Service Edge*—Ron Zemke, Chip R. Bell—Google Libros.
https://books.google.com.pe/books/about/Service_Wisdom.html?id=WglMAQA-AIAAJ&redir_esc=y

Apéndice A

Cuestionario

A continuación, encontrará una serie de preguntas en relación a la retención del personal del área de atención al cliente, lea cada pregunta cuidadosamente, siéntase libre de responder con total sinceridad y marque con una X la alternativa que corresponda a su opinión, recuerde que el cuestionario es anónimo para asegurar la objetividad y no existen respuestas buenas ni malas. La información a recolectar se usará exclusivamente con fines académicos.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Nro.	ITEMS	ALTERNATIVAS				
		1	2	3	4	5
	Retención de personal					
1	¿Considera usted que la empresa tiene un justo sistema de bonificación?					
2	¿Siente usted que la empresa le compensa económicamente por algún recurso propio utilizado para el desarrollo de sus funciones?					
3	¿Cree usted que la empresa ofrece incentivos por metas propuestas en el trabajo?					
4	¿Conoce usted si la empresa le ofrece algún seguro de salud?					
5	¿Cree usted que recibe un salario acorde a sus funciones?					
6	¿Se encuentra usted conforme con su actual salario percibido?					
7	¿Siente usted que tiene oportunidad de crecimiento dentro de la organización?					
8	¿Siente usted que sus superiores le incitan a progresar en el escalafón de la organización?					
9	¿Siente usted que recibió una capacitación adecuada al inicio de su relación laboral con la organización?					

10	¿Siente usted que su organización ofrece capacitación constante al personal?					
11	¿Considera usted que a menudo sus superiores reconocen sus logros?					
12	¿Siente usted que su opinión es tomada en consideración?					
13	¿Usted se siente identificada con la empresa actualmente?					
	Rentabilidad					
14	¿Considera usted que labora en una empresa reconocida?					
15	¿Considera usted que los clientes se encuentran satisfechos con el nivel de servicio ofrecido?					
16	¿Considera usted que la empresa debería realizar más actividades sociales con la comunidad?					
17	¿Cree usted que su empresa le brinda la tranquilidad de saber que tiene un puesto de trabajo fijo?					
18	¿Siente usted que su empresa le ofrece las herramientas necesarias para llevar a cabo un buen trabajo?					
19	¿Se encuentra usted cómodo con su lugar de trabajo al realizar sus funciones?					
20	¿Cuenta usted con una buena relación con sus compañeros de área?					
21	¿Considera usted que el personal actual del área se encuentra debidamente capacitado?					
22	¿Considera usted que el proceso de reclutamiento de personal es el más adecuado?					
23	¿Cree usted que sus supervisores velan por el correcto desarrollo de sus funciones?					
24	¿Cree usted que los procesos empleados para llevar a cabo sus funciones son eficientes?					
25	¿Siente usted que cumple a tiempo con el desarrollo de sus actividades?					
26	¿Considera usted que existe una distribución adecuada de funciones respecto a los puestos de trabajo?					
27	¿Cree usted que actualmente el desempeño laboral es parejo por parte de todos los trabajadores del área?					

Apéndice B

Validación de Instrumento

OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL CUESTIONARIO:

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir
 No aplicable

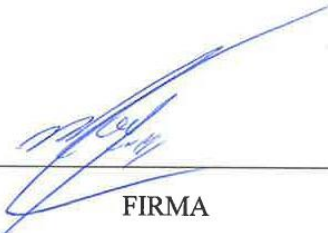
Apellidos y nombres del juez evaluador: ²⁹ de Mayo de 2023
 Fernando Luis Marquez Condoso
 Especialidad del evaluador: Administrador

1 Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

2 Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo

3 Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la categoría.



 FIRMA

Nombre y Apellidos del evaluador: Fernando Luis Marquez Condoso

DNI: 44791420

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL CUESTIONARIO
TRABAJADORES DEL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA
EMPRESA DE GESTIÓN DE SERVICIOS**

N	Formulación del ítem/ preguntas abiertas	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No		
	Dimensión: Monetario								
1	¿Considera usted que la empresa tiene un justo sistema de bonificación?	✓		✓		✓			
2	¿Siente usted que la empresa le compensa económicamente por algún recurso propio utilizado para el desarrollo de sus funciones?	✓		✓		✓			
3	¿Cree usted que la empresa ofrece incentivos por metas propuestas en el trabajo?	✓		✓		✓			
4	¿Conoce usted si la empresa le ofrece algún seguro de salud?	✓		✓		✓			
5	¿Cree usted que recibe un salario acorde a sus funciones?	✓		✓		✓			
6	¿Se encuentra usted conforme con su actual salario percibido?	✓		✓		✓			
	Dimensión: No monetaria								
7	¿Siente usted que tiene oportunidad de crecimiento dentro de la organización?	✓		✓		✓			
8	¿Siente usted que sus superiores le incitan a progresar en el escalafón de la organización?	✓		✓		✓			
9	¿Siente usted que recibió una capacitación adecuada al inicio de su relación laboral con la organización?	✓		✓		✓			
10	¿Siente usted que su organización ofrece capacitación constante al personal?	✓		✓		✓			
11	¿Considera usted que a menudo sus superiores reconocen sus logros?	✓		✓		✓			
12	¿Siente usted que su opinión es tomada en consideración?	✓		✓		✓			
13	¿Usted se siente identificada con la empresa actualmente?	✓		✓		✓			
	Dimensión: Imagen corporativa								
14	¿Considera usted que labora en una empresa reconocida?	✓		✓		✓			
15	¿Considera usted que los clientes se encuentran satisfechos con el nivel	✓		✓		✓			

