



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Carga laboral y captación de clientes en un centro de formación
continua, Puente Piedra, 2023**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Carbajal Cajas, Carlos Alonzo (orcid.org/0000-0002-1419-3451)

ASESOR:

Dr. Casma Zarate, Carlos Antonio (orcid.org/0000-0002-4489-8487)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2023

DEDICATORIA

Esta tesis es dedicada a mi padre Carlos y a mi madre Marina, por el esfuerzo que han hecho para que pueda estudiar, además de la motivación y confianza depositada día a día en este trayecto para realizar la elaboración de este trabajo de investigación.

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Dr. Carlos A. Casma Zárate, ya que gracias a su orientación brindada durante las sesiones de clases pude culminar con la redacción y revisión de la presente investigación.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CARLOS ANTONIO CASMA ZARATE, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023", cuyo autor es CARBAJAL CAJAS CARLOS ALONZO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 25 de Junio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CARLOS ANTONIO CASMA ZARATE DNI: 06153553 ORCID: 0000-0002-4489-8487	Firmado electrónicamente por: CCASMAZ el 28-06- 2023 11:33:52

Código documento Trilce: TRI - 0550358



DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL ASESOR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, CARBAJAL CAJAS CARLOS ALONZO estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
CARBAJAL CAJAS CARLOS ALONZO DNI: 73034962 ORCID: 0000-0002-1419-3451	Firmado electrónicamente por: CACARBAJALC el 06- 07-2023 13:47:09

Código documento Trilce: INV - 1298398

Índice De Contenidos

CÁRATULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL ASESOR	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.	6
III. METODOLOGÍA	13
3.1. Tipo y diseño de investigación	13
3.2. Variables y Operacionalización	14
3.3. Población, muestra y muestreo	16
3.4. Técnicas e instrumentos de redacción de datos	16
3.5. Procedimientos	18
3.6. Método de análisis de datos	18
3.7. Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS	20
V. DISCUSIÓN	28
VI. CONCLUSIONES	31
VII. RECOMENDACIONES	32
REFERENCIAS	33
ANEXOS	41

Índice de tablas

Tabla 1. Expertos para la validación del instrumento	17
Tabla 2. Baremo para estimación del nivel de confiabilidad.....	17
Tabla 3. Resumen de procesamiento de casos del instrumento	18
Tabla 4. Estadísticos de fiabilidad del instrumento.....	18
Tabla 5. Distribución de frecuencia gestión del estrés	20
Tabla 6. Distribución de frecuencia de motivación	20
Tabla 7. Distribución de frecuencia de desempeño.....	21
Tabla 8. Distribución de frecuencia de equilibrio trabajo-vida	21
Tabla 9. Distribución de frecuencia de satisfacción del cliente.....	22
Tabla 10. Distribución de frecuencia de fidelización del cliente.....	22
Tabla 11. Distribución de frecuencia de calidad del servicio	22
Tabla 12. Distribución de frecuencia de relación con la empresa	23
Tabla 13. Contrastación de hipótesis general	24
Tabla 14. Contrastación de hipótesis específico 1	25
Tabla 15. Contrastación de hipótesis específico 2	25
Tabla 16. Contrastación de hipótesis específico 3	26
Tabla 17. Contrastación de hipótesis específico 4	27
Tabla 18. Pruebas de normalidad	35
Tabla 19. Correlación de Spearman.....	35

Resumen

En esta tesis se estableció como objetivo general analizar la relación entre carga de trabajo y captación de clientes en centros de formación continua, Puente Piedra, 2023. Esta investigación tuvo un enfoque cuantitativo, se aplicó con un diseño no experimental, correlacional y transversal. La población fue de 56 trabajadores de una empresa dedicada al rubro de la capacitación continua en el distrito de Puente Piedra, utilizando el 100% de la muestra. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta a través de un cuestionario con un total de 33 ítems para ambas variables. Se utilizó la escala de Likert, validada por expertos en la materia. Finalmente, los datos obtenidos del cuestionario fueron procesados mediante el programa SPSS, alcanzando un Alfa de Cronbach de 0.81 para la variable carga de trabajo y captación de clientes donde se certificó la confiabilidad. Se comprobó el objetivo general junto a la hipótesis general formulada, de acuerdo a los resultados se determinó un nivel de significancia menor a 0.05 por lo cual se acepta la hipótesis del investigador, según el valor de Spearman se observó un 0,369; determinando una correlación positiva baja entre la carga laboral y la captación de clientes.

Palabras clave: Carga laboral, sobrecarga laboral, captación de clientes, formación continua.

Abstract

In this thesis, the general objective was to analyze the relationship between workload and customer acquisition in continuous training centers, Puente Piedra, 2023. This research had a quantitative approach, it was applied with a non-experimental, correlational and cross-sectional design. The population was 56 workers from a company dedicated to the field of continuous training in the district of Puente Piedra, using 100% of the sample. For data collection, the survey technique was used through a questionnaire with a total of 33 items for both variables. The Likert scale, validated by experts in the field, was used. Finally, the data obtained from the questionnaire were processed through the SPSS program, reaching a Cronbach's Alpha of 0.81 for the variable workload and customer acquisition where reliability was certified. The general objective was verified together with the general hypothesis formulated, according to the results a significance level of less than 0.05 was determined, for which the researcher's hypothesis is accepted, according to the value of Spearman a 0.369 was observed; determining a low positive correlation between workload and customer acquisition.

Keywords: Workload, work overload, customer acquisition, continuous training.

I. INTRODUCCIÓN

Han pasado más de cuatro años desde la primera alerta que se dio sobre una enfermedad que se propagaba con agresividad por el continente asiático y fue tal su expansión que solo bastó tres meses para que llegara al litoral peruano, todo lo que conocíamos hasta ese entonces iba a tener un giro de 180 grados, los cuidados que se implementó para poder estar protegidos, ir a la universidad o al trabajo. Estos cambios trajeron consigo un retroceso en la situación económica y laboral del país, lo que orilló a que muchas empresas tomaran medidas drásticas para reducir costos y de esa manera mantenerse a flote, en muchos casos esto significó despidos masivos y/o disminución en los sueldos de todos los niveles jerárquicos en una empresa. La clase media y baja fue quienes sintieron un mayor impacto de este recorte en sus sueldos, debido a que el costo de vida (alimentos, alquileres, educación y salud) incrementó de una manera sin precedentes. Así lo demuestra el reporte de ingresos mensuales del (INEI, 2020, como se citó en Solano, 2021), en dicho reporte se encontró que, hubo un retroceso en los ingresos mensuales de los asalariados en la capital, esto simboliza un 4.0% (220.9 soles) de la remuneración de egresados con carreras técnicas y 12.0% (326.0 soles) del total que percibe un trabajador que cuenta con un título universitario. Teniendo en consideración lo expuesto anteriormente se puede interpretar que, la reducción de sueldos hace que los trabajadores se esfuerzan mucho más y laboren horas adicionales para poder cubrir la disminución salarial que han tenido. Al aceptar más tareas, hace que las personas se vean comprometidas con la empresa, lleven esas actividades a su casa en lugar de poder descansar; para recuperar energías; darle tiempo de calidad a su familia o poder seguir estudiando para poder tener mayores oportunidades de empleo con un mejor sueldo. Esta presión, estrés y preocupación hace que repercuta de manera negativa en su salud, en la productividad y en la atención que tiene este individuo con los clientes, antes de aceptar esas nuevas responsabilidades

En el ámbito internacional el Instituto Navarro de Salud Laboral del Gobierno de Navarra (s.f.) en la publicación que realizaron manifiestan que la carga de trabajo, se divide en dos ramificaciones; carga física, se podría definir como esfuerzos físicos y carga mental, el tiempo que se designa, capacidades individuales y la complejidad que se necesita para realizar una actividad. A partir de ello se podría indicar que la

carga mental incrementa cuando los empleados se ven expuesto a una toma de decisiones importante, lo hace que tenga que evaluar las opciones que se le plantean, donde tiene que tener en cuenta las posibles consecuencias que su decisión podría generar. Las múltiples tareas que puede tener un trabajador, también es un factor que hace incrementar su carga mental, al tener que cambiar de una actividad a otra demanda mayores capacidades y habilidades. En pocas palabras se podría concluir que, la carga de trabajo hace que el trabajador se vuelva menos productivo, y aumente el porcentaje de error en sus decisiones, ocasionando frustración, lo que podría generar que afecte inconscientemente en su relación con sus compañeros de trabajo y en su contacto que tiene con los clientes, haciendo que sus emociones estén fuera de control si no tiene un adecuado manejo y autocontrol de sus emociones.

Como ya es bien sabido una empresa está dividida por áreas y cada una de ellas tiene obligaciones y objetivos diferentes, para poder hacer rentable a una organización. Pero se puede intuir que el departamento que tiene un grado de carga laboral más elevado a cualquiera del resto es el de ventas y/o call center, debido a que los que la conforman tienen que sobresalir y superar las metas de sus ventas mensuales para mantenerse en su puesto u obtener mayores bonificaciones, esto provoca que el individuo experimente todo tipo de emociones siendo el enojo o ira el peor de ellos, ocasionados frecuentemente por el volumen de llamadas que tiene para poder realizar en un determinado tiempo, por la presión que ejerza su jefe inmediato y podría agravarse si la actitud del cliente no es la esperada, haciendo desencadenar una actitud violenta en el asalariado.

Al respecto Sipion (2019) en su trabajo de investigación nos describe que esto puede ser producido porque el trabajador se ve en un conflicto cuando lo solicitado excede las capacidades de un individuo y el tiempo que se le ha otorgado. Al necesitar un aumento o un ascenso, solo acepta más responsabilidades sin medir los límites físicos o competencias que este posee, haciendo que, en lugar de ser productivo para la empresa, estaría ralentizando las actividades. Por eso se debería tener una comunicación asertiva entre ambas partes (trabajador y empleador), donde se examine sus aptitudes y que tareas podría desarrollar sin que esto afecte el equilibrio que debería de existir entre el trabajo-vida, de esta manera compañía y

empleador se verían beneficiados haciendo que puedan cumplir sus objetivos propuestos.

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2014) en su informe que realizaron en trabajadores de Lima Metropolitana mencionan que, el individuo se expone a emociones negativas de otras personas cuando se encuentra en su jornada laboral. El contacto con estas emociones negativas hace que los colaboradores se sientan estresados o frustrados, provocando un descenso en su nivel de energía y compromiso que puede tener con su trabajo. Esto se vería reflejado en la relación que mantiene con sus compañeros y la forma en la que se pueden de comunicar con los clientes, al experimentar estos sentimientos se le estaría haciendo más complicado el poder controlarlas y tener una conversación amena con el cliente, haciendo que las posibilidades de compra del servicio o del producto se caigan porque no se le brindo una experiencia esperada, lo cual podría estar aprovechando los competidores para poder aumentar sus ventas.

En esta indagación se planteó como problema general: ¿Cuál es la relación entre carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023? Asimismo, se propuso los posteriores problemas específicos: (a) ¿Cuál es la relación entre carga laboral y la satisfacción de los clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023? (b) ¿Cuál es la relación entre carga laboral y la fidelización del cliente en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023? (c) ¿Cuál es la relación entre carga laboral y la calidad del servicio en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023? (d) ¿Cuál es la relación entre carga laboral y la relación con la empresa en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023?

Por ello, se planteó que la presente investigación servirá para futuras indagaciones y busca generar una discusión académica y/o científica con un tema tan relevante como es la carga laboral, el cual debería de ser una prioridad de estudio en las empresas, ya que afecta a una parte fundamental de una empresa, el talento humano, debido a le afecta su salud, provocándole estrés, problemas de sueño, agotamiento, causando un descenso en el rendimiento que puede tener realizando sus tareas, además de que si el trabajador no se siente contento con las

condiciones que labora, podría estar eligiendo cambiarse a un nuevo trabajo, donde si le ofrezcan una gestión adecuada de la carga laboral. Al final de este ciclo negativo, los más afectados sería los clientes, porque la atención que estaría recibiendo no es la que esperaba para poder adquirir el producto o servicio que se ofertaba y por último la empresa, ya que estaría teniendo una imagen corporativa negativa y no podría progresar en su posicionamiento en el mercado.

Asimismo, la justificación metodológica, se concentra en poder originar debates a partir de las decenas de medios de información que existen sobre estas variables en las organizaciones. La investigación estuvo compuesta por dos variables: a) Carga laboral y b) Captación de clientes. El cuestionario a utilizarse estará constituido por 33 ítems. Para la carga laboral se ha consignado 19 ítems con las dimensiones a) gestión del estrés, b) motivación, c) desempeño y, d) equilibrio trabajo-vida; para la variable de captación de clientes se divide en las dimensiones a) satisfacción de los clientes, b) fidelización del cliente, c) calidad del servicio y, d) relación con la empresa y cuenta con 14 ítems. La escala de medición que usará será de tipo Likert. Mientras que, la justificación práctica fue brindar diversas recomendaciones para los jefes de área, y estos evalúen las que más se adapten a su situación y de esta manera poder gestionar de una manera adecuada la carga laboral en la empresa. Este aporte proporcionará a la empresa una mayor rentabilidad en el mercado, con una buena imagen corporativa y poder contar con un personal apto y calificado para la atención de los clientes.

Se planteó como objetivo general: Analizar la relación entre carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023. Del mismo modo , los objetivos específicos son: (a) Determinar la relación entre carga laboral y la satisfacción de los clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023 (b) Examinar la relación entre carga laboral y la fidelización del cliente en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023 (c) Justificar la relación entre carga laboral y la calidad del servicio en un centro |de formación continua, Puente Piedra, 2023 (d) Establecer la conexión entre carga laboral y la relación con la empresa en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.

Se tiene como hipótesis general identificar si: Existe relación entre la carga

laboral y la captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023. Del mismo modo se estableció hipótesis específicas: (a) Existe relación entre carga laboral y la satisfacción de los clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023 (b) Existe relación entre carga laboral y la fidelización del cliente en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023 (c) Existe relación entre carga laboral y la calidad del servicio en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023 (d) Existe relación entre carga laboral y la relación con la empresa en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.

II. MARCO TEÓRICO.

Para la elaboración de este trabajo de investigación, se ha necesitado de estudios nacionales e internacionales previamente elaborados y presentados ante la comunidad por otros autores, en las cuales se ha observado el vínculo entre las variables a estudiar.

En el ámbito internacional, tenemos a Meneses, Hernandez y Muñoz (2019) que redactaron, saber cuáles son los agentes que definen como carga laboral los colaboradores de la empresa Colsubsidio. La población con la que se trabajó fueron jóvenes y adultos entre los 18 y 60 años, la técnica usada para el recojo de información fue el uso de encuestas a 10 trabajadores. Dando como consecuencia de que el 60 % de los asalariados que respondieron a la encuesta informaron estar insatisfechos, se llegó a la conclusión de que la falta de claridad en las responsabilidades del trabajo tiene el mayor impacto negativo en los sentimientos de entusiasmo de los empleados. Esto sugiere que en Colsubsidio no se brinda suficiente información a los empleados sobre sus responsabilidades o se han agregado funciones adicionales que no están de acuerdo con los acuerdos tomados al inicio de la relación laboral.

Asimismo, Barros (2015) se propuso delimitar la conexión de la carga laboral y la presencia estrés en funcionarios de las Administraciones Zonales del Municipio de Quito. Fue de tipo descriptivo exploratorio, con un método inductivo deductivo, además de que se contó con la colaboración de 93 trabajadores de las municipalidades y se utilizó como técnica la encuesta. Al concluir señalaron que, el 96,8% de la población tiene un nivel alto de sobrecarga laboral.

Según Arcos (2017) presento como objetivo general, establecer la influencia entre la sobrecarga laboral y el compromiso organizacional, su investigación fue tipo descriptivo, con un nivel estadístico correlacional y de método estadístico de Regresión Lineal y el instrumento empleado fue la encuesta. Finalizando la investigación llegó a la conclusión que, el 55% de los encuestados afirma que trabajan más de 45 horas por semana. Este dato obtenido puede significar que hay indicios de exceso de trabajo en la organización, pero también puede estar

relacionado con la cultura de aumento del horario como un índice de efectividad y compromiso en la empresa.

Por otro lado, Leguizamon, Ortega e Ibañez (2020) propuso como fin general, Detectar y examinar los efectos de la carga gremial en los trabajadores administrativos del sector de la obra en la organización Rosales Soluciones Constructivas S.A.S; siendo su trabajo de origen cualitativo con base de investigación descriptiva, la unidad de análisis serán los trabajadores del área administrativa del sector construcción de la empresa seleccionada, se utilizó la técnica fue encuestas escritas para la recolección de datos. Se concluye que un 22.7% de la población evaluada entre jefaturas y técnicos y el 68.7% de los trabajadores evaluados entre auxiliares y operarios, no manifiestan sufrir de estrés laboral, lo que señala que no existen alteraciones en su salud y con ello afectación en el desempeño de sus funciones, por tanto es preciso resaltar que las estrategias de prevención para evitar la sobrecarga laboral pueden incrementar el número de esta población evaluada disminuyendo el riesgo de que el personal sufra enfermedades laborales y que la empresa pierda en costos por absentismo laboral.

Por otro lado, Cezar-Vaz et al. (2016) propusieron que el objetivo principal era determinar la influencia de las demandas mentales, físicas de tiempo y rendimiento, el esfuerzo general y la frustración general sobre la carga de trabajo en un estudio transversal cuantitativo de 232 trabajadores. La recopilación de información fue mediante un cuestionario. Al final, los autores encontraron que 134 trabajadores (58,8%) indicaron que su carga de trabajo era alta.

Por su parte Calderón y Calderón (2013) los autores plantearon como su objetivo general, diseñar una estrategia estratégico de marketing que posibilite la nuevos prospectos y fidelización de los consumidores recientes del Fondo de Cesantía del Magisterio Ecuatoriano en la metrópoli de Guayaquil. La metodología utilizada ha sido procedimiento inductivo, con una modalidad de indagación detallada y para el recojo de datos se usó la encuesta. Concluyendo en que, la FCME, no tiene una estrategia de marketing, que le posibilite un aumento acelerado dentro del mercado.

El propósito principal de Ramirez (2012) fue de crear un plan estratégico de marketing para atraer nuevos estudiantes al IUNICS Extensión en Valencia para el año 2012. Más de 200.000 estudiantes secundarias participaron en el estudio de tipo descriptivo aplicado. Se utilizaron entrevistas y encuestas como herramientas para obtener información de manera fácil y precisa para la recolección y obtención de datos. Se llegó a la conclusión de que el plan de marketing debe dirigirse a posibles clientes de los estratos D y E, que son sectores con bajos ingresos y familias extensas.

Martin y Gomez (2021) indicaron con objetivo primordial el, diseñar una estrategia de mercadeo para la captación de nuevos alumnos en el Instituto Poliandino de la urbe de Bogotá, que posibilite el aumento escolar para el año 2022. El tipo de análisis va a ser de enfoque cualitativo empírico. La población a que se estudió fueron hombres y damas que se encuentran entre los 17 a 35 años, la muestra va a ser de tipo probabilístico y se utilizó encuestas para la recolección de información.

Jamaica (2020) teniendo como fin primordial el, difundir que el marketing digital es un herramienta eficaz, instantánea y económica a que posibilita atraer y conservar a los individuos, En resumen, la utilización del marketing digital para la captación de consumidores debería ser de fundamental trascendencia para las organizaciones, debido a que fomentara una mejor interacción duradera con los consumidores, creando un potencial consumo al alinear un canal directo donde se les logre atender promoviendo la relación y una atención de calidad.

Arreaga y Alvarez (2022) plantearon el, examinar las primordiales tácticas de marketing digital que ayude en mejorar la captación de consumidores. La averiguación presentará un análisis exploratorio, el muestreo va a ser al azar sencilla y se utilizará las encuestas como técnica de recolección de datos. Al finalizar la indagación los autores concluyeron, la importancia de poder replantear y modificar la administración de tácticas de marketing digital o llevar a cabo otras.

En el entorno nacional, Solano (2021) propuso, establecer cómo repercute la carga de trabajo en la satisfacción gremial en asalariados administrativos de Lima

Metropolitana; en esta investigación se utilizó un diseño predictivo y se contó con una muestra mínima de 169087 trabajadores, la autora creyó pertinente el aplicar un muestreo no probabilística por conveniencia y el instrumento utilizado fue encuesta con cinco opciones (0-5), determinando que no existe una relación entre las variables.

Mendrano (2022) propuso como objetivo principal de descubrir cómo la carga mental del trabajo y el desgaste emocional afectan a los trabajadores de empresas financieras en la zona de Junín. utilizando un enfoque cualitativo, niveles correlacionales y un diseño no experimental. El muestreo no probabilístico intencional incluyó a 170 trabajadores de 7 bancos del departamento de Junín, lo que lo convirtió en una muestra no probabilística. Se descubrió que hay una alta correlación entre la carga mental del trabajo y el decaimiento emocional en los empleados de empresas financieras. Esto significa que las posibilidades de que los trabajadores presenten enfermedades laborales como el estrés y la fatiga son muy altas.

Asimismo, Briceño (2020) definió su objetivo como, decidir la interacción entre Marketing Educativo con la captación de alumnos en el Instituto de Enseñanza Preeminente Tecnológico Público “José Pardo”-La Victoria, 2018, El procedimiento empleado ha sido hipotético deductivo teniendo un grado correlacional, el diseño de su averiguación ha sido no empírico con corte transversal y una muestra de 210 alumnos. Una vez que finalizó la indagación se concluyó que, hay argumentos para asegurar que el marketing educativo tiene interacción positiva y significativa con la captación de alumnos en el Instituto de Enseñanza Preeminente Tecnológico Público “José Pardo”-La Victoria, 2018.

Por otro lado, Velásquez (2022), planteo encontrar un vínculo entre la carga de trabajo y la satisfacción laboral en trabajadores del Instituto Nacional de Salud de Lima en el año 2021. La indagación empleó un diseño no experimental, un método de correlación transversal y utilizó encuestas para recopilar información. Finalmente, el autor concluyo que hay una asociación inversa y moderada entre las variables estudiadas dentro de la organización.

Según Rojas (2021), en su investigación propuso establecer una conexión entre la sobrecarga laboral y el estrés en el personal administrativo. Y teniendo como estructura un estudio deductivo con enfoque cuantitativo tipo observacional, de diseño no experimental, contando con una población de 150 personas y para la obtención de información se usaron los formularios.

Espinoza (2021) tuvo como objetivo, establecer la relación entre las herramientas digitales y la captación de clientes en Crehana, Lima, 2020. En su investigación desarrolló un grado descriptivo de correlación de tipo de aplicada con un diseño de estudio transversal no empírico. El enfoque fue cuantitativo y se seleccionó una muestra de 80 asistentes para su análisis. Entre los resultados más importantes destaca una clara correlación entre las variables estudiadas.

Como lo expresa Hirota y Pino (2016) señalo como fin, diagnosticar la interacción entre la carga laboral y el funcionamiento de los ayudantes del grado operativo de la Dirección Gral. de Gestión de la Universidad Peruana Cayetano Heredia. El tipo de averiguación ha sido detallada de corte transversal, teniendo un diseño relacional comparativa. El grupo de estudio está conformado por 78 colaboradores. Con los resultados obtenidos se ha identificado que existe un desbalance entre las tareas solicitadas para diferentes grupos de individuos.

Por su parte, Cadena (2021) formuló el objetivo, establecer la interacción existente entre la publicidad y la captación de clientes en Dispali Breña, 2019. Se utilizó un enfoque cuantitativo con diseño transversal no empírico, el nivel de descriptivo correlacional. La población y muestra estuvo conformada por 40 consumidores de la organización Dispali, para quienes se utilizó el método de encuesta para la recolección de datos. Finalmente, el investigador llegó a la conclusión de que había una correlación moderadamente positiva entre las variables.

Tuñoque (2019) señaló como fin general de su indagación, plantear tácticas de marketing educativo para perfeccionar la captación de clientes de la escuela Ciencia College en el distrito de Mòrrope. Su indagación ha sido de tipo descriptiva, con un diseño no empírico, con una muestra de 372 personas y se utilizó el cuestionario como herramienta. Se alcanzó la conclusión que, no se permanecen

realizando de forma planificada las tácticas de marketing educativo.

Por otro lado, Alvarado (2021) en su informe propuso, establecer las tácticas del marketing digital que van a permitir mejorar la captación de usuarios del servicio de educación preuniversitaria que ofrece IDEPUNP – Zona Piura 2021. Su indagación ha sido cuantitativa, con un diseño no empírico. La población, a considerarse van a ser estudiantes y el procedimiento a emplearse va a ser el inductivo usándose las encuestas y el cuestionario para la recolección de datos.

Por otro lado, el enfoque teórico, se fundamenta con las teóricas a la variable Carga laboral a continuación:

Según la teoría del diseño de trabajo equilibrado de Smith y Carayon (2010) la cual permite enfocarse en el ambiente del trabajador, ya que estos recursos, las labores asignadas, herramientas y las tecnologías, el ámbito, la organización que al instante de estar en contacto el talento humano, puede producir un efecto negativo o positivo en los trabajadores

Las relaciones entre los diversos factores que contribuyen a la generación de la carga de trabajo pueden verse tanto a nivel físico como psicosocial. Las características de la carga pueden tener efectos fisiológicos y psicológicos, dependiendo de las capacidades físicas, la salud y la motivación del individuo, entre otros factores. A nivel psicológico, puede estar determinada por factores como los rasgos de personalidad, las experiencias de vida y el entorno a los que se expone los profesionales.

A continuación, se fundamentó teóricamente sobre la variable captación de clientes” con la siguiente teoría:

El marketing según (Kotler y Armstrong, 2013) es un proceso social y directivo mediante el cual la sociedad y las empresas obtienen lo que desean, dando lugar a un intercambio de valor. Por lo tanto, el marketing tiene dos metas que cumplir, atraer nuevos cliente, mediante el ofrecimiento de mayores atributos que otros ofrezcan y conservar a los que ya tienen a través de la entrega de satisfacción. Por

eso, la función de un buen mercadólogo es quien comprende las necesidades de los clientes, desarrolla nuevos productos que sean atractivos para esto, mientras que la función de un buen administrador es poder controlar que el contacto con los consumidores sea la adecuada, mediante procesos cortos de atención, atención de calidad donde se resuelvan sus dudas de la mejor manera y de esta manera poder captar su atención que somos su mejor opción.

Según Neffa (1988), la carga laboral es el resultado de las demandas que surgen de diversos aspectos del entorno laboral, como riesgos físicos, químicos y biológicos, tecnología y seguridad, entre otros. También se ve influenciada por las condiciones laborales, como el contenido y organización del trabajo, la duración y los sistemas de remuneración, que son determinados por el proceso de trabajo en la empresa.

El concepto de captación de consumidores desarrollado por Kotler y Keller (2012). Las empresas deben dedicar mucho tiempo y recursos al encontrar nuevos clientes si quieren aumentar sus ganancias y ventas. Para crear prospectos, hacen anuncios en las redes sociales más usados; se comunican con ellos por distintos medios. Estima que los clientes potenciales son grupos de personas o entidades que tienen una variedad de características que los hacen interesados en una marca o empresa, como edad, género, etc. En la necesidad de captación de prospectos y expandir la cartera de clientes, el equipo de ventas posee la tarea de identificar a aquellos potenciales de compra.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.3.1. Tipo de investigación

El tipo de indagación que se empleó fue de tipo aplicado, ya que se recolectó diversos hechos y fenómenos sin alterar su contenido u origen. Como señala Hernandez et. al. (2014) refieren que toda investigación será factible, siempre y cuando ésta no sea alterada en sus factores que la componen, ya que, para la ampliación de las ilustraciones de conductas y fenómenos, seguidamente se conocerá la investigación aplicada.

La presente indagación usó el enfoque cuantitativo, porque para la relación entre la carga laboral y la captación de clientes, se tendrá que tener en cuenta el uso de un instrumento de evaluación, de tal forma que está recopile la información aplicada hacia la población seleccionada de los trabajadores de la empresa. Hernandez et. al. (2014) indican que se trata de un proceso secuencial y probatorio, con la recogida de información de datos se espera poder dar una respuesta a las preguntas e hipótesis planteadas al inicio.

El método fue hipotético deductivo, puesto que, en base a la hipótesis general y las hipótesis específicas, se tendrá que justificar con sustentos concisos, y de tal manera poder redactar conclusiones y respuestas de los hechos. Así lo expresa Cegarra (2004) este tipo de método de se apoya en la creación de premisas sobre las probables soluciones al problema postulado y en verificar con los datos que se tengan a la mano si hay concordancia entre las dos.

El nivel del estudio fue correlacionado, ya que hay que buscar la magnitud de la relación entre las variables que se estudian. Hernández y Mendoza (2018). mencionó que en este nivel de investigación es necesario determinar el grado de correlación estadística entre 2 o más variables.

Por su temporalidad la investigación tuvo un corte transversal. Se mide las propiedades de uno o más equipos de unidades en un rato específico, sin evaluar la evolución de aquellas unidades (Alvarez, 2020).

3.3.2. Diseño de investigación

En esta indagación se elaboró usando el diseño no experimental y de corte transversal, debido a que no se realizara ninguna alteración en datos recabados a lo largo de la investigación porque, así lo menciona (Álvarez, s.f.).

M → Centro de Formación Continua

V1 → Carga Laboral

V2 → Captación de clientes

3.2. Variables y Operacionalización

La averiguación tuvo como estudio a las variables, (1) “Carga laboral”, y (2) “captación de clientes”. Posteriormente, se procedió a definir cada una de ellas, conceptualmente y operacionalmente. Además de que se formuló dimensiones e indicadores para un correcto análisis, los cuales se podrán ver desarrollados en la matriz de operacionalización (Ver anexo 5).

Carga laboral

Definición conceptual

Conjunto de necesidades mentales, cognitivas o intelectuales que los trabajadores deben cumplir durante faena laboral para el cumplimiento de sus funciones. (Sebastián & del. Hoyo, 2002).

Definición operacional

La primera variable de esta indagación a estudiar es la, carga laboral, esta se midió por cuatro dimensiones, (1) gestión del estrés, (2) motivación, (3) desempeño y, (4) equilibrio trabajo-vida, de las cuales se desprendió diez indicadores, (1) salud mental, (2) carga de trabajo, (3) remuneración, (4) relación con su jefe, (5) nivel de energía, (6) productividad, (7) condiciones laborales, (8) rol doméstico, (9) satisfacción con el trabajo y (10) alimentación, además de que se formuló 19 ítems, usando la escala de medición tipo Likert (Ver anexo 5).

Dimensión gestión del estrés:

La gestión del estrés es definida como, estrategias cognitivo-conductuales para mitigar los estresores del entorno del talento humano (Espinoza, Pernas, González,2018).

Dimensión motivación:

Es un incentivo que se le brinda a los trabajadores para que logren los objetivos de la manera más productiva y beneficioso para el área donde labora. (Rubio, 2016, como se citó en, Bohórquez, et al, 2020).

Dimensión desempeño:

Viene a ser las estrategias y el empeño que le pone cada trabajador en la realización de sus tareas (Chiavenato, 2004).

Dimensión equilibrio trabajo-vida:

Conjunto de términos que le permita al asalariado cumplir con sus responsabilidades dentro de la empresa y atender a su familia (Simkin y Hillage, 1992, como se citó en, Rodriguez, 2016).

Escala de medición

El tipo de escala utilizada fue ordinal, y una escala de tipo Likert y se estará considerando 10 ítems.

Captación de clientes

Definición conceptual

Consiste en la introducción de estrategias para aumentar el nivel de clientes, para ello se precisa saber lo que necesitan y el valor monetario que pueden llegar a dar por ese bien o servicio (Primo y Rivero, 2010, como se citó en Hernández, 2019).

Definición operacional

Teniendo en cuenta lo planteado anteriormente sobre la variable captación de clientes, se consideró pertinente el empleo de cuatro dimensiones, (1) satisfacción de los clientes, (2) fidelización del cliente, (3) calidad del servicio y (4) relación con la empresa, por otro lado, se cuenta con doce indicadores, (1) precio- calidad, (2) relación con el personal, (3) tiempo de espera, (4) lealtad, (5) expectativas, (6) valor percibido, (7) infraestructura, (8) atención, (9) equipamiento, (10) recomendación, (11) preferencia y (12) readquisición, para su evaluación se formuló 14 ítems, con escala de medición ordinal (ver anexo 5).

Dimensión satisfacción de los clientes:

Se da antes y después de haber recibido el producto, tiempo, trato del personal, precio (Fundación CETMO, 2006).

Dimensión fidelización del cliente:

Conjunto de acciones que pretende crear, mantener y fomentar relaciones a largo plazo (Rogers, et. al., 2020).

Dimensión calidad del servicio:

Cumplimiento de las expectativas que tienen los clientes al momento de utilizar algún tipo de servicio.

Dimensión relación con la empresa:

Vínculo que se tiene con el cliente-empresa, donde se espera que el consumidor este contento con lo recibido.

Escala de medición

La escala de medición utilizado fue de tipo ordinal, para ello se preparó 15

ítems que serán evaluados bajo un instrumento tipo Likert. Este es instrumento que sirve para la obtención de datos durante la elaboración de investigaciones de campo (Meneses, 2016).

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

De acuerdo con Bernal (2010) es un puñado de individuos de personas de los que se desea conocer algo en una indagación. En el desarrollo de esta indagación se ha planteado se ha tenido en cuenta como objeto de estudio a los trabajadores de un centro de formación continua, ubicados en el distrito de Puente Piedra. A su vez, se determinó que la población está compuesta por 56 trabajadores de la organización de sus diferentes áreas, información brindada por el administrador de la institución. Por su parte, Arias *et.al.* (2016) señala que, las condiciones de inclusión son las características particulares que debe tener un sujeto para que sea considerada como apta en una indagación, mientras que por otro lado la exclusión se aplica, porque podrían alterar o modificar los resultados.

A continuación, se consideró pertinente el trabajar con el 100% de la población, siendo un censo poblacional, debido a que el grupo de estudio es reducido. En tal sentido, por su parte la autora define a este tipo como aquella donde no se excluye a nadie de la investigación y todos son considerados (Baena, 2017).

Según Bisquerra, *et. al.* (2009) se llaman técnicas o procedimientos de muestreo a los métodos usados para elegir la muestra de personas sobre los que se van a recoger los datos en un análisis.

3.3.2. Unidad de análisis

Los asalariados de un centro de formación continua, ubicados en el distrito de Puente Piedra, fueron la principal unidad de análisis para esta indagación.

3.4. Técnicas e instrumentos de redacción de datos

Se uso la encuesta, para obtener información adecuada para la investigación, teniendo en cuenta a Hernández *et al.* (2016) quienes definen la encuesta es un proceso para obtener datos determinado por un conjunto de cuestiones con finalidad de obtener información.

Para obtener los datos se usó cuestionarios, Sánchez *et al.* (2018) considera que es el instrumento a través del cual se obtienen datos, aplicados de forma presencial de forma directa mediante encuestas por internet.

Concluyendo que la prueba piloto fue aceptada, con el propósito de examinar

la profundidad del estudio a una mayor escala.

VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Antes de poder aplicar el instrumento seleccionado tuvo que pasas por una previa aprobación de expertos con conocimientos en la línea para dar sus recomendaciones y/o aprobación, Tabla 1.

Tabla 1.

Expertos para la validación del instrumento

GRADO ACADÉMICO	NOMBRE DEL EXPERTO VALIDADOR	OPINIÓN DE EXPERTO
Doctor	Abraham Cárdenas Saavedra	Aplicable
Doctora	Elba Rossari Bueno Galarza	Aplicable
Magister	Juan Manuel Alarcón Camero	Aplicable

CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTOS

Después de la validación del instrumento, se llevó a cabo una encuesta anónima utilizando la herramienta digital Google Forms, obteniendo como fruto un 0.81 por la variable de Carga laboral y Captación de clientes, concluyendo que la confiabilidad es buena según la tabla 2.

Tabla 2.

Baremo para estimación del nivel de confiabilidad

RANGO	EVALUACIÓN DEL COEFICIENTE
Coeficiente alfa $>,9$	Es excelente
Coeficiente alfa $>,8$	Es bueno
Coeficiente alfa $>,7$	Es aceptable
Coeficiente alfa $>,6$	Es cuestionable

Coeficiente alfa >,5

Es probable

Coeficiente alfa <,4

Es inaceptable

Fuente: George y Mallery (2003)

Tabla 3.

Resumen de procesamiento de casos del instrumento

		N	%
Casos	Valido	10	100,00%
	Excluido	0	0.00%
	Total	10	100,00%

Tabla 4.

Estadísticos de fiabilidad del instrumento

Alfa de Cronbach	N de elementos
,81	33

3.5. Procedimientos

La data que se obtuvo fue tratada adecuadamente para ser usada, siendo registrada de forma transparente, según sean de tipo internacional o nacional, serán seleccionadas de revistas, repositorios, y artículos científicos, considerando el año no mayor a cinco (5) años y en idiomas español e inglés, teniendo en cuenta que las variables consideradas en la investigación, tienen impacto considerable en la comunidad de Puente Piedra.

3.6. Método de análisis de datos

3.6.1. Método de análisis descriptivo

El programa SPSSv26 Statistics se utilizó para analizar varias tablas y gráficas de frecuencia de acuerdo con las variables utilizadas en la investigación. Muñoz (2016) afirma que este método es adecuado para obtener resultados estadísticos.

3.6.2. Métodos de análisis inferencial

Para contrastar estadísticamente las hipótesis, el análisis inferencial permitirá elegir un estadístico paramétrico o no paramétrico. Se buscará relacionar las

variables de estudio. Las pruebas estadísticas no paramétricas se definen como aquellas en las que no hay supuestos sobre la distribución de los parámetros poblacionales. En el presente estudio, las pruebas inferenciales probables serán la correlación de Spearman o la correlación de Spearman, que según Muñoz (2016) es poder analizar los datos obtenidos en resultados y de esta manera determinar si las hipótesis planteadas al inicio se aceptan o rechazan.

3.7. Aspectos éticos

Por sus características, este estudio será ético, seguirá las normas de la Universidad César Vallejo (UCV) y el principio de beneficencia porque busca beneficiar a los sujetos de estudio a través de las recomendaciones que se plantearan. También se seguirá el principio de no perjudicar a los participantes al haber aceptado sin ninguna recompensa al apoyo de esta investigación y se respetarán los datos que se llegue a obtener.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

La información obtenida de los instrumentos fueron baremados de la siguiente manera para un mejor análisis de los resultados recabados de un total de 56 encuestados:

El primer rango estaría compuesto por los valores 1 y 2 (Totalmente en desacuerdo y desacuerdo) respectivamente. El segundo rango vendría conformado por el valor 3 (Ni de acuerdo ni en desacuerdo) y por último se tiene al rango conformado por los valores 4 y 5 (De acuerdo y Totalmente de acuerdo).

Los rangos mencionados en el párrafo anterior ayudaron a una mejor interpretación de los resultados generados para las dos variables de la presente investigación.

Tabla 5.

Distribución de frecuencia gestión del estrés

		Frecuencia	Porcentaje
		fi	%
Válido	Bajo	0	0
	Medio	0	0
	Alto	168	100
Total		168	100,0

Interpretación: De la tabla 5, se contó con un total de 168 respuestas, el 100% calificado como un rango ALTO, a partir de ello se podría deducir que la gestión del estrés en la empresa está siendo la adecuada y esto estaría contribuyendo a un buen desempeño de las actividades de los trabajadores.

Tabla 6.

Distribución de frecuencia de motivación

		Frecuencia	Porcentaje
		Fi	%
Válido	Bajo	0	0

Medio	0	0
Alto	168	100
Total	168	100,0

Interpretación: En la tabla 6 se tuvo un total de 168 respuestas, el 100% calificado como un rango ALTO, están de acuerdo con los enunciados planteados en el instrumento, esto significaría que los encuestados consideran que los colaboradores están conformes con la motivación que existe al interior de la empresa.

Tabla 7.

Distribución de frecuencia de desempeño

		Frecuencia	Porcentaje
		Fi	%
Válido	Bajo	0	0
	Medio	0	0
	Alto	336	100,0
	Total	336	100,0

Interpretación: En la tabla 7, donde se recogió 336 respuestas, el 100% situado en el rango ALTO, señalaron que se sienten conformes con las condiciones laborales que hay en la empresa y esto ayuda en un mejor desempeño en sus funciones.

Tabla 8.

Distribución de frecuencia de equilibrio trabajo-vida

		Frecuencia	Porcentaje
		Fi	%
Válido	Bajo	90	26,3
	Medio	23	5,9
	Alto	266	67,8
	Total	392	100,0

Interpretación: La tabla 8, consta de un total de 392 respuestas recolectadas, el 67,8% ubicado en el rango ALTO, indica que si estaría existiendo un equilibrio entre

su trabajo y vida personal. Mientras que otro sector encuestado representado por el 26,3% situado en el rango BAJO, considero todo lo contrario.

Tabla 9.

Distribución de frecuencia de satisfacción del cliente

		Frecuencia	Porcentaje
		Fi	%
Válido	Bajo	0	0
	Medio	0	0
	Alto	168	100
Total		168	100,0

Interpretación: En la tabla 9, se reunió un total de 168 respuestas, por el rango ALTO el 100% están conformes con la información, atención y el servicio que se brinda en la institución sería la adecuada para los clientes.

Tabla 10.

Distribución de frecuencia de fidelización del cliente

		Frecuencia	Porcentaje
		fi	%
Válido	Bajo	0	0
	Medio	1	0,6
	Alto	167	99.4
Total		168	100,0

Interpretación: En la tabla 10, se recolecto 168 respuestas, el rango ALTO es representado por un 99,4%, quiere decir que los encuestados consideran que la comunicación constante y la satisfacción del cliente es importante para poder fidelizarlo con el servicio que se brinda.

Tabla 11.

Distribución de frecuencia de calidad del servicio

		Frecuencia	Porcentaje
--	--	------------	------------

		Fi	%
Válido	Bajo	0	0
	Medio	0	0
	Alto	224	100
	Total	224	100,0

Interpretación: De acuerdo a la tabla 11, se obtuvo un total de 224 respuestas, donde se establece que el rango ALTO representado por un 100%, los encuestados consideran que la infraestructura, atención y el equipamiento de la empresa sería la idónea para captar y retener al cliente.

Tabla 12.

Distribución de frecuencia de relación con la empresa

		Frecuencia fi	Porcentaje %
Válido	Bajo	23	10,2
	Medio	8	3,6
	Alto	193	86,2
	Total	224	100,0

Interpretación: Por último, en la tabla 12 se recogió un total de 224, el rango ALTO tuvo un 86,2% y en puntos generales significa que las personas recomendarían y volverían a la empresa para adquirir los servicios que se ofertan, teniendo en cuenta puntos como la atención y calidad de enseñanza.

4.2 Análisis inferencial

4.2.1 Prueba de normalidad de hipótesis

En la Tabla 18, Anexo 10 se muestra que de acuerdo a los valores obtenidos se debe utilizar la prueba de Kolmogorov-Sminivor por tener un tamaño de muestra mayor a 50 y los resultados indican que se acepta la hipótesis alternativa por poseer una sig. $p < 0,05$, por lo que se decidió utilizar la prueba no paramétrica con correlación de Spearman.

4.2.2 Prueba de contrastación de hipótesis

H0: No existe relación entre la carga laboral y la captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.

H1: Existe relación entre la carga laboral y la captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.

Tabla 13.

Contrastación de hipótesis general

		Correlaciones		
			Carga laboral	Captación de clientes
Rho de Spearman	Carga	Coeficiente de correlación	1,000	,369**
	Laboral	Sig. (bilateral)	.	,005
		N	56	56
	Captación	Coeficiente de correlación	,369**	1,000
	de	Sig. (bilateral)	,005	.
	clientes	N	56	56

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: Según la tabla 13 se obtuvo el valor de 0.369; y según Hernández, Fernández y Baptista (1998), citados en la Tabla 19, Anexo 10, la describen como una correlación positiva baja entre la carga de trabajo y la captación de clientes.

Prueba de correlación para hipótesis específico 1.

H0: No existe relación entre carga laboral y la satisfacción de los clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.

H1: Existe relación entre carga laboral y la satisfacción de los clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.

Tabla 14.

Contrastación de hipótesis específico 1

Correlaciones				
			Carga laboral	Satisfacción de clientes
Rho de Spearman	Carga	Coeficiente de correlación	1,000	,050
	Laboral	Sig. (bilateral)	.	,714
		N		56
Satisfacción de clientes		Coeficiente de correlación	,050	1,000
		Sig. (bilateral)	,714	.
		N	56	56

Interpretación: De acuerdo con la tabla 14, existe una correlación de 0,050; los autores Hernández, Fernández y Baptista (1998) citados en la tabla 19, Anexo 10, la califican como una correlación positiva muy baja entre la carga laboral y la satisfacción de clientes.

Prueba de correlación para hipótesis específico 2.

H0: No existe relación entre carga laboral y la fidelización del cliente en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.

H1: Existe relación entre carga laboral y la fidelización del cliente en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.

Tabla 15.

Contrastación de hipótesis específico 2

Correlaciones				
			Carga laboral	Fidelización de cliente
Rho de Spearman	Carga	Coeficiente de correlación	1,000	,151

Laboral	Sig. (bilateral)	.	,267
	N	56	56
Fidelización de cliente	Coeficiente de correlación	,151	1,000
	Sig. (bilateral)	,267	.
	N	56	56

Interpretación: De acuerdo con la tabla 15, existe correlación de 0,151; Hernández, Fernández y Baptista (1998) citados en la tabla 19, Anexo 10, la califican como una correlación positiva muy baja entre la carga laboral y su fidelización.

Prueba de correlación para hipótesis específico 3.

H0: No existe relación entre carga laboral y la calidad del servicio en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.

H1: Existe relación entre carga laboral y la calidad del servicio en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.

Tabla 16.

Contrastación de hipótesis específico 3

Correlaciones				
			Carga laboral	Calidad del servicio
Rho de Spearman	Carga	Coeficiente de correlación	1,000	,606**
	Laboral	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	56	56
Calidad del servicio	Calidad del servicio	Coeficiente de correlación	,606**	1,000
	del servicio	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	56	56

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: Según la tabla 16, donde se obtiene el valor 0.606; y Hernández, Fernández y Baptista (1998), citados en el Tabla 19, Anexo 10, describen esto como una correlación moderadamente positiva entre la carga de trabajo y la calidad del servicio.

Prueba de correlación para hipótesis específico 4.

H0: No existe relación entre carga laboral y la relación con la empresa en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.

H1: Existe relación entre carga laboral y la relación con la empresa en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023

Tabla 17.

Contrastación de hipótesis específico 4

Correlaciones				
			Carga laboral	Relación con la empresa
Rho de Spearman	Carga	Coeficiente de correlación	1,000	,282**
	Laboral	Sig. (bilateral)	.	,035
		N	56	56
Relación con la empresa	Relación	Coeficiente de correlación	,282**	1,000
	con la	Sig. (bilateral)	,035	.
	empresa	N	56	56

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: Según tabla 17, donde se obtuvo un valor de 0,282; según Hernández, Fernández y Baptista (1998) citados en la tabla 19, Anexo 10, la califican como una correlación positiva baja entre la carga laboral y la relación con la empresa.

V. DISCUSIÓN

5.1. Discusión por objetivos

Este estudio tiene como objetivo general analizar la relación entre la carga laboral y la captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023. Se divide en objetivos específicos: identificar la relación entre la carga laboral y la captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023; reconocer la relación entre carga de trabajo y captación de cliente en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023; demostrar la relación entre la carga laboral y la calidad de atención en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023 y por ultimo establecer la conexión entre carga laboral y la relación con la empresa en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.

Estos objetivos están en similitud con la investigación de Arcos (2017), su objetivo fue descubrir la relación entre el compromiso en la organización y la sobrecarga laboral. Arcos llegó a la conclusión en sus palabras de que la sobrecarga de trabajo causa presiones y conflictos, lo que aumenta los niveles de estrés y daña la salud física y mental. Hernandez y Muñoz (2019) plantearon un objetivo general similar, reconociendo que la carga laboral es un factor que afecta a los trabajadores del Contac Center de Colsubsidio, pero que existen estrategias que se podrían implementar para mejorar la calidad de vida de los trabajadores.

También se encontraron similitudes con el estudio de Barros (2015), que tuvo como objetivo determinar la relación entre la sobrecarga y los síntomas de estrés laboral en los empleados de la ciudad de Quito, la salud y el bienestar de los empleados afectan su productividad diaria en la empresa. Por otro lado, el objetivo principal de Cezar-Vaz et al. (2016) los efectos de las demandas mentales, físicas de tiempo y desempeño. Esto está relacionado con nuestro objetivo planteado porque descubrieron que el tipo de trabajo y la actividad física que requiere aumentaría los niveles de frustración. Leguizamon, Ortega e Ibañez (2020) propusieron identificar y analizar los efectos de la carga gremial en el manejo de los trabajadores administrativos del sector de la obra en Rosales Soluciones Constructivas. Esto se debe a que la carga gremial es un factor de riesgo psicosocial latente que tiene un impacto negativo en la salud y el desempeño laboral de los empleados.

Solano (2021) propone estudiar cómo la carga laboral y cómo incide en la satisfacción sindical de los empleados administrativos de la ciudad de Lima, con el fin de proponer e implementar políticas y procedimientos en el área de seguridad y salud ocupacional, fortaleciendo el cuidado de la salud psicológica del personal en una organización.

5.2. Discusión por metodología

La investigación es cuantitativa de tipo aplicada de nivel correlacional porque buscó determinar la conexión entre la Carga laboral y Captación de clientes en un centro de formación continua, respecto al diseño aplicado fue no experimental transversal, porque no se ha realizado manipulación sobre las variables de estudio y se usó del programa de software de SPSS.

El estudio es cuantitativo de tipo aplicada de nivel correlacional, ya que tiene como objetivo determinar la relación entre la carga de trabajo y la captación de clientes en un centro de formación continua, respecto al diseño aplicado fue no experimental transversal, puesto que no se ha hecho modificaciones en los datos recogidos a lo largo de la investigación.

Se encontró una similitud con el trabajo de Cezar-Vaz et al. (2016), que se desarrolló utilizando un enfoque transversal cuantitativo con el apoyo de un cuestionario. Además, hay una similitud con el trabajo de Rojas (2021) porque realizó un estudio con un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y utilizando un cuestionario para recopilar datos. Además, se descubrió que la metodología aplicada por Velásquez (2021), que utilizó un diseño no experimental, un método correlacional con corte transversal y encuestas para la recopilación de información, tenía algo que ver con su trabajo.

Sin embargo, se descubrió que la investigación de Barros (2015) no guardaba similitudes debido a su enfoque descriptivo exploratorio y a la utilización de un método inductivo deductivo. Además, se descubrió que no había ninguna similitud con el trabajo de Leguizamon, Ortega e Ibañez (2020) porque ambos utilizaron un enfoque cualitativo basado en investigación descriptiva y utilizaron encuestas escritas para recopilar datos. Además, se descubrió que no se asemeja a la investigación de Hirota y Pino (2016) porque su investigación ha sido detallada de

corte transversal y tiene un diseño relacional comparativo.

5.3. Discusión por resultados

Se tuvo como hipótesis general identificar si: Existe relación entre la carga laboral y la captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023. Obteniendo como resultado que si hay una relación entre la carga laboral y la captación de clientes.

En la investigación de Meneses, Hernandez y Muñoz (2019), se encontró que no existía un manual donde se detalle las funciones de su puesto de trabajo es el factor que más afecta el estado de ánimo, ya que el 60% de los empleados encuestados se mostraron insatisfechos. Esto se asemeja al trabajo de Barros (2015) donde se halló que el 96,8% de la población investigada tiene un nivel alto de sobrecarga laboral, donde podemos interpretar que el 73% no estaba teniendo un equilibrio entre las funciones que se le estaba asignando y el tiempo que se le asignaba para realizarlas, lo que genera una mala actitud por parte del trabajador.

Por otro lado, también se encontró una similitud con el trabajo de Cezar-Vaz, et al. (2016) llegó al resultado de que el 58,8% indicaron que eran sometidos a cargas elevadas de trabajo en sus jornadas laborales, se hace evidente que la carga de trabajo es común en distintas compañías de diferentes países. A su vez se estableció una igualdad con los resultados de Briceño (2020) donde se encontró argumentos para asegurar que el marketing educativo tiene interacción positiva y significativa con la captación de alumnos en el Instituto de Enseñanza Preeminente Tecnológico Público “José Pardo”-La Victoria, 2018.

También, se evidencio una igualdad en los resultados obtenidos con el trabajo de Velásquez (2022) el autor concluyo que hay una asociación inversa y moderada entre las variables estudiadas dentro de la organización. Mientras mayor sea el nivel de sobrecarga laboral en los trabajadores de una institución esto repercutirá de manera negativa en su satisfacción, por consiguiente, la atención que brinde a los clientes y compañeros no será la idónea.

VI. CONCLUSIONES

A partir de los objetivos que se planteó al inicio y su posterior contrastación con las hipótesis que se realizaron se logró las siguientes conclusiones.

Primera: Se aceptó la hipótesis del investigador, porque se obtuvo una significancia menor a 0,05 y según la correlación de Spearman se observó un 0,369; determinando una correlación positiva baja entre la carga laboral y la captación de clientes.

Segunda: Se acepta la hipótesis nula, ya que el análisis entregó una significancia mayor a 0,05 y a su vez según la correlación de Spearman se obtuvo un valor de 0,606, demostrando correlación positiva muy baja entre la carga laboral y la fidelización de cliente en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.

Tercera: Se acepta la hipótesis del investigador, debido a que el análisis arrojó una significancia menor a 0,05, y en la correlación de Spearman se obtuvo un valor de 0,606 dando una correlación positiva moderada entre la carga laboral y la calidad de servicio en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.

Cuarta: Se acepta la hipótesis nula, ya que la significancia fue mayor a 0.05 y según la correlación de Spearman se observó un 0,282 demostrando una correlación positiva baja entre la carga laboral y la fidelización de cliente en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.

VII. RECOMENDACIONES

De acuerdo al estudio ejecutado se redactó las presentes recomendaciones con el fin de ser consideradas por los administradores del centro formativo para que de este modo se pueda mejorar la captación de clientes.

Primera: Se recomienda al Director del centro formativo, seguir manteniendo medidas preventivas donde se pueda distribuir de una manera correcta las funciones de cada trabajador para que pueda darse abasto y logre realizarlas de la manera mas productiva y efectiva para la empresa.

Segunda: Se recomienda al Director realizar un control de satisfacción de los clientes para saber si están satisfechos con el servicio que se brinda o consideran que se debería de seguir mejorando en algunos aspectos y de esta manera se pueda seguir generando una mayor satisfacción en ellos.

Tercera: Se recomienda a los coordinadores de cada área implementar un plan donde los trabajadores tengan recesos pequeños dentro de su horario laboral donde pueda realizar alguna actividad diferente (reposo, talleres, actividades para que de esta manera evitar que el personal baje en su rendimiento.

Quinta: Se recomienda a futuros investigadores que estén interesados en el impacto de estas variables que usen como una base la presente investigación y la apliquen en compañías de otro rubro, en otras áreas, en población, metodología y tomen otras dimensiones para que puedan tener nuevos resultados que no se tocaron en este trabajo y poder hacer la comparativa respectiva.

REFERENCIAS

- Alvarado, D. (2021). Marketing digital en la captación de usuarios del servicio de enseñanza preuniversitaria que brinda IDEPUNP - región Piura 2021. <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/20.500.12676/3325>
- Alvarez, A. (s.f.). Clasificación de las Investigaciones. Universidad de Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/10818>
- Arcos, M. (2017). La sobrecarga de trabajo y su efecto sobre el compromiso organizacional en la gerencia de negocios de una empresa. de telecomunicaciones. [Trabajo de investigación para optar por el grado de Maestría en Desarrollo del Talento Humano, Universidad Andina Simón Bolívar]. <http://hdl.handle.net/10644/6057>
- Arias, J., et al. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. Rev Alerg Méx. 2016 abr-jun;63(2):201-206. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Armstrong, G. y Kotler P. (2013). Fundamentos de Marketing. (10mo ed). Pearson. https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Arreaga, E., & Alvarez, V. (2022). Estrategia de marketing digital para mejorar la captación de clientes en empresas de ventas directas en el Cantón Manta, Manabí-Ecuador. 593 Digital Publisher CEIT, 7(4-2), 563-575. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.4-2.1322>
- Baena, G. (2017). Metodología de la investigación. Grupo Editorial Patria. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Barros, E. (2015). La sobrecarga laboral y su relacion con la presencia de sintomas de estress laboral en funcionarios de las administraciones zonales del

municipio de Quito. [Trabajo de investigación para optar por el Título de Magister en Seguridad y Salud Ocupacional, UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK].

<http://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/1300>

Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación. Pearson. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/EI-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

Bisquerra, R. et. al. (2009). Metodología de la Investigación Educativa. Editorial, La muralla S.A. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=5826>

Bohórquez, E., Pérez, M., Caiche, W., & Benavides Rodríguez, A. (2020). La motivación y el desempeño laboral: el capital humano como factor clave en una organización. Universidad y Sociedad, 12(3), 385-390. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n3/2218-3620-rus-12-03-385.pdf>

Briceño, C. (2018). Márketing educativo y la captación de estudiantes en el instituto de educación superior tecnológico público “José Pardo” La Victoria – 2018. [Trabajo de investigación para optar por el Grado de Maestro en la educación, Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/20800>

Cadena, T. (2021). Publicidad y captación de clientes en Dispali, Breña, 2019. [Trabajo de investigación para optar por el Grado de Licenciado en Administración, Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/77892>

Calderon, V. y Calderon, K. (2013). Plan estratégico de marketing para la captación de nuevos clientes y fidelización de clientes actuales del Fondo de Cesantía del Magisterio Ecuatoriano en la ciudad de Guayaquil. [Trabajo de investigación para optar por el Grado en Ingeniería Comercial, Universidad Politécnica Salesiana]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5260/1/UPS-GT000466.pdf>

- Cegarra, J. (2004). Metodología de la investigación Científica y Tecnológica. <https://cienciaenlautn.files.wordpress.com/2018/08/cegarra-metodologacc81-de-la-investigaciocc81n-cienticc81fica-y-tecnolocc81gica2007.pdf>
- Cezar-Vaz, M., et al. (2016). 2016, Carga de trabajo y factores asociados: estudio en un puerto marítimo de Brasil; 24: e2837. <https://doi.org/10.1590/1518-8345.1347.2837>
- Chiavenato, I. (2004). Comportamiento Organizacional. McGRAW-HILL. <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/2873/1/Comportamiento%20organizacional.pdf>
- Confederación Regional de Organizaciones Empresariales de Murcia CROEM. (s.f.). Prevención de Riesgos Ergonómicos. <https://portal.croem.es/prevergo/formativo/2.pdf>
- Diaz, N. (s.f.). Poblacion y Muestra. Universidad Autónoma del Estado de México. <https://core.ac.uk/download/pdf/80531608.pdf>
- Espinoza, A., Pernas, I., & Gonzalez, R. (2018). Consideraciones teórico metodológicas y prácticas acerca del estrés. Humanidades Médicas. <http://scielo.sld.cu/pdf/hmc/v18n3/1727-8120-hmc-18-03-697.pdf>
- Espinoza, G. (2021). Herramientas digitales y captación de clientes en Crehana, Lima, 2020. [Trabajo de investigación para optar por el Grado de Licenciado en Administración, Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/87284>
- Fundación CETMO. (2006). Medir la satisfacción de los clientes. https://www.mitma.gob.es/recursos_mfom/pdf/46E6424E-F140-4F6B-9463-FD0B2CAA31A8/25587/Cap5Medirlasatisfacciondelosclientes1.pdf
- George, D., & Mallery, P. (2010). SPSS for Windows step by step : a simple guide and reference, 17.0 update. 10th ed. Boston: Allyn & Bacon.

- Hernandez, R. et. al. (2014). Metodología de la Investigación. McGRAW-HILL.
<https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hernandez, R., Fernandez, C., y Baptista, P. (1998). Metodología de la Investigación. McGRAW-HILL.
https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf
- Hernandez, R. y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGRAW-HILL.
http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf
- Hernandez, C. (2019). Marketing Digital y Captación de Clientes en el Estudio Jurídico IUSTITIA LEGALIS S.A.C., Callao – 2019. [Trabajo de investigación para optar por el Grado de Maestra en Administración de Negocios - MBA, Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/38412>
- Hirota, L., y Pino, A. (2022). Metodología para diagnosticar el equilibrio entre la carga laboral y el desempeño. [Trabajo de investigación para optar por el Grado Académico de Magister en Dirección Estratégica del Factor Humano, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <http://hdl.handle.net/10757/620820>
- Instituto de Navarro de Salud Laboral. (s.f.). Riesgos por carga, física o mental, de trabajo. <http://www.navarra.es/NR/rdonlyres/74D4E0EE-0BD0-43E1-91BC-235B883C85B1/0/m2ud3.pdf>
- Jamaica, S. (2020). Implementación del marketing digital para la captación de clientes en tiempos de pandemia. [Trabajo de investigación para optar por el título de Administración de Empresas, UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA

GRANADA]. <http://hdl.handle.net/10654/36746>

Jaramillo, J. (2015). Incidencia de la carga laboral en el rendimiento de los colaboradores del área de producción de la empresa Prologic S.A, de la ciudad de Guayaquil, año 2014. [Trabajo de investigación para optar por el Grado de Magister en Economía y Dirección de Empresas, Escuela Superior Politécnica Del Litoral]. <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/35649>

Kotler, P. y Keller, K (2012). Dirección de marketing. PEARSON EDUCACIÓN, México. <http://www.leo.edu.pe/wp-content/uploads/2019/12/direccion-de-marketing-philip-kotler-1.pdf>

Leguizamon, A., Ortega, L., y Ibañez, W. (2020). Analisis de los efectos de la carga laboral sobre el desempeño de los trabajadores administrativos del sector construccion de la empresa rosales soluciones constructivas S.A.S. Corporación Universitaria Iberoamericana. <https://repositorio.iberu.edu.co/handle/001/1031>

Martin, D., y Gamez, D. (2021). Plan estratégico de mercadeo para la captación de nuevos estudiantes en el Instituto Poliandino de la ciudad de Bogotá. [Trabajo de investigación para optar por el Título de Licenciado en Administración, Universidad Nacional de Piura]. <http://repositorio.uan.edu.co/handle/123456789/5111>

Medrano-Osorio, et al. (2022). Carga mental de trabajo y agotamiento emocional en colaboradores de entidades financieras en la región Junín. Gaceta Científica, 8(1), 85-92. <https://doi.org/10.46794/gacien.8.2.1511>

Meneses, J. (s.f.). El cuestionario. <https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario/cuestionario.pdf>

Meneses, D., Hernandez, M., y Muñoz, D. (2019). Factores percibidos como carga laboral por colaboradores de contact center de la empresa Colsubsidio.

[Trabajo de investigación para optar por el Diplomado en Gerencia de Talento Humano, UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA].
<http://hdl.handle.net/20.500.12494/13705>

Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo (2014). Informe Técnico de los Factores de Riesgo Psicosocial en trabajadores de Lima Metropolitana.
https://www.trabajo.gob.pe/CONSEJO_REGIONAL/PDF/documentos5.pdf

Neffa, J. (1988). ¿Qué son las condiciones y medio ambiente de trabajo? Propuesta de una perspectiva. EDITORIAL HVMANITAS.
http://www.referato.net/ubaproceso2/neffa_Condiciones_y_medio_ambiente_de_trabajo.pdf

Neill, D. & Cortez, L. (2018). Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica. UTMACH. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>

Pedraza, A., & Conde, M. (2010). Desempeño laboral y estabilidad del personal administrativo contratado de la Facultad de Medicina de la Universidad del Zulia. Revista de Ciencias Sociales (Ve), XVI(3),493-505.[fecha de Consulta 7 de Noviembre de 2022]. ISSN: 1315-9518.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28016320010>

Ramírez, W. (2012). Plan estratégico de mercadeo para captación de nuevos estudiantes para el instituto universitario Carlos Soublette Valencia - estado Carabobo. [Trabajo de investigación para optar por el Grado para Optar al Título de Magíster en Administración de Empresas Mención Mercadeo, UNIVERSIDAD DE CARABOBO].
<http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/1159/1/Wramirez.pdf>

Ramos, C. (2020). Los alcances de una investigación. CienciAmérica Vol. 9 (3).
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746475>

Rodríguez, M. (2016). EQUILIBRIO TRABAJO-VIDA: PROCESO DE

TRANSFORMACIÓN HACIA UNA ORGANIZACIÓN FAMILIARMENTE RESPONSABLE. Ciencias Administrativas.

