



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**El teletrabajo y fidelización del cliente en AYR Consultores y
Asesores SAC, Comas, 2023**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE

Licenciada en Administración

AUTORA:

Aponte Mallqui, Noemi Rogelia (orcid.org/0000-0002-0389-1668)

ASESOR:

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

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo Económico, Empleo y Emprendimiento

LIMA - PERÚ

2023

DEDICATORIA

A mis compañeros de vida, que motivan mis deseos de superación constante. A mis queridos padres, por sus oraciones y preocupación permanente por mi proyecto de vida.

AGRADECIMIENTO

Al mejor consejero de vida, a DIOS, a mi docente de tesis, Dr. Casma Zárate, Carlos Antonio; por brindarme su apoyo, espacio y tiempo durante el desarrollo de mi investigación.

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CARLOS ANTONIO CASMA ZARATE, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "El teletrabajo y fidelización del cliente en AYR Consultores y

Asesores SAC, Comas, 2023", cuyo autor es APONTE MALLQUI NOEMI ROGELIA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 26 de Junio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CARLOS ANTONIO CASMA ZARATE DNI: 06153553 ORCID: 0000-0002-4489-8487	Firmado electrónicamente por: CCASMAZ el 28-06- 2023 11:37:01

Código documento Trilce: TRI - 0554148



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, APONTE MALLQUI NOEMI ROGELIA estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "El teletrabajo y fidelización del cliente en

AYR

Consultores

y

Asesores SAC, Comas, 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

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

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

Nombres y Apellidos	Firma
APONTE MALLQUI NOEMI ROGELIA DNI: 71309633 ORCID: 0000-0002-0389-1668	Firmado electrónicamente por: NAPONTEM el 06-072023 14:41:44

Código documento Trilce: INV - 1321643

v

Índice de contenidos

CARÁTULA	ii
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I.INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III.METODOLOGÍA	11
3.1.Tipo y Diseño de investigación	11
3.2.Variables, Operacionalización	11
3.3. Población muestra y muestreo.	13
3.4 Técnicas e instrumentos de recogida de datos	13
3.5. Procedimientos	14
3.6 Metodología de análisis de datos	14
3.7. Aspectos Éticos	14
IV.RESULTADOS	15
V.DISCUSIÓN	20
VI.CONCLUSIONES	25
VII.RECOMENDACIONES	26
REFERENCIAS	27
ANEXOS	34

Índice de tablas

Tabla 1. Análisis de los resultados de la variable teletrabajo	15
Tabla 2. Análisis de los resultados de las dimensiones del teletrabajo	15
Tabla 3. Análisis de la variable fidelización del cliente	15
Tabla 4. Análisis de las dimensiones de la variable fidelización del cliente	16
Tabla 5. Análisis de la prueba de normalidad	16
Tabla 6. Análisis de la hipótesis del teletrabajo y fidelización del cliente	17
Tabla 7. Análisis de la hipótesis la flexibilidad y fidelización del cliente	18
Tabla 8. Análisis de la hipótesis actividades laborales y fidelización del cliente	18
Tabla 9. Análisis de la hipótesis productividad y fidelización del cliente	19

Resumen

La investigación parte del objetivo fue determinar la relación entre el teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023. El estudio fue aplicado, de diseño no experimental, de nivel descriptivo-explicativo, para recopilar la información se utilizó el cuestionario para la recopilación de datos. La población estuvo compuesta por 45 trabajadores y se utilizó un cuestionario de 20 ítems, el mismo que ha sido validado por juicio de expertos y de alta confiabilidad. En donde se obtuvo un valor de alfa de Cronbach de 0,882 demostrando que el instrumento es viable. Además, se observó a través de la contrastación de hipótesis. El coeficiente que se obtuvo fue de "0,864", demostrando que existe una correlación positiva y directa proporcional, en donde el valor de sig.<0,05 (0,000), demostrando que se cumple la hipótesis alterna, concluyendo que existe relación entre las variables. Además, se concluyó que afirman que el teletrabajo se benefició en dos perspectivas, a saber; perspectiva organizacional y perspectiva de los empleados; Por lo que podemos decir que la perspectiva organizacional y gerencial se relaciona con los efectos de la productividad y, en términos de la perspectiva del empleado, se puede obtener un efecto actitudinal relacionado con la satisfacción.

Palabras clave: Flexibilidad, actividades laborales, productividad, fiabilidad, seguridad y satisfacción.

Abstract

The research part of the objective was to determine the relationship between teleworking and customer loyalty in AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023. The study was applied, of a non-experimental design, of a descriptive-explanatory level, to collect the information the Questionnaire for data collection. The population was made up of 45 clients and a 20-item questionnaire was obtained, the same one that has been validated by expert judgment and with high reliability. Where a Cronbach's alpha value of 0.882 was obtained, demonstrating that the instrument is viable. In addition, it was demonstrated through the contrasting of hypotheses. The coefficient that was obtained was "0.864", demonstrating that there is a positive and direct proportional connection, where the value of $\text{sig.} < 0.05$ (0.000), demonstrating that the alternative hypothesis is fulfilled, concluding that there is a relationship between the variables. In addition, it was concluded that they affirm that teleworking benefited from two perspectives, namely; organizational perspective and employee perspective; So we can say that the organizational and managerial perspective is related to the effects of productivity and, in terms of the employee's perspective, an attitudinal effect related to satisfaction can be obtained.

Keywords: Flexibility, work activities, productivity, reliability, safety and satisfaction.

I. INTRODUCCIÓN

La realidad problemática a nivel mundial el teletrabajo se está volviendo una tendencia importante en la evolución de las organizaciones, los avances tecnológicos comenzaron a cambiar una vez más con las formas de trabajar de las personas, donde el manejo de herramientas digitales, aumentaron en intensidad una nueva forma de trabajo, que ha generado un mayor ímpetu en los trabajadores.

Para Rodríguez y Pardo (2020), debido a las medidas restrictivas que tomaron muchos países debido a la pandemia, se impuso la necesidad de un aislamiento social para poder disminuir el contagio, además la forma repentina en que se impuso el teletrabajo a la mayoría de los empleados, género que no se organicen de la forma adecuada por lo que al inicio se tuvo problemas ergonómicos y de factor psicosocial

Según la Organización Mundial de la salud (2020), nos manifiesta que el teletrabajo tiene un efecto positivo potencial en su salud y bienestar debido a la mayor flexibilidad en los horarios de trabajo y a un mayor tiempo de pasar con la familia. Sin embargo, los posibles problemas son el aislamiento de los compañeros de trabajo. Sin embargo, estudios que evaluaron las condiciones ergonómicas de los teletrabajadores durante la pandemia de COVID-apuntaron- algunas condiciones adversas que pueden estar relacionadas con la aparición de problemas musculoesqueléticos

La organización Internacional del Trabajo (OIT) indica que uno de los principales problemas del teletrabajo es sostener la rentabilidad del grupo y efectuar los acuerdos con los clientes y los beneficiarios. Para que el teletrabajo sea eficiente debe existir comunicación y colaboración entre la dirección y los colaboradores (OIT 2020)

De manera general según OIT (2020), el trabajo impone una estructura sobre los estilos de vida de las personas y sus dimensiones espaciales y temporales. Gracias a las mejoras en las TIC, el teletrabajo (en sus diversas formas) se está volviendo cada vez más popular, debido a la tendencia acelerada por la crisis del Covid-19. En Suiza, por ejemplo, aunque menos del 25 % de los trabajadores teletrabajaban

(ocasional o regularmente) antes de la pandemia, esto aumentó a casi el 35% durante la pandemia en 2020 (OFS,2021).

Sin embargo, el Instituto Peruano de Economía (IPE 2020), indicó el estado de emergencia causó que haya un cambio en manera de trabajar o laborar para gran parte de la población peruana, por ello el 15 de marzo el estado manifestó la legislación creando el modo de teletrabajo para que perdure en el tiempo de estado de emergencia, expandiendo actualmente su estado de vigencia.

En el contexto local se ha podido analizar a la empresa AYR consultores en donde se logró observar que desde que empezó a desarrollarse el teletrabajo en esta empresa se ha logrado percibir que la atención al cliente, induciendo en aspectos incómodos e insatisfactorios como los horarios de atención, la actitud del personal y la falta de información y asesoramiento sobre servicios contables de interés para los clientes influyen en la captación y retención de clientes de los clientes. Por lo que a través del estudio se busca mejorar las condiciones del teletrabajo y nuevas estrategias que fidelicen a los clientes.

Respecto al planteamiento del problema general, se formula la siguiente pregunta: ¿Cómo se relaciona el teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023?, así mismo los problemas específicos son: (a) ¿Cuál es la relación entre la flexibilidad del teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023? (b) ¿Cuál es la relación entre las actividades laborales y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023?, (c) ¿Cuál es la relación entre la productividad y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023?

En cuanto al estudio se justifica de forma teórica, para se sustentó bajo la teoría de comportamiento X y Y, propuesta por Douglas Mc Gregor, en la teoría X, se considera un estilo rígido, en donde las personas o el personal de trabajo necesita ser controlado para que no lleguen a esquivar las responsabilidades, sin embargo, en la teoría Y, nos demuestra un trabajo más participativo en donde se busca impulsar el crecimiento y oportunidades de trabajo el cual se debe fundamentar en el reconocimiento de valor de oportunidades al trabajador. En cuanto a la teoría de ventaja competitiva de Michael Pother, el cual establece para una mejor fidelización

del cliente se debe de realizar una adecuada estrategia de diferenciación del producto, liderazgo en costos y una adecuada segmentación, en donde se busca un adecuado mayor compromiso, confianza y seguridad en los clientes y de esta manera poder incrementar el nivel de fidelización de los clientes.

Para la justificación metodológica, se realizó un cuestionario conformado por 20 items el cual estuvo estructurado en base a los objetivos de estudio, y el planteamiento del problema. Finalmente, en cuanto a la justificación práctica, la investigación busca establecer estrategias de mejora en la fidelización del cliente a través del teletrabajo, sirviendo un punto de partida para brindar diversas alternativas de solución de similar al estudio, sirviendo de fuente de conocimiento.

En cuanto al objetivo general fue determinar la relación entre el teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023, de igual manera los objetivos específicos son: (a) Determinar la relación entre la flexibilidad del teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023, (b) Determinar la relación entre actividades laborales y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023, (c) Determinar la relación entre la productividad y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023.

