



## **ESCUELA DE POSGRADO**

### **PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS- MBA**

Conocimiento y atención al público en la empresa Licores  
del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**  
Maestra en Administración de Negocios - MBA

#### **AUTORA:**

Céliz Oliveira, Ashley Cilinia (ORCID: 0000-0001-6971-9038)

#### **ASESOR:**

Dr. Ramírez García, Gustavo (ORCID: 0000-0003-0035-7088)

#### **LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gerenciales Funcionales

**TARAPOTO – PERÚ**

**2021**

## **Dedicatoria**

Dedicado a mis padres Fernando Celiz Ocampo, Lita Oliveira Garcia, a mi hermano Fernando Celiz Oliveira, a mi cuñada Elsa Mavila Ramirez Pinedo, a mi enamorado Piero Paolo Garcia Macedo; quienes fueron los principales en ayudarme en la formación de mi vida educacional y profesional, brindándome ánimos para seguir adelante. Mi admiración eterna a todos ustedes.

**Ashley Cilinia**

## Agradecimiento

A Dios, por darme la oportunidad de estar en este mundo maravilloso y brindarme siempre la protección para lograr mis sueños, objetivos y metas.

La autora

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen .....	vii
Abstract.....	viii
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>5</b>
<b>III. METODOLOGÍA .....</b>	<b>14</b>
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	14
3.2. Variables y operacionalización.....	15
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.....	15
3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad. .	16
3.5. Procedimientos .....	20
3.6. Método de análisis de datos.....	21
3.7. Aspectos éticos.....	21
<b>IV. RESULTADOS.....</b>	<b>22</b>
<b>V. DISCUSIÓN .....</b>	<b>26</b>
<b>VI. CONCLUSIONES .....</b>	<b>31</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>32</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>33</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>36</b>

## Índice de tablas

Tabla 1. Frecuencia de la variable conocimiento.....	22
Tabla 2. Frecuencia de la variable nivel de atención al público.....	23
Tabla 3. Prueba de normalidad.....	24
Tabla 4. Rho de Spearman.....	25

## **Resumen**

La investigación lleva por título “Conocimiento y atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021”, el objetivo principal determinar la relación del conocimiento con atención al público en la empresa Licores del Mundo SAC, Tarapoto - 2021. El tipo de estudio es no experimental, el diseño de investigación es descriptivo correlacional. La investigación tuvo como muestra los 30 clientes de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021. La técnica utilizada fue encuesta y como instrumento fue el cuestionario. Se obtuvo como resultado que la relación entre el conocimiento y atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021 se adquirió el coeficiente de 0,667 (correlación positiva baja); el conocimiento de los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021 el 37% es bajo. El nivel de atención al público de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021 el 40%, es regular. La investigación concluye que el coeficiente de correlación de Pearson, generando un coeficiente de 0.667 (correlación positiva baja), entonces se señala que existe relación del conocimiento con atención al público en la empresa Licores del Mundo SAC, Tarapoto - 2021.

**Palabras Claves:** Conocimiento, atención al público, satisfacción laboral.

## **Abstract**

The research is entitled "Knowledge and attention to the public in the company Licores del Mundo SAC, Tarapoto - 2021", the main objective to determine the relationship of knowledge with attention to the public in the company Licores del Mundo SAC, Tarapoto - 2021. The type study is non-experimental, the research design is descriptive correlational. The research sampled the 30 clients of the company Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021. The technique used was a survey and the questionnaire was the instrument. The result was that the relationship between knowledge and customer service in the company Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021, the coefficient of 0.667 was acquired (low positive correlation); The knowledge of the employees of the company Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021 37% is low. The level of attention to the public of the company Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021 40%, is regular. The research concludes that the Pearson correlation coefficient, generating a coefficient of 0.667 (low positive correlation), then it is pointed out that there is a relationship between knowledge and customer service in the company Licores del Mundo SAC, Tarapoto - 2021.

Keywords: Knowledge, customer service, job satisfaction.

## I. INTRODUCCIÓN.

En el mundo actual han ocurrido muchas dificultades y limitaciones que tiene el conocimiento y atención al público, al respecto en España, citada por Romero, J. (2015); refiere en su investigación; que el conocimiento es el aprendizaje que se relaciona a un conflicto entre mismos. Por eso son; la falta de definición clara, las diferencias de los trastornos que se desarrollan en las dificultades en el aprendizaje. Es el elemento central de toda persona, también podemos decir que es una evaluación para realizar a todos los individuos sobre el avance para alcanzar buenos niveles de aprendizaje. En el tema de las dificultades en atención al público, podemos considera al aspecto de servicio al público como el “talón de Aquiles”, porque desde el punto de vista hacia el usuario, contacta con el distribuidor hacia una producción o distribución. Conociendo que no es fácil lograr una contestación hacia la solicitud y disponer tolerancia para poder así lograr una mejor atención. El tema de atención al público es insuficiente y poco frecuente de las veces que una institución consiga sobresalir de las posibilidades de los usuarios, y convertirla en una herramienta de negocios. Las limitaciones de atención al público, es la práctica de muchas compañías, ya sea sobre el tema en el acceso a un teléfono de contacto, en las plataformas digitales para facilitar las herramientas online de atención; todo esto es un grave error que disminuye la satisfacción del usuario y le impulsa varias veces a comprar el producto o servicio de la competencia. Los usuarios deben conocer y comprender la forma organizacional dentro de la cual laboran. Por eso es importante trabajar en equipo y al mismo tiempo. (pág.10)

A nivel nacional, citando a Ramírez, A. (2009), refiere en su investigación, que en cada trabajo o instituciones no existe un buen conocimiento de los trabajadores hacia su labor de cómo orientar a los ciudadanos (atención al público) y por ende tener en cuenta el nivel de conocimiento de nuestros aprendizajes de cada empresa que trabajan. (pág. 10). En la revista de conocimiento señala, que el nivel de conocimiento de sus trabajadores debe ser eficaces, tener el liderazgo de sus conocimientos

para los usuarios que son atendidos en el servicio de atención al ciudadano, ya que ellos deben tener un buen concepto de la institución y como consumidor que estamos protegiendo sus derechos. (pág.19)

A nivel regional, en San Martín la cantidad de instituciones ya sea públicos a privados, todavía permanecen en los procesos de atención lentos, de poco trato amable; los cuales podrían desarrollar de una manera más simple, rápido. En la empresa Licores del Mundo SAC, Tarapoto 2021, los trabajadores que están en el área de servicio de atención al usuario no le dan mucha importancia sobre el tema de conocimiento como teórico y práctico, y tampoco sobre la atención a los usuarios que son consumidores hacia un proveedor que contrata un producto o servicio. Puede decirse que en el desempeño laboral que no son significativos, debido a su importancia como trabajadores profesionales. Por todo ello, no hay un líder, no hay una buena comunicación, no hay un trabajo en equipo.

Licores del Mundo S.A.C., con ruc N° 20572278345 ubicada en el jirón José Olaya N° 615 de la ciudad de Tarapoto, es una empresa dedicada a la amplia variedad de licores nacionales e importados. Además, de una selecta y exclusiva gama de productos para el hogar.

En la actualidad la empresa, se vio perjudicada por la aparición de varias empresas, por cuanto los precios, condiciones de compras por los mismos y la atención al cliente, minimizando de esta manera sobre el conocimiento y atención al público.

Un problema frecuente y reiterativo es cuando en la empresa se presenta una serie de problemas donde el cliente no queda conforme con la empresa y es un problema muy recurrente cuando no se respeta en la hora de entrega de productos al cliente, demora en la entrega de productos al cliente más de lo habitual.

Ante todo, se formuló el siguiente **problema general** ¿De qué manera se relaciona el conocimiento con atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021? Así mismo, contamos con **Problemas Específicos**: ¿Cuál es el conocimiento de los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021? ¿Cuál es nivel de atención al público de la empresa Licores del Mundo SAC, Tarapoto - 2021?, ¿Qué relación existe entre el conocimiento y atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021?

Investigación tiene como **justificación por conveniencia**, el mismo que tiene como propósito relacionar el conocimiento con atención al público respectiva hacia los trabajadores quienes ejercen en la empresa Licores del Mundo S.A.C.; a fin poder colaborar a mejorar la problemática y con la información confiable plantear a la evaluación respectiva de los colaboradores. Asimismo, como **justificación relevancia social**, la elaboración de la investigación permite a los trabajadores y a los ciudadanos que se identifiquen con la realidad problemática referida en la presente investigación. De esa manera se propone mejoras con respecto al uso adecuado de la variable de conocimiento y atención al público, sin generar conflictos en los trabajadores en las instituciones públicas o privadas. La investigación tiene un **valor teórico**, porque establece el valor del conocimiento, de comprender el grado de relación entre las dos variables, para así lograr una capacidad competitiva de confiabilidad en el nivel de atención al público. La **justificación implicancia práctica**, la investigación permite entender la relación entre el conocimiento con atención al público en la empresa Licores del Mundo SAC, Tarapoto. Asimismo, los resultados del instrumento, se gestionaron como solución para mejorar las condiciones de las dos variables de la investigación. Se implementaron estrategias para que los ciudadanos estén satisfechos con el conocimiento y con el nivel de atención al público. Por último, como la **utilidad metodológica**, el desarrollo de la investigación se indica de qué manera se relaciona el conocimiento con atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto -

2021; y se tenga como objetivo encontrar nuevos métodos o técnicas de conocimiento, buscando adaptar la investigación a nuevos métodos para comprender mejor las relaciones entre variables.

Asimismo, planteamos el **objetivo general**: Determinar la relación del conocimiento con atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021.

Los **objetivos específicos**: Conocer el conocimiento de los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021. Conocer el nivel de atención al público de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021. Determinar la relación que existe entre el conocimiento y atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021.

La **hipótesis general**:  $H_0$ : Existe relación entre el conocimiento con atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021. Como **específicas**:  $H_1$ : El conocimiento de los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., es bajo.  $H_2$ : El nivel de atención al público de la empresa Licores del Mundo S.A.C., es regular.  $H_3$ : Existe relación significativa entre el conocimiento y atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021.

## II. MARCO TEÓRICO.

La búsqueda antecedente para esta investigación. Iguaro, R. (2015). *Factores motivacionales y su relación con el desempeño laboral de los trabajadores del departamento de atención al cliente de una empresa del sector público, ubicada en el estado Carabobo.* (Artículo científico). Universidad de Carabobo-Venezuela. Diseño no experimental, asimismo es nivel correlacional, tipo básico, su población y muestra es 80 trabajadores, su técnica es encuesta, los instrumentos de tres cuestionarios. Concluyó que una vez ejecutada la investigación en el Departamento de Atención al Cliente, se pudo tomar la determinación que la motivación es una causante clave en el desempeño laboral de los trabajadores de dicho departamento, siendo de significativa importancia en la práctica de las actividades que realizan.

Fernández, M. (2015). *Servicios de atención al ciudadano por parte del sector público. Un estudio sobre la recaudación de tasas municipales en la municipalidad de Berisso.* (Artículo científico). Universidad Nacional de la Plata-Argentina. Diseño no experimental, asimismo el nivel correlacional, tipo básico, su población y muestra es 100 empleados, técnica es encuesta, instrumentos que realizó fueron dos cuestionarios. Concluyó que los espacios con coyuntura de mejora son aquellas de las cuáles los usuarios aplican mayor importancia, como ser “Capacidad de respuesta” y “Confiabilidad”. Con relación a ello “Capacidad de respuesta” se sugiere mejorar el nivel de comunicación de los empleados, la velocidad de atención y el grado de disponibilidad de los mismos. Y con respecto a la “Confiabilidad”, se propone mejorar las figuras relacionados con el cumplimiento de lo prometido por los empleados a los usuarios, el interés que tienen los empleados del servicio en solucionar los problemas de los usuarios, la eficacia del servicio en lo que respecta a equivocaciones en las tareas, el tiempo de cumplimiento y la eficiencia del servicio con el objetivo ideal de que el servicio este exento de errores.

Alvaro, V. (2016). *La importancia de la gestión del conocimiento en las instituciones públicas*. (Artículo científico). Universidad Nacional de México. El tipo descriptivo, correlacional, manera su diseño fue de no experimental transeccional. Concluyó que hay conocimiento básico, profesional, especializado; niveles de comportamiento, así como evaluaciones de desempeño por área, individual, gestión de conocimiento. La finalidad de la medida, basarse en la evaluación del valor de los proyectos que son afiliadas a las prácticas de la diligencia del aprendizaje en la comunicación hacia el aporte del desarrollo organizacional.

Granados, E. (2017). *Nivel de conocimiento de los agentes participantes del proceso del presupuesto participativo en Huaura – 2015*. (Tesis de Maestría). Universidad César Vallejo de Lima-Perú. Diseño es de no experimental, nivel correlacional, tipo básico, población y muestra 73 participantes, la técnica es la encuesta, por tanto, los instrumentos fueron de dos cuestionarios. Concluyó que los resultados de la variable nivel de conocimiento de los agentes participantes, se demostró que el 7,2% de los agentes participantes de Huaura se evidencia que es bajo, el 59,4% lo contempla en un nivel medio, mientras que el 33,3% lo aprecia en un nivel alto. Por lo que podemos concluir que el 59,4% de los agentes participantes del proceso del presupuesto participativo en Huaura – 2015, tiene un nivel de conocimiento medio de dicha evolución.

Molleapaza, J. (2017). *Nivel de conocimiento sobre investigación en estudiantes de la Facultad de ciencias contables*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos-Perú. Diseño no experimental, nivel correlacional, tipo básico, población y muestra 50 estudiantes, técnica encuesta, por tanto, instrumento de un cuestionario. Concluye que la investigación que en la facultad de ciencias contables las particularidades investigativas de las participaciones en trabajo de investigación, conocimiento de los proyectos y las líneas de investigación, participación de grupo de investigación, participación en talleres y seminarios y la formación académica en investigación está más o menos por debajo el 30% del interés

del estudiante. De igual forma, que no hay diferencias significativas en las escuelas académicas profesionales de contabilidad, gestión tributaria y auditoría en relación al nivel de conocimiento en investigación de los estudiantes de la facultad de ciencias contables. No quiere sostener que estamos bien, únicamente hay homogeneidad entre las especialidades, pero el nivel de conocimiento en investigación de los estudiantes en las tres escuelas está por debajo del 32%.

Alviz, A. (2017), *Atención al cliente en los promotores de servicios financieros y su relación con la satisfacción de los usuarios del sistema bancario*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de San Agustín-Perú. Tipo descriptivo, correlacional. Asimismo, su diseño no experimental transeccional. Concluyó que la función servicio al cliente ahora es un componente que se distingue a los trabajos, que se dispone de la nivelación y solución de los consumidores en las que se presentan en las entidades bancarias, las formas que los consumidores precisan que son distintas. La nivelación de complacer en una mitad de porcentaje que es más alto 65% durante el 27.5% se muestra una nivelación alto de complacer y el 7.5% en una nivelación bajo de complacer. Entonces deben implementar charlas hacia los fundadores de servicios bancarios para así progresar en el nivel de atención y por ello así llegar a la solución de las satisfacciones de los clientes financieros. También desarrollar módulos sobre el tema de atención, y capacidad resolutoria, y por así para planes futuros en nuestra infraestructura, ya que los clientes se sientan seguros.

Reátegui, R. (2017). *Nivel de conocimiento de los convenios pedagógicos de instituciones educativas y su relación con el nivel de eficiencia de la gestión en la Unidad de Gestión Educativa Local – Tarapoto, en el año 2016*. (Tesis de Maestría). Universidad César Vallejo de Tarapoto-San Martín. Método la encuesta para acumular las consideraciones de 200 profesionales, en las instituciones educativas. Concluyó que la nivelación de conocimiento hacia las instituciones educativas que presenta la mayoría de los responsables de las oficinas de la UGEL – Tarapoto 2016, es malo (58%).

Es así que se recomienda estudios que deben utilizar como tratamiento e importancia para el buen desempeño laborar en las gestiones en instituciones como las Unidades de gestión educativa local o cualquier otra. Asimismo, utilizar los instrumentos ya que son pertinentes para la obtención de los datos en un momento determinado.

Villegas, P. (2018). *Calidad del servicio y posicionamiento en las empresas del distrito de Tarapoto, 2016*. (Tesis de Maestría). Universidad César Vallejo de Tarapoto-San Martín. Diseño no experimental, asimismo su nivel es correlacional, tipo básico, su población y muestra es 84 gerentes empresas, de esa manera su técnica es la encuesta, por tanto, sus instrumentos son de cuatro cuestionarios. Concluyó que la calidad de servicio se asocia derechamente con el posicionamiento de las empresas del distrito de Tarapoto 2016; en cuanto, existe una correlación alta positiva de 0,9110. Además, existe un coeficiente de determinación de 0,8300; en otras palabras, que el 83,00% del posicionamiento de las empresas se ve influenciado por la calidad de servicio de las empresas del distrito de Tarapoto.

Ruíz, R. (2020). *Propuesta de gestión integral para optimizar la calidad del servicio público de la Municipalidad Distrital de Sauce, San Martín, 2020*. (Tesis de doctorado). Universidad César Vallejo de Tarapoto-San Martín. Diseño no experimental, su nivel correlacional, tipo básico, su población y muestra es 35 colaboradores la Municipalidad de Sauce, su técnica utilizada es encuesta, asimismo su instrumento fue un cuestionario. Concluyó que la propuesta se describe por ser integradora y articuladora de elementos que conforman parte de una política interna con diferentes sistemas como el de excelencia para brindar un servicio transparente; la gestión ambiental que tiene que ver con la utilización racional de los recursos naturales; la gestión documental que contribuye a la gestión administrativa, la gestión presupuestaria que tiene que ver con los recursos para ejecutar con los objetivos de manera transversal con todos y la gestión presupuestal. De igual modo, la propuesta de gestión integral coadyuva al incluir de todos los

colaboradores por áreas, direccionado a la obtención de resultados en correlación a objetivos de calidad para complacer necesidades de los usuarios, con servicios de superioridad en todas sus dimensiones.

Como teorías de la investigación se desarrollan y se centran en las variables de dicho estudio:

Este acápite de la presente investigación, desarrollara las teorías que fundamentan la problemática y sus variables. Así, en primer lugar, se desarrolla la noción **de conocimiento** enmarcado en las dimensiones **importancia de conocimiento, aprendizaje, tipos de comprensión, satisfacción laboral**. En segundo lugar, se presenta el concepto de **atención al público** en las dimensiones de **nivel de atención, orientación de resultados, tipos de orientación, medios de comunicación** y cómo estas se relacionan con el estudio. Al respecto con el marco teórico, se hizo una revisión de la fundamentación científica de cada variable independiente, para lo cual se realizó el siguiente desarrollo:

Según Navarro, R. (2014). *Conocimiento*. El conocimiento es el progreso mental, cultural e incluso emocional, a través del cual se revela y que reproduce la realidad en el entendimiento, de diversos tipos de vivencias, reflexionar y enseñanzas. (pág. 12)

El conocimiento, se estructura con las siguientes dimensiones, los mismos que serán utilizados para desarrollar hacia los objetivos de dicha investigación:

Importancia de conocimiento, podemos manifestar que es primordial para el trabajo ya sea por temas laborales y también por temas de estudios. Podemos decir que el conocimiento es el cuerpo de un recuerdo, pero en la nivelación abstracción es elevado de los recuerdos los niveles inferiores. Asimismo, está enmarcado en los indicadores que son estudio teórico y la capacidad de comunicarse; ambos indicadores es la que promueven

estudios teóricos para así obtener metas y objetivos en dicha empresa, de esa manera que los trabajadores tienen la capacidad de comunicarse con sus demás compañeros así obteniendo buenos resultados en el ámbito laboral, unión en el trabajo y entre los colaboradores, apoyo entre ellos.

Aprendizaje, es la parte del conocimiento que nos permite realizar un buen manejo de trabajo; así podemos considerar: faculta y delega funciones para el proceso de aprendizaje que promueve buenos resultados en el trabajo como cambio positivo y trabaja en equipo. De igual modo está enmarcado en los indicadores que son proceso de aprendizaje, resultados de trabajo y trabajo en equipo; en el proceso de aprendizaje es una sucesión que va adquiriendo una serie de conocimientos y habilidades tras haber observado o vivido una secuencia de experiencias previas. Para dicho desarrollo del proceso podemos indicar que el trabajador pone en marcha los diversos mecanismos cognitivos que le permite interiorizar nueva información que le está ofreciendo y de esa manera tener conocimientos útiles y mantienen el control en los procesos de aprendizaje. En los resultados de trabajo, es la que implica realizar seguimientos de la labor que se realiza para así determinar el porcentaje de cumplimiento en el ámbito laboral, por ejemplo, que los colaboradores de una empresa brindan la información clara y necesaria al momento de brindar el servicio hacia los usuarios; y dicha empresa evalúa de manera trimestral en ese aspecto. Y así logran un trabajo en equipo. El trabajo en equipo es la manera organizada de trabajar con varias personas con el fin de obtener metas comunes.

Tipos de comprensión, podemos indicar que en la empresa Licores del Mundo a nivel regional se basa primordialmente en los conocimientos teóricos y prácticos de cada trabajador, para poder así llegar a un nivel alto de conocimiento obteniendo buenos resultados en lo laboral. De igual forma está enmarcado en los indicadores que son comprensión teórica y capacidad de comprensión práctica; en la comprensión teórica es la que constituye con un conjunto de leyes, enunciados e hipótesis es la que se configuran un corpus de conocimiento científico y organizado, que nos permite derivar a

partir de los fundamentos; mientras en la capacidad de comprensión práctica es el saber hacer, tanto si lo realizaron en el ámbito laboral, es decir demostrando con hechos al momento de brindar un servicio al cliente.

Satisfacción laboral, esta dimensión está comprendida con los indicadores como el liderazgo, tolerante, supervisión, capacitación y encuesta de satisfacción laboral, ante ello, estos indicadores están relacionados con la capacidad de conducir a un grupo de manera exitosa hacia el logro de uno o más objetivos, metas y sueños en el ámbito laboral.

Navarro, R (2014). “Definió la solución laboral como porcentaje de muchas actitudes desde un trabajador hacia su labor. De esa manera tiene como resultado la relación hacia los estudios, exigencias, valoración hacia un trabajo, también están adentro la satisfacción el liderazgo, tolerante, supervisión, capacitación y encuesta de satisfacción laboral”. (p. 10)

Atención al público, en cuanto a la definición, existe de la siguiente manera:

Florencia, U. (2012). *Atención al cliente*. Señala que atención al cliente son aquellos servicios que facilitan a los trabajos del sector de servicios, lo que comercian productos hacia sus consumidores con dicho fin de obtener una comunicación entre ellos. Y ellos necesitan manifestar sus reclamos, sugerencias, sus inquietudes sobre un producto o servicio que está utilizando el ciudadano. Para tener un éxito de una empresa ya sea privado o público está vinculado en la solución de las demandas de usuarios. Campo servicio hacia los usuarios el empeño y el trabajo de los colaboradores de cada institución son destinados en una sola noción, teniendo como principal enfoque del centro al cliente. Podemos manifestar que, en el área de servicio a los usuarios, es formal de ser escuchados, tener buena relación y comprensión de sus consultas, ya sea por temas de consultas, quejas y reclamos que se desarrollan en nuestro sector de trabajo. Todo trabajo de atención a los consumidores se dirige en los conocimientos de las experiencias, aprendizajes de los consumidores para poder satisfacerlas. “El

complacer de los consumidores, la meta final deber ser que toda institución, es completamente compleja y subjetiva". "También se califican en tipos de atención como: atención presencial, se trata que un encuentro físico con el cliente y juega un papel importante". Mediante por vía telefónica, se trata que el cliente exige que se cumplan las normas de manera verbal. Atención virtual, se trata de una elección para realizar las compras de manera mediante por correo electrónico o también a través de la misma web donde se expone los productos, el consumidor, aprecia la atención recibida por otros indicadores, como el responsable de los funcionamientos de la página, el método de pago y de entrega, la urgencia en las contestaciones ante dudas mediante por vía correo electrónico, etc. (pág. 30)

Es así como se desarrolla en la empresa Licores del Mundo S.A.C. a nivel regional, realizando un trabajo ejemplar que se vea la forma de trabajo, y que ayudamos a los ciudadanos a valer sus derechos de consumidores, así como brindando asesorías y solucionando sus problemas. Además de generar la satisfacción al público o al cliente obteniendo así buenos resultados.

Estructura de la atención al público, en función a las siguientes dimensiones, que serán utilizados para desarrollar hacia los objetivos de la investigación:

Nivel de atención, son aquellos servicios que facilitan a los trabajos del sector de servicios, lo que comercian productos hacia sus consumidores con dicho fin de obtener una comunicación entre ellos. Además, está enmarcado en los indicadores que son la seguridad, relacionado entre el saber e interés de los trabajadores, inculcar la confianza. Tener capacidad escuchar a los clientes, los colaboradores de cada empresa escuchan las incomodidades de sus prestaciones de los servicios y muestran el apoyo ante los clientes o usuarios, pues así tienen la adaptabilidad hacia los clientes o usuarios.

Orientación de resultados, es una capacidad que se beneficie que una persona pueda apoyar o proteger hacia usuarios asimismo para conceder el servicio de manera rápido y adecuado. Esto significa sobre la atención y

rapidez al pactar sobre las solicitudes, contestar las consultas y reclamos desde que realiza los usuarios y resolver sus dificultades. Del mismo modo está enmarcado en los indicadores que son desempeño laboral, atención a los detalles y disponibilidad de ayuda. El desempeño laboral, es la calidad de servicio que realiza el trabajador dentro de la organización, podemos decir es el acto y la consecuencia de desempeñar cumpliendo con la obligación, realizando una actividad, dedicarse a una tarea o trabajo. Respecto en atención a los detalles, podemos manifestar que los trabajadores en el área de servicio de atención al público de cualquier empresa o instituciones deben ser atentos hacia los clientes pues así que cuenten con la disponibilidad de consultas de cualquier tipo de temas que lo realiza el cliente.

Tipo de orientación, está enmarcado en los indicadores que son disposición de consultas de cualquier tipo de tema y necesidades de los usuarios; podemos manifestar que es la capacidad de disponer consultas de cualquier tipo de tema que solicita los clientes y ser así las necesidades para el apoyo de los clientes de una manera factible.

Canales de comunicación, está enmarcado en los indicadores que son capacidad de canales de comunicación e inmediatez en la atención; del mismo modo podemos manifestar que para los usuarios que tengan un buen servicio al cliente, podemos guiarlos y escucharlos, para que se sientan seguros que los trabajadores tienen el conocimiento previo para su disponibilidad de ayuda. Hoy en día el mundo fue afectado por Covid-19, por eso proceden como canales de comunicación de manera virtual como llamadas telefónicas, video llamadas, WhatsApp para brindar atención al público de manera rápido y adecuado.

### III. METODOLOGÍA

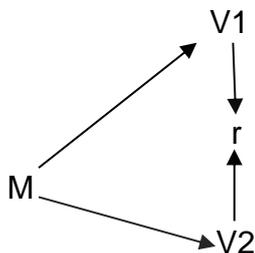
#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

##### Tipo de estudio

La investigación tipo básica enfoque cuantitativo, solo se dedica a recoger la información para poder comprobar la hipótesis, más no hace manipulación de variables. Según Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, M. (2010), por lo que, mediante esta investigación se pretende conseguir la ampliación y profundización de conocimientos científicos de la realidad de las variables de la presente investigación, esto es de conocimiento y atención al público, y no pretende aplicar propósitos inmediatos. (p. 29-52)

##### Diseño de investigación

Diseño no experimental: nivel correlacional no se busca maniobrar hacia las variables, sino especificar como se desarrollaron los sucesos en el año 2021. Mismo que se representa de la siguiente forma:



Dónde:

M: Muestra.

V1: Conocimiento.

V2: Atención al público.

r: Relación.

### **3.2. Variables y operacionalización.**

#### **Variables:**

V1: Conocimiento.

V2: Atención al público.

### **3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis**

#### **Población**

La población estuvo formada por los clientes de la empresa Licores del Mundo S.A.C., siendo un total de 30 clientes.

#### **Criterios de selección**

**Inclusión:** Estuvo conformada por los clientes de la empresa Licores del Mundo S.A.C. que accedan a su consentimiento para la aplicación de los instrumentos de investigación.

**Exclusión:** Estuvo conformada por los clientes de la empresa Licores del Mundo S.A.C. que no den su consentimiento para la aplicación de los instrumentos de investigación.

#### **Muestra**

La muestra estuvo conformada por los 30 clientes de la empresa Licores del Mundo S.A.C.

#### **Muestreo**

Muestreo no probabilístico a criterio del investigador. El muestro no probabilístico debido a que los elementos seleccionados para la investigación no muestran una dependencia con la probabilidad, sino está representada por las características de los objetivos trazados, conforme lo señala (Cuesta, 2099, p. sf).

**Unidad de análisis:** Los clientes de la empresa Licores del Mundo S.A.C.

### **3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad.**

#### **Técnica**

La presente investigación tiene como técnica la encuesta el cual está dirigido a los clientes externos de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto – 2021, el mismo está individualizado para cada variable de estudio, es decir, tanto para el de Conocimiento (V1), como para atención al público (V2). Conforme lo señalado Hernández (2010), señala la encuesta como técnica para recolectar datos, es la más utilizada, sobre todo para investigaciones que tengan el mismo tipo y diseño de la presente investigación (p. s.f.).

#### **Instrumentos**

En referencia a los instrumentos que se utilizaron para el siguiente estudio fueron dos cuestionarios. Dichos cuestionarios utilizados se basaron en las dimensiones e indicadores de los conceptos utilizados para cada variable de estudios es (4 dimensiones para conocimientos y 4 dimensiones para atención al público).

Los cuestionarios estuvieron conformados por los ítems que están relacionados a los indicadores de cada dimensión de las variables materia de investigación. Siendo las mismas (12 indicadores por las dimensiones para conocimiento y 10 indicadores para las dimensiones de atención al público).

En cuanto a su escala de medición – Escala ordinal:

- 1: Bajo
- 2: Medio
- 3: Alto

#### **Validez**

Los instrumentos de investigación serán validados por tres expertos en la materia de investigación y que cuentan con los requisitos para valida, lo cual se detalla:

Variable	N.º	Especialidad	Promedio de validez	Opinión del experto
Variable 1 conocimiento	1	Especialista MBA	4,8	Instrumento coherente y viable para su aplicación.
	2	Especialista MBA	4,8	Buena, el instrumento es coherente entre sus dimensiones e indicadores, por lo que procede su aplicación.
	3	Especialista MBA	4,8	Procede la aplicabilidad de este instrumento.
Variable 2 Atención al público	1	Especialista MBA	4,8	Instrumento coherente y viable para su aplicación.
	2	Especialista MBA	4,8	Buena, el instrumento es coherente entre sus dimensiones e indicadores, por lo que procede su aplicación.
	3	Especialista MBA	4,8	Instrumento es válido y está listo para ser aplicado.

Los instrumentos, fueron de dos cuestionarios, sometidos hacia el juicio de 3 expertos que fueron citados anteriormente. Los mismos, que consideraron el trabajo comprobar relación y congruencia de los indicadores con las variables de dicho estudio.

El resultado tuvo como promedio de 4,8, representando el 96% de concordancia entre jueces para los instrumentos de ambas variables; lo que indica, que tienen alta validez; reuniendo las condiciones metodológicas para ser aplicado.

### **Confiabilidad**

En la confiabilidad de los instrumentos de la aplicación se hizo uso de herramienta estadística denominada Alfa de Cronbach.

## Análisis de confiabilidad: Conocimiento

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,891	12

### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ítem 1	20,0000	25,500	,118	,918
Ítem 2	19,8000	23,700	,600	,883
Ítem 3	20,6000	24,800	,385	,894
Ítem 4	20,0000	20,500	,792	,867
Ítem 5	19,8000	24,200	,501	,888
Ítem 6	19,8000	18,700	,995	,848
Ítem 7	19,8000	18,700	,995	,848
Ítem 8	19,8000	24,200	,501	,888
Ítem 9	20,0000	20,500	,792	,867
Ítem 10	20,2000	22,200	,675	,877
Ítem 11	20,2000	22,200	,675	,877
Ítem 12	20,200	22,200	,675	,877

## Análisis de confiabilidad: Atención al público

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,715	10

**Estadísticas de total de elemento**

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ítem 1	24,0000	4,000	,685	,633
Ítem 2	23,4000	5,800	,000	,721
Ítem 3	24,2000	5,200	,196	,719
Ítem 4	24,4000	5,800	,000	,721
Ítem 5	24,0000	4,000	,685	,633
Ítem 6	24,4000	5,800	,000	,721
Ítem 7	24,4000	5,800	,000	,721
Ítem 8	24,4000	5,800	,000	,721
Ítem 9	24,6000	4,300	,701	,640
Ítem 10	24,4000	5,800	,000	,721

### 3.5. Procedimientos

Se realizó a través de los instrumentos de investigación, estos fueron los cuestionarios, para lo cual, en primer lugar, se presentó una carta para solicitar autorización a fin de realizar estudio en la empresa Licores del Mundo SAC. Una vez se contó con la autorización, se procedió a realizar la aplicación de los instrumentos, por medio de la plataforma de Google Forms, el cual ha sido enviado a los usuarios por medio de sus correos electrónicos. Finalmente, se realizó el proceso respectivo (ingreso de datos, procesamientos y salidas para la interpretación).

### **3.6. Método de análisis de datos**

Se desarrolló sobre la consideración de grado de niveles de acuerdo a la medida de las variables y de manera estadística; permitiendo realizar una descripción y mostrando las características reales de las variables de investigación.

Para el análisis respectivo de cada variable de investigación se debe procesar, analizar e interpretar los datos en las que se utilizará el software Excel y Statisticas Pack Fort he Social Sciences (SPSS).

Estadística descriptiva: Se utilizó tablas para representar cómo están distribuido los datos. Estadística inferencial: permitió estimar los parámetros y realizar la prueba de hipótesis.

### **3.7. Aspectos éticos**

Los aspectos éticos fueron tomados en cuenta desde los criterios nacionales e internacionales, garantizando la calidad del trabajo investigativo, desde los principios éticos de beneficencia a favor de la institución y responsabilidad social apoyando con herramientas para la solución de problemas identificados en la misma. Referente al principio de no maleficencia, los datos son reales; no manipulables, con información precisa, sin dañar la integridad de las personas o el medio ambiente. Referente al principio de autonomía, se respetó la privacidad de las personas que formaron parte de la investigación, respecto a la información de campo brindada en el instrumento de cada variable investigada. Referente al principio de justicia se tuvo en cuenta el consentimiento informado, donde la institución y los encuestados tuvieron toda la información de la investigación y los permisos requeridos. Por otro lado, se respetó la autoría de los autores de todas las investigaciones presentes en la investigación, realizando las citas correspondientes mediante el estilo de APA.

#### IV. RESULTADOS

Son presentados en tablas y figuras.

##### 4.1. Conocimiento de los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C, Tarapoto - 2021.

**Tabla 1**

*Frecuencia de la variable conocimiento*

Escala	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Bajo	11	37
Medio	10	33
Alto	9	30
Total	30	100

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de Licores del Mundo S.A.C.

#### **Interpretación**

Se explica conforme al conocimiento de los colaboradores de la empresa Licores Del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021. El 37% es bajo, el 33% es medio y el 30% es alto. Denotando un índice bajo que conlleva que no existe adecuada organización en el conocimiento de los colaboradores.

#### 4.2. Nivel de atención al público de la empresa Licores del Mundo S.A.C, Tarapoto - 2021.

**Tabla 2**

*Frecuencia de la variable nivel de atención al público*

Escala	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Malo	8	27
Regular	12	40
Bueno	10	33
Total	30	100

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de Licores del Mundo S.A.C.

#### **Interpretación**

Se explica conforme al nivel de atención al público de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021. El 27% es malo, el 40% es regular y el 33% es bueno. Denotando un índice regular que conlleva el nivel de atención al público.

### 4.3. Relación entre el conocimiento y atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C, Tarapoto - 2021.

Para poder entablar la correspondencia de variables fue empleado el R de Pearson conforme al SPSS 26 según lo precisa la prueba de normalidad:

**Tabla 3**

*Prueba de normalidad*

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Conocimiento	0,155	30	0,002	0,892	30	0,005
Atención al público	0,150	30	0,008	0,926	30	0,008

a. Corrección de significación de Lilliefors

### Interpretación

Conforme a los descrito anteriormente, se exhibe los 30 clientes sobre el conocimiento y atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021, mostrando distribución normal en donde (Sig. = 000>0.05), obteniendo un nivel de significancia de 0.155 y 0.150 para cada variable respectivamente.

**Tabla 4**

		Conocimiento	Atención al público
Nivel de conocimiento	Correlación de Pearson	1	.667**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	30	30
Atención al público	Correlación de Pearson	.667**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	30	30

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de Licores del Mundo S.A.C.

### Interpretación

Conforme la correspondencia en el conocimiento y atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021. A través del Rho de Spearman se obtuvo el coeficiente de 0.667 (correlación positiva moderada) y un valor p igual a 0.000 (valor  $p \leq 0.01$ ). Indicando que, debido al conocimiento, disminuye el nivel atención al público.

## V. DISCUSIÓN

En su investigación, Navarro (2014), menciona el Conocimiento que es el progreso mental, cultural e incluso emocional, a través del cual se revela y que reproduce la realidad en el entendimiento, de diversos tipos de vivencias, reflexionar y enseñanzas. Menciona, Florencia, U. (2012), atención al cliente, menciona que la atención al cliente son aquellos servicios que facilitan a los trabajos del sector de servicios, lo que comercian productos hacia sus consumidores con dicho fin de obtener una comunicación entre ellos. Y ellos necesitan manifestar sus reclamos, sugerencias, sus inquietudes sobre un producto o servicio que está utilizando el ciudadano.

De esa manera, Fernández (2015), menciona que los servicios de atención al ciudadano por parte del sector público. Un estudio sobre la recaudación de tasas municipales en la municipalidad de Berisso, que los espacios con coyuntura de mejora son aquellas de las cuáles los usuarios aplican mayor importancia, como ser “Capacidad de respuesta” y “Confiabilidad”. Con relación a ello “Capacidad de respuesta” se sugiere mejorar el nivel de comunicación de los empleados, la velocidad de atención y el grado de disponibilidad de los mismos. Y con respecto a la “Confiabilidad”, se propone mejorar las figuras relacionados con el cumplimiento de lo prometido por los empleados a los usuarios, el interés que tienen los empleados del servicio en solucionar los problemas de los usuarios, la eficacia del servicio en lo que respecta a equivocaciones en las tareas, el tiempo de cumplimiento y la eficiencia del servicio con el objetivo ideal de que el servicio este exento de errores.

Sin embargo, Molleapaza (2017), menciona que el nivel de conocimiento; que dicha investigación que en la facultad de ciencias contables las particularidades investigativas de las participaciones en trabajo de investigación, conocimiento de los proyectos y las líneas de investigación, participación de grupo de investigación, participación en talleres y seminarios y la formación académica en investigación está más o menos por debajo el 30% del interés del estudiante. De igual forma, que no hay diferencias

significativas en las escuelas académicas profesionales de contabilidad, gestión tributaria y auditoría en relación al nivel de conocimiento en investigación de los estudiantes de la facultad de ciencias contables. No quiere sostener que estamos bien, únicamente hay homogeneidad entre las especialidades, pero el nivel de conocimiento en investigación de los estudiantes en las tres escuelas está por debajo del 32%. Por lo expuesto seguimos al objetivo que es conocer el conocimiento de los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021 obteniendo como resultado que es bajo de 37% porque falta implementar estudios teóricos para obtener objetivos. Asimismo, brindar información clara, precisa y necesaria al momento de brindar el servicio.

Asimismo, Villegas (2018), menciona que, en la calidad del servicio y posicionamiento en las empresas del distrito de Tarapoto, 2016, la calidad de servicio se asocia derechamente con el posicionamiento de las empresas del distrito de Tarapoto 2016; en cuanto, existe una correlación alta positiva de 0,9110. Además, existe un coeficiente de determinación de 0,8300; en otras palabras, que el 83,00% del posicionamiento de las empresas se ve influenciado por la calidad de servicio de las empresas del distrito de Tarapoto.

Al respecto, Ruíz (2020), menciona que el propuesta de gestión integral para optimizar la calidad del servicio público de la Municipalidad Distrital de Sauce, San Martín, 2020; que la propuesta se describe por ser integradora y articuladora de elementos que conforman parte de una política interna con diferentes sistemas como el de excelencia para brindar un servicio transparente; la gestión ambiental que tiene que ver con la utilización racional de los recursos naturales; la gestión documental que contribuye a la gestión administrativa, la gestión presupuestaria que tiene que ver con los recursos para ejecutar con los objetivos de manera transversal con todos y la gestión presupuestal. De igual modo, la propuesta de gestión integral coadyuva al incluir de todos los colaboradores por áreas, direccionado a la obtención de resultados en correlación a objetivos de calidad para complacer

necesidades de los usuarios, con servicios de superioridad en todas sus dimensiones.

Sobre el punto, de Florencia (2012), menciona que la Atención al cliente, son aquellos servicios que facilitan a los trabajos del sector de servicios, lo que comercian productos hacia sus consumidores con dicho fin de obtener una comunicación entre ellos. Y ellos necesitan manifestar sus reclamos, sugerencias, sus inquietudes sobre un producto o servicio que está utilizando el ciudadano. Para tener un éxito de una empresa ya sea privado o público está vinculado en la solución de las demandas de usuarios. Campo servicio hacia los usuarios el empeño y el trabajo de los colaboradores de cada institución son destinados en una sola noción, teniendo como principal enfoque del centro al cliente. Podemos manifestar que, en el área de servicio a los usuarios, es formal de ser escuchados, tener buena relación y comprensión de sus consultas, ya sea por temas de consultas, quejas y reclamos que se desarrollan en nuestro sector de trabajo. Todo trabajo de atención a los consumidores se dirige en los conocimientos de las experiencias, aprendizajes de los consumidores para poder satisfacerlas. “El complacer de los consumidores, la meta final deber ser que toda institución, es completamente compleja y subjetiva”. “También se califican en tipos de atención como: atención presencial, se trata que un encuentro físico con el cliente y juega un papel importante”. Mediante por vía telefónica, se trata que el cliente exige que se cumplan las normas de manera verbal. Atención virtual, se trata de una elección para realizar las compras de manera mediante por correo electrónico o también a través de la misma web donde se expone los productos, el consumidor, aprecia la atención recibida por otros indicadores, como el responsable de los funcionamientos de la página, el método de pago y de entrega, la urgencia en las contestaciones ante dudas mediante por vía correo electrónico, etc.

Es así como se desarrolla en la empresa Licores del Mundo S.A.C. a nivel regional, realizando un trabajo ejemplar que se vea la forma de trabajo, y que ayudamos a los ciudadanos a valer sus derechos de consumidores, así como brindando asesorías y solucionando sus problemas. Además de

generar la satisfacción al público o al cliente obteniendo así buenos resultados.

De tal manera el autor Alviz (2017), menciona que atención al público la función servicio al cliente ahora es un componente que se distingue a los trabajos, que se dispone de la nivelación y solución de los consumidores en las que se presentan en las entidades bancarias, las formas que los consumidores precisan que son distintas. La nivelación de complacer en una mitad de porcentaje que es más alto 65% durante el 27.5% se muestra una nivelación alto de complacer y el 7.5% en una nivelación bajo de complacer. Entonces deben implementar charlas hacia los fundadores de servicios bancarios para así progresar en el nivel de atención y por ello así llegar a la solución de las satisfacciones de los clientes financieros. También desarrollar módulos sobre el tema de atención, y capacidad resolutive, y por así para planes futuros en nuestra infraestructura, ya que los clientes se sientan seguros. Por lo expuesto, según el objetivo que es conocer el nivel de atención al público de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto – 2021; obteniendo como resultado que es regular el 40% porque los colaboradores cuentan con la disponibilidad de consultas de cualquier tipo de temas, son atentos, escuchan sus incomodidades de sus prestaciones de los servicios y muestran su apoyo ante ellas, se sienten seguros con la atención brindada, falta implementar medios de comunicación como llamadas telefónicas, video llamadas, WhatsApp para brindar atención al público.

De la misma forma, Álvaro (2016), menciona que la importancia de la gestión del conocimiento en las instituciones públicas, hay conocimiento básico, profesional, especializado; niveles de comportamiento, así como evaluaciones de desempeño por área, individual, gestión de conocimiento. La finalidad de la medida, basarse en la evaluación del valor de los proyectos que son afiliadas a las prácticas de la diligencia del aprendizaje en la comunicación hacia el aporte del desarrollo organizacional.

Por su parte Iguaro (2015), menciona que los factores motivacionales y su relación con el desempeño laboral de los trabajadores del departamento de atención al cliente de una empresa del sector público, ubicada en el estado Carabobo, que una vez ejecutada la investigación en el Departamento de Atención al Cliente, se pudo tomar la determinación que la motivación es una causante clave en el desempeño laboral de los trabajadores de dicho departamento, siendo de significativa importancia en la práctica de las actividades que realizan.

Podemos manifestar como resultado se obtuvo como respuesta al objetivo general que es determinar la relación del conocimiento con atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021, de tal manera se obtuvo el coeficiente 0.667 describiendo una correlación positiva moderada y un valor p igual a 0.000 (valor  $p \leq 0.01$ ). Indicando que, debido a la falta de conocimiento, disminuye el nivel de atención al público.

## **VI. CONCLUSIONES**

- 6.1.** Existe correlación de 0.667 (correlación positiva moderada) entre el conocimiento y atención al público en la empresa Licores del Mundo SAC, Tarapoto - 2021, ya que el valor p igual a 0.000 (valor  $p \leq 0.01$ ). Podemos manifestar con respecto al objetivo general, se aceptó la hipótesis que señala “Existe relación entre el conocimiento con atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto – 2021”.
- 6.2.** El conocimiento de los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto – 2021. El 37% considera que es bajo y conlleva el conocimiento de los colaboradores, porque falta implementar estudios teóricos para obtener objetivos, metas. Asimismo, brindar información clara, precisa y necesaria al momento de brindar el servicio hacia los clientes. Por parte de los clientes evidencian la falta de información asertiva y veraz hacia los temas de los productos y los precios en dicha empresa.
- 6.3.** Respecto al nivel de atención al público de la empresa Licores del Mundo SAC, Tarapoto – 2021. El 40% considera que es regular y conlleva el nivel de atención al público, porque los colaboradores cuentan con la disponibilidad de consultas de cualquier tipo de temas, que tienen la disponibilidad de promociones de productos, catálogos, son atentos, escuchan sus incomodidades de sus prestaciones de los servicios y muestran su apoyo ante ellas, se sienten seguros con la atención brindada, falta implementar medios de comunicación como llamadas telefónicas, video llamadas, WhatsApp para brindar atención al público. Eso permite que la empresa tenga una participación considerable en el mercado.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- 7.1.** Se recomienda al jefe de la empresa Licores del Mundo S.A.C., mejorar la gestión de producción deber ser de manera eficiente y eficaz. Se recomienda tener capacitaciones alentadoras hacia los colaboradores para así comprometerse con el tema del conocimiento y atención al público hacia los clientes, con la intención de mejorar en el ámbito de talento humano.
- 7.2.** Se recomienda a los colaboradores mejorar el plan de estudio teórico, que es necesario poseer las ideas hacia los usuarios para cualquier tipo de temas que se puede presentar. Se recomienda al jefe de la empresa Licores del Mundo S.A.C., realizar una serie de encuestas repetitivas con el objetivo de evaluar las necesidades que los colaboradores le falta implementar y así poder llegar a una posición alto en el ámbito del mercado, pues así utilizando nuevos artículos o nuevos servicios que puedan lograr la satisfacción de los clientes.
- 7.3.** Se recomienda que la empresa Licores del Mundo S.A.C., debe implementar instalaciones virtuales para realizar asesoramiento para cualquier tipo de temas hacia los usuarios. Se recomienda al jefe de la en la empresa Licores del Mundo S.A.C., evaluar precios de los productos que ofrece en comparación en otras empresas para así evaluar, reajustar y contar con ofertas de productos que sean considerables hacia los clientes obteniendo así buenos resultados y más clientes. También utilizar recursos informativos ya sea volantes para así proporcionar acerca de los servicios que brinda y que los clientes que se sientan satisfechos en la evolución del servicio que brindan los colaboradores de dicha empresa.

## REFERENCIAS

- Arbaiza, L. (2014). *Como elaborar una tesis de grado*. (1°ed). Perú: Esan ediciones.
- Alvaro, V. (2016). *La importancia de la gestión del conocimiento en las instituciones públicas*. México, Artículo científico.
- Alviz, A. (2017). *Atención al cliente en los promotores de servicios financieros y su relación con la satisfacción de los usuarios del sistema bancario*. Arequipa, Perú: Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional de San Agustín.
- Alvarez, P. (2017). *Percepción sobre calidad de la atención*. México: Artículo científico.
- Cuesta, M. (2009). *Introducción al muestreo*. Universidad de Oviedo. p.s.f.
- Fernández, M. (2015). *Servicios de atención al ciudadano por parte del sector público*. Plata, Artículo científico.
- Florencia, U. (2012). *Atención al cliente*. Lima, Perú: Artículo científico.
- Florencia, U. (2012). *Nivel de atención*. Lima, Perú: Artículo científico.
- Fernández, E. (2015). *Calidad en atención a usuarios de la administración pública*. Revista.
- Granados, E. (2017). *Nivel de conocimiento de los agentes participantes del proceso del presupuesto participativo en Huaura – 2015*. Lima, Perú: Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo.
- González, J. (2014). *Niveles de conocimiento*. Lima, Perú.
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Diseño de investigación*. Lima, Perú.
- Hania, Perez. (2021). *Procedimiento de conocimiento*. Perú, Revista.
- Iguaro, R. (2015). *Factores motivacionales y su relación con el desempeño laboral de los trabajadores del departamento de atención al cliente de una empresa del sector público, ubicada en el estado Carabobo*. Venezuela, Artículo científico.

- López, L. (2018). *Satisfacción del usuario*. Perú: Revista.
- Molleapaza, J. (2017). *Nivel de conocimiento sobre investigación en estudiantes de la Facultad de ciencias contables*. Lima, Perú: Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Mercedes, F. (2017). *Calidad de atención y grado de satisfacción de los usuarios en los sectores privados y públicos*. Lima, Perú: Revista.
- Navarro, R. (2014). *Conocimiento y Nivel de conocimiento*. España: Artículo científico.
- Navarro, R. (2014). *Liderazgo en el ámbito laboral*. España: Artículo científico.
- Pedraza, N. (2014). *Evaluación de la calidad del servicio*. México: Revista.
- Porporatto, M. (2015). *Atención al cliente*. Lima, Perú.
- Ramirez, A. (2009). *La teoría del conocimiento en investigación científica*. Cajamarca, Perú: Artículo científico.
- Ramirez, A. (2014). *La teoría del conocimiento en investigación científica: Una visión actual*. España, Artículo científico.
- Romero, J. (2015). *Las dificultades y limitaciones que tiene el conocimiento y atención al público*. México, Artículo científico.
- Reátegui, R. (2017). *Nivel de conocimiento de los convenios pedagógicos de instituciones educativas y su relación con el nivel de eficiencia de la gestión en la Unidad de Gestión Educativa Local – Tarapoto, en el año 2016*. Tarapoto, Perú: Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo de Tarapoto.
- Rodríguez, C. (2018). *Niveles de atención*. Lima, Perú: Artículo científico.
- Ruíz, R. (2020). *Propuesta de gestión integral para optimizar la calidad del servicio público de la Municipalidad Distrital de Sauce, San Martín, 2020*. Tarapoto, Perú: Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo de Tarapoto.
- Sanchez, F. (2014). *Niveles de conocimiento*. Lima, Perú: Artículo científico.
- Tamariz, F. (2016). *Nivel de conocimiento*. Lima, Perú: Artículo científico.

Villegas, P. (2018). *Calidad del servicio y posicionamiento en las empresas del distrito de Tarapoto, 2016*. Tarapoto, Perú: Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo de Tarapoto.

Vargas, V. (2019). *La calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción del usuario de la municipalidad provincial de Tacna año 2018*. Lima, Perú: Escuela de Postgrado de la Universidad Privada de Tacna.

## **ANEXOS**

### Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<b>V1: Conocimiento.</b>	<b>González Sánchez, J. (2014), libro de conocimiento:</b> El conocimiento, se derivan del avance en la producción del saber y representan un incremento en la complejidad con que se explica o comprende la realidad.	La cual se realizará a través de una encuesta a los clientes.	Importancia de conocimiento.	I1: Estudio teórico. I2: Capacidad de comunicarse.	Nominal
			Aprendizaje.	I1: Proceso de aprendizaje. I2: Resultados de trabajo. I3: Trabajo en equipo.	
			Tipos de comprensión.	I1: Comprensión teórica. I2: Capacidad de comprensión práctica.	
			Satisfacción laboral.	I1: Liderazgo. I2: Tolerante. I3: Supervisión. I4: Capacitación. I5: Encuesta de satisfacción laboral.	
<b>V2: Atención al público.</b>	<b>Porporatto, M. (2015), en su libro de atención al cliente:</b> La atención al cliente es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y	La cual se realizará a través de una encuesta a los clientes.	Nivel de atención.	I1: Seguridad. I2: Capacidad de escuchar. I3: Adaptabilidad con los usuarios.	Nominal
			Orientación de resultados.	I1: Desempeño Laboral. I2: Atención a los detalles.	

	anticiparse a la satisfacción de sus necesidades.			I3: Disponibilidad de ayuda.	
			Tipo de orientación.	I1: Disposición de consultas de cualquier tipo de tema. I2: Necesidades de los usuarios.	
			Canales de comunicación.	I1: Capacidad de canales de comunicación. I2: Inmediatez en la atención.	

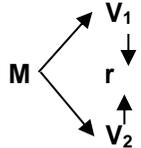
## Matriz de consistencia

Título: Conocimiento y atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos
<p><b>Problema general</b> ¿De qué manera se relaciona el conocimiento con atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021?</p> <p><b>Problemas específicos:</b></p> <p><b>P1</b> ¿Cuál es el conocimiento de los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021?</p> <p><b>P2:</b> ¿Cuál es el nivel de atención al público de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021?</p> <p><b>P3:</b> ¿Qué relación existe entre el conocimiento y atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Determinar la relación del conocimiento con atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>O1: Conocer el conocimiento de los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021.</p> <p>O2: Conocer el nivel de atención al público de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021.</p> <p>O3: Determinar la relación que existe entre el conocimiento y atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021</p>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p>Hi: Existe relación entre el conocimiento con atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto – 2021.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b></p> <p>H1: El conocimiento de los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., bajo.</p> <p>H2: El nivel de atención al público de la empresa Licores del Mundo S.A.C., es regular.</p> <p>H3: Existe relación significativa entre el conocimiento y atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021.</p>	<p><b>Técnica</b> La técnica que se utilizará encuesta.</p> <p><b>Instrumentos</b> Los instrumentos que se utilizarán cuestionario.</p>
<b>Diseño de investigación</b>	<b>Población y muestra</b>	<b>Variables y dimensiones</b>	

**Diseño: No experimental  
De alcance correlacional**

**Correlacional**



M = Muestra

V<sub>1</sub> = Conocimiento

V<sub>2</sub> = Atención al público

r = La relación entre ambas variables.