<https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/download/2543/2638/8644>

Rojas, D. (2021). Sobrecarga laboral y estrés en el personal administrativo de zona registral n° ix – sede lima. [Trabajo de investigación para optar por el Título de Especialista en Enfermería en Salud Ocupacional, Universidad Norbert Wiener]. <https://hdl.handle.net/20.500.13053/5794>

Sebastian, O. y del Hoyo, A, (2002). La carga mental de trabajo. Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo. <https://www.insst.es/documents/94886/96076/carga+mental+de+trabajo/2fd91b55-f191-4779-be4f-2c893c2ffe37>

Smith, M. y CARAYON, P. (2010). A balance theory of job design for stress reduction. [Una teoría del equilibrio de diseño de trabajo para la reducción del estrés] Editorial International Journal of industrial ergonomics, Estados Unidos. https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/978-3-642-02731-4_13.pdf

Sipion, E. (2019). Sobrecarga laboral y sus consecuencias en los colaboradores. [Trabajo de investigación para optar por el Grado de Bachiller en Administración de Empresas, Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo]. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/2625>

Rogers, S., et. al. (2020). Fidelizar sin límites. Cómo ganarse la devoción de los clientes. Editorial: PAIDÓS. https://planetadelibroscom.cdnstatics2.com/libros_contenido_extra/43/42599_Fidelizar_sin_limites.pdf

Solano, Y. (2021). Influencia de la carga laboral sobre la satisfacción laboral en trabajadores administrativos del sector privado de lima metropolitana. [Trabajo de investigación para optar por el Grado de Licenciado en Psicología, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/11790>

Tuñoque, K. (2019). Estrategias de Marketing Educativo para la captación de clientes en el Colegio Ciencia College en el distrito de Morrope – 2018. [Trabajo de investigación para optar por el Título de Licenciado en Administración, Universidad Señor de Sipan]. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/6211>

Velásquez, C. (2022). Carga laboral y satisfacción laboral del personal de Enfermería de un Instituto Nacional de Salud, Lima 2021. [Trabajo de investigación para optar por el Grado de Maestra en Gestión De los servicios de la Salud, Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/84432>

ANEXOS

ANEXO 1:

FORMATO PARA LA OBTENCIÓN DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°276-2022-VI-UCV

Título de la investigación: Carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023

Investigador principal: Carbajal Cajas Carlos Alonzo

Asesor: Dr. Carlos Antonio Casma Zárate

Propósito del estudio

Saludo, somos investigadores que le invitamos a participar en la investigación: **Carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023** cuyo propósito es: **determinar la relación entre carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023**. Esta investigación es desarrollada por **estudiantes** de la **Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo**, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se le presentará un cuestionario en el que tendrá preguntas generales sobre usted como edad, zona de domicilio, lugar de nacimiento y otros, no es necesario que se anote su nombre, pues cada encuesta tendrá un código; luego se le presentarán preguntas sobre variables específicas de la investigación.
2. El tiempo que tomará responder la encuesta será de aproximadamente [5] minutos, si gusta, puede responder ahora o comprometerse a hacerlo en otro momento o lugar, nosotros lo buscaremos.

Información general: se le brindará a cada persona, la información para cumplimiento de los principios de ética, se permitirá cualquier interrupción de parte del entrevistado para esclarecer sus dudas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de no maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Información específica: Una vez que se haya terminado de brindar la información general, se debe compartir la información específica sobre la investigación: los datos que se requerirán, el hecho que se observará, o la acción que se realizará en el cuerpo (medir, examinar) o alguno de los elementos de él (exámenes de sangre, orina, células, tejidos u otro material biológico), haciendo énfasis que los resultados sólo serán utilizados para la investigación, sin identificar a la persona. De desearlo, se puede brindar algún resultado de interés clínico al participante voluntario.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Docente Asesor

Dr. Carlos Antonio Casma Zárate al correo electrónico **ccasmaz@ucvvirtual.edu.pe** o con el Comité de Ética de **Pregrado Administración**

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas].

ANEXO 2:

AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

DIRECTIVA DE INVESTIGACIÓN N° 002-2022-VI-UCV

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC:
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos	DNI:

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal “f” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Nombre del Programa Académico:	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha:

Firma y sello: _____

(Titular o Representante legal de la Institución)

(*). Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal “f” **Para difundir o publicar los resultados en un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.**

ANEXO 3:

FICHA DE EVALUACIÓN DE LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°276-2022-VI-UCV

Título del proyecto de Investigación: **Carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023**

Autor: **Carbajal Cajas Carlos Alonzo**

Especialidad del autor principal del proyecto: **Gestión**

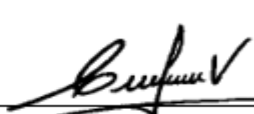
Coautores del proyecto: Ninguno.

Lugar de desarrollo del proyecto (ciudad, país): **Comas (Lima, Perú)**

Criterios de evaluación	Alto	Medio	Bajo	No precisa
I. Criterios metodológicos				
1. El proyecto cumple con el esquema establecido en la guía de productos de investigación.	Cumple totalmente	----	No cumple	-----.
2. Establece claramente la población/participantes de la investigación.	La población/participantes están claramente establecidos	----	La población/participantes no están claramente establecidos	-----
II. Criterios éticos				
1. Establece claramente los aspectos éticos a seguir en la investigación.	Los aspectos éticos están claramente establecidos	----	Los aspectos éticos no están claramente establecidos	-----
2. Cuenta con documento de autorización de la empresa o institución (Anexo 3 Directiva de Investigación N° 001-2022-VI-UCV).	Cuenta con documento debidamente suscrito	----	No cuenta con documento debidamente suscrito	No es necesario
3. Ha incluido el anexo 1 del consentimiento informado.	Ha incluido el ítem	----	No ha incluido el ítem	-----


Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya

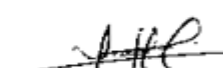
Presidente


Dr. Jorge Alberto Vargas Merino

Vicepresidente


Dr. Miguel Bardales Cárdenas

Vocal 1


Mgr. Diana Lucila Huamani Cajaleon

Vocal 2

Anexo 4:

DICTAMEN DEL COMITÉ DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°276-2022-VI-UCV

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de la Escuela Profesional de Administración, deja constancia que el proyecto de investigación titulado “**Carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023**”, presentado por el autor **Carbajal Cajas Carlos Alonzo**, ha sido evaluado, determinándose que la continuidad del proyecto de investigación cuenta con un dictamen: favorable¹ (X) observado () desfavorable ().

14, de noviembre de 2022



Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya
Presidente del Comité de Ética en Investigación
Escuela Profesional de Administración

C/c

- Sr. **Carbajal Cajas Carlos Alonzo**, investigador principal.

¹ *El dictamen favorable tendrá validez en función a la vigencia del proyecto.*

ANEXO 5. TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
CARGA LABORAL	Jaramillo (2015) requerimientos psicofísicos a los cuales se ven sujetos los trabajadores a lo largo de sus actividades laborales. En la actualidad este tema ha tomado relevancia, ya que un factor humano cansado y desmotivado no tare buenos resultados,	La variable carga laboral será medida y abordada en las siguientes dimensiones, estrés, motivación, desempeño y equilibrio trabajo-vida con 19 ítems. Se usará la escala de medición ordinal, Tipo Likert.	Gestión del estrés	Salud mental	Escala de medición ordinal, Tipo Likert 1. Totalmente en desacuerdo 2. En Desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
			Motivación	Carga de Trabajo	
				Remuneración	
			Desempeño	Relación con su jefe	
				Nivel de Energía	
				Productividad	
			Equilibrio trabajo-vida	Condiciones laborales	
				Rol domestico	
				Satisfacción con el trabajo	
				Alimentación	
CAPTACION DE CLIENTES	Consiste en la introducción de estrategias para aumentar el nivel de clientes, para ello se precisa saber lo que necesitan y cuanto están dispuestos a pagar por el bien o servicio (Primo y Rivero, 2010, como se citó en Hernández, 2019).	La variable captación de clientes será medida y abordada a través de las siguientes dimensiones, satisfacción, fidelización del cliente calidad del servicio, y relación con la empresa con 14 ítems. Se usará la escala de medición ordinal, Tipo Likert.	Satisfacción de los clientes	Precio-Calidad	Escala de medición ordinal, Tipo Likert 1. Totalmente en desacuerdo 2. En Desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
			Fidelización del cliente	Relación con el personal	
				Lealtad	
				Expectativas	
			Calidad del servicio	Valor percibido	
				Infraestructura	
				Atención	
			Relación con la empresa	Equipamiento	
				Recomendación	
				Preferencia	
	Readquisición				

ANEXO 6. TABLA DE CATEGORIZACIÓN

TÍTULO: Carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023						
AUTOR: Carbajal Cajas, Carlos Alonzo						
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
			Variable 1: Carga Laboral			
			DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA Y VALORES
Problema General: ¿Cuál es la relación entre carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023?	Objetivo General: Analizar la relación entre carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.	Hipótesis General: Existe relación entre la carga laboral y la captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.	Gestión del estrés	Salud mental	1 y 2	Totalmente en desacuerdo (1) En Desacuerdo (2) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)
				Carga de Trabajo	3	
			Motivación	Remuneración	4	
				Relación con su jefe	5 y 6	
			Desempeño	Nivel de Energía	7 y 8	
				Productividad	9	
				Condiciones laborales	10, 11 y 12	
			Equilibrio trabajo-vida	Rol domestico	13, 14, 15 y 16	
				Satisfacción con el trabajo	17 y 18	
				Alimentación	19	
(a) ¿Cuál es la relación entre carga laboral y la satisfacción de los clientes en un centro de formación continua,	Objetivo Específicos: (a) Determinar la relación entre carga laboral y la satisfacción	Hipótesis Específicas: (a) Existe relación entre carga laboral y la satisfacción de los	Variable 2: Captación de clientes			
			DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA Y VALORES
			Satisfacción de	Precio-Calidad	20	Totalmente en

<p>Puente Piedra, 2023? (b) ¿Cuál es la relación entre carga laboral y la fidelización del cliente en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023? (c) ¿Cuál es la relación entre carga laboral y la calidad del servicio en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023? (d) ¿Cuál es la relación entre carga laboral y la relación con la empresa en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023?</p>	<p>de los clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023 (b) Examinar la relación entre carga laboral y la fidelización del cliente en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023 (c) Justificar la relación entre carga laboral y la calidad del servicio en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023 (d) Establecer la conexión entre carga laboral y la relación con la empresa en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.</p>	<p>clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023 (b) Existe relación entre carga laboral y la fidelización del cliente en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023 (c) Existe relación entre carga laboral y la calidad del servicio en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023 (d) Existe relación entre carga laboral y la relación con la empresa en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.</p>	los clientes	Relación con el personal	21	<p>desacuerdo (1) En Desacuerdo (2) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)</p>
				Tiempo de espera	22	
			Fidelización del cliente	Lealtad	23	
				Expectativas	24	
				Valor percibido	25	
			Calidad del servicio	Infraestructura	26	
				Atención	27 y 28	
				Equipamiento	29	
			Relación con la empresa	Recomendación	30 y 31	
				Preferencia	32	
Readquisición	33					
TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TECNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICA			
Tipo: Aplicado	Población: 56 trabajadores de un centro de formación continua en Puente Piedra, Lima.	Variable 1: Carga Laboral	<p>1. Estadística Descriptiva. 2. Estadística Inferencial.</p>			
Nivel: Descriptivo		Técnica: Encuesta				
Diseño: No experimental		Instrumento: Cuestionario				
Método: Descriptivo		Muestra: Muestra censal al 100% de los trabajadores				
		Técnica: Encuesta				

ANEXO 7. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Lima, 27 de Octubre del 2023

Estimado Dr. Cárdenas Saavedra Abraham

Me es grato poder saludarlo Dr. Cárdenas Saavedra Abraham, espero que se encuentre bien de salud, he considerado pertinente hacerle este pedido a usted debido a que es una figura conocida en la institución por su labor como docente y sus aportes que brinda a la investigación en la rama de la administración, por ello vengo a pedirle su apoyo en la validación de mi instrumento de investigación que llevo elaborando en el presente ciclo denominada "Carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023" Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas e hipótesis de investigación
- b) Definición conceptual de variables y dimensiones respectivas
- c) Instrumento de obtención de datos
- d) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La presente petición consiste en evaluar cada uno de los ítems del instrumento de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted, Atentamente,



Nombre y apellidos del autor

Carlos Alonzo Carbajal Cajas

DNI: 73034962

“CARGA LABORAL Y CAPTACIÓN DE CLIENTES EN UN CENTRO DE FORMACIÓN CONTINUA, PUENTE PIEDRA, 2023”

1. Problema

1.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023?

1.2. Problemas específicos

(a) ¿Cuál es la relación entre carga laboral y la satisfacción de los clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023?

(b) ¿Cuál es la relación entre carga laboral y la fidelización del cliente en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023?

(c) ¿Cuál es la relación entre carga laboral y la calidad del servicio en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023?

(d) ¿Cuál es la relación entre carga laboral y la relación con la empresa en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023?

2. Hipótesis

2.1. Hipótesis general

Existe relación entre la carga laboral y la captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.

2.2. Hipótesis específicas

(a) Existe relación entre carga laboral y la satisfacción de los clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023

(b) Existe relación entre carga laboral y la fidelización del cliente en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023

(c) Existe relación entre carga laboral y la calidad del servicio en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023

(d) Existe relación entre carga laboral y la relación con la empresa en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.

DEFINICIÓN CONCEPTUAL

Variable 1: Carga laboral

Dimensión:

Gestión del estrés

La gestión del estrés es definida como, estrategias cognitivo-conductuales para mitigar los estresores del entorno del talento humano (Espinoza, Pernas, González, 2018).

Dimensión:

Motivación

Es un incentivo que se le brinda a los trabajadores para que logren los objetivos de la manera más productiva y beneficioso para el área donde labora. (Rubio, 2016, como se citó en, Bohórquez, et al, 2020).

Dimensión:

Desempeño

Viene a ser las estrategias y el empeño que le pone cada trabajador en la búsqueda del logro de sus objetivos propuestos (Chiavenato, 2004).