Finalmente, en cuanto a la hipótesis general: Existe relación directa y significativa entre el teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023. Hipótesis específica: (1) Existe relación directa y significativa entre la flexibilidad del teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023 (2) Existe relación directa y significativa entre actividades laborales y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023 (3) Existe relación directa y significativa entre la productividad y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023

II. MARCO TEÓRICO

En el contexto internacional Medina et al., (2021), cuyo objetivo fue el teletrabajo es una forma novedosa de trabajo que se realiza en cuba que requiere de la conceptualización de los factores que llegan a influir, tales como el perfil de los trabajadores y directivos, modelos de dirección y de relación jefes-teletrabajadores, para ello es importante poder planificar organizar y llegar a evaluar las condiciones de los trabajos, así como desarrollar una adecuada capacitación , en donde aprenda planificar y organizar su tiempo de forma disciplinada

A si mismo Gonzales Deza et al., (2017), nos manifiesta que el teletrabajo es aumenta el nivel de productividad laboral y mejora el rendimiento del cumplimiento de sus objetivos. Mejorando las habilidades requeridas por el teletrabajador siendo: Disciplina, estimulación y dedicación. En relación con la flexibilidad laboral, el teletrabajo equilibra adecuadamente el trabajo y la vida familiar, lo que proporciona una sensación de bienestar que se traduce en una mayor productividad. También mejora el entorno de trabajo y ofrece mayores oportunidades para atraer nuevos talentos y evita la rotación de personal.

Tenemos a Lassiter (2020), cuyo objetivo fue analizar el teletrabajo y sus asociaciones con la satisfacción laboral en una empresa manufacturera, el estudio se realizó a partir de la teoría de Golden, el cual estimula el teletrabajo en relación con el liderazgo, trabajo en equipo y satisfacción, para ello se encuestó a 84 personas, en donde se obtuvo un valor de “ $r=0,485^*$ ” y un sig menor 0,05 (0,015), en donde se concluyó, que los teletrabajadores prosperan cuando cuentan con el apoyo de sus supervisores y organizaciones, en donde se encontró para un mejor desarrollo del liderazgo es importante para mejorar el nivel de comunicación y compromiso siendo estos sus principales indicadores.

Para Tate et al (2019) se llego a tener como objetivo la relación entre la comunicación y el conocimiento del teletrabajo, el estudio se llego a realizar una encuesta a 125 trabajadores de una empresa de telefonía digital, en donde se obtuvo un “ $r=0,914^*$ ” y un sig menor 0,05 (0,015) entre la comunicación y teletrabajo como variables de estudio, además se demostró el vínculo de compromiso (“ $r=0,645^*$ ” y un sig menor 0,05 (0,015)) en la atención (“ $r=0,714^*$ ” y un sig menor 0,05 (0,015)), motivación (“ $r=0,788^*$ ” y un sig menor 0,05 (0,015)). La premisa de este estudio fue examinar la relación de los factores de competencia de

comunicación mediada por computadora según lo definido por el modelo CMC (atención, compromiso y motivación) para explicar la variación el nivel de comunicación general de los empleados de los teletrabajadores

Indika (2021) el estudio llegó a tener como objetivo analizar el impacto del teletrabajo en el equilibrio de la calidad de vida laboral de los trabajadores de la empresa Sri Lanka, para ello se adoptó un método de encuesta utilizando un cuestionario desarrollado por el autor que consta de tres instrumentos para recopilar datos el cual se recopiló de 110 trabajadores, los hallazgos que se obtuvieron se demostró la relación entre el teletrabajo y la calidad de vida laboral ($r=0,871^*$ y un sig menor 0,05 (0,015)). Por lo que se demostró que se tienen un impacto positivo. Los resultados del estudio son importantes en la perspectiva teórica y práctica, ya que todos los conceptos cubren en el estudio, es decir, teletrabajo, nos demuestra entre el equilibrio entre el trabajo y la calidad de la vida y la felicidad de los empleados son absolutamente importantes para que los profesionales de recursos humanos consideren obtener lo mejor de los empleados. Además, se alienta a los futuros investigadores a probar las diferencias de género de las tres variables, los factores que afectan el éxito del teletrabajo en el contexto de Sri Lanka, y el impacto de las variables mencionadas anteriormente con intención de facturación, compromiso organizacional, etc. contexto actual. Además, para que los gerentes desarrollen y ajusten sus políticas organizacionales, estas sugerencias de investigación serían útiles para cosechar el éxito.

En Nueva Zelanda, Rahabneh (2022) se tuvo como objetivo los efectos del apoyo del teletrabajo en el bienestar de los trabajadores en las empresas industriales, en un intento por controlar el virus y detener la propagación, el gobierno anunció varias restricciones, incluido un bloqueo total para todo el país. Durante los niveles tres y cuatro, las organizaciones industriales se vieron obligadas a operar de forma remota. Teniendo en cuenta las circunstancias únicas de la pandemia de Covid-19, este estudio tuvo como objetivo examinar la relación entre las percepciones de apoyo hacia el teletrabajo y los resultados laborales y de bienestar. Estos incluyen la satisfacción laboral, la felicidad, el compromiso laboral, las intenciones de rotación, el equilibrio entre el trabajo y la vida personal, la depresión y la ansiedad laborales de los empleados en Nueva Zelanda durante el

cierre. Además, la investigación examinó si los cambios de trabajo de Covid-19 moderan la influencia del apoyo del teletrabajo, midiendo explícitamente los cambios asociados cuando los cambios de trabajo de Covid-19 son significativos. En donde se encuestó a 357 empleados de los sectores público y privado. Además, los efectos constantes del apoyo del teletrabajo se relacionan positivamente con la satisfacción laboral, el compromiso laboral, la felicidad y el equilibrio entre el trabajo y la vida personal.

En Nigeria, Onyemaechi et al. (2022) los autores tuvieron como propósito analizar el impacto del teletrabajo en el desempeño de los trabajadores en un grupo de cuatro empresas industriales. La *población de la investigación fue de mil ciento noventa y cinco y se utilizó la ecuación de Yaro Yamane para inferir la estimación de la prueba*, en donde se obtuvo un valor de muestra de 300 trabajadores. Las técnicas empleadas en el análisis de los datos fueron estadística descriptiva, análisis de regresión logística ordinal. Los resultados indicaron que el entorno como factor moderador afecta significativamente la relación entre el teletrabajo y el desempeño laboral. (“El valor de sig de Chi-cuadrado < 0,05 (0,004)), concluyendo que el entorno y la tecnología influyen en una medida razonable en la relación entre el teletrabajo y el desempeño en el lugar de trabajo. Se recomendó, entre otras cosas, que las organizaciones deben asegurarse de que el entorno de sus teletrabajadores sea propicio y tenga una buena red y conectividad a Internet si debe afectar la relación entre el teletrabajo y el rendimiento en el lugar de trabajo.

En cuanto a nivel nacional, se llegó a recopilar la información de los diferentes autores: Aguilar Huerdo et al. (2021) el estudio llegó a tener como objetivo analizar el vínculo entre el teletrabajo y desempeño laboral, se recopiló la información en donde realizó un análisis descriptivo obteniéndose un $r = -0,777^*$, demostrando existe un problema siendo los factores que estimulan un bajo desempeño, el agotamiento, estrés, falta de compromiso y calidad de servicio. En esa misma perspectiva Lucen (2022) cuyo estudio fue analizar la gestión del talento humano y su vínculo con la fidelización de los trabajadores de una caja metropolitana, en cuanto al método empleado fue un “diseño-no experimental (Transversal)”, de nivel “descriptivo- correlacional”, en donde se recolectó la información por intermedio de un cuestionario conformado por 35 colaboradores en donde se realizó la contrastación de hipótesis a través del “rho spearman = 0,777*”

cuyo $p=0,000$ comparado con la regla de decisión se comparó con el α (0,05), llegando a demostrar una relación fuerte entre las variables de estudio, en donde se recomienda para que el nivel de fidelización de los trabajadores se debe de mejorar el nivel de motivación de los trabajadores.

Para Copacabana (2022) un estudio en la Victoria se trabajó bajo el objetivo fue determinar la relación entre el teletrabajo administrativo y la satisfacción del usuario externo. La metodología utilizada fue descriptiva, correlacional, no experimental y de correlación simple. El diseño muestral fue no probabilístico, intencional, ya que sólo se consideró una muestra de 100 personas. También se comprobó la hipótesis y se demostró que la correlación es de 0,885 y P "Valor" (0,000) < 0,05, lo que indica que existe una relación entre el teletrabajo y la satisfacción de los usuarios.

En Pucallpa, para los autores García et al. (2022) tuvieron como propósito analizar la relación entre el teletrabajo y rentabilidad en la empresa Credi Vargas, en donde se realizó un estudio de diseño no experimental (transversal), aplicada (enfoque cuantitativo), descriptivo-correlacional y en donde se encuestó a 50 trabajadores recopilándose de la información de 25 ítems, los hallazgos mostraron que un 76% se encuentra en un nivel eficiente el teletrabajo, en donde se realizó una contrastación de hipótesis (" $r=0,569^{**}$ " y un sig menor 0,05 (0,000)), demostrando una relación significativa entre el teletrabajo y la rentabilidad.

En Lima, Monteverde (2022) investigó la relación entre el teletrabajo y el rendimiento laboral entre trabajadores mediante un diseño no experimental (transversal), de aplicación (enfoque cuantitativo) y un estudio "descriptivo – correlacional". y en donde se encuestó a 200 trabajadores recopilándose de la información de 20 ítems, los hallazgos mostraron que un 76% se encuentra en un nivel eficiente el teletrabajo, en donde se realizó una contrastación de hipótesis (" $r=0,573$ " y un sig menor 0,05 (0,000)), demostrando una relación significativa entre el teletrabajo y el desempeño de los colaboradores. Por lo que se llegó a concluir que el teletrabajo es considerado como una gran modalidad que ayuda que se cumpla de forma positiva las condiciones para mejorar el nivel de eficiencia del desempeño laboral. Además, en los Olivos, Cardalcha (2019) en cuyo estudio fue analizar el vínculo post venta y fidelización de los clientes de la empresa Robles S.R.L, en donde se diseñó una encuesta con 27 preguntas

cerradas dicotómicas cuya información se recopiló de 100 clientes en donde se realizó una contrastación correlacional de las hipótesis (“ $r=0,453^*$ ” y un sig menor 0,05 (0,000)), demostrando una relación significativa entre las variables de estudio.

Entre las teorías que guardan relación con la variable telemarketing tenemos La Teoría del Intercambio Social (SET) es uno de los paradigmas conceptuales más destacados e influyentes para comprender el comportamiento laboral, en donde describe el intercambio social como las acciones voluntarias de los individuos que están motivadas por los beneficios que se espera que traigan y que, de hecho, normalmente obtienen de otros (Tate et al., 2021, p.191). Tate (2015) señaló que “un concepto importante de la teoría del intercambio social es que una persona considera favorablemente a los demás con la expectativa de recibir algo a cambio sin especificar los términos del intercambio” (p. 44). Blau (1964) explicó el intercambio social como el carácter definido que no tiene especificación en el momento del favor o por adelantado, y las discreciones se dan a quien lo hace. SET es una teoría amplia que los académicos aplican en muchas disciplinas, como la gestión de recursos humanos, el comportamiento organizacional y la psicología. Así, el intercambio social ha enfatizado los aspectos socioemocionales de la relación de trabajo (es decir, los sentimientos de obligación y confianza), mientras que el intercambio económico ha enfatizado los aspectos financieros y más tangibles de la relación de intercambio (Tate et al., 2019, p.193).

SET es la teoría más aplicada en estudios recientes sobre el compromiso de los empleados. Según Bailey et al. (2017) la teoría SET ocupó el segundo lugar como el marco teórico aplicado con mayor frecuencia para mejorar el nivel de compromiso y fidelización, donde la teoría del intercambio social respalda el concepto de reciprocidad cuando las empresas brindan facetas a los empleados como pago, autonomía, trabajo significativo o capacitación y, a cambio, el empleado corresponde compromiso o a través de mayores niveles de compromiso. Muchos estudios recientes han sido consistentes con la conclusión de que la teoría del intercambio social respalda conceptualmente el compromiso de los empleados.

También tenemos la teoría de comportamiento X y Y, propuesta por Douglas Mc Gregor, en la teoría X, se considera un estilo rígido, en donde las personas o el personal de trabajo necesita ser controlado para que no lleguen a esquivar las responsabilidades, sin embargo, en la teoría Y, nos demuestra un trabajo más

participativo en donde se busca impulsar el crecimiento y oportunidades de trabajo el cual se debe fundamentar en el reconocimiento de valor de oportunidades al trabajador. En cuanto a la teoría de ventaja competitiva de Michael Pother, se llega a sustentar en realizar una perspectiva en donde se demuestre el grado de idoneidad a través de diversas estrategias que genere una mayor compromiso, confianza y seguridad en los clientes y de esta manera poder incrementar el nivel de fidelización de los clientes.

En cuanto a la definición del teletrabajo Khairudin & Aziz (2019) se considera una de las principales estrategias utilizadas por las organizaciones para enfrentar con éxito la competitividad global y obtener una ventaja competitiva del capital humano al permitir que los empleados alcancen una mayor satisfacción. Demostrando el hecho de que Hartman et al (1991) afirman que el teletrabajo se benefició en dos perspectivas, a saber; perspectiva organizacional y perspectiva de los empleados; Por lo que podemos decir que la perspectiva organizacional y gerencial se relaciona con los efectos de la productividad y, en términos de la perspectiva del empleado, se puede obtener un efecto actitudinal relacionado con la satisfacción.

Zhang et, al., (2021), nos menciona que existe una relación importante entre el teletrabajo y la satisfacción laboral, esto debido por el desempeño de sus trabajadores, la interdependencia de tareas y la discreción laboral, respectivamente. Tizana (2022) en donde la existencia de un umbral crítico en el tiempo dedicado al teletrabajo puede mejorar el nivel de satisfacción dentro del trabajo.

La primera dimensión Flexibilidad para Adamovic (2021), es la vinculación entre un mayor equilibrio entre la vida laboral y personal siendo el entorno institucional de cada país, que influye en quién tiene acceso a arreglos de trabajo flexibles, el que determina cómo el teletrabajo afectará el equilibrio entre la vida laboral y personal.

Por otro lado, en la segunda dimensión actividades laborales Delanoeije et al. (2019) sostienen que, en los días de teletrabajo, los trabajadores experimentan menos conflictos entre el trabajo y el hogar, pero más entre el hogar y el trabajo y que aquellos con una fuerte preferencia por la protección del hogar reportan más conflictos como resultado de la interrupción del trabajo.

En cuanto a la tercera dimensión productividad, (Halpern y Castro, 2020) nos demuestra la evaluación entre el cumplimiento de las diligencias con el plazo que se establece para medir el cumplimiento de los objetivos. En cuanto a los artículos recopilados Golden y Eddleston, 2018 En su estudio, concluyen que el teletrabajo genera un impacto negativo en la vida profesional, lo que se asocia negativamente a las promociones y el crecimiento salarial. En particular, cuando el trabajo complementario es alto, los empleados que teletrabajan más recibirán más promociones y un mayor crecimiento salarial que cuando el trabajo complementario es bajo. En cuanto al contexto laboral, en organizaciones donde la normativa del teletrabajo es alta, los empleados que teletrabajen más recibirán más promociones, pero no un mayor crecimiento salarial- que cuando trabajan en un entorno menos normativo. Finalmente, el contacto cara a cara con el supervisor se considera una estrategia efectiva de gestión de impresiones que conduce a un mayor crecimiento salarial para los teletrabajadores extensivos cuando es alto.

El teletrabajo ha resultado en la creación de tensión entre los empleados que teletrabajan y los que no, donde los teletrabajadores expresan su preocupación por la exclusión en el lugar de trabajo (Athanasiadou y Theriou 2021). Los teletrabajadores temen que quienes no adopten el teletrabajo duden del compromiso, la confiabilidad y el alcance de su contribución de los teletrabajadores. En este contexto, el principio de disponibilidad reemplazó al principio de capacidad de respuesta. Si bien este último se considera un importante contribuyente a la autonomía, sostienen que lo primero conduce a una nueva norma de conducta que mejora el control gerencial tecnocrático por medio de la formación de un sistema de control social basado en pares. (Golden y Eddleston (2020), Chung, H. y van der Horst, M., (2018). Tras el impacto del teletrabajo en la relación de confianza entre adoptantes y no adoptantes del teletrabajo mediada por la falta de contacto presencial, la transferencia de conocimientos entre ambos colectivos también se vio afectada negativamente (Heiden et al., (2020)). Por lo que se concluye de que existe una incapacidad para cooperar entre teletrabajadores y no teletrabajadores.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y Diseño de investigación

En el estudio se aplicó, en donde el estudio parte de un problema mediante la adaptación de un instrumento el cual mide el comportamiento de las variables (Baena, 2017).

En este estudio se trabajó la recopilación de información bajo un enfoque cuantitativo ya que los datos se recolectan mediante una escala de Likert y posteriormente se cuantifican. De acuerdo con Marroquín et al. (2019), el enfoque cuantitativo consiste en utilizar un instrumento de cuestionario cerrado para recolectar información, mejor conocido como cuestionario, en el cual la información será analizada estadísticamente.

El diseño de investigación adoptado fue de naturaleza no experimental, debido a su enfoque en el cambio de la pregunta planteada, se clasificó como transversal, dado que se empleó un cuestionario a lo largo de un periodo de tiempo específico. Pankajakshan y Vidukumar (2020) definen un diseño no experimental como un estudio observacional que analiza el comportamiento de una variable sin intervenir para cambiarla. Hernández y Mendoza (2018), por su parte, definen un estudio transversal como aquel que se lleva a cabo durante un periodo de tiempo determinado.

En cuanto al nivel del estudio, se realizó un análisis descriptivo correlacional, el cual describió cada una de las variables en función de sus dimensiones e indicadores relacionados con el tema en estudio, con el propósito de medir el grado de correlación existente entre ellas. En esta línea, el análisis descriptivo correlacional, tal como lo plantean Hernández y Mendoza (2018), busca refutar las hipótesis del estudio mediante un análisis estadístico de la relación entre las variables y las dimensiones tomadas

3.2. Variables, Operacionalización

Definición conceptual variable teletrabajo: De acuerdo con coronel (2018) el teletrabajo puede operarse de forma extremadamente Independiente, generando una flexibilidad para realizar sus actividades laborales, esta ventaja les permite ser más productivos (p.14).

Definición operacional: El teletrabajo se llegó a ejecutar a través de las siguientes dimensiones: Flexibilidad para coronel (2018) el teletrabajo se desarrolla bajo la aplicación de flexibilidad horaria y espacial, el cual llega a posibilitar que los miembros de la organización lleguen a tener un mejor estado de ánimo en su desempeño, el cual le permita una mejor adaptación a su ambiente de trabajo y de esta manera trabajar con una mejor satisfacción. Segunda dimensión actividades laborales para coronel (2018) el teletrabajo se logra medir a través de la eficiencia de las actividades laborales a través del conocimiento y manejo de una estructura informática y de telecomunicaciones, en donde las actividades laborales se puedan desarrollar desde cualquier lugar. Tercera dimensión coronel (2018) la productividad del teletrabajo se desarrolla como el resultado producto de las actividades que se realiza, por lo que se debe de tener un agradable ambiente, siendo importante el aspecto psicológico de los trabajadores, así como se debe trabajar en base a la optimización de los tiempos en cerrar las ventas, por lo que es importante el desarrollo de capacitaciones, cuyas dimensiones permitieron tener una adecuada información para el estudio.

Indicadores: Satisfacción, ambiente de trabajo, adaptación, equipo, conexión de internet, programas, capacitación, aspecto psicológico y ventas

Definición conceptual variable fidelización: De acuerdo con Alcaide (2017) la fidelidad del cliente "es el conjunto de condiciones que llevan a los clientes a estar satisfechos con el producto o servicio que desean y les hacen volver a comprar".

Definición operacional: La fidelización se llegó a ejecutar a través de las dimensiones, fiabilidad para el autor Alcaide (2017), es determinada como aquella característica importante de la fidelización que sirve para realizarse de manera cuidadosa y fiable a desarrollar de una mejor manera la resolución de problemas. Segunda dimensión seguridad Alcaide (2017), se refiere como la dimensión en donde se busca mantener la credibilidad, confianza y dar una atención al cliente manteniéndolas relaciones comerciales, Finalmente en cuanto a la tercera dimensión satisfacción Alcaide (2017) dentro de la fidelización se logra la satisfacción a través de un adecuado manejo de incentivos, una agradable experiencia que genere una adecuada perspectiva. Los cuales permitieron tener una adecuada información para el estudio.

Indicadores: Confiabilidad, resolución de problemas, disposición, necesidades del cliente, confidencialidad, información, incentivos, expectativas y perspectivas

Escala de medición: Para Hernández y Mendoza (2018) la escala de medición del instrumento se a través de los ítems, los cuales están en modo afirmativo, para llegar a medir el comportamiento de las dimensiones y de las variables utilizando una escala de Likert.

3.3. Población muestra y muestreo.

Valderrama (2017) población es el grupo de personas a partir del cual se quiere determinar el tamaño de la muestra. Por lo que podemos decir que la población estuvo integrada por 45 trabajadores. Los datos se recopilaron tomando como muestra a todos los clientes y excluyendo a aquellos que no tenían un contrato en vigor con la empresa en función de los criterios de exclusión.

En cuanto a las muestras se obtienen mediante fórmulas estadísticas y pueden ser tanto muestras finitas como infinitas y se convierten en un subconjunto importante de la investigación en curso (Bernal, 2014).

La muestra estará conformada por 45 trabajadores. Para Baena (2017), un estudio censal se utiliza para aquellas investigaciones donde se estudia el mismo tamaño de la población con el de la muestra.

3.4 Técnicas e instrumentos de recogida de datos

La técnica utilizada fue la encuesta, que se utiliza para realizar preguntas que midieran el comportamiento de las variables de la investigación en relación con los objetivos planteados (Saenz,2018). Como instrumento el cuestionario, de acuerdo con Hernández y Mendoza (2018), el cuestionario se compone de preguntas cerradas, y la recolección de información se puede lograr de manera más rápida y anónima a través de ciertas escalas Likert.

La validez examina si los constructores del instrumento legitiman las preguntas haciéndolas pertinentes al propósito del estudio a través de la opinión de un grupo de expertos. (Hernández et al., 2014, p. 2017).

En igual forma, Hernández y Mendoza (2018), la fiabilidad del instrumento debe demostrarse a través de técnicas o métodos que analicen la fiabilidad de los

coeficientes, de los cuales el alfa de Cronbach es la valoración más utilizada, con resultados entre 0 y 1 (p. 208). El valor para la variable teletrabajo es de 0,743 y el valor para la variable fidelidad es de 0,859.

3.5. Procedimientos

En este estudio, se presentó una solicitud a la empresa para obtener su aprobación. Posteriormente, se recopiló la base de datos a través de una encuesta a cada uno de los clientes. La información obtenida se procesó utilizando el software SPSS-26. Para ello se realizó una prueba de normalidad, se contrastaron hipótesis y se obtuvieron conclusiones relevantes para el propósito del estudio. Hernández y Mendoza (2018) describen al procedimiento de una investigación como aquel, que consta de múltiples pasos para garantizar el correcto procesamiento de la información, en donde se evalúa analiza la información, y se extraen conclusiones pertinentes al objetivo de la investigación.

3.6 Metodología de análisis de datos

En cuanto a los métodos de análisis de datos, los datos recopilados fueron procesados utilizando dos métodos de análisis estadístico en el software SPSS 26. El primer método utilizado fue el análisis descriptivo, el cual emplea tablas y gráficos para recopilar información y analizar el comportamiento de las variables de manera porcentual. Además, se llevó a cabo un análisis de inferencia descriptiva para contrastar hipótesis utilizando métodos estadísticos, tal como lo sugieren Hernández, Fernandes y Baptista (2018).

3.7. Aspectos Éticos

Con relación a los aspectos éticos, el estudio cumplió con todos los parámetros éticos y se adhirió a los criterios establecidos por la APA (American Psychological Association), lo que permitió el análisis de las variables. Hernández y Mendoza (2018) señalan que los aspectos éticos del estudio incluyen el reconocimiento de los méritos de cada autor y el respeto a los derechos de autor, los cuales fueron considerados de manera necesaria durante la realización del estudio.

IV. RESULTADOS

Los resultados fueron procesados a través del SPSS26 y analizados a través de dos métodos; el análisis-descriptivo y un análisis-inferencial. Primero se realizó tablas de frecuencia para medir el análisis-descriptivo de la variable como las dimensiones los cuales fueron medidos a través de tres niveles alto, medio y bajo

Tabla 1. *Análisis de los resultados de la variable teletrabajo*

	Bajo		Regular		Alto	
	f	%	f	%	f	%
Teletrabajo	3	7%	35	78%	7	15%

Fuente: Recopilación de la base de datos de la encuesta.

Interpretación: Se aprecia que un 78% (35) se encuentra en un nivel “regular”, 15% (7) presenta un nivel alto, mientras un 7% (3) demuestran un nivel bajo, por lo que podemos concluir que la eficiencia del teletrabajo de la empresa se desarrolla de forma regular, evidenciando la problemática de estudio.

Tabla 2. *Análisis de los resultados de las dimensiones del teletrabajo*

Dimensiones	Bajo		Regular		Alto	
	f	%	f	%	f	%
Dimensión flexibilidad	1	2%	31	69%	13	29%
Dimensión Actividades laborales	6	13%	28	62%	11	24%
Dimensión Productividad	3	7%	28	62%	14	31%

Fuente: Recopilación de la base de datos de la encuesta.

Interpretación: Respecto al análisis de las dimensiones del teletrabajo, se observó que en las tres dimensiones existe una mayor preponderancia en el nivel “regular”, 69% en flexibilidad, 62% en actividades laborales y productividad. A diferencia de un 29% que se encuentran en el nivel “alto” en la dimensión flexibilidad, 24% en actividades laborales y un 31% en productividad.

Tabla 3. *Análisis de la variable fidelización del cliente*

	Bajo		Regular		Alto	
	f	%	f	%	f	%
Fidelización del cliente	1	2%	30	67%	14	31%

Interpretación: Se aprecia que un 67% (30) se encuentra en un nivel “regular”, 31% (3) presenta un nivel alto, mientras un 2% (1) demuestran un nivel bajo, por lo que podemos concluir que el nivel de fidelización de los clientes que la empresa viene realizando es de forma regular, demostrando insatisfacción, un bajo nivel de seguridad y flexibilidad.

evidenciando la problemática de estudio.

Tabla 4. *Análisis de las dimensiones de la variable fidelización del cliente*

Dimensiones	Bajo		Regular		Alto	
	f	%	f	%	f	%
Dimensión Fiabilidad	6	13%	26	58%	13	29%
Dimensión Seguridad	7	16%	30	67%	8	18%
Dimensión satisfacción	27	60%	8	18%	10	22%

Fuente: Recopilación de la base de datos de la encuesta.

Interpretación: Respecto al análisis de las dimensiones de la fidelización de los clientes, se observó que en las tres dimensiones existe una mayor preponderancia en el nivel “regular”, 69% en flexibilidad, 62% en actividades laborales y productividad. A diferencia de un 29% que se encuentran en el nivel “alto” en la dimensión flexibilidad, 24% en actividades laborales y un 31% en productividad

Análisis inferencial: Para este análisis se realizó una prueba de normalidad para determinar con que estadístico se va a contrastar las hipótesis de la investigación

Tabla 5. *Análisis de la prueba de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
TELETRABAJO	,220	45	,000	,887	45	,000
FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES	,149	45	,004	,944	45	,001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación: Como se aprecia en la prueba de normalidad solo se analizarán los datos de Shapiro-Wilk, debido a que el tamaño de la muestra es menor a 50, observándose que el valor de la significancia es menor al 0,05, por lo que el presente estudio es un no paramétrico, contrastándose las hipótesis de la investigación a través de la rho de spearman.

Prueba de hipótesis general

H₀: No existe relación directa y significativa entre el teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023.

H_a: Existe relación directa y significativa entre el teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023.

Tabla 6. *Análisis de la hipótesis del teletrabajo y fidelización del cliente*

			Teletrabajo	Fidelización del cliente
Rho de Spearman	Teletrabajo	Coefficiente de correlación	1,000	,864**
		sig.(bilateral.)	.	,000
		N	45	45
	Fidelización del cliente	Coefficiente de correlación	,864**	1,00
		sig.(bilateral.)	,000	.
		N	45	45

Interpretación: Los resultados obtenidos respecto al coeficiente de correlación 0,864 en base a los autores Hernández y Mendoza (2018) en base a los autores Hernández y Mendoza (2018) demuestran un nivel de correlación positivo alto. Respecto al nivel de significancia obtenido 0,000 se cumple la hipótesis alterna, demostrando una relación directa y significativa entre el teletrabajo y la fidelización de los clientes.

Hipótesis específica 1

H₀: No existe relación directa y significativa entre la flexibilidad del teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023.

H_a: Existe relación directa y significativa entre la flexibilidad del teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023.

Tabla 7. *Análisis de la hipótesis la flexibilidad y fidelización del cliente*

			Flexibilidad	Fidelización del cliente
Rho de Spearman	Flexibilidad	Coeficiente de correlación	1,000	,756**
		sig.(bilateral.)	.	,000
		N	45	45
	Fidelización del cliente	Coeficiente de correlación	,756**	1,00
		sig.(bilateral.)	,000	.
		N	45	45

Interpretación: Los resultados obtenidos respecto al coeficiente de correlación 0,756 en base a los autores Hernández y Mendoza (2018) demuestran un nivel de correlación positivo considerable. Respecto al nivel de significancia obtenido 0,000 se cumple la hipótesis alterna, demostrando una relación directa y significativa entre la flexibilidad del teletrabajo y la fidelización de los clientes.

Ho: No existe relación directa y significativa entre las actividades laborales del teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023.

Ha: Existe relación directa y significativa entre las actividades laborales del teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023.

Tabla 8. *Análisis de la hipótesis actividades laborales y fidelización del cliente*

			Actividades laborales	Fidelización del cliente
Rho de Spearman	Actividades laborales	Coeficiente de correlación	1,000	,711**
		sig.(bilateral.)	.	,003
		N	45	45
	Fidelización del cliente	Coeficiente de correlación	,711**	1,00
		sig.(bilateral.)	,003	.
		N	45	45

Interpretación: Los resultados obtenidos respecto al coeficiente de correlación 0,711 demuestran un nivel de correlación positivo considerable. Respecto al nivel de significancia obtenido 0,003 se cumple la hipótesis alterna, demostrando una relación directa y significativa entre las actividades laborales del teletrabajo y la fidelización de los clientes.