**Población**

La población estará conformada por los 30 clientes de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto, para medir la variable del estudio, esto es de conocimiento y atención al público.

**Muestra:** La muestra estará conformada por los 30 clientes de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto,

Variables	Dimensiones
Conocimiento	Importancia de conocimiento.
	Aprendizaje.
	Tipos de comprensión.
	Satisfacción laboral.
Atención al público	Nivel de atención.
	Orientación de resultados.
	Tipo de orientación.
	Canales de comunicación.

## Instrumentos de recojo de Información

### Questionario 1: Conocimiento

El presente documento tiene como finalidad valorar el conocimiento en los clientes de la empresa Licores del Mundo S.A.C. Se ha de marcar con un aspa la alternativa según corresponda: Estimados usuarios: Agradezco anticipadamente tu gentil colaboración para el logro de los objetivos del presente trabajo de investigación y por favor solicito que tus respuestas sean sinceras. El instrumento es de carácter anónimo y confidencial.

**NOTA:** Para cada pregunta se considera la escala del 1 al 3 donde:

1.- Nunca	2.- Algunas veces	3.- Siempre
-----------	-------------------	-------------

N°	ÍTEMS	Puntaje		
		1	2	3
<b>Importancia de conocimiento</b>				
01	Cree usted que los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto promueven estudios teóricos para obtener sus metas y objetivos.			
02	Cree usted que los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto se comunican con los demás de sus compañeros con facilidad.			
<b>Aprendizaje</b>				
03	Cree usted que los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto mantienen el control en los procesos de aprendizaje.			
04	Cree usted que los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto brindan la información clara y necesaria al momento de brindar el servicio.			
05	Cree usted que los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto reconocen las metas de los demás.			
<b>Tipos de comprensión</b>				
06	Cree usted que los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto aplican el conocimiento teórico en el servicio de atención al público.			
07	Cree usted que los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto aplican el conocimiento teórico con el conocimiento práctico.			
<b>Satisfacción laboral</b>				
08	Cree usted que los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto asumen el liderazgo en el trabajo de equipo.			
09	Cree usted que los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto demuestran ser tolerante hacia los demás.			
10	Cree usted que la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto realiza supervisión por cada área.			
11	Cree usted que la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto realiza capacitaciones para los colaboradores.			
12	Cree usted que la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto desarrolla encuesta para la satisfacción laboral.			

## Cuestionario 1: Atención al público

El presente documento tiene como finalidad valorar el nivel de atención al público en los clientes de la empresa Licores del Mundo S.A.C. Se ha de marcar con un aspa la alternativa según corresponda: Estimados usuarios: Agradezco anticipadamente tu gentil colaboración para el logro de los objetivos del presente trabajo de investigación y por favor solicito que tus respuestas sean sinceras. El instrumento es de carácter anónimo y confidencial.

**NOTA:** Para cada pregunta se considera la escala del 1 al 3 donde:

1.- Nunca	2.- Algunas veces	3.- Siempre
-----------	-------------------	-------------

N°	ITEMS	Puntaje		
		1	2	3
<b>Nivel de atención</b>				
01	Cree usted se sienten seguros con el nivel de atención de los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto.			
02	Cree usted que los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto les escuchan sus incomodidades de sus prestaciones de los servicios y muestran su apoyo ante ellas.			
03	Cree usted que los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto son persistente pese a las dificultades.			
<b>Orientación de resultados</b>				
04	Cree usted que los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto mantienen su desempeño laboral.			
05	Cree usted que los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto son atentos.			
06	Cree usted que los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto brindan la información justa y necesaria al momento de brindar el servicio.			
<b>Tipos de orientación</b>				
07	Cree usted que los colaboradores de la la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto cuentan con la disponibilidad de consultas de cualquier tipo de temas.			
08	Se siente conforme con los modales que emplean los colaboradores de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto al momento de ser atendidos.			
<b>Canales de comunicación</b>				
09	Cree usted que la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto implementa medios de comunicación como llamadas telefónicas, video llamadas, Whatsapp para brindar atención al público.			
10	Cree usted que las instalaciones virtuales del servicio de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto son adecuadas.			

## Ficha de validación de expertos



### INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

#### I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Ramírez Pinedo, Elsa Mavila  
 Institución donde labora : SUNAFIL  
 Especialidad : Magister en Administración de negocios MBA  
 Instrumento de evaluación : Para evaluar Conocimiento  
 Autor (s) del instrumento (s) : Céliz Oliveira, Ashley Cilinia

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: CONOCIMIENTO					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: Conocimiento				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Conocimiento					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						48

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

#### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

**Instrumento coherente y viable para su aplicación.**

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.8 = Buena**

Tarapoto, 21 de mayo de 2021

.....  
 ELSA MAVILA RAMÍREZ PINEDO  
 MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE  
 NEGOCIOS

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA****I. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto : Bermudez Flores, Milagros María  
 Institución donde labora : SUNAFIL  
 Especialidad : Magister en Administración de negocios MBA  
 Instrumento de evaluación : Para evaluar Conocimiento  
 Autor (s) del instrumento (s) : Céлиз Oliveira, Ashley Cilinia

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: CONOCIMIENTO					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: Conocimiento					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Conocimiento					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>				48		

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

Buena, el instrumento es coherente entre sus dimensiones e indicadores, por lo que procede su aplicación.

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.8 = Buena**

Tarapoto, 21 de mayo de 2021

.....  
**MILAGROS MARIA BERMUDEZ FLORES**  
**MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS**

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA****I. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto : Chávez Rodríguez, Gena Solange Beatriz  
 Institución donde labora : INDECOPI  
 Especialidad : Magister en Administración de negocios MBA  
 Instrumento de evaluación : Para evaluar Conocimiento  
 Autor (s) del instrumento (s) : Céлиз Oliveira, Ashley Cilinia

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: CONOCIMIENTO					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: Conocimiento				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Conocimiento					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>					48	

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

**Instrumento es válido y está listo para ser aplicado.**

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.8 = Buena**

Tarapoto, 21 de mayo de 2021

.....  
 GENA SOLANGE BEATRIZ CHÁVEZ  
 RODRÍGUEZ  
 MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE  
 NEGOCIOS

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA****I. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto : Ramírez Pinedo, Elsa Mavila  
 Institución donde labora : SUNAFIL  
 Especialidad : Magister en Administración de negocios MBA  
 Instrumento de evaluación : Para evaluar Atención al público  
 Autor (s) del instrumento (s) : Céliz Oliveira, Ashley Cilinia

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Atención al público.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: Atención al público.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Gestión administrativa.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>		48				

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento muestra coherencia metodológica por lo que procede su aplicación**

**Instrumento coherente y viable para su aplicación.**

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.8 = Buena**

Tarapoto, 21 de mayo de 2021

.....  
**ELSA MAVILA RAMÍREZ PINEDO**  
**MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS**

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA****I. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto : Bermudez Flores, Milagros María  
 Institución donde labora : SUNAFIL  
 Especialidad : Magister en Administración de negocios MBA  
 Instrumento de evaluación : Para evaluar Atención al público  
 Autor (s) del instrumento (s) : Céлиз Oliveira, Ashley Cilinia

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Atención al público.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: Atención al público.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Gestión administrativa.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>		48				

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento muestra coherencia metodológica por lo que procede su aplicación**

Buena, el instrumento es coherente entre sus dimensiones e indicadores, por lo que procede su aplicación.

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.8 = Buena**

Tarapoto, 21 de mayo de 2021

.....  
**MILAGROS MARIA BERMUDEZ FLORES**  
**MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS**

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA****I. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto : Chávez Rodríguez, Gena Solange Beatriz  
 Institución donde labora : INDECOPI  
 Especialidad : Magister en Administración de negocios MBA  
 Instrumento de evaluación : Para evaluar Atención al público  
 Autor (s) del instrumento (s) : Céliz Oliveira, Ashley Cilinia

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5	
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Atención al público.				X		
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: Atención al público.					X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X		
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Gestión administrativa.					X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>							48

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento muestra coherencia metodológica por lo que procede su aplicación**

**Instrumento es válido y está listo para ser aplicado.**

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.8 = Buena**

Tarapoto, 21 de mayo de 2021

GENA SOLANGE BEATRIZ CHÁVEZ  
 RODRÍGUEZ  
 MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE  
 NEGOCIOS

## ÍNDICE DE CONFIABILIDAD

### Análisis de confiabilidad: Conocimiento

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,891	12

#### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ítem 1	20,0000	25,500	,118	,918
Ítem 2	19,8000	23,700	,600	,883
Ítem 3	20,6000	24,800	,385	,894
Ítem 4	20,0000	20,500	,792	,867
Ítem 5	19,8000	24,200	,501	,888
Ítem 6	19,8000	18,700	,995	,848
Ítem 7	19,8000	18,700	,995	,848
Ítem 8	19,8000	24,200	,501	,888
Ítem 9	20,0000	20,500	,792	,867
Ítem 10	20,2000	22,200	,675	,877
Ítem 11	20,2000	22,200	,675	,877
Ítem 12	20,200	22,200	,675	,877

## Análisis de confiabilidad: Atención al público

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,715	10

### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ítem 1	24,0000	4,000	,685	,633
Ítem 2	23,4000	5,800	,000	,721
Ítem 3	24,2000	5,200	,196	,719
Ítem 4	24,4000	5,800	,000	,721
Ítem 5	24,0000	4,000	,685	,633
Ítem 6	24,4000	5,800	,000	,721
Ítem 7	24,4000	5,800	,000	,721
Ítem 8	24,4000	5,800	,000	,721
Ítem 9	24,6000	4,300	,701	,640
Ítem 10	24,4000	5,800	,000	,721

## Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación



“AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS DE INDEPENDENCIA”

Tarapoto, 17 de mayo de 2021.