Dimensión:

Equilibrio trabajo-vida

Conjunto de términos que le permita al asalariado cumplir con sus responsabilidades dentro de la empresa y atender a su familia (Simkin y Hillage, 1992, como se citó en, Rodriguez, 2016).

Variable 2: Captación de clientes

Dimensión:

Satisfacción de los clientes

La satisfacción del cliente viene a darse antes y después de haber recibido el producto, tiempo, trato del personal, precio (Fundación CETMO, 2006).

Dimensión:

Fidelización del cliente

Conjunto de acciones que pretende crear, mantener y fomentar relaciones a largo plazo (Rogers, et. al., 2020).

Dimensión:

Calidad del servicio

Cumplimiento de las expectativas que tienen los clientes al momento de utilizar algún tipo de servicio.

Dimensión:**Relación con la empresa**

Vínculo que se tiene con el cliente-empresa, donde se espera que el consumidor este contento con lo recibido.

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

“CARGA LABORAL Y CAPTACIÓN DE CLIENTES EN UN CENTRO DE FORMACIÓN CONTINUA, PUENTE PIEDRA, 2023”

Esta indagación está siendo elaborada dentro de la escuela de Administración de la Universidad César Vallejo; los datos que se recopilen serán de forma anónima, se tendrá en total confidencial lo obtenido y netamente tiene como finalidad académica. Por tanto, de forma voluntaria; SÍ () NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo analizar la relación entre carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023. Del mismo modo, autorizo que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo cacarbajalc@ucvvirtual.edu.pe

Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
TD	ED	NN	DA	TA


N°	ÍTEM	VALORACIÓN				
		TD	ED	NN	DA	TA
1	Mantener una buena salud mental es importante para sus funciones					
2	Atiende cordialmente a los demás					
3	Maneja las tareas asignadas en un determinado tiempo					
4	Recibe una retribución salarial adecuada a las funciones que realiza.					
5	Se siente conforme con la relación laboral con su jefe inmediato					
6	Mantiene una relación positiva con sus compañeros y superiores					
7	Se siente apto para realizar sus funciones					
8	Se encuentra concentrado en sus funciones					
9	Tiene entusiasmo en realizar su trabajo					
10	Se siente cómodo con su espacio de trabajo					
11	Considera que su horario es adecuado.					
12	Está conforme con las sanciones					

13	Siente que los permisos laborales son flexibles					
14	Está conforme con trabajar horas extras					
15	Está conforme en realizar tareas laborales fuera de su institución					
16	Siente que tiene tiempo para su vida personal					
17	Siente que respetan su tiempo de recreación					
18	Recibe capacitaciones constantemente					
19	Se alimenta debidamente en el trabajo					
20	Se ofrecen cursos adecuados a su precio					
21	Considera grato el ambiente con los usuarios					
22	Considera que brinda la información adecuada					
23	El contacto permanente es fundamental para la fidelización					
24	Considera que la institución tiene una buena imagen corporativa					
25	Consideras que la institución tiene un valor agregado					
26	Los espacios de atención de la institución están aseados y ventilados.					
27	Considera prudente el rango de atención					
28	Está de acuerdo con los medios de atención					
29	Está conforme con el equipo tecnológico					
30	Considera que hay una opinión favorable de la institución					
31	Considera que los clientes se identifican con la institución					
32	Siente que es la opción ideal para los clientes					
33	Considera que los clientes regresarían por un nuevo servicio					

¡Gracias por su colaboración!

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023							
Apellidos y nombres del investigador: Carbajal Cajas Carlos Alonzo							
Apellidos y nombres del experto: Cárdenas Saavedra Abraham							
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DE EXPERTO			
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
CARGA LABORAL	Gestión del estrés	Salud mental	Mantener una buena salud mental es importante para sus funciones	TD = Totalmente en Desacuerdo; ED = En Desacuerdo; NN = Ni de acuerdo ni en desacuerdo; DA = De acuerdo y TA = Totalmente de acuerdo	XX		
			Atiende cordialmente a los demás		XX		
	Carga de Trabajo	Remuneración	Maneja las tareas asignadas en un determinado tiempo		XX		
			Recibe una retribución salarial adecuada a las funciones que realiza.		XX		
	Motivación	Relación con su jefe	Se siente conforme con la relación laboral con su jefe inmediato		XX		
			Mantiene una relación positiva con sus compañeros y superiores		XX		
	Desempeño	Nivel de Energía	Se siente apto para realizar sus funciones		XX		
			Se encuentra concentrado en sus funciones		X		
		Productividad	Tiene entusiasmo en realizar su trabajo		X		
		Condiciones laborales	Se siente cómodo con su espacio de trabajo		X		
			Considera que su horario es adecuado. Está conforme con las sanciones		X		
	Equilibrio trabajo-vida	Rol domestico	Siente que los permisos laborales son flexibles		X		
			Está conforme con trabajar horas extras		X		
			Está conforme en realizar tareas laborales fuera de su institución		X		
			Siente que tiene tiempo para su vida personal		X		

		Satisfacción con el trabajo	Siente que respetan su tiempo de recreación		X			
			Recibe capacitaciones constantemente		X			
		Alimentación	Se alimenta debidamente en el trabajo		X			
CAPTACION DE CLIENTES	Satisfacción de los clientes	Precio-Calidad	Se ofrecen cursos adecuados a su precio		X			
		Relación con el personal	Considera grato el ambiente con los usuarios		X			
		Tiempo de espera	Considera que brinda la información adecuada		X			
	Fidelización del cliente	Lealtad	El contacto permanente es fundamental para la fidelización		X			
		Expectativas	Considera que la institución tiene una buena imagen corporativa		X			
		Valor percibido	Consideras que la institución tiene un valor agregado		X			
	Calidad del servicio	Infraestructura	Los espacios de atención de la institución están aseados y ventilados.		X			
		Atención	Considera prudente el rango de atención		X			
			Está de acuerdo con los medios de atención		X			
	Relación con la empresa	Recomendación	Considera que hay una opinión favorable de la institución		X			
			Considera que los clientes se identifican con la institución		X			
		Preferencia	Siente que es la opción ideal para los clientes		X			
		Readquisición	Considera que los clientes regresarían por un nuevo servicio		X			
	Firma de experto:	Fecha: 08/11/2022						
								

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento tiene
suficiencia. Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X)
Aplicable después de corregir
() No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Cárdenas Saavedra Abraham

DNI: 07424958

Especialidad del validador: Gestión de Organizaciones

Fecha: 08/11/2022

OPINIÓN DEL EXPERTO SOBRE EL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS:

SI CUMPLE	NO CUMPLE
Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.	Pertinencia: El ítem no es correspondiente al concepto teórico formulado.
Relevancia: El ítem es apropiado para representar a la dimensión específica del constructo.	Relevancia: El ítem no es apropiado para representar a la dimensión específica del constructo.
Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.	Claridad: Hay dificultad en el enunciado del ítem, no es conciso, no tiene exactitud y no es directo.

NOTA: Suficiencia es cuando los ítems planteados son suficientes en número y contenido para medir la dimensión.



Firma de experto informante
Especialidad: Gestión de
organizaciones

ANEXO 8. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Lima, 27 de Octubre del 2023


Estimado Mgtr. Alarcón Camero, Juan Manuel

Me es grato poder saludarlo Mgtr. Alarcón Camero, Juan Manuel, espero que se encuentre bien de salud, he considerado pertinente hacerle este pedido a usted debido a que es una figura conocida en la institución por su labor como docente y sus aportes que brinda a la investigación en la rama de la administración, por ello vengo a pedirle su apoyo en la validación de mi instrumento de investigación que llevo elaborando en el presente ciclo denominada "Carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023" Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- e) Problemas e hipótesis de investigación
- f) Definición conceptual de variables y dimensiones respectivas
- g) Instrumento de obtención de datos
- h) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La presente petición consiste en evaluar cada uno de los ítems del instrumento de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted, Atentamente,



Nombre y apellidos del autor

Carlos Alonzo Carbajal Cajas

DNI: 73034962

“CARGA LABORAL Y CAPTACIÓN DE CLIENTES EN UN CENTRO DE FORMACIÓN CONTINUA, PUENTE PIEDRA, 2023”

1. Problema

1.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023?

1.2. Problemas específicos

(a) ¿Cuál es la relación entre carga laboral y la satisfacción de los clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023?

(b) ¿Cuál es la relación entre carga laboral y la fidelización del cliente en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023?

(c) ¿Cuál es la relación entre carga laboral y la calidad del servicio en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023?

(d) ¿Cuál es la relación entre carga laboral y la relación con la empresa en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023?

2. Hipótesis

2.1. Hipótesis general

Existe relación entre la carga laboral y la captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023

2.2. Hipótesis específicas

(a) Existe relación entre carga laboral y la satisfacción de los clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023

(b) Existe relación entre carga laboral y la fidelización del cliente en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023

(c) Existe relación entre carga laboral y la calidad del servicio en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023

(d) Existe relación entre carga laboral y la relación con la empresa en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.

DEFINICIÓN CONCEPTUAL

Variable 1: Carga laboral

Dimensión:

Gestión del estrés

La gestión del estrés es definida como, estrategias cognitivo-conductuales para mitigar los estresores del entorno del talento humano (Espinoza, Pernas, González,2018).

Dimensión:

Motivación

Es un incentivo que se le brinda a los trabajadores para que logren los objetivos de la manera más productiva y beneficioso para el área donde labora. (Rubio, 2016, como se citó en, Bohórquez, et al, 2020).

Dimensión:

Desempeño

Viene a ser las estrategias y el empeño que le pone cada trabajador en la búsqueda del logro de sus objetivos propuestos (Chiavenato, 2004).

Dimensión:

Equilibrio trabajo-vida

Conjunto de términos que le permita al asalariado cumplir con sus responsabilidades dentro de la empresa y atender a su familia (Simkin y Hillage, 1992, como se citó en, Rodriguez, 2016).

Variable 2: Captación de clientes

Dimensión:

Satisfacción de los clientes

La satisfacción del cliente viene a darse antes y después de haber recibido el producto, tiempo, trato del personal, precio (Fundación CETMO, 2006).

Dimensión:

Fidelización del cliente

Conjunto de acciones que pretende crear, mantener y fomentar relaciones a largo plazo (Rogers, et. al., 2020).

Dimensión:

Calidad del servicio

Cumplimiento de las expectativas que tienen los clientes al momento de utilizar algún tipo de servicio.

Dimensión:**Relación con la empresa**

Vínculo que se tiene con el cliente-empresa, donde se espera que el consumidor este contento con lo recibido.

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

“CARGA LABORAL Y CAPTACIÓN DE CLIENTES EN UN CENTRO DE FORMACIÓN CONTINUA, PUENTE PIEDRA, 2023”

Esta indagación está siendo elaborada dentro de la escuela de Administración de la Universidad César Vallejo; los datos que se recopilen serán de forma anónima, se tendrá en total confidencial lo obtenido y netamente tiene como finalidad académica. Por tanto, de forma voluntaria; SÍ () NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo analizar la relación entre carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023. Del mismo modo, autorizo que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo cacarbajalc@ucvvirtual.edu.pe

Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
TD	ED	NN	DA	TA


N°	ÍTEM	VALORACIÓN				
		TD	ED	NN	DA	TA
1	Mantener una buena salud mental es importante para sus funciones					
2	Atiende cordialmente a los demás					
3	Maneja las tareas asignadas en un determinado tiempo					
4	Recibe una retribución salarial adecuada a las funciones que realiza.					
5	Se siente conforme con la relación laboral con su jefe inmediato					
6	Mantiene una relación positiva con sus compañeros y superiores					
7	Se siente apto para realizar sus funciones					
8	Se encuentra concentrado en sus funciones					
9	Tiene entusiasmo en realizar su trabajo					
10	Se siente cómodo con su espacio de trabajo					
11	Considera que su horario es adecuado.					
12	Está conforme con las sanciones					

13	Siente que los permisos laborales son flexibles					
14	Está conforme con trabajar horas extras					
15	Está conforme en realizar tareas laborales fuera de su institución					
16	Siente que tiene tiempo para su vida personal					
17	Siente que respetan su tiempo de recreación					
18	Recibe capacitaciones constantemente					
19	Se alimenta debidamente en el trabajo					
20	Se ofrecen cursos adecuados a su precio					
21	Considera grato el ambiente con los usuarios					
22	Considera que brinda la información adecuada					
23	El contacto permanente es fundamental para la fidelización					
24	Considera que la institución tiene una buena imagen corporativa					
25	Consideras que la institución tiene un valor agregado					
26	Los espacios de atención de la institución están aseados y ventilados.					
27	Considera prudente el rango de atención					
28	Está de acuerdo con los medios de atención					
29	Está conforme con el equipo tecnológico					
30	Considera que hay una opinión favorable de la institución					
31	Considera que los clientes se identifican con la institución					
32	Siente que es la opción ideal para los clientes					
33	Considera que los clientes regresarían por un nuevo servicio					

¡Gracias por su colaboración!