Hipótesis específica 3

H₀: No existe relación directa y significativa entre la productividad y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023.

H_a: Existe relación directa y significativa entre la productividad y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023.

Tabla 9. *Análisis de la hipótesis productividad y fidelización del cliente*

			Productividad	Fidelización del cliente
Rho de Spearman	Productividad	Coeficiente de correlación	1,000	,571**
		sig.(bilateral.)	.	,000
		N	45	45
	Fidelización del cliente	Coeficiente de correlación	,571**	1,00
		sig. (bilateral.)	,000	.
		N	45	45

Interpretación: Los resultados obtenidos respecto al coeficiente de correlación 0,571 en base a los autores Hernández y Mendoza (2018) demuestran un nivel de correlación positivo considerable. Respecto al nivel de significancia obtenido 0,000 se cumple la hipótesis alterna, demostrando una relación directa y significativa entre la productividad del teletrabajo y la fidelización de los clientes.

V. DISCUSIÓN

Basándonos en los resultados estadísticos obtenidos de una muestra compuesta por 45 empleados, se procedió a realizar un análisis exitoso mediante la aplicación de una prueba de hipótesis general. El procesamiento de los datos, utilizando la prueba de normalidad de Rho Spearman, arrojó un resultado significativo de dos caras con un valor p de 0,000. Esto condujo a la aceptación de la hipótesis alternativa formulada. Además, se obtuvo un coeficiente de correlación positiva fuerte de 0,864, lo que confirma la existencia de una fuerte correlación positiva entre los elementos relevantes de cada variable estudiada.

En consecuencia, se logró alcanzar el objetivo general del estudio, el cual consistía en determinar la relación existente entre el teletrabajo y la fidelización de clientes en AYR Consultores y Asesores SAC, en Comas durante el año 2023. Estos resultados respaldan de manera concluyente la existencia de una relación significativa y positiva entre la implementación del teletrabajo y la fidelización de clientes en la mencionada empresa

Teniendo en cuenta los hallazgos obtenidos se contrastaron con las investigaciones de Lassiter (2020), cuyo objetivo fue analizar el teletrabajo y sus asociaciones con la satisfacción laboral en una empresa manufacturera, el estudio se realizó a partir de la teoría de Golden, el cual estimula el teletrabajo en relación con el liderazgo, trabajo en equipo y satisfacción, para ello se encuestó a 84 personas, en donde el objetivo se alcanzó según los estadísticos, obteniendo una " $r=0,485^*$ " y una sig inferior al 0,05 (0,015), lo que indica un menor grado de correlación positiva y, por tanto, un valor claramente positivo obtenido en comparación con nuestro estudio, sin embargo, en ambos estudios se cumplió la hipótesis de investigación. Del mismo modo, en nuestro estudio pudimos demostrar que a nivel convencional se desarrolla un teletrabajo moderado, similar al estudio en donde también se obtuvo un nivel regular. Se llegó a fundamentar a través del valor teórico de Coronel (2018), definiendo al teletrabajo, como la forma de trabajo extremadamente Independiente, que permitiendo una ventaja entre sus miembros volviéndolos más productivos, debido a la flexibilidad para realizar sus actividades laborales.

En el estudio realizado por Copacondori (2022), también se evaluó la hipótesis de investigación y se obtuvo una correlación de 0,885, con una significación de dos colas menor a 0,05. Estos resultados indican la existencia de una relación entre el teletrabajo y la satisfacción de los usuarios. Al comparar estos hallazgos con los obtenidos en nuestro estudio, se observan similitudes significativas, ya que ambos estudios arrojaron una fuerte correlación positiva. Es importante destacar que nuestro estudio se fundamenta en la definición de lealtad de la cliente proporcionada por el autor teórico Alcaide (2017). Según esta definición, la lealtad del cliente se refiere a un conjunto de condiciones que generan satisfacción en los clientes con respecto al producto o servicio que necesitan, lo que a su vez los motiva a realizar compras repetidas. Estos hallazgos corroboran la importancia del teletrabajo en la satisfacción de los usuarios y respaldan la idea de que brindar un entorno laboral flexible puede tener un impacto positivo en la lealtad y satisfacción de los clientes. De igual manera, el objetivo general se sustentó en la teoría de comportamiento X y Y, propuesta por Douglas Mc Gregor, en la teoría X, se considera un estilo rígido, en donde las personas o el personal de trabajo necesita ser controlado para que no lleguen a esquivar las responsabilidades, sin embargo, en la teoría Y, nos demuestra un trabajo más participativo en donde se busca impulsar el crecimiento y oportunidades de trabajo el cual se debe fundamentar en el reconocimiento de valor de oportunidades al trabajador.

Con relación a la hipótesis específica 1, se obtuvo un resultado significativo de dos caras con un valor de p de 0,000 utilizando el coeficiente de correlación de Rho de Spearman. En consecuencia, se aceptó la hipótesis alternativa planteada. Además, se obtuvo un coeficiente de correlación positiva fuerte de 0,756, lo cual indica la existencia de una relación positiva y sólida entre el rendimiento y la fidelidad.

En este sentido, se logró alcanzar el objetivo general del estudio, que consistía en determinar la relación existente entre la flexibilidad laboral y la fidelización de los clientes de AYR Consultores y Asesores SAC, en Comas durante el año 2023. Estos resultados respaldan de manera concluyente la existencia de

una relación significativa y positiva entre la implementación de la flexibilidad laboral y la fidelización de los clientes en la mencionada empresa.

Teniendo en cuenta los hallazgos obtenidos se contrastaron con las investigaciones de Gonzales Deza et al., (2017), cuyo objetivo fue analizar el teletrabajo y sus asociaciones con productividad laboral, en donde se cumplió el objetivo en base a la estadística, obteniendo un “ $r=0,901^{**}$ ” y un sig menor 0,05 (0,000), nos manifiesta que el teletrabajo es aumenta el nivel de productividad laboral, mejorando las habilidades requeridas por el teletrabajador siendo: Disciplina, estimulación y dedicación. En relación con la flexibilidad laboral, el teletrabajo equilibra adecuadamente el trabajo y la vida familiar, lo que proporciona una sensación de bienestar que se traduce en una mayor productividad. También mejora el entorno de trabajo y ofrece mayores oportunidades para atraer nuevos talentos y evita la rotación de personal. Además, el estudio se sustentó en la definición de Flexibilidad de Adamovic (2021) donde la denomina la vinculación de equilibrio entre la vida laboral y personal siendo el entorno institucional de cada país, que influye en quién tiene acceso a arreglos de trabajo flexibles, el que determina cómo el teletrabajo afectará el equilibrio entre la vida laboral y personal.

Para abordar la segunda hipótesis específica, se realizó un análisis utilizando el coeficiente de correlación de Rho de Spearman, el cual arrojó un resultado significativo de dos caras con un valor de p de 0,003. En consecuencia, se aceptó la hipótesis alternativa planteada. Además, se obtuvo un coeficiente de correlación positiva de 0,711, lo que indica la presencia de una fuerte relación positiva entre la actividad laboral y la fidelidad de los clientes.

En este sentido, se logró alcanzar el objetivo de determinar la relación existente entre la actividad laboral y la lealtad del cliente en el caso de AYR Consultores y Asesores SAC, en Comas durante el año 2023. Estos resultados respaldan de manera concluyente la existencia de una relación significativa y positiva entre la actividad laboral y la fidelidad de los clientes en la mencionada empresa. En similar perspectiva se tuvo relación con el estudio de Tate et al (2019) el objetivo determinar la relación entre la comunicación y el teletrabajo, en donde se obtuvo un “ $r=0,914^{**}$ ” y un sig menor 0,05 (0,015) entre la comunicación y teletrabajo. En donde un 65% de los 125 participantes de una empresa telefónica,

demonstraron que estaban satisfecho ya que mejoraba el nivel de sus actividades laborales, permitiendo que puedan realizar otras actividades. Sin embargo, contrastándolo con nuestro estudio el 56% de nuestros participantes consideran que existe un manejo regular de las actividades laborales dentro del teletrabajo, esto debido a la sobrecarga laboral, ya que no existe un sistema reglamentado de la carga laboral, en donde la empresa se sustente. Por otro lado, en la segunda dimensión actividades laborales se sustentó en la definición de Delanoeije et al. (2019) sostienen que, en los días de teletrabajo, los trabajadores experimentan menos conflictos entre el trabajo y el hogar, pero más entre el hogar y el trabajo y que aquellos con una fuerte preferencia por la protección del hogar reportan más conflictos como resultado de la interrupción del trabajo.

Para la segunda hipótesis se procesó mediante el “Rho-Spearman”, que arrojó un resultado de significación 0,003, por lo que se aceptó la hipótesis, además se arrojó un resultado positivo de 0,711, demostrando que existe una "correlación positiva" entre la actividad laboral y la fidelidad de los clientes. De esta manera, se logró el objetivo de identificar la relación entre la actividad laboral y la fidelización de clientes para AYR Consultores y Asesores SAC, Comas 2023.

Teniendo en cuenta los hallazgos obtenidos se contrastaron con las investigaciones de Tate et al (2019) el objetivo determinar la relación entre la comunicación y el teletrabajo, en donde se obtuvo un “ $r=0,914^{**}$ ” y un sig menor 0,05 (0,015) entre la comunicación y teletrabajo. En donde un 65% de los 125 participantes de una empresa telefónica, demostraron que estaban satisfecho ya que mejoraba el nivel de sus actividades laborales, permitiendo que puedan realizar otras actividades. Sin embargo, contrastándolo con nuestro estudio el 56% de nuestros participantes consideran que existe un manejo regular de las actividades laborales dentro del teletrabajo, esto debido a la sobrecarga laboral, ya que no existe un sistema reglamentado de la carga laboral, en donde la empresa se sustente. Por otro lado, en la segunda dimensión actividades laborales se sustentó en la definición de Delanoeije et al. (2019) sostienen que, en los días de teletrabajo, los trabajadores experimentan menos conflictos entre el trabajo y el hogar, pero más entre el hogar y el trabajo y que aquellos con una fuerte preferencia por la

protección del hogar reportan más conflictos como resultado de la interrupción del trabajo.