### CARTA N° 001-2021

SEÑOR:

WILLIAM CELIS OCAMPO

JEFE DE LA EMPRESA LICORES DEL MUNDO S.A.C.

Presente.-

**ASUNTO:** Solicito acceso a efectos para aplicar encuestas en la empresa.

De mi especial consideración:

Es grato dirigirme a usted, a fin de expresarle mi cordial saludo y al mismo tiempo solicitarle tenga a bien brindarme las facilidades, con la finalidad de aplicar encuestas a sus clientes, correspondientes para poder recabar datos necesarios, esto con la finalidad de desarrollar los objetivos del proyecto de investigación titulado “Conocimiento y atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021”.

Sin otro particular, me suscribo de usted no sin antes expresarle muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente.



---

Ashley Cilinia Céliz Oliveira  
DNI N° 73311227



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CARGO

"AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS DE INDEPENDENCIA"

Tarapoto, 17 de mayo de 2021.

**CARTA N° 001-2021**

**SEÑOR:**

**WILLIAM CELIS OCAMPO**

**JEFE DE LA EMPRESA LICORES DEL MUNDO S.A.C.**

**Presente.-**

**ASUNTO: Solicito acceso a efectos para aplicar encuestas en la empresa.**

De mi especial consideración:

Es grato dirigirme a usted, a fin de expresarle mi cordial saludo y al mismo tiempo solicitarle tenga a bien brindarme las facilidades, con la finalidad de aplicar encuestas a sus clientes, correspondientes para poder recabar datos necesarios, esto con la finalidad de desarrollar los objetivos del proyecto de investigación titulado "Conocimiento y atención al público en la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021".

Sin otro particular, me suscribo de usted no sin antes expresarle muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente

Ashley Cilinia Céliz Oliveira  
DNI N° 73311227

LICORES DEL MUNDO SAC  
WILLIAM CELIS OCAMPO  
JEFE DE LA EMPRESA



*"Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"  
"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"*

Tarapoto, 20 de Mayo del 2021

**CARTA N° 00001-2021**

Señora:

**ASHLEY CILINIA CÉLIZ OLIVEIRA**

[celiz\\_549@hotmail.com](mailto:celiz_549@hotmail.com)

**Referencia:** Escrito presentado de fecha 17 de mayo de 2021 (Solicito acceso a efectos para aplicar encuestas en la empresa).

De mi consideración:

Me dirijo a usted, en atención a su escrito presentado de fecha 17 de mayo de 2021, a fin de informarle lo expresado por el jefe de la empresa Licores del Mundo S.A.C., da la autorización para el acceso a efectos para la aplicación de los instrumentos de sus encuestas hacia los usuarios de la empresa Licores del Mundo S.A.C., Tarapoto - 2021.

Sin otro particular, quedo a su disposición para cualquier aclaración que le merezca la presente.

Atentamente,

**WILLIAM CÉLIS OCAMPO**  
Jefe de la empresa Licores del Mundo S.A.C.

## Base de datos estadísticos

**Variable:** Conocimiento

N°	Importancia del conocimiento		Sub total	Aprendizaje				Sub total	Tipos de comprensión		Sub total	Satisfacción laboral		Sub total	TOTAL
	P1	P2		P3	P4	P5	P6								
1	2	2	4	2	2	2	2	8	2	2	4	2	2	4	20
2	1	2	3	1	1	2	1	5	2	1	3	1	2	3	14
3	3	3	6	2	3	2	2	9	3	3	6	2	3	5	26
4	3	3	6	2	3	2	2	9	3	3	6	2	3	5	26
5	2	2	4	1	1	1	1	4	2	1	3	1	2	3	14
6	2	3	5	2	2	2	2	8	3	2	5	2	2	4	22
7	2	3	5	2	2	2	3	9	3	2	5	2	3	5	24
8	2	3	5	2	2	2	3	9	3	2	5	2	3	5	24
9	2	3	5	3	2	2	2	9	2	2	4	2	3	5	23
10	3	3	6	3	2	2	3	10	3	3	6	2	3	5	27
11	3	3	6	2	2	2	3	10	3	2	5	3	3	6	27
12	2	3	5	2	3	2	3	10	3	2	5	2	2	4	24
13	2	2	4	3	2	2	3	10	2	2	4	2	2	4	22
14	2	3	5	2	2	2	3	9	2	2	4	2	3	5	23
15	2	2	4	2	2	2	2	8	2	2	4	2	2	4	20
16	3	3	6	2	3	3	3	11	3	3	6	3	2	5	28
17	2	2	4	2	2	2	2	8	2	2	4	2	2	4	20
18	1	2	3	1	1	2	1	5	2	1	3	1	2	3	14
19	2	2	4	2	2	2	2	8	3	2	5	2	2	4	21
20	3	3	6	2	3	2	2	9	3	3	6	2	3	5	26
21	3	3	6	2	2	2	2	8	3	2	5	2	3	5	24
22	2	2	4	2	2	2	2	8	2	2	4	2	2	4	20
23	2	3	5	2	2	3	3	10	2	2	4	2	2	4	23
24	3	3	6	2	3	3	3	11	3	3	6	2	3	5	28
25	2	3	5	2	2	2	3	9	3	3	6	2	2	4	24
26	2	2	4	2	2	2	2	8	2	2	4	2	2	4	20
27	1	2	3	1	1	2	1	5	2	1	3	1	2	3	14
28	2	2	4	2	2	2	2	8	2	2	4	2	2	4	20
29	3	3	6	2	3	2	2	9	3	3	6	2	3	5	26
30	3	3	5	2	3	3	3	11	3	2	5	2	2	4	25

**Variable:** Atención al público

Nº	Nivel de atención			Sub total	Orientación de resultados		Sub total	Tipos de orientación			Sub total	Canales de comunicación		Sub total	TOTAL
	P1	P2	P3		P4	P5		P6	P7	P8		P9	P10		
1	1	1	2	4	1	2	3	2	2	2	6	2	2	4	21
2	2	2	2	6	1	1	2	2	2	2	6	1	1	2	20
3	3	3	2	8	3	2	5	3	3	2	8	3	3	6	27
4	3	3	2	8	3	2	5	3	3	2	8	3	3	6	33
5	2	2	2	6	2	1	3	2	1	1	4	2	2	4	19
6	1	2	1	4	2	1	3	2	1	1	4	2	2	4	17
7	2	3	2	7	2	2	4	2	2	2	6	3	2	5	26
8	2	3	2	7	2	2	4	2	2	2	6	3	2	5	26
9	2	2	2	6	2	2	4	3	2	2	7	3	2	5	28
10	3	3	3	9	2	3	5	3	2	2	7	3	3	6	32
11	3	3	2	8	2	2	4	2	3	2	7	3	3	6	31
12	2	3	2	7	3	2	5	3	3	2	8	3	2	5	29
13	2	2	2	6	3	2	5	3	3	2	8	3	2	5	28
14	2	2	2	6	2	2	4	2	2	2	6	3	2	5	25
15	2	2	2	6	2	2	4	2	2	2	6	3	2	5	25
16	3	2	3	8	3	3	6	2	3	3	8	3	3	6	33
17	1	1	2	4	1	2	3	2	2	2	6	2	2	4	21
18	2	2	2	6	1	1	2	2	2	2	6	1	1	2	20
19	3	2	2	7	3	2	5	2	2	2	6	3	2	5	28
20	3	3	2	8	3	2	5	3	3	2	8	3	3	6	33
21	2	2	1	5	2	1	3	2	2	1	5	2	2	4	21
22	3	2	1	6	2	1	3	2	1	1	4	2	3	5	23
23	3	3	2	8	3	2	5	3	2	2	7	2	3	5	29
24	2	2	2	6	2	2	4	2	2	2	6	2	2	4	24
25	3	2	3	8	2	2	4	3	3	2	8	3	3	6	32
26	1	1	2	4	1	2	3	2	2	2	6	2	2	4	21
27	2	2	2	6	1	1	2	2	2	2	6	1	1	2	20
28	2	3	2	7	2	2	2	2	2	2	6	2	2	4	25
29	3	3	2	8	3	2	5	3	3	2	8	3	3	6	33
30	3	3	3	9	2	3	5	2	2	2	6	2	2	4	28