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023								
Apellidos y nombres del investigador: Carbajal Cajas Carlos Alonzo								
Apellidos y nombres del experto: Costilla Castillo Pedro Constante								
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DE EXPERTO				
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
CARGA LABORAL	Gestión del estrés	Salud mental	Mantener una buena salud mental es importante para sus funciones	TD = Totalmente en Desacuerdo; ED = En Desacuerdo; NN = Ni de acuerdo ni en desacuerdo; DA = De acuerdo y TA = Totalmente de acuerdo	XX			
			Atiende cordialmente a los demás		XX			
	Carga de Trabajo	Remuneración	Maneja las tareas asignadas en un determinado tiempo		XX			
			Recibe una retribución salarial adecuada a las funciones que realiza.		XX			
	Motivación	Relación con su jefe	Se siente conforme con la relación laboral con su jefe inmediato		XX			
			Mantiene una relación positiva con sus compañeros y superiores		XX			
			Desempeño		Nivel de Energía	Se siente apto para realizar sus funciones	XX	
	Desempeño	Productividad	Se encuentra concentrado en sus funciones		X			
			Tiene entusiasmo en realizar su trabajo		X			
			Condiciones laborales		Se siente cómodo con su espacio de trabajo	X		
					Considera que su horario es adecuado.	X		
					Está conforme con las sanciones	X		
			Equilibrio trabajo-vida		Rol domestico	Se siente que los permisos laborales son flexibles	X	
	Está conforme con trabajar horas extras	X						
	Está conforme en realizar tareas laborales fuera de su institución	X						
Siente que tiene tiempo para su vida personal	X							
Satisfacción con el trabajo	Siente que respetan su tiempo de recreación	X						
	Recibe capacitaciones constantemente	X						
Alimentación	Se alimenta debidamente en el trabajo	X						

CAPTACION DE CLIENTES	Satisfacción de los clientes	Precio-Calidad	Se ofrecen cursos adecuados a su precio		X		
		Relación con el personal	Considera grato el ambiente con los usuarios		X		
		Tiempo de espera	Considera que brinda la información adecuada		X		
	Fidelización del cliente	Lealtad	El contacto permanente es fundamental para la fidelización		X		
		Expectativas	Considera que la institución tiene una buena imagen corporativa		X		
		Valor percibido	Consideras que la institución tiene un valor agregado		X		
	Calidad del servicio	Infraestructura	Los espacios de atención de la institución están aseados y ventilados.		X		
		Atención	Considera prudente el rango de atención		X		
			Está de acuerdo con los medios de atención		X		
		Equipamiento	Está conforme con el equipo tecnológico		X		
	Relación con la empresa	Recomendación	Considera que hay una opinión favorable de la institución		X		
			Considera que los clientes se identifican con la institución		X		
		Preferencia	Siente que es la opción ideal para los clientes		X		
		Readquisición	Considera que los clientes regresarían por un nuevo servicio		X		
Firma de experto:	Fecha: 14/11/2022						
							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento tiene suficiencia.
Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X)
Aplicable después de corregir ()
No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: ALARCÓN CAMERO JUAN MANUEL

DNI: 09925834

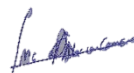
Especialidad del validador: Ma. en Gestión del Talento Humano.

Fecha: 14/11/2022

OPINIÓN DEL EXPERTO SOBRE EL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS:

SI CUMPLE	NO CUMPLE
Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.	Pertinencia: El ítem no es correspondiente al concepto teórico formulado.
Relevancia: El ítem es apropiado para representar a la dimensión específica del constructo.	Relevancia: El ítem no es apropiado para representar a la dimensión específica del constructo.
Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.	Claridad: Hay dificultad en el enunciado del ítem, no es conciso, no tiene exactitud y no es directo.

NOTA: Suficiencia es cuando los ítems planteados son suficientes en número y contenido para medir la dimensión.



Firma de experto informante
Especialidad: Gestión del Talento Human

ANEXO 9. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Lima, 27 de Octubre del 2023

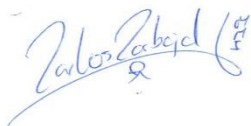
Estimada Dra. Elba Rossari Bueno Galarza

Me es grato poder saludarlo Dra. Elba Rossari Bueno Galarza, espero que se encuentre bien de salud, he considerado pertinente hacerle este pedido a usted debido a que es una figura conocida en la institución por su labor como docente y sus aportes que brinda a la investigación en la rama de la administración, por ello vengo a pedirle su apoyo en la validación de mi instrumento de la investigación que llevo elaborando en el presente ciclo denominada "Carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023" Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas e hipótesis de investigación
- b) Definición conceptual de variables y dimensiones respectivas
- c) Instrumento de obtención de datos
- d) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La presente petición consiste en evaluar cada uno de los ítems del instrumento de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted,
Atentamente,



Nombre y apellidos del autor

Carlos Alonzo Carbajal Cajas

DNI: 73034962

“CARGA LABORAL Y CAPTACIÓN DE CLIENTES EN UN CENTRO DEFORMACIÓN CONTINUA, PUENTE PIEDRA, 2023”

1. Problema

1.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023?

1.2. Problemas específicos

(a) ¿Cuál es la relación entre carga laboral y la satisfacción de los clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023?

(b) ¿Cuál es la relación entre carga laboral y la fidelización del cliente en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023?

(c) ¿Cuál es la relación entre carga laboral y la calidad del servicio en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023?

(d) ¿Cuál es la relación entre carga laboral y la relación con la empresa en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023?

2. Hipótesis

2.1. Hipótesis general

Existe relación entre la carga laboral y la captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023

2.2. Hipótesis específicas

(a) Existe relación entre carga laboral y la satisfacción de los clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023

(b) Existe relación entre carga laboral y la fidelización del cliente en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023

(c) Existe relación entre carga laboral y la calidad del servicio en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023

(d) Existe relación entre carga laboral y la relación con la empresa en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.

DEFINICIÓN CONCEPTUAL

Variable 1: Carga laboral

Dimensión:

Gestión del estrés

La gestión del estrés es definida como, estrategias cognitivo-conductuales para mitigar los estresores del entorno del talento humano (Espinoza, Pernas, González, 2018).

Dimensión:

Motivación

Es un incentivo que se le brinda a los trabajadores para que logren los objetivos de la manera más productiva y beneficioso para el área donde labora. (Rubio, 2016, como se citó en, Bohórquez, et al, 2020).

Dimensión:

Desempeño

Viene a ser las estrategias y el empeño que le pone cada trabajador en la búsqueda del logro de sus objetivos propuestos (Chiavenato, 2004).

Dimensión:

Equilibrio trabajo-vida

Conjunto de términos que le permita al asalariado cumplir con sus responsabilidades dentro de la empresa y atender a su familia (Simkin y Hillage, 1992, como se citó en, Rodriguez, 2016).

Variable 2: Captación de clientes

Dimensión:

Satisfacción de los clientes

La satisfacción del cliente viene a darse antes y después de haber recibido el producto, tiempo, trato del personal, precio (Fundación CETMO, 2006).

Dimensión:

Fidelización del cliente

Conjunto de acciones que pretende crear, mantener y fomentar relaciones a largo plazo (Rogers, et. al., 2020).

Dimensión:

Calidad del servicio

Cumplimiento de las expectativas que tienen los clientes al momento de utilizar algún tipo de servicio.

Dimensión:**Relación con la empresa**

Vínculo que se tiene con el cliente-empresa, donde se espera que el consumidor este contento con lo recibido.

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

“CARGA LABORAL Y CAPTACIÓN DE CLIENTES EN UN CENTRO DE FORMACIÓN CONTINUA, PUENTE PIEDRA, 2023”

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de Administración de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ () NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo analizar la relación entre carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023.. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo. Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correocacarbajalc@ucvvirtual.edu.pe

Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
TD	ED	NN	DA	TA

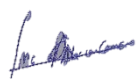
N°	ÍTEM	VALORACIÓN				
		TD	ED	NN	DA	TA
1	Mantener una buena salud mental es importante para sus funciones					
2	Atiende cordialmente a los demás					
3	Maneja las tareas asignadas en un determinado tiempo					
4	Recibe una retribución salarial adecuada a las funciones que realiza.					
5	Se siente conforme con la relación laboral con su jefe inmediato					
6	Mantiene una relación positiva con sus compañeros y superiores					
7	Se siente apto para realizar sus funciones					
8	Se encuentra concentrado en sus funciones					
9	Tiene entusiasmo en realizar su trabajo					
10	Se siente cómodo con su espacio de trabajo					
11	Considera que su horario es adecuado.					
12	Está conforme con las sanciones					
13	Siente que los permisos laborales son flexibles					
14	Está conforme con trabajar horas extras					

15	Está conforme en realizar tareas laborales fuera de su institución					
16	Siente que tiene tiempo para su vida personal					
17	Siente que respetan su tiempo de recreación					
18	Recibe capacitaciones constantemente					
19	Se alimenta debidamente en el trabajo					
20	Se ofrecen cursos adecuados a su precio					
21	Considera grato el ambiente con los usuarios					
22	Considera que brinda la información adecuada					
23	El contacto permanente es fundamental para la fidelización					
24	Considera que la institución tiene una buena imagen corporativa					
25	Consideras que la institución tiene un valor agregado					
26	Los espacios de atención de la institución están aseados y ventilados.					
27	Considera prudente el rango de atención					
28	Está de acuerdo con los medios de atención					
29	Está conforme con el equipo tecnológico					
30	Considera que hay una opinión favorable de la institución					
31	Considera que los clientes se identifican con la institución					
32	Siente que es la opción ideal para los clientes					
33	Considera que los clientes regresarían por un nuevo servicio					

¡Gracias por su colaboración!

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Carga laboral y captación de clientes en un centro de formación continua, Puente Piedra, 2023							
Apellidos y nombres del investigador: Carbajal Cajas Carlos Alonzo							
Apellidos y nombres del experto: Bueno Galarza Elba Rossari							
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DE EXPERTO			
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
CARGA LABORAL	Gestión del estrés	Salud mental	Mantener una buena salud mental es importante para sus funciones	TD = Totalmente en Desacuerdo; ED = En Desacuerdo; NN = Ni de acuerdo ni en desacuerdo; DA = De acuerdo y TA = Totalmente de acuerdo	XX		
			Atiende cordialmente a los demás		XX		
	Carga de Trabajo	Remuneración	Maneja las tareas asignadas en un determinado tiempo		XX		
			Recibe una retribución salarial adecuada a las funciones que realiza.		XX		
	Motivación	Relación consu jefe	Se siente conforme con la relación laboral con su jefe inmediato		XX		
			Mantiene una relación positiva con sus compañeros y superiores		XX		
	Desempeño	Nivel deEnergía	Se siente apto para realizar sus funciones		XX		
			Se encuentra concentrado en sus funciones		X		
		Productividad	Tiene entusiasmo en realizar su trabajo		X		
			Se siente cómodo con su espacio de trabajo		X		
			Considera que su horario es adecuado.		X		
			Está conforme con las sanciones		X		
	Equilibrio trabajo-vida	Rol domestico	Siente que los permisos laborales son flexibles		X		
			Está conforme con trabajar horas extras		X		
			Está conforme en realizar tareas laborales fuera de su institución		X		
			Siente que tiene tiempo para su vida personal		X		
Satisfacción con el trabajo	Satisfacción con el trabajo	Siente que respetan su tiempo de recreación	X				
		Recibe capacitaciones constantemente	X				

CAPTACION DE CLIENTES	Satisfacción de los clientes	Alimentación	Se alimenta debidamente en el trabajo	X		
		Precio-Calidad	Se ofrecen cursos adecuados a su precio	X		
		Relación con el personal	Considera grato el ambiente con los usuarios	X		
		Tiempo de espera	Considera que brinda la información adecuada	X		
	Fidelización del cliente	Lealtad	El contacto permanente es fundamental para la fidelización	X		
		Expectativas	Considera que la institución tiene una buena imagen corporativa	X		
		Valor percibido	Consideras que la institución tiene un valor agregado	X		
	Calidad del servicio	Infraestructura	Los espacios de atención de la institución están aseados y ventilados.	X		
		Atención	Considera prudente el rango de atención	X		
			Está de acuerdo con los medios de atención	X		
		Equipamiento	Está conforme con el equipo tecnológico	X		
	Relación con la empresa	Recomendación	Considera que hay una opinión favorable de la institución	X		
			Considera que los clientes se identifican con la institución	X		
		Preferencia	Siente que es la opción ideal para los clientes	X		
		Readquisición	Considera que los clientes regresarían por un nuevo servicio	X		
Firma de experto:	Fecha: 14/11/2022					
						

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento tiene suficiencia.
Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X)
Aplicable después de corregir ()
No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: Bueno Galarza Elba Rossari

DNI: 25796386

Especialidad del validador: Gestión de organizaciones

Fecha: 11/11/2022

OPINIÓN DEL EXPERTO SOBRE EL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS:

SI CUMPLE
Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
Relevancia: El ítem es apropiado para representar a la dimensión específica del constructo.
Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

NO CUMPLE
Pertinencia: El ítem no es correspondiente al concepto teórico formulado.
Relevancia: El ítem no es apropiado para representar a la dimensión específica del constructo.
Claridad: Hay dificultad en el enunciado del ítem, no es conciso, no tiene exactitud y no es directo.

NOTA: Suficiencia es cuando los ítems planteados son suficientes en número y contenido para medir la dimensión.



Firma de experto informante
Especialidad: Gestión de organizaciones

Tabla 18. Pruebas de normalidad

Pruebas de normalidad

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Carga laboral	,200	56	,000	,871	56	,000
Captación de clientes	,146	56	,004	,950	56	,022

a. Correlación de significación de Lilliefors

Tabla 19.

Correlación de Spearman

Rango de valores de rho	Interpretación
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.02 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (1998)