En relación con la tercera hipótesis específica, al utilizar la Rho de Spearman se obtuvo un resultado significativo de dos caras con un valor de p de 0,003. Por lo tanto, se aceptó la hipótesis alternativa formulada, y se obtuvo un coeficiente de correlación positiva de 0,571, lo que confirma la existencia de una relación positiva fuerte entre la actividad laboral y la fidelidad de los clientes. De esta manera, se ha logrado alcanzar el objetivo de determinar la relación entre la actividad laboral y la fidelización de clientes para AYR Consultores y Asesores SAC, en Comas durante el año 2023.

Es importante destacar que estos resultados contrastan con el estudio realizado por Onyemaechi et al. (2022) en Nigeria, quienes examinaron la relación entre la comunicación y el teletrabajo, y encontraron una relación baja entre el teletrabajo y el rendimiento laboral ($p=0,004$). Estos hallazgos demuestran que las conclusiones de nuestro estudio difieren de los resultados obtenidos en el estudio anteriormente mencionado. En donde un 45% de los 300 participantes, respondieron que su nivel de productividad se incrementó, debido a que podían compartir más tiempo con sus familiares y les permitía realizar diversas actividades, por lo que se recomendó a las organizaciones deben asegurarse de que el entorno de sus teletrabajadores sea propicio y tenga una buena red y conectividad a Internet si debe afectar la relación entre el teletrabajo y el rendimiento en el lugar de trabajo.

Finalmente, en la tercera dimensión productividad se sustentó en la definición de Hartman et al (1991) afirman que el teletrabajo se benefició en dos perspectivas, a saber; perspectiva organizacional y perspectiva de los empleados; Por lo que podemos decir que la perspectiva organizacional y gerencial se relaciona con los efectos de la productividad y, en términos de la perspectiva del empleado, se puede obtener un efecto actitudinal relacionado con la satisfacción.

VI. CONCLUSIONES

Primera:

En cuanto al objetivo general propuesto, los estudios descriptivos han demostrado que la eficacia del teletrabajo en las empresas cambia regularmente. con un 78%, evidenciando la problemática de estudio. Además, a través de los resultados inferenciales se demostró el objetivo que el teletrabajo se relaciona con fidelización del cliente en AYR, con 0,864 y un valor de significancia de 0,000 siendo menor al 0,05, por lo que se pudo concluir que existe relación entre las variables.

Segunda:

En cuanto al primer objetivo específico, nuestra investigación descriptiva reveló que dentro de la empresa existe un nivel regular de flexibilidad del teletrabajo con un 69%. Además, se determinó a relación entre la flexibilidad del teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR, con 0,756 y un valor de significancia de 0,000 siendo menor al 0,05, por lo que se pudo concluir que existe relación entre las variables.

Tercero:

En base al segundo objetivo y de acuerdo con los resultados obtenidos de los estudios descriptivos se determinó que dentro de la empresa existe un nivel regular de actividades laborales del teletrabajo con un 62%. Además, se determinó a relación entre las actividades laborales y la fidelización del cliente en AYR con 0,711 y un valor de significancia de 0,000 siendo menor al 0,05, por lo que se pudo concluir que existe relación entre las variables.

Cuarto:

Finalmente, el tercer objetivo específico, nuestra investigación descriptiva reveló que dentro de la empresa dentro de la empresa existe un nivel regular de productividad del teletrabajo con un 62%. Además, se determinó a relación entre la productividad y la fidelización del cliente, con 0,571 y un valor de significancia de 0,000 siendo menor al 0,05, por lo que se pudo concluir que existe relación entre las variables.

VII. RECOMENDACIONES

Primero:

Se recomienda al gerente de recursos humanos de la empresa AYR consultores y asesores SAC, trabajar a través del teletrabajo, proporcionar a los empleados la opción de trabajar desde casa o de manera remota mejorar su satisfacción laboral y, a su vez, fortalecer la relación con los clientes.

Segundo:

Se recomienda al gerente de recursos humanos de la empresa AYR consultores y asesores SAC, desarrollar una flexibilidad del teletrabajo, brindando un servicio personalizado, permitiendo a los empleados trabajar desde diferentes ubicaciones para que puedan estar cerca de los clientes en diferentes regiones geográficas. Esto les permitirá comprender mejor las necesidades específicas de cada cliente y brindar un servicio adaptado a sus requerimientos.

Tercero:

Se recomienda al gerente de recursos humanos de la empresa AYR consultores y asesores SAC, adoptar horarios de trabajo, en donde se adapte según las necesidades de los clientes, generando una mayor disponibilidad y conveniencia tanto para los clientes como los trabajadores. Esto permitirá atender a clientes en diferentes horarios y facilitará la comunicación con aquellos que tienen horarios laborales particulares.

Cuarto:

Se recomienda al gerente de recursos humanos de la empresa AYR consultores y asesores SAC, para mejorar el nivel de productividad del teletrabajo, utilizar herramientas digitales de gestión de tareas y proyectos para organizar sus actividades, establecer plazos y realizar un seguimiento del progreso de sus trabajadores, estas herramientas pueden facilitar la colaboración con colegas y mantener un registro de las tareas realizadas.

REFERENCIAS

- Aguilar Huevo, C. M., Jumba Correa, S., & Martínez Quispe, L. L. (2021). El teletrabajo y su relación con el desempeño laboral. (Tesis de licenciatura de ESAN).
https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/2394/2021_MATC_19-1_03_T.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Álvarez Risco, Al. (2020). Gestión del Correo Electrónico en Teletrabajo. Revista ENDO de Universidad de Lima.15 (22), 122-141 pp.
- Bailey, C., Madden, A., Alfes, K. y Fletcher, L. (2017). El significado, los antecedentes y los resultados del compromiso de los empleados: una síntesis narrativa. Revista Internacional de Revisiones de Gestión, 19, 31-53.<https://doi.org/10.1111/ijmr.12077>
- Beglaryan, M., & Shakhmuradyan, G. (2020). The impact of COVID-19 on small and medium-sized enterprises in Armenia: Evidence from a labor force survey. Small Business International Review, 4(2), e298.
<https://doi.org/10.26784/sbir.v4i2.298>
- Benjumea Arias, M. L., Villa Enciso, E. M., & Valencia Arias, J. (2016). Beneficios e impactos del teletrabajo en el talento humano. Resultados desde una revisión de literatura. Revista CEA, 2(4), 59–73.
<https://doi.org/10.22430/24223182.172>
- Centro Común de Investigación, Unión Europea (2020). Teletrabajo en la UE antes y después del COVID-19: dónde estábamos, hacia dónde vamos – abril 2020.
https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/jrc120945_policy_brief_-_covid_and_telework_final.pdf
- Chung, H. y van der Horst, M., 2018. Patrones de empleo de las mujeres después del parto y el acceso percibido y el uso de horarios flexibles y teletrabajo. Relaciones humanas. Número especial sobre carreras flexibles. 71 (1): 47-72.
<http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0018726717713828>

- Coronel, R. (2018). Teletrabajo y comercio electrónico. AulaMentor. Perú. Enfrentando el Coronavirus (Covid-19): Contribuyendo a un Esfuerzo Global. Ganancias de productividad del teletrabajo en la era post COVID-19: ¿Cómo pueden las políticas públicas lograrlo?
- Respuestas políticas de la OCDE al coronavirus (COVID-19 (2020).*
https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=135_135250-u15liwp4jd&title=Aumento-de-la-productividad-del-teletrabajo-en-la-era-post-COVID-19
- Golden, T. D., y Eddleston, K. A. (2020). Is there a price telecommuters pay? Examining the relationship between telecommuting and objective career success. *Journal of Vocational Behavior*, 116. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.103348>
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta, México: Editorial Mc Graw Hill Education, ISBN: 978-1-4562-6096-5
- Holgersen, H., Jia, Z., & Svenkerud, S. (2021). Who and how many can work from home? Evidence from task descriptions. *Journal for labour market research*, 55(1), 1-13.
- Indika, K. A. (2021). Impact of Telecommuting on Employee Performance of Executives in the Telecommunication Industry in Sri Lanka: Mediating Effect of Work Life Balance and Job Satisfaction. *FUTURE OF WORK*, 200.
- IPE (19 de agosto del 2020). ¿Trabajo Remoto o Teletrabajo? Recuperado de <https://www.ipe.org.pe/portal/boletin-ipe-trabajo-a-distancia/>.
- Kawashima, T., Nomura, S., Tanoue, Y., Yoneoka, D., Eguchi, A., Shi, S. y Miyata, H. (2021). La relación entre la fiebre y la implementación del teletrabajo como medida de distanciamiento social frente a la pandemia de COVID-19 en Japón. *Salud pública*, 1(1)192 , 12-14.
- Kazekami, S. (2020). Mechanisms to improve labor productivity by performing telework. *Telecommunications Policy*, 44(2), 101-168.

- Kazi Turin Rahman, M., & Arif, Z. (2020) Working from Home during the Covid-19 Pandemic: Satisfaction, Challenges, and Productivity of Employees. *International journal of trade & commerce-iiartc*, 9(2), 284-293.
- Khairudin NKQM & Aziz, N 2019, "The correlation between telecommuting and work life balance in oil and gas industry", *Journal of Physics: Conference Series*, Available From: 10.1088/1742- 6596/1529/2/022057 (6th August 2020).
- Lassiter, V. (2020). The differences in job satisfaction, engagement, and dedication between full-time remote and non-remote employees (Order No. 28150737). Available from ProQuest Central. (2486137381). Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/differences-job-satisfaction-engagement/docview/2486137381/se-2>
- Lirios, C. G. (2021). Climate and labor flexibility again Covid-19. *Jurnal Office*, 7(1), 55-70. Loia, F., & Adinolfi, P. (2021). Teleworking as an Eco-Innovation for Sustainable Development: Assessing Collective Perceptions during Covid-19. *Sustainability*, 13(9), 4823-4850.
- Lopez, L. (2019). Telework and work stress in collaborators of the credit bank of Perú of the province of Trujillo - Perú, 2019. http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/5830/1/re_admin_edson.lopez_luis.neira_teletrabajo.estres.laboral_datos.pdf
- Miglioretti, M., Gagnano, A., Margheritti, S., & Picco, E. (2021). Not all telework is valuable. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 37(1), 11-19.
- Morilla, A., Muñoz, R., Chaves, A. & Vázquez-Aguado, O. (2021). Telework and Social Services in Spain during the Covid-19 Pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(2), 725.
- Müller, T. y Niessen, C. (2019). Self-leadership in the context of part-time teleworking. *Journal of Organizational Behavior*, 40(8), 883–898. <https://doi.org/10.1002/job.2371>

- Nagata, T., Nagata, M., Ikegami, K., Hino, A., Tateishi, S., Tsuji, M. & Mori, K. (2021). Intensity of home-based telework and work engagement during the Covid-19 pandemic. *MedRxiv*. 1(1), 1-25.
- Nakrošienė, A., Bučiūnienė, I. & Goštautaitė, B. (2019), Working from home: characteristics and outcomes of telework, *International Journal of Manpower*, 40 (1), 87-101.
- Nordbäck, E. S., Myers, K. K., & McPhee, R. D. (2017). Workplace flexibility and communication flows: a structural view. *Journal of Applied Communication Research*, 45(4), 397-412.
- OIT (2020). Teleworking during the COVID-19 pandemic and beyond. Recuperado de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---travail/documents/publication/wcms_758007.pdf.
- Ollo-López, A., Goñi-Legaz, S., & Erro-Garcés, A. (2020). Home-based telework usefulness and facilitators. *International Journal of Manpower*, 1(1), 1-17.
- Onyemaechi, U., Chinyere, U. P., & Emmanuel, U. (2018). Impact of Telecommuting on Employees' Performance. *Journal of Economics and Management Sciences*, 1(3), 54-55.
- OMS (11 de marzo del 2020). Director General de la OMS en la rueda de prensa sobre la COVID-19. Recuperado de <https://www.who.int/es/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>.
- Onyemaechi, U., Ikpeazu, N. y Saputra, N. (2022). El papel moderador del medio ambiente y la tecnología en la relación entre el teletrabajo y el desempeño en el lugar de trabajo en las industrias de servicios en Nigeria. *REVISTA DE TENDENCIAS EMERGENTES EN CIENCIAS DE GESTIÓN Y EMPRENDIMIENTO*, 4 (1), 117–131. Obtenido de <http://www.jetmase.com/index.php/jetmase/article/view/30>
- Pabilonia, S. W., & Vernon, V. (2020). Telework and time use in the United States. *Discussion Paper Series*, 1(1), 1-63.

- Page, M. J., Moher, D., Bossuyt, P., Boutron, I., Hoffmann, T., Mulrow, C. & Chou, R. (2020). PRISMA 2020 explanation and elaboration. Updated guidance and exemplars for reporting systematic reviews, 1(1), 1-90.
- Peralta, A., Bilous, A., Flores, C. & Bombón, C. F. (2020). El impacto del teletrabajo y la administración de empresas. *Recimundo*, 4(1), 326-335.
- Rahabneh, F. M. N. (2022). *The Effects of Telecommuting Support on Employee Work and Well-Being Outcomes During the COVID-19 Lockdown Period in New Zealand* (Doctoral dissertation, Auckland University of Technology). <http://hdl.handle.net/10292/15504>
- Raišienė, A. G., Rapuano, V., Varkulevičiūtė, K., & Stachová, K. (2020). Working from Home—Who is Happy? A Survey of Lithuania's Employees during the Covid-19 Quarantine Period. *Sustainability*, 12(13), 1-21.
- Ramírez, S., Gallego, J., & Tamayo, M. (2020). Human capital, innovation and productivity in Colombian enterprises: a structural approach using instrumental variables. *Economics of Innovation and New Technology*, 29(6), 625-642.
- Ramos, J. (2020). *Teletrabajo Hábitos Saludables y productivos*. XIINXIIN. Mexico.
- Ray, T. K., & Pana-Cryan, R. (2021). Work Flexibility and Work-Related Well-Being. *International Journal of Environmental Research and Public*, 18(6), 32-54.
- Ripani, L. (2020). Coronavirus: un experimento de teletrabajo a escala mundial Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 4 (12). 1-52 pp.
- Rodríguez, D., y Pardo, M. (2020). EL TELETRABAJO EN TIEMPOS DE COVID-19. Recuperado de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24640/1/ENSAYO%20EI%20teletrabajo%20en%20tiempos%20de%20COVID-19.pdf>.
- Rodríguez, M. M., & Horsten, J. L. R. (2021). Caracterización del estrés laboral y su impacto en la productividad en una industria maquiladora de Reynosa Tamaulipas. *593 digital Publisher CEIT*, 6(2), 183-192.

- Rojas, R. (2016). Análisis de la modalidad de teletrabajo y su incidencia en la productividad laboral de las empresas privadas de la ciudad de Quito Caso de estudio empresa D. I. T. TELECOM.
- Romero, J. M. (2020). Teletrabajo: modalidad en expansión. *Enfoques jurídicos*, 1(2), 121-133. Ronconi, R. (2020). Proceso de búsqueda, recuperación y evaluación de la información. *Creative Commons*, 1(1), 4-21.
- Rubio-Aparicio, M., Sánchez-Meca, J., Marín-Martínez, F., & López-López, J. A. (2018). Recomendaciones para el Reporte de Revisiones Sistemáticas y metaanálisis. *Anales de psicología*, 34(2), 412-420.
- Sánchez, Montenegro & Medina (2019). Teletrabajo una propuesta de innovación en productividad empresarial. *Digital Publisher*. 7 (15). 91-108 pp. DOI: <https://doi.org/10.33386/593dp.2019.5-1.133>
- Tapasco-Alzate, O. A., & Giraldo-García, J. A. (2020). Asociación entre posturas administrativas de directivos y su disposición hacia la adopción del teletrabajo. *Información tecnológica*, 31(1), 149-160. Tavares, A. I. (2017). Telework and health effects review. *International Journal of Healthcare*, 3(2), 1-30
- Tate, TD, Lartey, FM y Randall, PM (2019) Relación entre la comunicación mediada por computadora y el compromiso de los empleados entre los trabajadores del conocimiento de teletrabajo. *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, 7, 328-347. <https://doi.org/10.4236/jhrss.2019.72021>
- Tavares, F., Santos, E., Diogo, A., & Ratten, V. (2020). Teleworking in Portuguese communities during the COVID-19 pandemic. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 1(1), 1-17.
- Tokarchuk, O., Gabriele, R., & Neglia, G. (2021). Teleworking during the Covid-19 Crisis in Italy: Evidence and Tentative Interpretations. *Sustainability*, 13(4), 2147-2159.

- Unión Europea (2020). Vivir, Trabajar y COVID-10: Primeros Hallazgos - abril 2020. <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2020/living-working-and-covid-19>
- Valenzuela García, H. (2020). Teletrabajo y amplificación de la desigualdad en la sociedad postpandemia española. *revista andaluza de antropología*, 19, 14–36. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.12795/RAA.2020.19.02>
- Vilhelmson, B y Thulin, E. (2016). ¿Quiénes y dónde están los trabajadores flexibles? Explorando la difusión actual del teletrabajo en Suecia Nueva tecnología. *Trabajar. Emplear*, 31 (1), 77 – 96 pp.
- Vrchota, J., Maříková, M., & Řehoř, P. (2020). Teleworking in SMEs before the onset of coronavirus infection in the Czech Republic. *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, 25(2), 151-164.
- Yin, S., Zhang, N., & Dong, H. (2020). Preventing COVID-19 from the perspective of industrial information integration: Evaluation and continuous improvement of information networks for sustainable epidemic prevention. *Journal of Industrial Information Integration*, 19(1), 1-10.
- Zhang, S., Moeckel, R., Moreno, AT, Shuai, B. y Gao, J. (2020). Una perspectiva del conflicto entre el trabajo y la vida en el teletrabajo. *Investigación del transporte Parte A: Política y práctica*, 1(141), 51-68
- Zhang, T., Gerlowski, D., & Acs, Z. (2021). Working from home: small business performance and the COVID-19 pandemic. *Small Business Economics*, 1-26.

Anexo 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	POSICIÓN		ÍTEMES	ESCALA DE MEDICIÓN
EI Teletrabajo	Coronel (2018) El teletrabajo puede operarse de forma extremadamente Independiente, generando una flexibilidad para realizar sus actividades laborales, esta ventaja les permite ser más productivos (p.14).	Se va a elaborar un total de 10 preguntas relacionado con las siguientes dimensiones: flexibilidad, actividades laborales, productividad	Flexibilidad	Satisfacción	P1	Bajo 3-6	Se encuentra satisfecho en continuar con la modalidad de teletrabajo.	1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo
				Ambiente de trabajo	P2	7-10 Regular	Considera que el ambiente de trabajo ha mejorado con el teletrabajo	
				Adaptación	P3	11-15 Alto	Puede concentrarse en tu trabajo evitando interrupciones ocasionadas por tareas y convivencia en el hogar	
				Equipo	P4	4-9 Bajo	Dispones de un ordenador con las prestaciones necesarias para realizar tu trabajo	
				Conexión de internet	P5	10-15 Regular	Tiene una conexión de internet rápida y estable	
			Productividad	Programas	P6	16-20 Alto	En relación con los programas que necesitas para realizar tu trabajo: Office, navegador u otros. La empresa le proporciona versiones actualizadas y compatibles.	
				Capacitación	P7		Considera que los canales digitales son más importantes para coordinar y planificar tareas entre los trabajadores, que los programas de Gmail.	
				Aspecto Psicológico	P8	3-6 Bajo	Se ha debido capacitar a los/as trabajadores para realizar sus tareas mediante la modalidad de teletrabajo	
				Ventas	P9	7-10 Regular	Considera que los trabajadores de la empresa se han adaptado de forma general a realizar sus labores desde la modalidad de teletrabajo.	
					P10	11-15 Alto	Se llega a cumplir con las metas propuestas para alcanzar las ventas	