	de servicio ofrecido?							
16	¿Considera usted que la empresa debería realizar más actividades sociales con la comunidad?	✓	✓	✓				
17	¿Cree usted que su empresa le brinda la tranquilidad de saber que tiene un puesto de trabajo fijo?	✓	✓	✓				
	Dimensión: Clima Laboral							
18	¿Siente usted que su empresa le ofrece las herramientas necesarias para llevar a cabo un buen trabajo?	✓	✓	✓				
19	¿Se encuentra usted cómodo con su lugar de trabajo al realizar sus funciones?	✓	✓	✓				
20	¿Cuenta usted con una buena relación con sus compañeros de área?	✓	✓	✓				
	Dimensión: Costes Relacionados							
21	¿Considera usted que el personal actual del área se encuentra debidamente capacitado?	✓	✓	✓				
22	¿Considera usted que el proceso de reclutamiento de personal es el más adecuado?	✓	✓	✓				
23	¿Cree usted que sus supervisores velan por el correcto desarrollo de sus funciones?	✓	✓	✓				
	Dimensión: Productividad							
24	¿Cree usted que los procesos empleados para llevar a cabo sus funciones son eficientes?	✓	✓	✓				
25	¿Siente usted que cumple a tiempo con el desarrollo de sus actividades?	✓	✓	✓				
26	¿Considera usted que existe una distribución adecuada de funciones respecto a los puestos de trabajo?	✓	✓	✓				
27	¿Cree usted que actualmente el desempeño laboral es parejo por parte de todos los trabajadores del área?	✓	✓	✓				

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL CUESTIONARIO
TRABAJADORES DEL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA
EMPRESA DE GESTIÓN DE SERVICIOS**

N	Formulación del ítem/ preguntas abiertas	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No		
	Dimensión: Monetario								
1	¿Considera usted que la empresa tiene un justo sistema de bonificación?	✓		✓		✓			
2	¿Siente usted que la empresa le compensa económicamente por algún recurso propio utilizado para el desarrollo de sus funciones?	✓		✓		✓			
3	¿Cree usted que la empresa ofrece incentivos por metas propuestas en el trabajo?	✓		✓		✓			
4	¿Conoce usted si la empresa le ofrece algún seguro de salud?	✓		✓		✓			
5	¿Cree usted que recibe un salario acorde a sus funciones?	✓		✓		✓			
6	¿Se encuentra usted conforme con su actual salario percibido?	✓		✓		✓			
	Dimensión: No monetaria								
7	¿Siente usted que tiene oportunidad de crecimiento dentro de la organización?	✓		✓		✓			
8	¿Siente usted que sus superiores le incitan a progresar en el escalafón de la organización?	✓		✓		✓			
9	¿Siente usted que recibió una capacitación adecuada al inicio de su relación laboral con la organización?	✓		✓		✓			
10	¿Siente usted que su organización ofrece capacitación constante al personal?	✓		✓		✓			
11	¿Considera usted que a menudo sus superiores reconocen sus logros?	✓		✓		✓			
12	¿Siente usted que su opinión es tomada en consideración?	✓		✓		✓			
13	¿Usted se siente identificada con la empresa actualmente?	✓		✓		✓			
	Dimensión: Imagen corporativa								
14	¿Considera usted que labora en una empresa reconocida?	✓		✓		✓			
15	¿Considera usted que los clientes se encuentran satisfechos con el nivel	✓		✓		✓			

	de servicio ofrecido?	✓		✓		✓			
16	¿Considera usted que la empresa debería realizar más actividades sociales con la comunidad?	✓		✓		✓			
17	¿Cree usted que su empresa le brinda la tranquilidad de saber que tiene un puesto de trabajo fijo?	✓		✓		✓			
	Dimensión: Clima Laboral								
18	¿Siente usted que su empresa le ofrece las herramientas necesarias para llevar a cabo un buen trabajo?	✓		✓		✓			
19	¿Se encuentra usted cómodo con su lugar de trabajo al realizar sus funciones?	✓		✓		✓			
20	¿Cuenta usted con una buena relación con sus compañeros de área?	✓		✓		✓			
	Dimensión: Costes Relacionados								
21	¿Considera usted que el personal actual del área se encuentra debidamente capacitado?	✓		✓		✓			
22	¿Considera usted que el proceso de reclutamiento de personal es el más adecuado?	✓		✓		✓			
23	¿Cree usted que sus supervisores velan por el correcto desarrollo de sus funciones?	✓		✓		✓			
	Dimensión: Productividad								
24	¿Cree usted que los procesos empleados para llevar a cabo sus funciones son eficientes?	✓		✓		✓			
25	¿Siente usted que cumple a tiempo con el desarrollo de sus actividades?	✓		✓		✓			
26	¿Considera usted que existe una distribución adecuada de funciones respecto a los puestos de trabajo?	✓		✓		✓			
27	¿Cree usted que actualmente el desempeño laboral es parejo por parte de todos los trabajadores del área?	✓		✓		✓			

OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL CUESTIONARIO:

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** **Aplicable después de corregir**
No aplicable

Apellidos y nombres del juez evaluador: Yolanda Cabregos Hirashima ²⁹ de Mayo de 2023
 Especialidad del evaluador: Administradora

1 Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

2 Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo

3 Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la categoría.



FIRMA

Nombre y Apellidos del evaluador

DNI:

41957473

Yolanda Cabregos Hirashima

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL CUESTIONARIO
TRABAJADORES DEL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA
EMPRESA DE GESTIÓN DE SERVICIOS**

N	Formulación del ítem/ preguntas abiertas	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No		
	Dimensión: Monetario								
1	¿Considera usted que la empresa tiene un justo sistema de bonificación?	✓		✓		✓			
2	¿Siente usted que la empresa le compensa económicamente por algún recurso propio utilizado para el desarrollo de sus funciones?	✓		✓		✓			
3	¿Cree usted que la empresa ofrece incentivos por metas propuestas en el trabajo?	✓		✓		✓			
4	¿Conoce usted si la empresa le ofrece algún seguro de salud?	✓		✓		✓			
5	¿Cree usted que recibe un salario acorde a sus funciones?	✓		✓		✓			
6	¿Se encuentra usted conforme con su actual salario percibido?	✓		✓		✓			
	Dimensión: No monetaria								
7	¿Siente usted que tiene oportunidad de crecimiento dentro de la organización?	✓		✓		✓			
8	¿Siente usted que sus superiores le incitan a progresar en el escalafón de la organización?	✓		✓		✓			
9	¿Siente usted que recibió una capacitación adecuada al inicio de su relación laboral con la organización?	✓		✓		✓			
10	¿Siente usted que su organización ofrece capacitación constante al personal?	✓		✓		✓			
11	¿Considera usted que a menudo sus superiores reconocen sus logros?	✓		✓		✓			
12	¿Siente usted que su opinión es tomada en consideración?								
13	¿Usted se siente identificada con la empresa actualmente?	✓		✓		✓			
	Dimensión: Imagen corporativa								
14	¿Considera usted que labora en una empresa reconocida?	✓		✓		✓			
15	¿Considera usted que los clientes se encuentran satisfechos con el nivel	✓		✓		✓			

	de servicio ofrecido?							
16	¿Considera usted que la empresa debería realizar más actividades sociales con la comunidad?	✓		✓		✓		
17	¿Cree usted que su empresa le brinda la tranquilidad de saber que tiene un puesto de trabajo fijo?	✓		✓		✓		
	Dimensión: Clima Laboral							
18	¿Siente usted que su empresa le ofrece las herramientas necesarias para llevar a cabo un buen trabajo?	✓		✓		✓		
19	¿Se encuentra usted cómodo con su lugar de trabajo al realizar sus funciones?	✓		✓		✓		
20	¿Cuenta usted con una buena relación con sus compañeros de área?	✓		✓		✓		
	Dimensión: Costes Relacionados							
21	¿Considera usted que el personal actual del área se encuentra debidamente capacitado?	✓		✓		✓		
22	¿Considera usted que el proceso de reclutamiento de personal es el más adecuado?	✓		✓		✓		
23	¿Cree usted que sus supervisores velan por el correcto desarrollo de sus funciones?	✓		✓		✓		
	Dimensión: Productividad							
24	¿Cree usted que los procesos empleados para llevar a cabo sus funciones son eficientes?	✓		✓		✓		
25	¿Siente usted que cumple a tiempo con el desarrollo de sus actividades?	✓		✓		✓		
26	¿Considera usted que existe una distribución adecuada de funciones respecto a los puestos de trabajo?	✓		✓		✓		
27	¿Cree usted que actualmente el desempeño laboral es parejo por parte de todos los trabajadores del área?	✓		✓		✓		

La retención de personal del área de atención al cliente y su influencia en la rentabilidad de una empresa de gestión de servicios públicos de Estados Unidos – 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

10%	11%	2%	6%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	mail.ues.edu.sv Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Ricardo Palma Trabajo del estudiante	1%
5	fr.slideshare.net Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
7	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	www.biblioteca.cij.gob.mx Fuente de Internet	1%



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

MAG. CHRISTIAN ALEJANDRO BARRERA RAZURI
DOCENTE RESPONSABLE DEL TÍTULO - UNIDAD DE GRADOS Y TÍTULOS
Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales

Excluir citas Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía Apagado



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

MAG. CHRISTIAN ALEJANDRO BARRERA RAZURI
DOCENTE RESPONSABLE DEL TUTORÍAS - UNIDAD DE GRADOS Y DÍPLOMAS
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales