

UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

CENTRO REGIONAL COMAYAGUA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

EFECTO DE LAS COMPETENCIAS TÉCNICAS DEL PERSONAL EN LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL MERCADO FORMAL DE LOS AGROSERVICIOS DE LA ZONA URBANA DE LA ESPERANZA, INTIBUCÁ, DE ENERO A MAYO DE 2026.

TESIS

Presentado como Requisito Previo a Obtener el título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS AGROPECUARIAS

POR:

BLAS ENRIQUE MORAN VASQUEZ

COMAYAGUA COMAYAGUA

MAYO, 2026.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

CENTRO REGIONAL COMAYAGUA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

EFECTO DE LAS COMPETENCIAS TÉCNICAS DEL PERSONAL EN LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL MERCADO FORMAL DE LOS AGROSERVICIOS DE LA ZONA URBANA DE LA ESPERANZA, INTIBUCÁ, DE ENERO A MAYO DE 2026.

PROYECTO DE TESIS

Presentado como Requisito Previo a Obtener el título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS AGROPECUARIAS

POR:

BLAS ENRIQUE MORÁN VÁSQUEZ

COMAYAGUA COMAYAGUA

MAYO, 2026.

EFECTO DE LAS COMPETENCIAS TÉCNICAS DEL PERSONAL EN LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL MERCADO FORMAL DE LOS AGROSERVICIOS DE LA ZONA URBANA DE LA ESPERANZA, INTIBUCÁ, DE ENERO A MAYO DE 2026.

POR:

BLAS ENRIQUE MORÁN VÁSQUEZ

Lic. Andrea Molina

Director de Tesis

M.Sc. Nahum Salinas — **Asesor Secundario**

Lic. Kennia Valladares — **Asesor Secundario**

ANTEPROYECTO DE TESIS

PRESENTADO A LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA CENTRO REGIONAL COMAYAGUA, COMO REQUISITO PREVIO A LA REALIZACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

COMAYAGUA COMAYAGUA

MAYO, 2026.

1. Acta De Sustentación

REPÚBLICA DE HONDURAS
UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

UNAG
UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

ACTA DE SUSTENTACIÓN
PRÁCTICA PROFESIONAL SUPERVISADA INFORME FINAL

Reunidos en la Carrera de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Nacional de Agricultura: ANDREA CECILIA MOLINA PADILLA, NAHUN GERARDO SALINAS DIAZ, KENNIA LIZETH VALLADARES MEJÍA, miembros del Jurado Examinador de Trabajos de P.P.S.

El estudiante BLAS ENRIQUE MORÁN VÁSQUEZ nullde la carrera Administración de Empresas Agropecuarias presentó su informe.

"EFECTO DE LAS COMPETENCIAS TÉCNICAS DEL PERSONAL EN LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL MERCADO FORMAL DE LOS AGROSERVICIOS DE LA ZONA URBANA DE LA ESPERANZA, INTIBUCÁ, DE ENERO A MAYO DE 2026."

El cual, a criterio de lo examinadores, **Aprobó** este requisito para optar al título de LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS AGROPECUARIAS

Dado en la ciudad de Catacamas, Olancho a los veintitres días del mes de abril del dos mil veintiseis

Asesor Principal

Asesor Secundario

Asesor Secundario

Página 1 de 1

INDICE

1. Acta De Sustentación 4

2. Dedicatoria 8

3. Agradecimiento 9

4. Resumen 11

5. Introducción 13

6. Objetivos 15

Objetivo General 15

Objetivos Específicos 15

7. Hipótesis y preguntas de investigación 16

Pregunta Problema 16

Hipótesis Alternativa (Hi) 16

Hipótesis Nula (Ho) 16

8. Revisión de literatura 17

Antecedentes de Investigación 17

1.1. Internacional 17

1.2. Nacionales 19

Marco Referencial 20

1. Contexto Teórico 20

2. Marco Histórico 22

3. Marco Conceptual 23

9. Materiales y métodos 27

Lugar de la Investigación 27

Población 27

Muestra 28

Método 29

4. Diseño de Investigación 29

10. Metodología 30

5. Descripción del Instrumento Metodológico 31

6. Dimensiones del instrumento 31

7. Plan de Análisis (Selección de métodos estadísticos) 32

8. Variables a medir 34

11. Cronograma de actividades 39

12. Resultados 40

Variable Independiente: Las competencias técnicas del personal 40

Pruebas en software SPSS 49

Variable Dependiente: Calidad del servicio al cliente en los agroservicios 50

Pruebas en software SPSS 57

Correlación entre ambas variables 59

13. Discusión 61

14. Conclusiones 62

15. Recomendaciones 64

16. Anexos 65

Evidencias de aplicación de encuestas a empleados 65

Encuesta Variable Independiente 66

Encuesta Variable Dependiente 71

17. Referencias Bibliografía 76

2. Dedicatoria

Agradezco a **Dios**, por haberme brindado la oportunidad de cumplir una más de mis metas y avanzar en mi vida estudiantil y profesional, ya que me supo guiar por el buen camino y me dio fuerzas para seguir superando todas y cada una de las adversidades y dificultades que se me presentaron, enseñándome a afrontarlos y no decaer en el intento.

A toda mi **familia**, especialmente a mi madre **Yesica Cruz Vasquez** quien se ha convertido en un ejemplo a seguir y apoyarme en cada decisión que he tomado, que siempre me ha dado la fuerza y confianza necesaria para que pudiera seguir este maravilloso proceso; a mis hermanas **Yessica y Martha** quienes siempre han estado para mí en todo momento y me daban ánimos de seguir.

A mi hermano **Samir** por el hecho de también darme siempre sus palabras de ánimos y ayudarme en este camino.

A mi amiga **Jennifer** por ser siempre esa persona maravillosa conmigo, quien siempre me daba ánimos de seguir, quien sé que siempre estará orgullosa de mí y mis logros, por estar en cada momento feliz y triste que he pasado en el camino que llevo hasta ahora.

A mi compañera y amiga **Milissen Valdez**, que a pesar que Dios no le permitió cumplir este sueño con nosotros sé que estará orgullosa de cada uno de nosotros como AEA clase 26, que a pesar de su repentina partida su recuerdo, carisma y esencia siempre estará presente en cada uno de nosotros.

Para finalizar, dedico este logro también a todos esos seres queridos que también me han acompañado en este camino, a todas las personas que han dejado una huella en mi vida ya sea de grande o pequeño con todo mi cariño esta tesis se las dedico a ustedes.

3. Agradecimiento

Quiero dar mi profundo agradecimiento a todas las personas que han contribuido en todo mi recorrido académico actual, que me han brindado su apoyo incondicional y a cada una de las persona que de alguna u otra manera contribuyeron al éxito de este trabajo de investigación, les agradezco mucho.

Primeramente, quiero agradecer a Dios por ser tan bueno conmigo ayudándome en este camino para cumplir una meta más en mi vida. Dándome ese entendimiento y sabiduría necesaria.

A la **UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA** por permitirme formar parte de esta noble Institución y brindarme los conocimientos durante mi proceso de aprendizaje y culminar mis estudios de educación superior.

Agradezco de igual manera a la **Lic. Andrea Cecilia Molina** por su orientación, paciencia y apoyo a lo largo de este proceso, su experiencia y dedicación fueron fundamentales para el éxito de este trabajo

También a **M.Sc. Nahum Gerardo Salinas y Lic. Kennia Valladares,** ya que sus conocimientos y sabiduría, fueron invaluables en el desarrollo de este proyecto, agradezco a cada uno de los docentes involucrados en este proceso, su sabiduría, enseñanzas fueron muy fundamentales para poder alcanzar el éxito de este trabajo.

Agradezco especialmente a mi **familia** por su cariño incondicional, comprensión y apoyo durante este proceso. Su aliento constante fue una de mis mayores motivaciones, a mi mamá por su amor, comprensión apoyo y enseñanza que siempre me han brindado, su sacrificio y aliento fueron el motor que me impulsó a seguir adelante en los momentos difíciles.

Por último, pero no menos importante, agradezco a mis **amistades** y seres queridos por su ánimo, comprensión y palaras de aliento en cada paso del camino, gracias a todos por su cariño.

4. Resumen

La presente investigación analiza como las competencias técnicas del personal influyen en la calidad del servicio al cliente dentro del mercado formal de los agroservicios en la zona urbana de la Esperanza Intibucá, durante el periodo de enero a mayo del presente año. Este estudio surge debido a la importancia que tiene el buen servicio al cliente en este tipo de negocios, donde los clientes o usuarios dependen de la asesoría y conocimientos que tenga el personal para tomar decisiones relacionadas con sus actividades agrícolas.

En el contexto actual, los agroservicios no solo se encargan de vender productos, son también de brindar orientación técnica a los clientes. Por esta razón, las habilidades, conocimientos y capacidades del personal juegan un papel muy importante en la percepción que tienen los clientes sobre la calidad del servicio recibido. Cuando el personal cuenta con una buena preparación técnica, es más probable que el cliente reciba una atención adecuada, soluciones acertadas y una experiencia satisfactoria.

El estudio busca evaluar el nivel de competencias técnicas del personal, así como el grado de satisfacción de los clientes, con el fin de identificar si existe una relación entre ambos factores. Para ello, se recopiló información a través de encuestas y análisis de datos que permiten conocer tanto la preparación del personal como la opinión de los clientes sobre el servicio recibido.

Entre los principales hallazgos, se espera identificar que una mayor preparación técnica del personal contribuye a mejorar la calidad del servicio, generando mayor confianza y fidelidad en los clientes. Por el contrario, la falta de conocimientos o habilidades pueden provocar insatisfacción, mala atención y pérdida de clientes.

En resumen, esta investigación resalta la importancia de fortalecer las competencias técnicas del personal en los agroservicios, ya que esto no solo mejora la atención al cliente, sino que también contribuye al crecimiento y competitividad de los negocios. Asimismo, se destaca la necesidad de implementar capacitaciones y estrategias que permitan mejorar continuamente el desempeño del personal.

5. Introducción

En la actualidad, la calidad del servicio al cliente se ha convertido en un factor fundamental para el éxito de cualquier empresa, especialmente en sectores donde la atención personalizada y el conocimiento técnico son esenciales. Uno de estos sectores es el de los agroservicios, los cuales desempeñan un papel importante en el apoyo a las actividades agrícolas, proporcionando insumos, asesoría y soluciones a los productores.

En la zona urbana de La Esperanza, Intibucá, los agroservicios forman parte importante de la economía local, ya que atienden a una gran cantidad de clientes que dependen de estos establecimientos para el desarrollo de sus cultivo. En este contexto, el personal que labora en dichos negocios no solo debe encargarse de la venta de productos, sino también de brindar orientación técnica adecuada que permita a los clientes tomar decisiones correctas.

Sin embargo, no todos los trabajadores cuentan con el mismo nivel de preparación o competencias técnicas, lo que puede influir directamente en la calidad del servicio que se ofrece. Las competencias técnicas incluyen conocimientos, habilidades y capacidades necesarias para desempeñar correctamente una función, especialmente en áreas especializadas como la agricultura. Cuando estas competencias son adecuadas, el personal puede ofrecer recomendaciones acertadas, resolver dudas y generar confianza en los clientes.

Por otro lado, la calidad del servicio al cliente está relacionado con la percepción que tienen los usuarios sobre la atención recibida. Factores como la amabilidad, rapidez, la claridad en la información y la capacidad de resolver problemas influyen en el nivel de satisfacción del cliente. En el caso de los agroservicios, esta calidad se vuelve aún más importante, ya que una mala recomendación puede afectar directamente la producción agrícola de los clientes.

Ante esta situación, surge la necesidad de analizar la relación entre competencias técnicas del personal y la calidad del servicio al cliente. Comprender esta relación permitirá

identificar debilidades y oportunidades de mejora dentro de los agroservicios, contribuyendo así a fortalecer su desempeño y competitividad en el mercado.

El presente estudio tiene como objetivo principal evaluar el efecto de las competencias técnicas del personal en la calidad del servicio al cliente en el mercado formal de los agroservicios de La Esperanza, Intibucá. Asimismo, busca identificar el nivel de preparación del personal y analizar la satisfacción de los cliente en relación con la atención recibida.

Para llevar a cabo esta investigación, se utilizarán herramientas como encuestas y análisis de información, lo que permitirá obtener datos relevantes tanto desde la perspectiva del personal como de los clientes. Esto facilitara una comprensión más completa de la situación actual y permitirá formular recomendaciones que contribuyan a mejorar la calidad del servicio.

Finalmente, este trabajo es importante porque aporta información útil para los propietarios de agroservicios, el personal y otros interesados en el sector, destacando la importancia de invertir en la capacitación y desarrollo de habilidades técnica. De esta manera, se busca promover un mejor servicio al cliente, fortalecer la relación con los usuarios y contribuir al crecimiento de los agroservicios de la región.

6. Objetivos

Objetivo General

Evaluar el efecto de las competencias técnicas del personal en la calidad del servicio al cliente en el mercado formal de los agro servicios de la zona urbana de La Esperanza, Intibucá de enero a mayo de 2026.

Objetivos Específicos

Identificar las competencias técnicas actuales del personal activo del mercado formal de los agroservicios de la zona urbana de La Esperanza, Intibucá desde enero a mayo de 2026.

Evaluar el nivel de satisfacción de los clientes en relación con la atención recibida, para determinar la influencia de las competencias técnicas del personal en la experiencia del servicio.

Analizar, usando pruebas estadísticas, cómo las competencias técnicas del personal influyen en la calidad del servicio al cliente del mercado formal de los agroservicios de la zona urbana de La Esperanza, Intibucá.

7. Hipótesis y preguntas de investigación

Pregunta Problema

¿Cuál es el efecto de las competencias técnicas del personal en la calidad del servicio al cliente en el mercado formal de los agroservicios de la zona urbana de La Esperanza, Intibucá, de enero a mayo de 2026?

Hipótesis Alternativa (Hi)

Las competencias técnicas del personal tienen un efecto positivo sobre la calidad del servicio al cliente en el mercado formal de los agroservicios de la zona urbana de La Esperanza, Intibucá.

Hipótesis Nula (Ho)

Las competencias técnicas del personal no influyen sobre la calidad del servicio al cliente en el mercado formal de los agroservicios de la zona urbana de La Esperanza, Intibucá.

8. Revisión de literatura

Antecedentes de Investigación

1.1. Internacional

Alrededor del mundo se han hecho múltiples investigaciones relacionadas con la calidad del servicio al cliente o bien con las competencias técnicas del personal, en este capítulo se resumirán algunas de las investigaciones encontradas que podrán ser de ayuda para esta investigación.

En la investigación titulada "Satisfacción del cliente en la empresa "El Agroservicio el Agricultor" en la ciudad de Babahoyo en el periodo 2023". El autor tenía como objetivo analizar la satisfacción del cliente a través de la prestación de una buena atención agrícola de alta calidad y soluciones efectivas para las necesidades de los clientes. Para llevarla a cabo se utilizó un enfoque Cuantitativo, en la cual se utilizó una muestra que, según el dueño del agroservicio, es de 137 personas. Para llevar a cabo la recolección de la información, se utilizó la técnica de la encuesta, facilitando la recolección de la información para su posterior análisis. A su vez se utilizó otro tipo de encuesta, esta fue aplicada al dueño del agroservicio.

Los resultados arrojaron que la falta de comunicación efectiva entre vendedores y clientes, junto con la desmotivación del personal, resulta en una atención al cliente insatisfactoria. Esta situación provoca una experiencia negativa para el usuario y contribuye a largos tiempos de espera, lo que puede deteriorar la percepción del servicio ofrecido. (Jeremi Gabriel Alvario Lopez, 2023)

Por otro lado, Luis Carlos Arreaga Ramos en su investigación titulada "Atención al cliente en la Empresa Agrosan Agropecuaria Sánchez ubicada en el cantón Baba, periodo 2024", la cual tuvo como prioridad comprender la situación en la que se encontraba la empresa

respecto a la atención al cliente y así medir el grado de satisfacción recibido por parte del negocio. Se utilizó una población que según registros en la base de datos del negocio tienen un total de 2000 clientes y al momento de calcular una muestra el resultado fue de 195 a las que se tenía que encuestar.

De igual manera se realizó una entrevista al dueño del negocio en lo cual, al leer la investigación, se identifica que los resultados fueron positivos, ya que un 85% de los encuestados dijeron que, tanto la calidad de la información como la atención recibida es buena, el 10% dice que es regular y solo el 5% dice que es deficiente, resultados que se han obtenido gracias a que se han utilizado estrategias para mejorar la comunicación con los clientes por parte del negocio y que los clientes también reflejan con su aceptación que las estrategias han dado frutos y aceptación de los clientes finales (Ramos, 2024).

Como podemos observar también en la investigación titulada “Calidad del servicio brindada por las empresas comercializadoras minoristas de insumos agropecuarios del distrito de Oxapampa, Pasco, Perú”. Esta investigación tuvo como objetivo Analizar la calidad del servicio ofrecido por las empresas comercializadoras minoristas de insumos agropecuarios ubicadas en el distrito de Oxapampa, Pasco, Perú y en la cual se utiliza un enfoque mixto debido a que sus características eran más apropiadas para el desarrollo de sus objetivos. Para ello utilizaron un cuestionario bajo la técnica de la encuesta para la recolección de datos de forma cuantitativa y un cuestionario para el método cualitativo.

Utilizaron una muestra de 10 encuestas para la prueba piloto y 220 para prueba final; en la cual se concluyó que el nivel aproximado de calidad del servicio percibida por los clientes de las tiendas agropecuarias del distrito de Oxapampa encuestados es de 3.70; es decir, en promedio, el servicio es valorado como bueno por los clientes, pero este puntaje podría mejorarse (Aguilar Chavez, Obando Verde, & Ramírez López, 2021).

1.2. Nacionales

De igual manera que existen investigaciones internacionales en las que se vinculan con esta investigación, existen investigaciones nacionales que nos acercan más a como está el contexto nacional de nuestras variables de investigación. En este apartado se hablará de algunas de las más cercanas a nuestra investigación.

En este contexto, en la investigación titulada "Plan de mejora para la implementación del manual de procedimientos administrativos del proceso operacional en el departamento de servicio al cliente de transportes Cristina, Tegucigalpa, 2021" la cual tenía como objetivo proponer un plan de mejora para los puntos críticos del proceso operacional del departamento de servicio al cliente en Transportes Cristina. Para realizar dicha investigación se utilizó la técnica de la encuesta para la recolección de datos y donde había una población de 9500 clientes a la cual se le realizó una muestra de 369 personas a las que se encuestaría. Dicha encuesta los llevó a observar que la empresa es deficiente en su comunicación con el cliente, al no proporcionar número de teléfono, horarios o precios que se actualicen regularmente para mantener informada a su clientela (Gabriela Maria Flores Valladares , 2021).

De igual manera, y en el contexto de las MiPymes, en la investigación "Habilidades gerenciales en el contexto de las MiPymes de Tegucigalpa" la cual tenía como propósito desarrollar una investigación relacionadas con las habilidades gerenciales dentro del contexto de las MiPymes en Tegucigalpa. Esta investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo por la naturaleza de la información necesaria para desarrollarla; con una población de 100,000 MiPymes y una muestra calculada de 68 MiPymes a estudiar.

Dicha investigación dio como resultado que, al rededor del 41.43% de las MiPymes encuestadas cuentan con una forma acertada de atender las solicitudes de los clientes y que un 70% logra brindar una respuesta satisfactoria o al menos aceptable a los reclamos, reflejando

un porcentaje satisfecho con los servicios de 64.29% de los casos (Motiño Zavala & Agüero Melara , 2022).

Como nos pudimos dar cuenta en la actualidad se cuentan con diferentes investigaciones nacionales como internacionales que ayudan a la fundamentación de esta investigación y ayudan a entender la importancia de estudiar dichos temas, de igual manera se logró identificar que en la zona que esta investigación se desarrollaría no existe ningún tipo de investigación relacionada lo cual incrementa la importancia para el mercado formal de los agroservicios de esta zona.

Marco Referencial

1. Contexto Teórico

Las competencias técnicas del personal han adquirido un rol central en el funcionamiento de las empresas modernas, especialmente en sectores como los agroservicios, donde la asesoría especializada y la precisión técnica son factores decisivos para la satisfacción del cliente. Según (DESSLER, 2004), estas competencias comprenden “los conocimientos, habilidades y destrezas específicas necesarias para realizar eficazmente las tareas de un puesto”, lo que implica que el personal de agroservicios debe dominar procesos agronómicos, manejo de insumos y procedimientos técnicos que garanticen un servicio profesional y confiable.

En concordancia con esto, investigaciones como la de (Spencer & Spencer , 1993) señalan que las competencias técnicas están directamente vinculadas al dominio de tecnologías, herramientas y procedimientos especializados, los cuales pueden medirse y evaluarse para asegurar la calidad en la ejecución de tareas. Estas definiciones recalcan que la actualización permanente del personal no es solo un recurso deseable, sino una necesidad estratégica para empresas cuyo valor diferencial se basa en la capacidad técnica de sus colaboradores

La literatura reciente también subraya la importancia de la capacitación continua para responder a la dinámica cambiante del ámbito agropecuario. (Aguilar Chavez, Obando Verde, & Ramírez López, 2021), en su estudio sobre empresas de insumos agropecuarios en Perú, demostraron que la calidad del servicio percibida por los clientes está estrechamente relacionada con el nivel de conocimiento técnico del personal y su capacidad para brindar información clara, oportuna y efectiva. De manera similar, (Jeremi Gabriel Alvario Lopez, 2023) evidenció que la satisfacción del cliente en agroservicios depende significativamente de la correcta identificación de necesidades y la prestación de soluciones técnicas adecuadas.

Asimismo, en el contexto nacional, (Motiño Zavala & Agüero Melara , 2022) destacan que, en las MiPymes hondureñas, la combinación de habilidades técnicas y competencias gerenciales influye directamente en la capacidad de las empresas para atender eficazmente a los clientes y resolver sus necesidades. Esto reafirma que el personal de los agroservicios no solo requiere habilidades técnicas, sino también competencias transversales como la comunicación, la empatía y la capacidad de respuesta, elementos que (Kotler & Keller, 2016) identifican como esenciales para lograr una experiencia de servicio satisfactoria.

Los constantes cambios tecnológicos y la evolución de las prácticas agrícolas exigen que los empleados del sector permanezcan actualizados para ofrecer soluciones pertinentes. Según (Torres, 2019), el sector agropecuario requiere un fortalecimiento continuo de las capacidades técnicas del personal para mantener la competitividad y responder adecuadamente a las condiciones cambiantes del entorno productivo. Adicionalmente, la Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG, 2022) enfatiza la importancia de la capacitación técnica para garantizar buenas prácticas productivas y asesoría correcta en el uso de insumos agrícolas.

Por lo tanto, este aspecto mantiene en un alto nivel de competitividad entre todo el mercado formal de los agroservicios de La Esperanza Intibucá que buscan mejorar cada día y

consolidarse en un mercado en el que es bastante frecuente el competir con empresas ya consolidadas o nuevas empresas que van surgiendo. Se busca con esto saber cuál es el efecto de las competencias técnicas del personal en la calidad del servicio al cliente.

2. Marco Histórico

Las competencias técnicas han sido históricamente un pilar fundamental para el desarrollo y sostenibilidad de las empresas (DESSLER, 2004); han sido un factor clave en el crecimiento empresarial a lo largo de la historia. La incorporación y gestión de estas competencias ha permitido a las empresas adaptarse a los cambios tecnológicos, mejorar la productividad y mantener la competitividad en mercados cada vez más dinámicos y globalizados (Tejada Fernandez & Navío Gámez).

Tomando esto en cuenta, se han realizado investigaciones a lo largo del tiempo, un ejemplo de ellas son las investigaciones realizadas en pequeñas empresas industriales de San Luis Potosí, México, muestran una relación directa y causal entre la capacitación en competencias técnicas y el crecimiento sostenido de los negocios. Esta evidencia sugiere que empresarios mejor capacitados técnicamente pueden administrar y hacer crecer sus negocios de manera más exitosa (Vargas Hernández & Palos Cerda , 2014).

También es reconocido que las competencias técnicas deben ir acompañadas de competencias genéricas o transversales, como la capacidad de adaptación, creatividad y liderazgo, para responder eficientemente a contextos cambiantes. Esto es especialmente relevante en sectores como los agronegocios, donde la combinación de habilidades técnicas y gestión facilita la innovación y mejora continua (Academi, 2025).

Además, la formación y capacitación continua en competencias técnicas favorecen tanto al personal como a las organizaciones, aportando un mejor y más productivo clima

laboral, mayores oportunidades de crecimiento profesional y mejor alineación con las demandas del mercado.

Diversas fuentes destacan la importancia de un enfoque sistémico en la educación, técnica y profesional, para impulsar el desarrollo de competencias que impacten positivamente en los resultados empresariales y que permitan a las organizaciones sostener su crecimiento a largo plazo.

3. Marco Conceptual

A continuación, se presentan una serie de conceptos de términos claves que están presentes dentro de la investigación, en la cual se consideran diferentes puntos de vista para una mayor comprensión.

- Competencias técnicas:

Se definió el concepto de competencias técnicas como “los conocimientos, habilidades y destrezas específicas necesarias para realizar eficazmente las tareas de un puesto” este incluye también el manejo de herramientas, procesos y tecnologías relacionadas (DESSLER, 2004).

Otro concepto de competencias técnicas que fue planteado por Robbins y dice que las competencias técnicas son “habilidades prácticas y conocimientos especializados que permiten a los trabajadores desempeñar tareas específicas de formas eficientes especialmente en roles operativos y de análisis” (Boyatzis, 1982).

Según (Spencer & Spencer , 1993)en su libro definieron las competencias técnicas como “conocimientos y habilidades especificas requeridas para realizar tareas propias de un rol, las cuales pueden ser enseñadas, medidas y evaluadas y están vinculadas directamente al dominio del procedimientos, herramientas o tecnologías” (Spencer & Spencer , 1993).

- Agroservicios

Según lo descrito por (Amarilla, 2010) dice que “Negocios que ofrecen servicios de maquinaria agrícola por alquiler o contrato, como arado, siembra, fertilización o cosecha, a productores que no pueden comprar o mantener sus propias máquinas. Este tipo de negocio se adapta al tamaño de la zona y la densidad de productores, optimizando costos y productividad.”

Este concepto fue más enfocado en agroservicios de prestación o alquiler de tecnologías altas para los productores que no se permiten la compra de una maquinaria así (Amarilla, 2010).

Además (Wongtschowski, Belt, Heemskerk, & Kahan, 2013) lo define como los negocios que “suministran semillas, fertilizantes, pesticidas, herramientas y servicios logísticos, asegurando que los productores de la zona tengan acceso oportuno a insumos de calidad. Su valor agregado está en la disponibilidad local y la asesoría sobre uso eficiente de insumos.” Este concepto más relacionado con los negocios más comunes como las agropecuarias o veterinarias en las cuales se encuentran todo este tipo de insumos y demás para su comercialización al público (Wongtschowski, Belt, Heemskerk, & Kahan, 2013).

- Competitividad

Se entiende como la capacidad que las empresas tienen para producir bienes o servicios a menor costo y con mejor calidad que sus competidores optimizando sus recursos y procesos internos para que puedan permitirse mantener costos bajos y mayores márgenes de ganancia manteniendo la competencia alta entre los demás competidores (C., 2006).

Según (Porter, 1990) define la competitividad como “La competitividad se entiende como la capacidad de una empresa, sector o región para producir bienes y servicios que

satisfagan los estándares del mercado, manteniendo o aumentando participación frente a competidores nacionales e internacionales" (Porter, 1990).

- Satisfacción del cliente

Se define como la percepción del cliente sobre si un producto o servicio cumple o supera sus expectativas. Se basa en la comparación entre lo que el cliente esperaba y lo que realmente recibió, con parámetros que son definidos, normalmente, por los mismos clientes (Kotler & Keller, 2016).

La satisfacción al cliente es también definida como una medida de probabilidad en la que el cliente vuelva a comprar o recomiende el producto o servicio. Este concepto según sus autores es vinculando la satisfacción con la fidelización y reputación de la empresa (L., 2010).

- Consolidación en un mercado

"La consolidación en un mercado se entiende como el proceso mediante el cual las empresas se fusionan o adquieren competidores, aumentando su participación de mercado y reduciendo la competencia, logrando economías de escala y mayor poder de negociación." Este concepto fue más centrado en la consolidación como una concentración empresarial por su autor (E., 2008).

También se puede definir como un fortalecimiento de la posición del mercado el cual reconoce a la consolidación como "la capacidad de una empresa para estabilizar y asegurar su presencia en un mercado, reteniendo clientes, canales de distribución y ventaja competitiva frente a nuevos entrantes" Según la precepción de su autor (Grant, 2016).

- Mercado formal

Según (Kotler & Keller, 2016) el mercado formal se define como “aquel espacio económico organizado y regulado en el que las transacciones de bienes y servicios se realizan bajo normas legales y administrativas, garantizando transparencia, seguridad jurídica, cumplimiento fiscal y protección al consumidor.” Este tipo de mercado asegura la trazabilidad de productos, cumplimiento de estándares de calidad, normas sanitarias y contractuales, y permite que las empresas operen de manera planificada dentro de un marco institucional sólido. Además, fomenta la competitividad y la eficiencia al incentivar la innovación y la inversión en procesos productivos regulados.

Por otro lado (Argenti & Marocchino, 2002) lo definen como “espacios regulados donde las actividades comerciales se realizan siguiendo normas establecidas, con infraestructura definida, supervisión municipal y controles sobre higiene, pesaje y calidad.” y también hacen la comparativa entre el mercado formal y el mercado informal donde “los mercados formales cuentan con instalaciones autorizadas y reconocidas oficialmente, mientras que los mercados informales operan fuera de los sistemas regulatorios” (Argenti & Marocchino, 2002).

9. Materiales y métodos

Lugar de la Investigación

Esta investigación se llevó a cabo en el mercado formal de la zona urbana del municipio de La Esperanza, departamento de Intibucá en los meses de enero a mayo del 2026.



1 Mapa geográfico de la Zona Urbana de La Esperanza, Intibucá

Población

Según los datos obtenidos por parte de la Alcaldía Municipal de La Esperanza la población en general del municipio de La Esperanza es de **16,253** personas de todas las edades, dentro de este dato se puede segmentar en una población de **8,409** personas que rondan entre las edades de 20 a 64 años, estas personas se consideran que están económicamente activas**.** Estos datos determinaron el dato de la muestra a estudiar.

De igual manera la Alcaldía Municipal de La Esperanza proporcionó el dato exacto del total de agroservicios que están operando con todos sus permisos en orden, a este mercado se le conoce como el mercado formal de los agroservicios. Un total de 10 agroservicios ubicados a lo largo de la zona urbana de dicho municipio.

Muestra

Para la muestra se utilizó dos datos, uno que se utilizó para realizar la encuesta a los empleados de los agroservicios y otra que se aplicó a los clientes de dichos agroservicios, sabiendo que se imposibilita el aplicar una encuesta a todos los clientes de dichos agroservicios se utilizara un muestreo no probabilístico para ambos casos (empleados de los agroservicios y clientes de los agroservicios).

Según información obtenida de La Alcaldía Municipal de La Esperanza hay un total de 10 agroservicios. Debido a que el dato de la población es pequeño se utilizara el 100% de la población para llevar a cabo de la mejor manera la investigación.

Para la encuesta realizada a los clientes sobre una población que, según datos obtenidos de la Alcaldía Municipal de La Esperanza Intibucá, existe una población total de 16,254 habitantes en el municipio (dato registrado hasta agosto del 2025). Sabiendo que, al momento de llevar a cabo mi investigación, se imposibilitaba la recolección de los datos de la totalidad de la población, por este motivo, se tomó una segmentación de la población que serán las personas con edades entre los 20 a 64 años de edad, consideradas personas económicamente activas.

Donde el cálculo dio como resultado un total de 8409 personas. Del resultado obtenido se calculó una muestra significativa que se utilizó para saber el número exacto de personas que debíamos encuestar para llevar a cabo la investigación. Dicha muestra se calculó de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z\ (1.96)^2 * p(0.5) * q(0.5) * N(8{,}409)}{e\ (0.5)^2 * (N(8{,}409) - 1) + Z(1.96)^2 * p(0.5) * q(0.5)}$$

Donde

n= Tamaño de la Muestra

N = población finita

Z = nivel de confianza

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de no éxito

e = Error de la muestra

Resultado obtenido: **192 personas a encuestar.**

Método

4. Diseño de Investigación

La presente investigación cuenta con un diseño no experimental, y según (Hernandez Sampieri , Fernandez Collado , & Baptista , 2014) *"consiste en estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos"* es decir, no se manipuló ninguna variable, sino se estudió tal y como se presenta en el entorno en el que se desarrollaba

Al mismo tiempo es de tipo transversal ya que se llevó a cabo en un solo momento de tiempo entre enero y mayo de 2026 y según (Hernandez Sampieri , Fernandez Collado , & Baptista , 2014) *"Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado".*

Correlacional porque buscó determinar el efecto de las competencias técnicas del personal (**variable independiente)** sobre la calidad del servicio al cliente (**variable dependiente)** en los agroservicios de la zona urbana de La Esperanza, Intibucá.

10. Metodología

Esta investigación es de tipo cuantitativo ya que se obtuvieron datos de fuentes primarias, tanto de los empleados de los agroservicios como de los clientes de los mismos a través de encuestas. Garantizando así que al momento de analizar y relacionar cada variable los resultados obtenidos sean de mayor confiabilidad.

Se utilizó el instrumento del cuestionario bajo la técnica de la encuesta para la recolección, dicho instrumento fue adecuado dependiendo de las dimensiones de cada una de las variables. Esto con el fin de abarcar cada una de las dimensiones y facilitando la obtención de la información completa la cual se analizó de una mejor manera.

Para evaluar el efecto de las competencias técnicas del personal en el servicio al cliente en los agroservicios en la zona urbana de La Esperanza Intibucá se llevó a cabo en tres momentos, los cuales fueron:

Primer momento

Se desarrolló el instrumento con el cual se llevó a cabo la identificación de las competencias técnicas del personal activo de los agroservicios de la zona. Dicha información nos sirvió para llevar un mejor análisis de esta variable (competencias técnicas del personal).

Luego de desarrollar el instrumento (cuestionario) se llevó a cabo la aplicación del instrumento a los empleados de dichos agroservicios y se guardaron en una base de datos que se ocupó en un próximo momento llevar a cabo el análisis de los mismos.

Segundo momento

En este momento se desarrolló el instrumento (cuestionario) con la utilización de todas las dimensiones de la variable a utilizar (calidad del servicio al cliente), con el fin de evaluar

el nivel de satisfacción de los clientes en relación con la atención recibida y así determinar la influencia de las competencias técnicas del personal en la experiencia de servicio.

Seguido de la formulación dicho instrumento (cuestionario) se llevó a cabo la recolección de toda la información del 100% de la muestra seleccionada para su posterior análisis.

Tercer momento

Luego de haber recolectado toda la información necesaria tanto de los empleados de los agroservicios y de los clientes de dichos agroservicios, se analizó como las competencias técnicas del personal influyen en la calidad el servicio al cliente del mercado formal de los agroservicios de la zona estudiada.

Para llevar a cabo este análisis, se utilizaron herramientas o programas estadísticos que ayudaron a medir aspectos específicos de relación o influencia entre la variable independiente (competencias técnicas del personal) y la variable dependiente (calidad el servicio al cliente).

5. Descripción del Instrumento Metodológico

El instrumento que se utilizó para la recolección de los datos necesarios de ambas muestras fue un cuestionario anónimo, tanto para los clientes como para los empleados de cada uno de los agroservicios. Este cuestionario fue creado en su momento, buscando hacer preguntas fáciles de comprender y que lograran facilitar la recolección de información completa y confiable para poder analizar de la mejor manera la relación entre las variables a estudiar.

6. Dimensiones del instrumento

Las dimensiones a utilizar fueron:

Dimensiones de la variable independiente (Competencias técnicas del personal).

- Competencias agropecuarias.
- Manejo de insumos agropecuarios.
- Análisis técnico y solución de problemas.
- Servicio técnico al cliente.
- Capacitación técnica del personal.

Dimensiones de la variable dependiente (Calidad del servicio al cliente).

- Capacidad de respuesta del empleado.
- Seguridad del empleado.
- Empatía y trato del empleado hacia el cliente.
- Capacitación en atención y servicio al cliente.

7. Plan de Análisis (Selección de métodos estadísticos)

Se desarrolló un instrumento utilizando las dimensiones de cada variable y se aplicó a la muestra seleccionada para la recolección de los datos obtenidos.

Luego de recolectar la información de ambas partes se llevó a cabo la codificación de las respuestas del instrumento usando la herramienta estadística SPSS Statistics, la cual también fue de ayuda para el análisis de estos datos.

Seguido de la codificación de los datos se pasó a correr las pruebas estadísticas ya descritas para el análisis de los resultados de las mismas.

Al momento de realizar la interpretación de los datos que se obtuvieron con el instrumento, utilicé el coeficiente de correlación, con el fin de llevar a cabo un análisis más completo de ambas variables.

También se corrió la prueba de normalidad, prueba de confiabilidad (Alpha de Cronbach) que ayudó a analizar los datos con mayor fiabilidad de la misma.

Las fórmulas de dichas pruebas fueron las siguientes:

Fórmula de Correlación de Pearson

$$r = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\left[N\sum x^2 - \ (\sum x)^2\right][N\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Donde:

r = Coeficiente de correlación de Pearson

N = Número de observaciones

ΣXY = Suma del producto de los valores de X y Y

ΣX, ΣY = Suma de individuales de los valores X y Y

ΣX^2, ΣY^2 = Suma de los cuadrados de los valores X y Y

3.5.2 Fórmula de Correlación de Spearman

$$p = 1 - \frac{6\sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Donde:

p = Coeficiente de correlación de Spearman

d^2 = Diferencia al cuadrado entre los rangos asignados a los valores

n = Número total de observaciones

8. Variables a medir

Variable Independiente

- Las competencias técnicas del personal

Variable	Dimensión	Indicadores
Competencias técnicas del personal.	Competencias agropecuarias.	▪ Conocimiento técnico por cultivo. ▪ Diagnóstico agronómico. ▪ Manejo de suelos y nutrición. ▪ Manejo de plagas y enfermedades.
Competencias técnicas del personal.	Manejo de insumos agropecuarios.	▪ Conocimiento de fertilizantes y agroquímicos. ▪ Uso seguro de ▪ plaguicidas. ▪ Calibración de equipos de aplicación. ▪ Recomendación técnica de insumos.

Competencias técnicas del personal.	Análisis técnico y solución de problemas.	▪ Capacidad de diagnóstico de causas. ▪ Toma de decisiones técnicas. ▪ Planificación técnica. ▪ Propuesta de alternativas viables.
Competencias técnicas del personal.	Servicio técnico al cliente.	▪ Atención técnica al productor. ▪ Claridad en la comunicación técnica. ▪ Seguimiento postventa. ▪ Generación de confianza técnica.
Competencias técnicas del personal.	Capacitación técnica del personal.	▪ Frecuencia de capacitaciones técnicas. ▪ Calidad y pertinencia de la formación técnica.

		▪ Aplicación práctica de la capacitación. ▪ Actualización continua del personal.

Variable Dependiente

- Calidad del servicio al cliente en los agroservicios.

Variable	Dimensión	Indicadores
Calidad del servicio al cliente.	Capacidad de respuesta del empleado.	▪ Rapidez en la atención. ▪ Disponibilidad del personal. ▪ Resolución rápida de problemas.
Calidad del servicio al cliente.	Seguridad del empleado.	▪ Conocimiento técnico demostrado. ▪ Seguridad al brindar recomendaciones. ▪ Generación de confianza.
Calidad del servicio al cliente.	Empatía y trato personalizado del empleado hacia el cliente.	▪ Comprensión de las necesidades del productor. ▪ Comunicación efectiva. ▪ Adaptación del servicio.

Calidad del servicio al cliente.	Capacitación en atención y servicio al cliente.	▪ Entrenamiento en habilidades de atención. ▪ Técnicas de comunicación con productores. ▪ Resolución de conflictos. ▪ Mejora del trato hacia el cliente.

11. Cronograma de actividades

	Año 2026															
Actividades	**Enero**				**Febrero**				**Marzo**				**Abril**			
Elaboración y validación del instrumento.																
Aplicación del instrumento a totalidad de ambas muestras.																
Análisis de resultados del instrumento.																
Redacción del informe final																
Defensa del trabajo de investigación																

12. Resultados

Una vez aplicada la encuesta a su totalidad de la muestra se comenzó a analizar, ya sea utilizando los gráficos que se nos otorga por parte de Google Forms y pruebas realizadas también en el software estadístico SPSS Statistics. Los cuales fueron los siguientes:

Variable Independiente: Las competencias técnicas del personal

Para la variable independiente hay que tomar en cuenta que se aplicó a la totalidad de personas disponibles en los diferentes agroservicios, en su totalidad se encuestaron a 37 colaboradores que aceptaron llenar el instrumento.

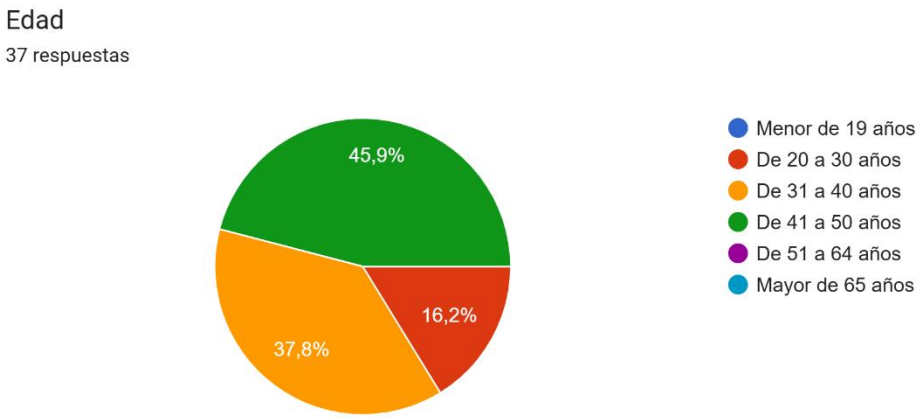


Ilustración 2 Edad de los encuestados de la variable independiente

Como se puede observar en el gráfico podemos ver que los agroservicios mantienen un promedio de edades entre los 20 a los 50 años de edad, donde en su mayoría con el 45.9% son personas de edades entre 41 y 50 años de edad, que el 37.8% son personas entre 31 y 40 años de edad y el 16.25 restante son los colaboradores que tienen edades entre 20 a 30 años que regularmente son nuevos en el rubro.

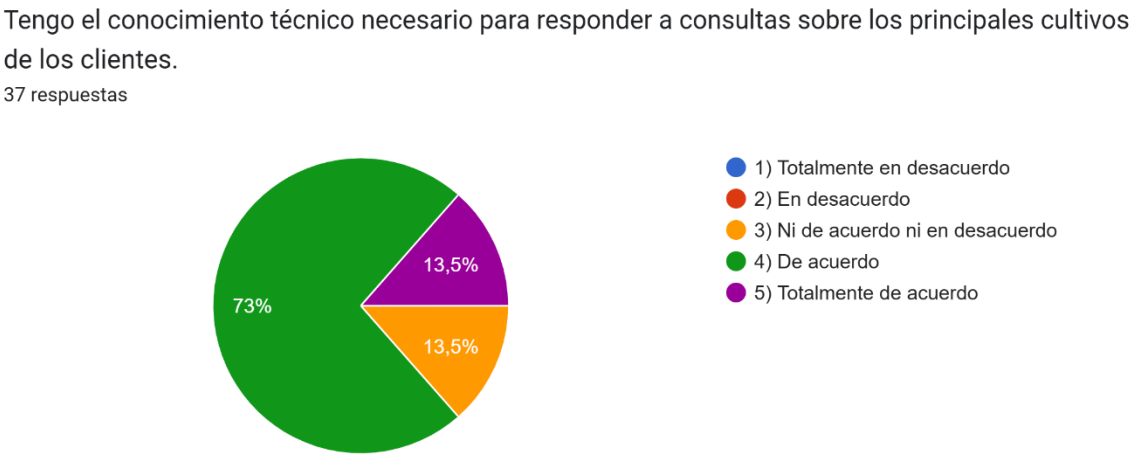


Ilustración 3 Gráfico de representación de consideración de conocimientos técnicos de los encuestados.

La finalidad de esta pregunta es saber si el vendedor se considera que tiene el conocimiento mínimo necesario para ayudar o responder las consultas de los clientes; el 73% de los encuestados se considera que tienen los conocimientos técnicos necesarios para responder a los clientes, lo cual se traduce en una mejor atención a los clientes al momento de presentar alguna duda, mientras que el 13.5% nos dice que no está de acuerdo ni en desacuerdo, esto quiere decir que probablemente los encuestados no tengan un conocimiento tan amplio, es decir que pueden saber de un tema pero quizá en otros no tengan tanta experiencia.

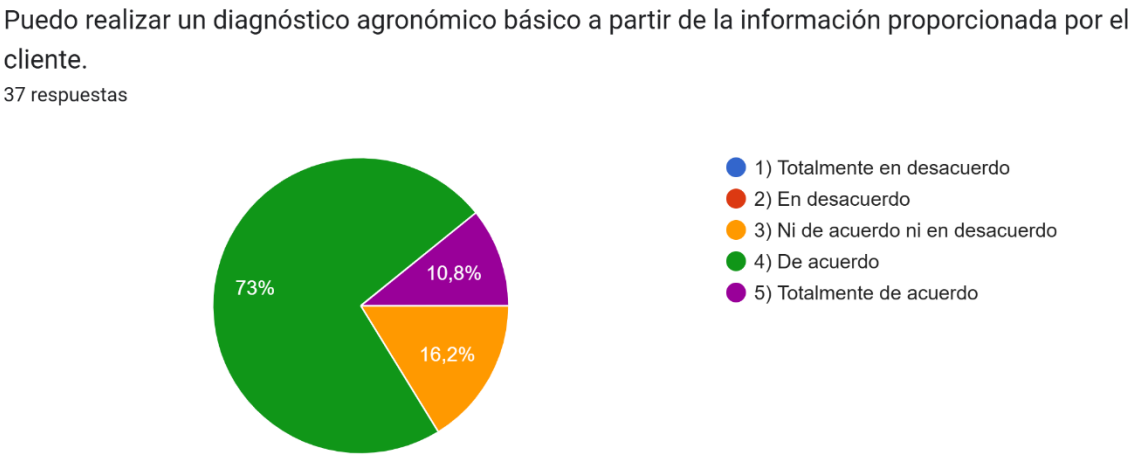


Ilustración 4 Capacidad de realización de diagnósticos agronómicos

El fin de esta pregunta es saber si el colaborador de los agroservicios puede hacer un diagnóstico básico agronómico solo con información que brindan los clientes; un 83.8% se considera capaz o con los conocimientos necesarios para hacerlo mientras que el 16.2% restante se mantiene en que no está ni en acuerdo ni en desacuerdo, por lo tanto, quiere decir que existirán ocasiones que se apoyará de algún compañero con más experiencia o mayor conocimiento del tema.

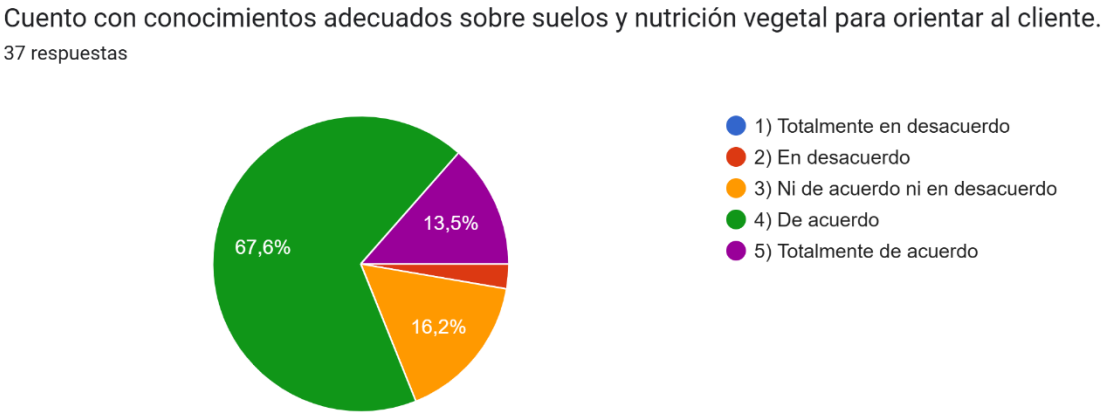


Ilustración 5 Auto percepción del encuestado sobre conocimientos sobre suelo y nutrición vegetal

Con esta pregunta se buscó saber si los colaboradores poseen conocimientos sobre suelos y nutrición vegetal, donde el 80.5% dice que si cuenta con los conocimientos sobre suelos y nutrición vegetal lo cual lo deja apto para poder realizar tanto diagnósticos como recomendaciones de productos que se puedan usar, el 16.2% dice que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo es decir, mantienen un conocimiento sobre suelos y nutrición vegetal intermedio o con los conocimientos necesarios para diagnosticar problemas y dar soluciones, y el ultimo 2,7% dice que está en desacuerdo, es decir no cuenta con los conocimientos necesarios sobre suelos y nutrición vegetal.

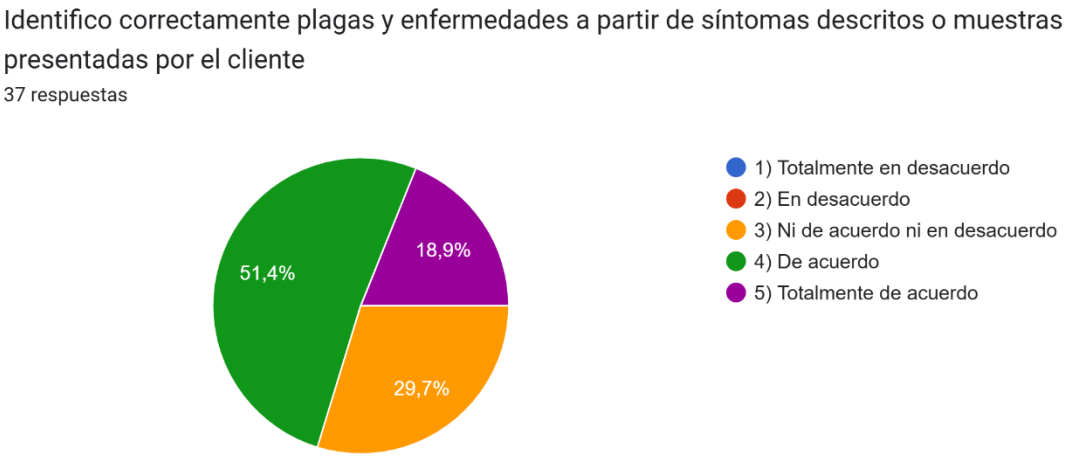


Ilustración 6 Capacidad de identificar plagas y enfermedades desde descripciones orales

Con esta pregunta se buscaba saber si los encuestados pueden identificar correctamente plagas y enfermedades partiendo de síntomas que son descritos por los clientes, dando como resultado que un 70.3% si puede hacerlo, se consideran con los conocimientos básicos o necesarios para realizarlos y el 29.7% dicen que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir, se consideran que tienen una posibilidad igual de saber hacerlo y de no hacerlo.

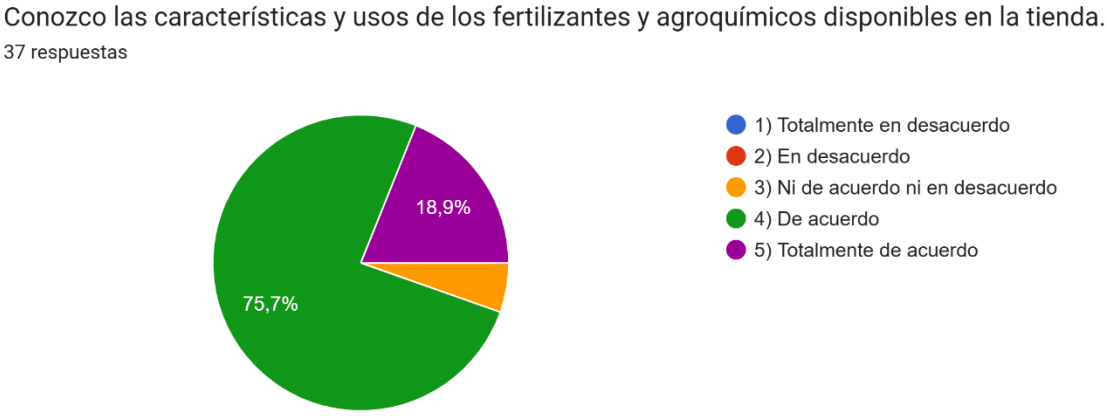


Ilustración 7 Conocimiento de fertilizantes y agroquímicos del agroservicio.

Esta pregunta buscaba saber si los encuestados conocían de los productos que se venden en las tiendas, sus características, formas de uso y demás, donde los resultados muestran que

un 94.6% conoce la totalidad o la mayoría de los productos y el 5.4% nos dice que no los conoce todos o conoce la minoría de estos.



Ilustración 8 Capacidad de explicación de uso seguro de plaguicidas.

Como sabemos los plaguicidas son tóxicos para el ser humano y para animales a los cuales no están destinados o incluso al sobreasar la dosis recomendada por el fabricante; es por eso que con esta pregunta se buscaba saber que tan responsable en advertir e informar a los clientes era el vendedor sobre el uso de los plaguicidas; y nos dio como resultado que en su mayoría con el 94.6% de los encuestados respondieron que si lo hacen la mayoría del tiempo y el otro 5.4% nos dice que probablemente lo hagan pero no a la totalidad de los clientes.

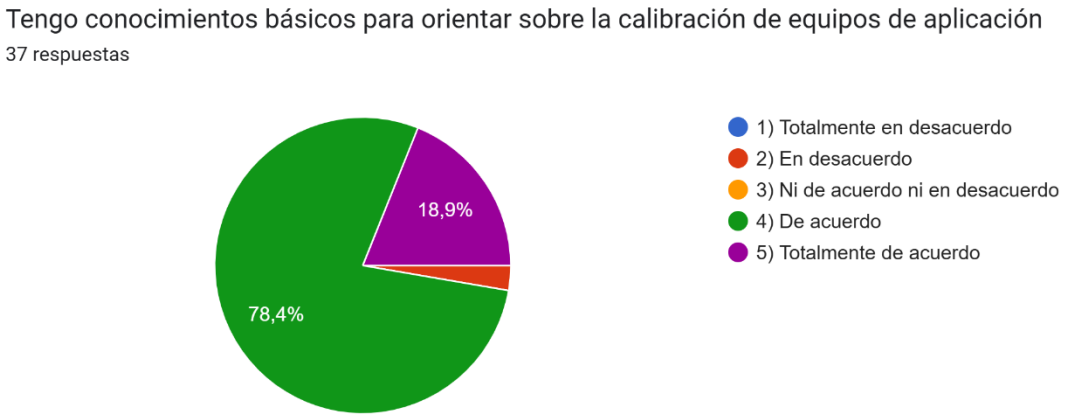


Ilustración 9 Conocimientos de los encuestados sobre calibraciones de los equipos-

La pregunta busca recolectar información sobre las capacidades que tienen los encuestados sobre la calibración de equipos de aplicación agropecuarias, entre ellos puede estar bombas de mochila, bombas de motor, etc. Los resultados nos muestran qué el 97.3% si lo saben hacer o cuentan con los conocimientos para hacerlo mientras que apenas el 2.7% no lo pueden hacer o no cuenta con los conocimientos adecuados para hacerlos.



Ilustración 10 Evaluacion de informacion previo a recomendacion de productos.

Según la gráfica podemos observar que el 97.3% si analiza la información que da el cliente antes de recomendarle un producto, esto siendo de mucha importancia para darle al cliente una mejor atención o recomendación, mientras que el 2.7% se mantiene en que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, afectando en cierta medida la forma en la que se pueda recomendar un producto o una solución al problema presentado.

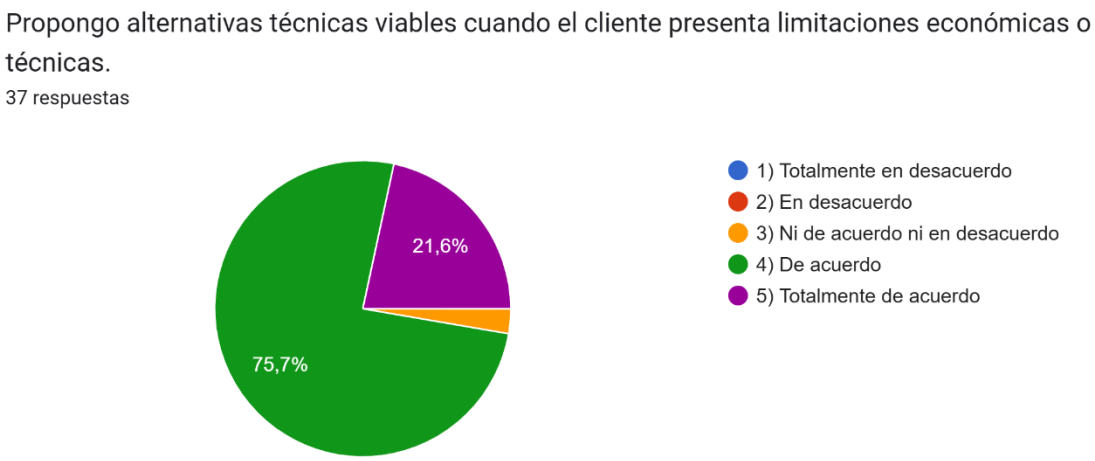


Ilustración 11 Solución ante limitaciones del cliente.

Con esta pregunta se buscaba saber si el vendedor tiene la iniciativa al ver a una persona que tiene dificultades económicas o técnicas de recomendar productos más accesibles económicamente o técnicamente. Las respuestas nos dicen que el 97.3% si lo hace, mientras que el 2.7% restante no lo hace, esto podría ser por diferentes factores, el cliente no demuestra o pregunta por opciones más accesibles o es porque busca opciones por calidad y no precios.



Ilustración 12 Atención del encuestado basado en necesidades de los clientes.

La grafica nos muestra que los encuestados se definen a sí mismos como que la atención que les brindan a los clientes es respetuosa y orientada a la necesidad de los clientes. Un 100% nos dice que los vendedores mantienen un constante buen uso de sus valores con los clientes.



Ilustración 13 Claridad en la orientación técnica.

Esta pregunta busca indagar en si el vendedor cree que esta explicando de manera clara y comprensible para el cliente las recomendaciones de uso o técnicas que pueden usar con los productos ofrecidos, los resultados son claros también, un 100% de los encuestados consideran que si son claros y de fácil comprensión para el cliente.



Ilustración 14 Mejora de asesoría mediante capacitaciones.

La pregunta está pensada para saber si los vendedores mantienen capacitaciones regularmente que fortalezcan la asesoría brindada por parte de la policía, donde, el 86.5% dice que si se mantienen en constantes capacitaciones, estas gracias a las empresas o por cuenta propia, mientras tanto el 13.5% dice que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que

quizá si asista a capacitaciones pero no regularmente o que apenas viene comenzando en su vida laboral y por ende no se ha capacitado lo suficiente.

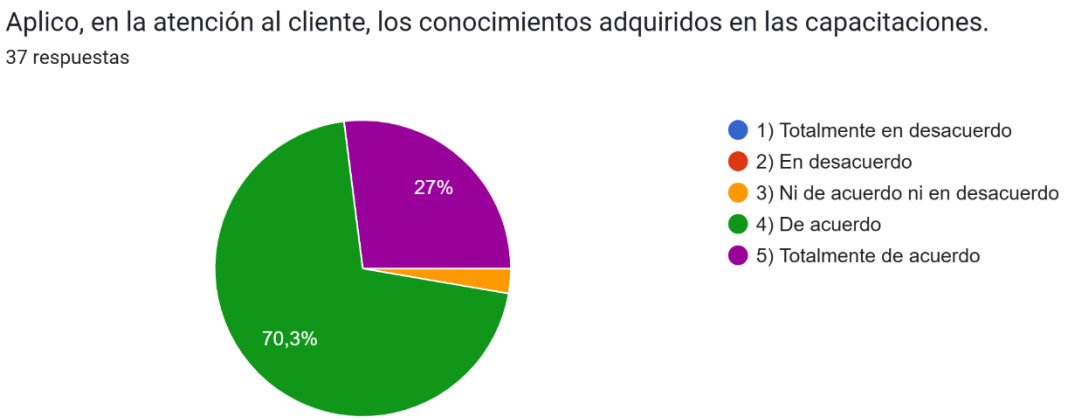


Ilustración 15 Aplicación de conocimientos adquiridos en la atención al cliente.

La pregunta está diseñada para recolectar la información y darnos cuenta si los encuestados aplica sus conocimientos en el campo o a una persona o grupo de personas en el campo. En este punto dijeron que si un total de 97.3% aplican lo aprendido en las capacitaciones tanto en campo o con el cliente y, que el 2,7% restante no lo aplica regularmente.

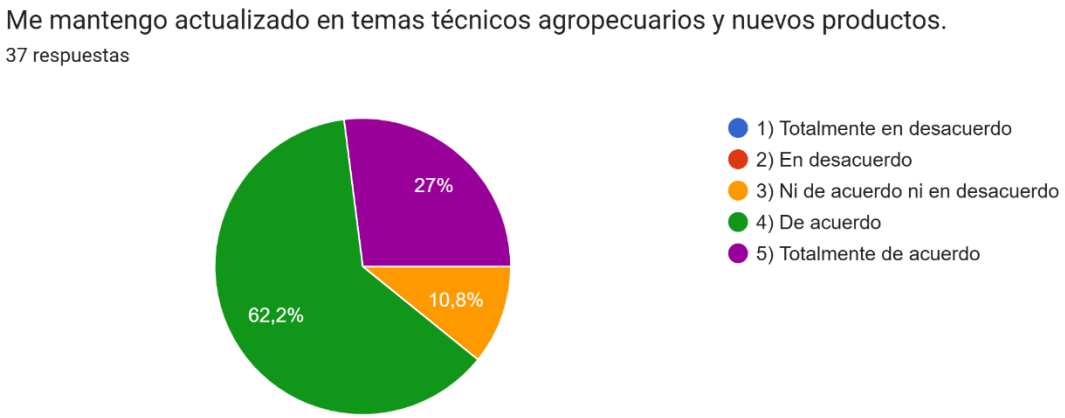


Ilustración 16 Actualización profesional constante del encuestado.

La grafica nos indica que el 89.2% si se mantienen actualizados sobre temas técnicos o incluso en nuevos productos que se ofertan en la tienda ayudando así a saber con mayor claridad

o seguridad al momento de atender a los clientes; el 10.8% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que probablemente no se mantenga tan actualizado.

Pruebas en software SPSS

Prueba de Normalidad

Para la prueba de normalidad que se realizó, se usó la prueba de Shapiro-Wilk. Esta prueba se utiliza cuando el instrumento contiene menos de 50 respuestas o datos para analizar, y, con el instrumento se logró obtener 37 respuestas, llegando así a estar dentro del rango solicitado para esta.

Recordando que para tomar una decisión sobre la normalidad de los datos se tiene que tomar en cuenta que deben cumplir los siguientes parámetros, si P>0.05 indica que hay una distribución normal, si P<0.05 indica que los datos no siguen una distribución normal.

Si los datos son normales se usará la prueba de correlación de Pearson, si los datos no son normales se usará la prueba de correlación de Spearman

Como resultado se obtuvo una significancia del 0,000 en el análisis de la variable lo cual significa que los datos no mantienen una distribución normal.

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
VAR1	.248	37	.000	.821	37	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Tabla 1Resultados prueba de normalidad.

Prueba de Confiabilidad del Alpha de Cronbach

Esta prueba se realizó para ver la confiabilidad que se puede tener en nuestro instrumento en relación con las variables y las preguntas que tenemos planteadas. Cabe recalcar

que para que un instrumento sea confiable necesita que el Alpha de Cronbach, que es el método que utilizamos para esta edición, arroje un número que, sea mayor a 0.7 y que mientras más cerca este de 1 será más fiable el instrumento. En esta ocasión el Alfa de Cronbach nos arrojó que la confiabilidad de nuestro instrumento se mantiene con una confiabilidad alta ya que como se ve en la tabla, nos arrojó un dato de 0.908 y, como sabemos mientras el resultado sea más cercano a "1" mayor fiable es.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.908	14

Tabla 2 Resultados Prueba de Fiabilidad

Variable Dependiente: Calidad del servicio al cliente en los agroservicios

Para la variable dependiente hay que tomar en cuenta que se aplicó a un total de 192 personas de diferentes edades y en diferentes agroservicios.

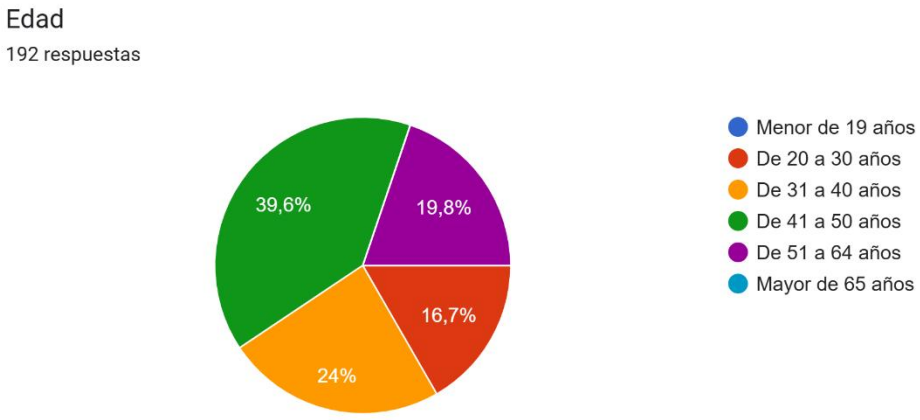


Ilustración 17 Edad de los encuestados variable independiente.

Como podemos observar en este caso las edades de los encuestados fue mayor entre las edades de 41 a 50 años con el 39.6%, esto debido a que en su mayoría hay agroservicios que

brindan el servicio de los créditos y son las personas de estas edades las que mayormente aprovechan esa facilidad; seguidamente vemos que en segundo lugar está de 31 a 40 con el 24%, de tercero de 51 a 64 con el 19.8%; y como el rango más bajo esta de 20 a 30 años16.7%. Importante recalcar que para la investigación se requería que los participantes fueran mayores de 19 años y menores de 64

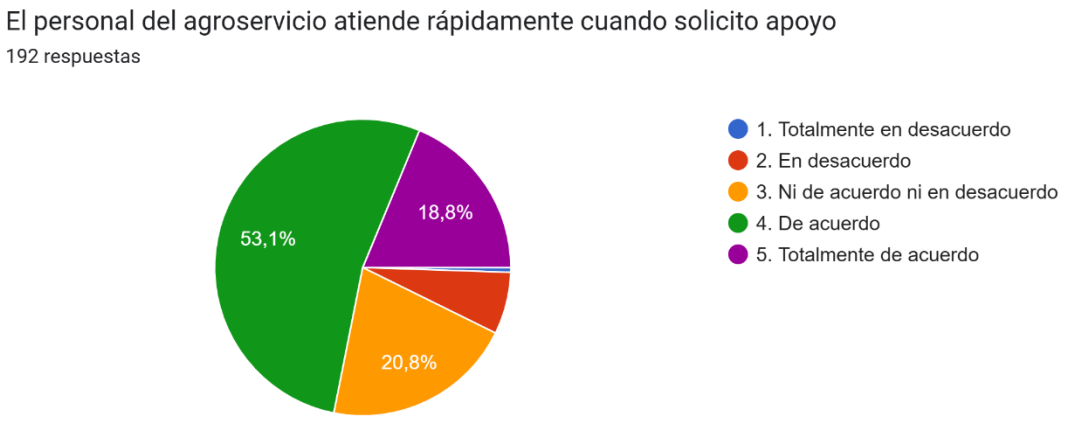


Ilustración 18 Rapidez en la atención.

Con esta pregunta se buscaba saber que tan rápido se liberaban los vendedores para atender a la totalidad de los clientes y así hacerlos esperar el mínimo del tiempo, dando como resultado que un 71.9% de los participantes tienen una percepción aceptable del tiempo esperado para ser atendido; mientras tanto el 20.8% nos señala que probablemente existan veces que si los atienden rápido pero otras veces no; y el 7.3% nos señala que no está de acuerdo lo que significa que probablemente ellos han esperado más tiempo la mayoría de veces de las que recuerdan.



Ilustración 19 Atención y disposición del personal.

Como se puede observar en relación a la pregunta tenemos que el 71.3% de los encuestados nos dicen que están satisfechos o han calificado la atención como satisfactoria lo que significa que siempre han sentido que el personal demuestra disposición al momento de atenderlos, mientras tanto el 23.4% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir se mantienen en un límite aceptable, y el 6.3% califica la atención como insatisfactoria.

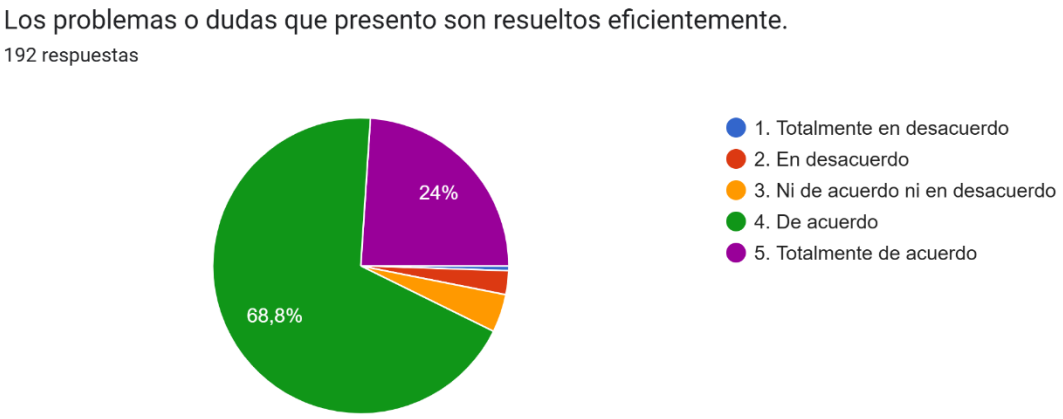


Ilustración 20 Resolución eficiente de problemas

Con esta pregunta se buscaba saber si a pesar del tiempo que los encuestados tuvieran que esperar para ser atendidos los problemas o dudas que ellos tenían se resolvieron eficientemente o no, y los resultados según nos muestra la gráfica es que a una gran mayoría

con un 92.8% se le logro resolver los problemas que tuvieron y a un 4.1% no está de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que probablemente no se han logrado resolver todos los problemas o dudas que ha presentado en los agroservicios, y el 3.1% restante nos indica que no fueron resueltos sus problemas o dudas.

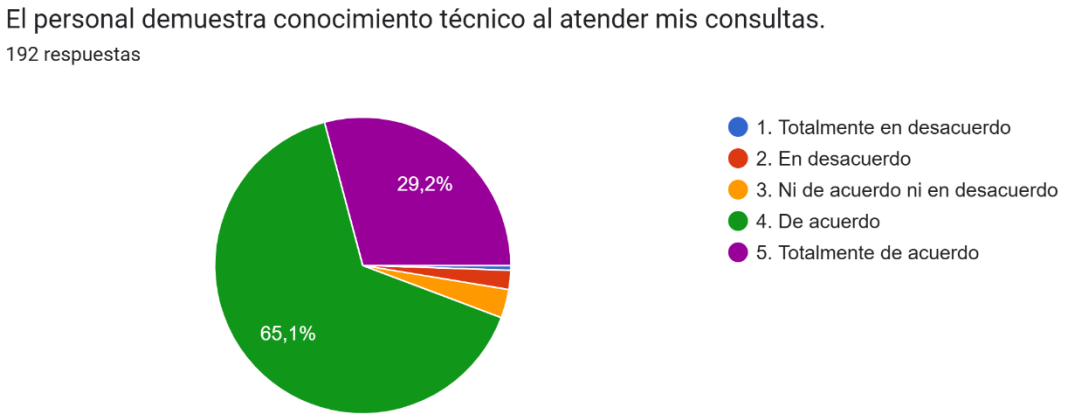


Ilustración 21 Dominio técnico en la atención

Según la gráfica anterior, el 94.3% de los encuestados percibieron que el vendedor que los atendió o el personal en general demuestra que tiene conocimientos técnicos que les ayudó al momento de atender las consultas presentadas, el 3.1% nos dice que no están de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que es probable que presentaran conocimiento en algunos temas y en otros no y el ultimo 2.6% nos dice que el personal no muestra el conocimiento técnico necesario para responder las dudas presentadas.



Ilustración 22 Recomendaciones claras y seguras.

Con esta pregunta se buscaba saber que tan seguro y claro era el vendedor con os clientes donde el 89.1% de los encuestados dieron por satisfactorio su servicio, pero, el 8.3% dice que no están de acuerdo ni en desacuerdo, puede ser que no vieron tanta seguridad en el empleado o que no fueron claros al momento de explicar el uso de algún producto, y el ultimo 2.6% nos dice que no notaron esa seguridad o confianza en los vendedores que les atendieron.

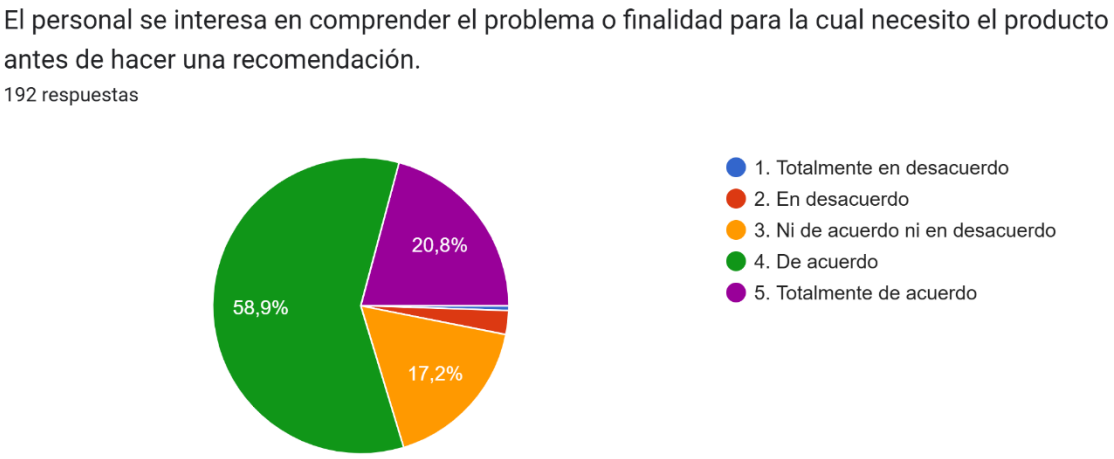


Ilustración 23 Comprensión de la necesidad del cliente.

Con esta pregunta se buscó saber que tanto interés ponían los vendedores a los productos que buscaban los clientes, es decir motivos de uso para recomendar productos de mejor calidad o productos que sean más útiles que las que buscaban, donde el 79.7% nos dice

que el vendedor si se interesó en el problema o la finalidad por la que necesito el producto y, que el 17.2% dice que no está de acuerdo ni en desacuerdo, esto puede ser porque el vendedor probablemente ya supiera para que lo necesitaba o el producto solo tuviera un uso especifico y el ultimo 3.1% nos dice que los vendedores no se interesan en saber la finalidad o problema para el cual se necesita el producto.

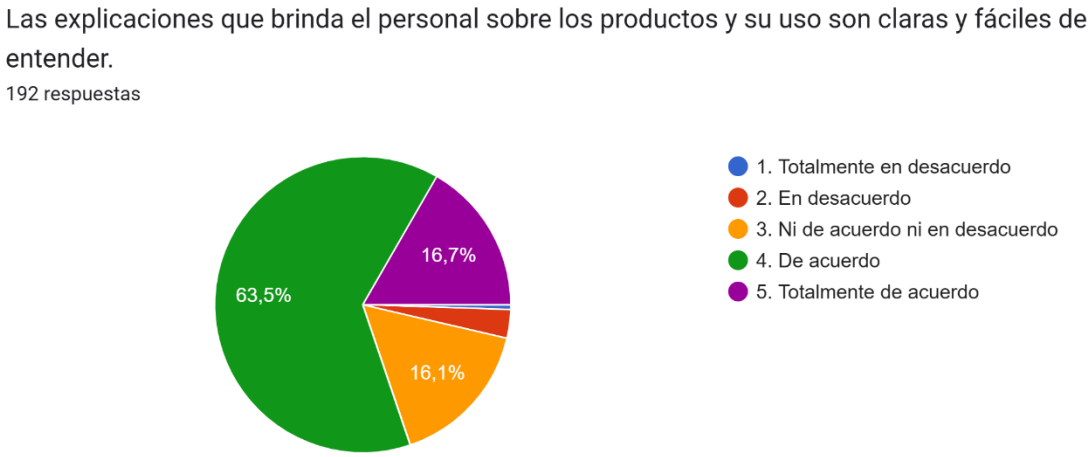


Ilustración 24 Explicaciones claras de productos.

Se necesitaba saber si el vendedor podía expresarse fácil y claro con los clientes al momento de venderles y explicarles su uso, y se obtuvo como resultado que el 79.7% de los encuestados dicen que si fueron claros en sus explicaciones mientras tanto el 16.1% dice que no están de acuerdo ni en desacuerdo, es probable que lo clasifiquen así por su experiencia en diferentes días de compras en los que quizá hubieron compras en las que si les explicaron bien y oreas en las que no, el 3.6% restante dicen que no fueron claros ni fáciles de comprender en ninguna de las visitas que tuvieron a los agroservicios.

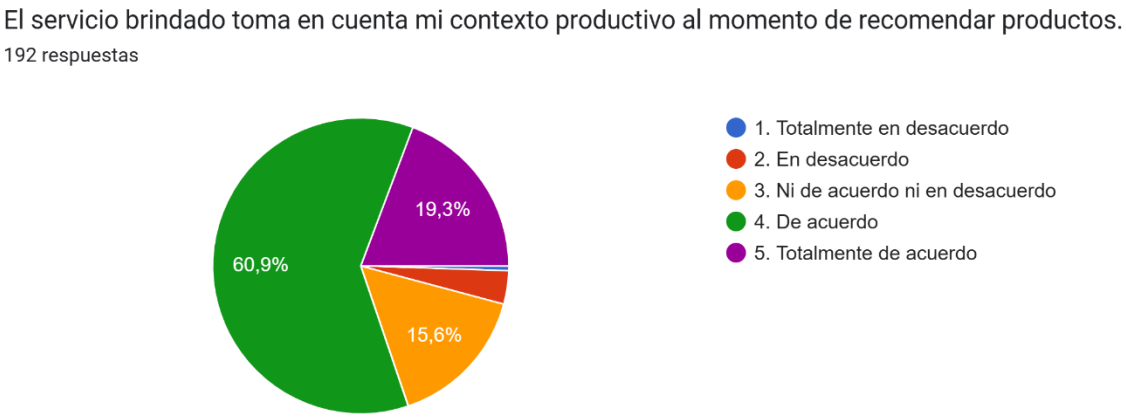


Ilustración 25 Consideración del contexto del cliente.

Como se puede observar en la gráfica el 80.2% nos da a entender que siempre se tomó en cuenta el contexto productivo del cliente al momento de hacer recomendaciones de productos, el 15.6% nos da a entender que puede ser que hay ocasiones en las que si se interesaron y otras veces en las que no lo hicieron; el ultimo 4.1% dos da a entender que no se interesaron en el contexto productivo del cliente para recomendar productos.



Ilustración 26 Satisfacción con la atención.

Como se puede apreciar en la gráfica el 90.7% de los encuestados se sintieron satisfechos con la atención que recibieron, mientras tanto el 4.7% dice que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir que existieron ocasiones en las que ellos creen que pudo mejorar el

trato o atención recibida, y el ultimo 4.6% dice que no se siente satisfecho con dicha atención recibida.



Ilustración 27 Manejo efectivo de conflictos.

Con esta pregunta se buscaba saber que tan eficientes eran los vendedores ante una situación o problema con el cliente, y los resultados arrojaron que en su mayoría (el 90.6%) no ha tenido ningún tipo de problema con los vendedores o el agroservicio en general, de igual manera el 5.2% dicen que si tuvieron algún problema en algún momento y que el personal si logro resolver los desacuerdos de una buena manera y, el ultimo 4.1% nos dice que no fueron resueltos de la mejor manera o no se resolvieron.

Pruebas en software SPSS

Prueba de Normalidad

Para la prueba de normalidad que se realizó, se usó la prueba de Kolmogórov-Smirnov. Esta prueba se utiliza cuando el instrumento contiene más de 50 respuestas o datos para analizar, y, con el instrumento se logró obtener 192 respuestas, llegando así a estar dentro del rango solicitado para esta.

Recordando que para tomar una decisión sobre la normalidad de los datos se tiene que tomar en cuenta que deben cumplir los siguientes parámetros, si P>0.05 indica que hay una distribución normal, si P<0.05 indica que los datos no siguen una distribución normal.

Si los datos son normales se usará la prueba de correlación de Pearson, si los datos no son normales se usará la prueba de correlación de Spearman

Como resultado se obtuvo una significancia del 0,000 en el análisis de la variable lo cual significa que nuestros datos no mantienen una distribución normal.

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
VAR1	.175	192	.000	.854	192	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Tabla 3Prueba de normalidad variable dependiente.

Prueba de Confiabilidad del Alpha de Cronbach

Esta prueba se realizó para ver la confiabilidad que se puede tener en nuestro instrumento en relación con las variables y las preguntas que tenemos planteadas. Cabe recalcar que para que un instrumento sea confiable necesita que el Alpha de Cronbach, que es el método que utilizamos para esta edición, arroje un número que, mientras más cerca este de 1 será más confiable e instrumento. En esta ocasión el Alfa de Cronbach nos arrojó que la confiabilidad de nuestro instrumento se mantiene con una confiabilidad alta ya que como se ve en la tabla, nos arrojó un dato de 0.950 y, como sabemos mientras el resultado sea más cercano a “1” mayor fiable es.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.950	12

Tabla 4 Prueba de fiabilidad Variable dependiente

Correlación entre ambas variables

Al momento de realizar el análisis de correlaciones se encontró que no se podía utilizar el software SPSS Statistic debido a limitantes presentadas, es por eso que el análisis se realizó utilizando el razonamiento lógico y que gracias a que los datos obtenidos son bastante contundentes y claros podemos hacer un análisis no exacto, pero si muy acertado sobre la relación de las variables.

Como se pudo observar en los gráficos y datos recolectados en ambos instrumentos podemos ver que tanto la variable independiente (capacidades técnicas del personal) obtuvieron en general un alto índice de aceptación o de igual manera presentado como que los encuestados mantienen sus capacidades técnicas en un alto nivel y que la variable dependiente (calidad del servicio al cliente) también muestra un alto índice de aceptación por parte de los clientes o consumidores de cada agroservicio, se puede determinar que:

Existe una correlación positiva entre ambas variables, es decir que quedó evidenciado que mientras los vendedores o personal de los agroservicios cuentan con mayores capacidades técnicas, el cliente observa y siente que su servicio fue más eficiente y satisfactorio.

Debido a esto se logró determinar que hipótesis se tendría que aceptar, para esta investigación se aceptó la hipótesis alternativa (Hi: Las competencias técnicas del personal tienen un efecto positivo sobre la calidad del servicio al cliente en el mercado formal de los agroservicios de la zona urbana de La Esperanza, Intibucá), según lo observado en la totalidad de los datos que se recolectaron y lo positivos que fueron los resultados en ambos instrumentos.

Se puede resumir en que existe una relación directa y positiva entre ambas variables, significando esto qué, cuando el personal posee mayores conocimientos técnicos, habilidades manejando productos o facilidad de asesoramiento a clientes, estos mismos perciben una mejor calidad en el servicio que se vio reflejada en satisfacción al cliente, una mejor atención y respuestas más precisas a las necesidades que el cliente presenta. Por el contrario, se puede decir que cuando las competencias técnicas son limitadas, la calidad del servicio tiende a ser menos eficiente y menos satisfactoria.

13. Discusión

Para aceptar una de las hipótesis presentadas se debe tomar en cuenta que la correlación entre ambas variables se realizó de forma personal, esto debido a limitaciones que se presentaron al momento de analizarlas en el software SPSS Statistic.

Existe una correlación positiva entre ambas variables, es decir que quedó evidenciado gracias al resultado que se obtuvo de la pregunta 11 del cuestionario de la variable dependiente que mientras los vendedores o personal de los agroservicios cuentan con mayores capacidades técnicas, el cliente observa y siente que su servicio fue más eficiente y satisfactorio.

Debido a el alto porcentaje de aceptación que se mostró en la pregunta 11 del cuestionario de la variable dependiente (90.7%), se logró determinar que hipótesis se tendría que aceptar, para esta investigación se aceptó la hipótesis alternativa (Hi: Las competencias técnicas del personal tienen un efecto positivo sobre la calidad del servicio al cliente en el mercado formal de los agroservicios de la zona urbana de La Esperanza, Intibucá), según lo observado en la totalidad de los datos que se recolectaron y lo positivos que fueron los resultados en ambos instrumentos.

14. Conclusiones

- En conclusión, la evaluación del efecto de las competencias técnicas del personal en la calidad del servicio al cliente en el mercado formal de los agroservicios de la zona urbana de la Esperanza Intibucá nos permitió dejar en claro que estas desempeñan un papel muy importante, sabiendo que a mayor nivel de conocimientos, habilidades y destrezas en el personal contribuye significativamente a una atención más eficiente y satisfactoria para los clientes. Por tanto, al fortalecer las competencias técnicas se convierten en un factor clave para mejorar la competitividad en el sector e incrementar la confianza de los clientes.
- Para concluir se puede decir que, según el análisis realizado de las competencias técnicas del personal influyen de manera importante en la calidad del servicio al cliente en los agroservicios de la zona. Cuando el personal cuenta con los conocimientos y habilidades necesarias puede brindar una atención más clara eficiente y confiable. Por lo tanto, es de suma importancia que las empresas nutran con mayor frecuencia las competencias de sus empleados para asegurar así una mejor atención y mayor satisfacción del cliente final.
- En conclusión, la evaluación del nivel de satisfacción de los clientes permite identificar que la atención recibida tiene una relación directa con las competencias técnicas del personal. Cuando los colaboradores de los agroservicios cuentan con los conocimientos y habilidades adecuadas, los clientes perciben un servicio más eficiente, claro y confiable, lo que mejora su experiencia final.

- Los resultados obtenidos a través de las pruebas estadísticas y el análisis de relación personal muestran una relación clara entre las competencias técnicas del personal en el mercado formal de los agroservicios de la Esperanza Intibucá. Eso significa que el nivel de preparación del personal influye directamente en cómo se brinda la atención. A su vez al contar con personal capacitado no solo mejora el servicio sino también aporta al buen funcionamiento y desarrollo del sector.

.

15. Recomendaciones

- Implementación de programas que sean continuos para capacitación técnica del personal de los agroservicios de La Esperanza Intibucá, que sean enfocados en el fortalecimiento de conocimientos, habilidades y destrezas. Esto va permitir mejorar la calidad del servicio al cliente, incrementar la eficiencia en la atención y fortalecer la competitividad del sector.
- Se recomienda que los agroservicios establezcan planes de formación periódicos y actualizados para su personal, con el fin de reforzar sus competencias técnicas. Esto ayudara a garantizar una atención más clara, eficiente y confiable, elevando así la satisfacción del cliente final.
- Se les recomienda a los agroservicios que realicen evaluaciones constantes de la satisfacción del cliente para identificar áreas de mejoras en la atención. Además, vincularlos con los procesos de capacitaciones del personal, para que así se fortalezcan las competencias técnicas que impactan directamente en la experiencia del cliente.
- Se recomienda invertir en la profesionalización del personal mediante capacitaciones técnicas y actualizaciones constantes, ya que esto no solo mejora la calidad del servicio al cliente, sino que también contribuye al buen funcionamiento y desarrollo sostenible del sector del agroservicios en la zona.

16. Anexos

Evidencias de aplicación de encuestas a empleados



Ilustración 28 Evidencia de aplicación de encuesta 1



Ilustración 29 Evidencia de aplicación de encuestas 2



Ilustración 30 Evidencia de aplicación de encuestas 3



Ilustración 31 Evidencia de aplicación de encuestas 4



Ilustración 32 Evidencia de aplicación de encuestas 5



Ilustración 33 Evidencia de aplicación de encuestas 6

Encuesta Variable Independiente

Variable: Competencias técnicas del personal de tiendas de agroservicios

Esta encuesta tiene fines exclusivamente educativos. Le agradecemos responder con sinceridad, eligiendo la opción que más se acerque a su opinión. La información que proporcione será confidencial y utilizada únicamente para fines académicos.

Instrucciones generales

Marque el inciso que más se acerque a su respuesta en cada una de las preguntas que a continuación se le presentan.

DATOS GENERALES

- Edad

❖ Menor de 19 años

❖ De 20 a 30 años

❖ De 31 a 40 años

❖ De 41 a 50 años

❖ De 51 a 64 años

❖ Mayor de 65 años

Dimensión: Competencias agropecuarias

- Tengo el conocimiento técnico necesario para responder a consultas sobre los principales cultivos de los clientes.

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

5) Totalmente de acuerdo

- Puedo realizar un diagnóstico agronómico básico a partir de la información proporcionada por el cliente.

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

- Cuento con conocimientos adecuados sobre suelos y nutrición vegetal para orientar al cliente.

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

- Identifico correctamente plagas y enfermedades a partir de síntomas descritos o muestras presentadas por el cliente.

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

Dimensión: Manejo de insumos agropecuarios

- Conozco las características y usos de los fertilizantes y agroquímicos disponibles en la tienda.

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

- Brindo orientación sobre el uso seguro y responsable de plaguicidas a los clientes.

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

- Tengo conocimientos básicos para orientar sobre la calibración de equipos de aplicación.

1) Totalmente en desacuerdo
2) En desacuerdo
3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4) De acuerdo
5) Totalmente de acuerdo

Dimensión: Análisis técnico y solución de problemas

- Analizo la información proporcionada por el cliente antes de recomendar un insumo o solución.

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

- Propongo alternativas técnicas viables cuando el cliente presenta limitaciones económicas o técnicas.

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

Dimensión: Servicio técnico al cliente

- Brindo una atención técnica respetuosa y orientada a las necesidades del cliente.

1) Totalmente en desacuerdo

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

- Explico de forma clara y comprensible las recomendaciones técnicas al cliente.

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

Dimensión: Capacitación técnica del personal

Recibo capacitaciones técnicas que fortalecen mi asesoría a los clientes sobre productos y cultivos.

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

- Aplico, en la atención al cliente, los conocimientos adquiridos en las capacitaciones.

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

- Me mantengo actualizado en temas técnicos agropecuarios y nuevos productos.

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

Encuesta Variable Dependiente

Variable dependiente: Calidad del servicio al cliente en los agroservicios

Esta encuesta tiene fines exclusivamente educativos. Le agradecemos responder con sinceridad, eligiendo la opción que más se acerque a su opinión. La información que proporcione será confidencial y utilizada únicamente para fines académicos.

Instrucciones generales

Marque el inciso que más se acerque a su respuesta en cada una de las preguntas que a continuación se le presentan.

DATOS GENERALES

- Edad

❖ Menor de 19 años

❖ De 20 a 30 años

❖ De 31 a 40 años

❖ De 41 a 50 años

❖ De 51 a 64 años

❖ Mayor de 65 años

Dimensión: Capacidad de respuesta del empleado.

1. El personal del agroservicio atiende rápidamente cuando solicito apoyo.
    1. Totalmente en desacuerdo
    2. En desacuerdo
    3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
    4. De acuerdo
    5. Totalmente de acuerdo
2. El personal se muestra disponible y atento para atender mis consultas
    1. Totalmente en desacuerdo
    2. En desacuerdo
    3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
    4. De acuerdo
    5. Totalmente de acuerdo
3. Los problemas o dudas que presento son resueltos eficientemente.
    1. Totalmente en desacuerdo
    2. En desacuerdo

3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

Dimensión: Seguridad del empleado

4. El personal demuestra conocimiento técnico al atender mis consultas.
    1. Totalmente en desacuerdo
    2. En desacuerdo
    3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
    4. De acuerdo
    5. Totalmente de acuerdo

5. El personal brinda recomendaciones con seguridad y claridad.
    1. Totalmente en desacuerdo
    2. En desacuerdo
    3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
    4. De acuerdo
    5. Totalmente de acuerdo

6. La atención recibida me genera confianza en el agroservicio.
    1. Totalmente en desacuerdo
    2. En desacuerdo
    3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
    4. De acuerdo
    5. Totalmente de acuerdo

Dimensión: Empatía y trato personalizado

7. El personal se interesa en comprender el problema o finalidad para la cual necesito el producto antes de hacer una recomendación.
    1. Totalmente en desacuerdo
    2. En desacuerdo
    3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
    4. De acuerdo
    5. Totalmente de acuerdo

8. Las explicaciones que brinda el personal sobre los productos y su uso son claras y fáciles de entender.
    1. Totalmente en desacuerdo
    2. En desacuerdo
    3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
    4. De acuerdo
    5. Totalmente de acuerdo

9. El servicio brindado toma en cuenta mis condiciones de producción al recomendar productos.
    1. Totalmente en desacuerdo
    2. En desacuerdo
    3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
    4. De acuerdo
    5. Totalmente de acuerdo

Dimensión: capacitación en atención y servicio al cliente

10. Me siento satisfecho (a) con la atención brindada por el personal.
    1. Totalmente en desacuerdo
    2. En desacuerdo
    3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
    4. De acuerdo
    5. Totalmente de acuerdo

11. El personal resuelve los desacuerdos o conflictos de manera respetuosa y efectiva. Si no ha tenido desacuerdos seleccionar la opción "**No Aplica"**
    - No aplica
    - Totalmente en desacuerdo
    - En desacuerdo
    - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
    - De acuerdo
    - Totalmente de acuerdo
    - No Aplica

12. El trato recibido por el personal es amable y profesional.
    - Totalmente en desacuerdo
    - En desacuerdo
    - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
    - De acuerdo
    - Totalmente de acuerdo

17. Referencias Bibliografía

Keller, K. L., & Kotler, P. (2016). *Marketing Management (15.ª ed.).*

Academi, I. (6 de Marzo de 2025). *Las habilidades clave que necesitas para triunfar en los Agronegocios en 2025*. Obtenido de International School of Agri Management.: https://isam.education/las-habilidades-clave-que-necesitas-para-triunfar-en-los-agronegocios-en-2025/

Aguilar Chavez, L. F., Obando Verde, M. V., & Ramírez López, V. G. (2021). Calidad del servicio brindada por las empresas comercializadoras minoristas de insumos agropecuarios del distrito de Oxapampa, Pasco, Perú. *Pontificia Universidad Católica del Perú*.

Amarilla, J. M. (2010). Los contratistas de servicios de maquinaria.

Argenti, O., & Marocchino, C. (2002). *Abastecimiento y distribución de alimentos en las ciudades. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.* Roma.

Boyatzis, R. E. (1982). *El gerente competente: un modelo para un desempeño eficaz.*

C., K. (2006). *Michael Porter's competitiveness framework – recent learning and new research agendas. Journal of Industry, Competition and Trade.*

DESSLER, G. (2004). *Administracion de Recursos Humanos Enfoque Latinoamericano.* Ciudad de Mexico : PEARSON Educación .

E., P. M. (2008). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors.* California.

FAOLEX. (2018). *Estrategia sectorial para la competitividad agroalimentaria en Honduras.*

Gabriela Maria Flores Valladares . (2021). Plan de mejora para la implementación del manual de procedimientos administrativos del proceso operacional en el departamento de servicio al cliente de transportes cristina. Tegucigalpa, 2021. *Universidad Tecnologica Centroamericana* .

Grant, R. M. (2016). *Análisis de la Estrategia Contemporanea* . Wiley .

Hernandez Sampieri , R., Fernandez Collado , C., & Baptista , P. (2014). *Metodologia de la investigacion* (6.° ed. ed.).

Herrera González, Y., Cantero Cora , H., & Leyva Cardeñosa, E. (2021). *Gestión del servicio al cliente para lograr ventajas competitivas en empresas comercializadoras.* Redalyc.

Honduras, C. (16 de Agosto de 2019). *Comportamiento de la demanda y la oferta de los servicios de extensión y asistencia técnica en el sector agrícola.* Obtenido de https://care.org.hn/2019/08/16/comportamiento-de-la-demanda-y-la-oferta-de-los-servicios-de-extension-y-asistencia-tecnica-en-el-sector-agricola/

Honduras, J. /. (2019). *Informe sobre asistencia técnica, postcosecha y productividad.*

Jeremi Gabriel Alvario Lopez. (2023). Satisfacción del cliente en la empresa “El Agroservicio El Agricultor” en la ciudad de Babahoyo en el periodo 2023. *Repositorio Institucional Universidad Tecnica de Babahoyo*.

Kotler , P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management (15.ª ed.).*

L., O. R. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer. McGraw-Hill.*

Motiño Zavala , C. L., & Agüero Melara , D. (2022). Habilidades Gerenciales en el Contexto de las MiPymes en Tegucigalpa . *Centro Universitario Tecnologico CEUTEC*.

Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations. Free Press.*

Ramos, C. L. (2024). ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA AGROSAN AGROPECUARIA. *Repositorio Institucional Universidad Tecnica de Babahoyo*.

SAG. (2022). *Recomendaciones Técnicas Generales para la Producción.*

Spencer , L. M., & Spencer , S. M. (1993). *Competencia en el trabajo: modelos para un desempeño superior.* New York: New York Wiley.

Tejada Fernandez, J., & Navío Gámez , A. (s.f.). El desarrollo y la gestión de competencias. *Revista Iberoamericana de Educación*, 16.

Torres, L. M. (2019). *Factores que requieren mejora para mantener la competitividad del sector agropecuario.* Bocayá .

Vargas Hernández, J., & Palos Cerda , G. C. (2014). ANÁLISIS DEL ENFOQUE DE LAS COMPETENCIAS TÉCNICAS.

Wongtschowski, M., Belt, J., Heemskerk, W., & Kahan, D. (2013). The business of agricultural. *Royal Tropical Institute (KIT*.