Anexo 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS		ESCALA DE MEDICIÓN	
					POSICIÓN	Nº DE ITEM		
Fidelización del cliente	Según Alcaide (2017) la fidelización del cliente “es un conjunto de condiciones que permiten al cliente sentirse satisfecho con el producto o servicio que requiera y esto lo impulse a volver a adquirirlo	Se va a elaborar un total de 10 preguntas relacionado con las siguientes dimensiones: Fiabilidad, seguridad y satisfacción	Fiabilidad	Confiabilidad	P1	Bajo 3-6	Considera que el personal demuestra una imagen de confianza a sus clientes	1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo
				Resolución de problemas	P2	Regula 7-10	Existe una actitud de resolver cualquier problema del servicio que se brinda a los clientes	
				Disposición	P3	Alto 11-15	Los trabajadores tienen una disposición para atender a los clientes	
			Seguridad	Necesidades del cliente	P4-P5	Bajo 4-9	Está conforme con el servicio que la empresa realiza para satisfacer las necesidades de los clientes El personal toma en cuenta las respuestas del cliente para brindar el servicio de acuerdo con las necesidades del cliente	
				Confidencialidad Informacion	P6 P7	Regular 10-15 Alto 16-20	Se trabaja con confidencialidad la información brindada de los clientes El personal administra la información del servicio para brindar soluciones inmediatas ante posibles contratiempos	
			Satisfacción	Incentivos	P8	Bajo 3-6	El personal brinda los incentivos al cliente dependiendo de su preferencia en los servicios de tercerización	
				Expectativas	P9	Regular 7-10	Considera que la empresa logra superar las expectativas de los clientes	
				Perspectivas	P10	Alto 11-15	El personal tiene en cuenta la perspectiva del cliente sobre el servicio brindado	

Anexos 2. MATRIZ DE CONSISTENCIA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

PROBLEMAA	OBJETIVOS	METODOLOGÍA
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL
¿Cómo se relaciona el teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023?	Determinar la relación entre el teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023	Existe relación directa y significativa entre el teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICOS
(a) ¿Cuál es la relación entre la flexibilidad del teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023?	(a) Determinar la relación entre la flexibilidad del teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023	(a) Existe relación directa y significativa entre la flexibilidad del teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023
(b) ¿Cuál es la relación entre las actividades laborales y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023?	(b) Determinar la relación entre las actividades laborales y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023	(b) Existe relación directa y significativa entre las actividades laborales del teletrabajo y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023
(c) ¿Cuál es la relación entre la productividad y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023?	(c) Determinar la relación entre la productividad y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023	(c) Existe relación directa y significativa entre la productividad y la fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023

Enfoque:
cuantitativo

Tipo de estudio:
Aplicada

Diseño de investigación: No experimental

Anexo 03: BASE DE DATOS

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
-tumarquetsac@hotmail.com	1	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
logistica@envolturas.com	4	4	3	4	4	2	3	5	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	5	4
a.administracion@centerplastarequipa.com.pe	5	4	4	5	3	4	5	2	5	4	4	4	4	4	5	3	4	5	2	5
coinaplast@hotmail.com	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	2	4	3	4	4	3	4	4
ayrcasac@hotmail.com	3	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3
coinaplasteirl@hotmail.com	4	4	2	5	5	2	4	2	4	4	4	4	4	2	5	5	4	4	2	4
aaperutech@gmail.com	5	4	5	3	4	5	4	5	5	2	4	4	3	5	3	4	4	4	5	5
ventas@peruinfinito.pe	4	3	5	5	4	5	5	3	4	4	3	3	4	5	5	4	3	5	3	4
brisellisac@hotmail.com	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
wchavezp@gmail.com	2	2	2	3	2	1	2	2	2	5	2	2	5	2	3	2	2	2	2	2

Anexo 04: ALFA DE CRONBACH

Tabla 1

Baremo para estimación del nivel de confiabilidad

RANGO	EVALUACIÓN DEL COEFICIENTE
Alfa 1.00	Confiabilidad perfecta
Alfa 0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
Alfa 0.66 a 0.71	Muy confiable
Alfa 0.60 a 0.65	Confiable
Alfa 0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
Alfa 0.53 a menos	Confiabilidad nula

Fuente: Sánchez, J. E. (2019). *Cadena de valor e innovación*. Durango, México: Universidad Juárez del Estado de Durango.

Tabla 2

Resumen de procesamiento de casos – Teletrabajo

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	0,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 3

Estadísticos de fiabilidad – Teletrabajo

Alfa de Cronbach	N de elementos
,793	10

Tabla 4

Resumen de procesamiento de casos – Fidelización

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	0,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 5

Estadísticos de fiabilidad – Fidelización

Alfa de Cronbach	N de elementos
,819	10

Anexo 5: FORMATO PARA LA OBTENCIÓN DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO

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

Título de la investigación: **El Teletrabajo y fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023**

Investigador principal: **Aponte Mallqui, Noemi Rogelia**

Asesor: **Dr. Carlos Antonio, Casma Zarate**

Propósito del estudio

Saludo, somos investigadores que le invitamos a participar en la investigación: "Marketing digital y branding en la empresa Giomar, Barranca, 2023", cuyo propósito es Determinar la relación entre el marketing digital y el branding en la empresa Giomar. Barranca, 2023. Esta investigación es desarrollada por **estudiantes** de la **Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo**, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad (y de ser el caso agregar el permiso de la institución Giomar Sport).

Procedimiento

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

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

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

Participación voluntaria (principio de autonomía):

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

Riesgo (principio de no maleficencia):

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

Beneficios (principio de beneficencia):

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

Confidencialidad (principio de justicia):

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

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

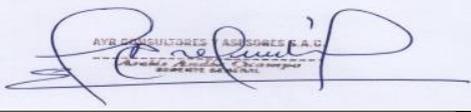
Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Docente Asesor Dr. Carlos Antonio, Casma Zarate al correo electrónico ccasmaz@ucvvirtual.edu.pe o con el Comité de Ética de o con el Comité de Ética oda.admln@ucv.edu.pe

Consentimiento

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

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

tumarketsac@hotmail.com	
logistica@envolturas.com	
a.administracion@centerplastarequipa.com.pe	
coinaplast@hotmail.com	
ayrcasac@hotmail.com	
coinaplasteirl@hotmail.com	
aaperutech@gmail.com	
ventas@peruinfinito.pe	
brisellisac@hotmail.com	
wchavezep@gmail.com	

Anexo 6: AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

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

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC:
AYR CONSULTORES Y ASESORES SAC	20552015879
Nombre del Titular o Representante legal: Arelis Ocampo Andia	
Nombres y Apellidos: Arelis Ocampo Andia	DNI: 10739964

Consentimiento:

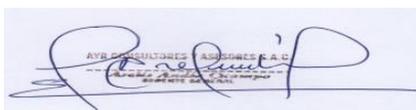
De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal “f” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
“Marketing digital y branding en la empresa Giomar, Barranca, 2023”	
Nombre del Programa Académico: Proyecto de Investigación	
Autor: Nombres y Apellidos, Aponte Mallqui, Noemi Rogelia	DNI: 71309633

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

Lugar y Fecha:

Firma y sello:



(Titular o Representante legal de la Institución)

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

Anexo 7: FICHA DE EVALUACIÓN DE LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

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

Título del proyecto de Investigación: **El Teletrabajo y fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023**

Autora: Aponte Mallqui, Noemi Rogelia

Especialidad del autor principal del proyecto: Gestión de organizaciones

Coautores del proyecto: Ninguno.

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

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

Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya
Presidente

Dr. Jorge Alberto Vargas Merino
Vicepresidente

Dr. Miguel Bardales Cárdenas
Vocal 1

Mgtr. Diana Lucila Huamani Cajaleon
Vocal 2

Anexo 8: DICTAMEN DEL COMITÉ DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN

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

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de la Escuela Profesional de Administración, deja constancia que el proyecto de investigación titulado “**El Teletrabajo y fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2023**”, presentado por los autores (**Aponte Mallqui, Noemi Rogelia**), ha sido evaluado, determinándose que la continuidad del proyecto de investigación cuenta con un dictamen: favorable ¹ (X) observado () desfavorable ().

Lima, 04 de noviembre del 2022

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

C/c

- Srta. Noemi Rogelia, Aponte Mallqui, investigadora principal.

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

Anexo 9: VALIDACIONES

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 1: EL TELETRABAJO

N.º	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Flexibilidad							
1.	Se encuentra satisfecho en continuar con la modalidad de teletrabajo.	X		X		X		
2.	El ambiente de trabajo ha mejorado con el teletrabajo.	X		X		X		
3.	Puede concentrarse en tu trabajo evitando interrupciones ocasionadas por tareas y convivencia en el hogar.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Actividades laborales	Si	No	Si	No	Si	No	
4.	Dispones de un ordenador con las prestaciones necesarias para realizar tu trabajo.	X		X		X		
5.	Tiene una conexión de internet rápida y estable.	X		X		X		
6.	En relación con los programas que necesitas para realizar tu trabajo: Office, navegador u otros. AYR consultores y asesores SAC le proporciona versiones actualizadas y compatibles.	X		X		X		
7.	Los canales digitales son más importantes para coordinar y planificar tareas entre los trabajadores, que los programas de Gmail.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Productividad	Si	No	Si	No	Si	No	
8.	Se ha debido capacitar a los/as trabajadores para realizar sus tareas mediante la modalidad de teletrabajo.	X		X		X		
9.	Los trabajadores de AYR consultores y asesores SAC se han adaptado de forma general a realizar sus labores desde la modalidad de teletrabajo.	X		X		X		
10.	Se llega a cumplir con las metas propuestas para alcanzar las ventas.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Abraham Cárdenas Saavedra DNI 07424958

Especialidad del validador: Doctor en administración

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

03 de octubre del 2022

-----  -----

Firma del Experto Informante.

N.º	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Fiabilidad	Si	No	Si	No	Si	No	
1.	El personal demuestra una imagen de confianza a sus clientes.	X		X		X		
2.	Existe una actitud de resolver cualquier problema del servicio que se brinda a los clientes.	X		X		X		
3.	Los trabajadores tienen una disposición para atender a los clientes.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Seguridad	Si	No	Si	No	Si	No	
4.	Está conforme con el servicio que la empresa realiza para satisfacer las necesidades de los clientes.	X		X		X		
5.	El personal toma en cuenta las respuestas del cliente para brindar el servicio de acuerdo con las necesidades del cliente.	X		X		X		
6.	Se trabaja con confidencialidad la información brindada de los clientes.	X		X		X		
7.	El personal administra la información del servicio para brindar soluciones inmediatas ante posibles contratiempos.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Satisfacción	Si	No	Si	No	Si	No	
8.	El personal brinda los incentivos al cliente dependiendo de su preferencia en los servicios de tercerización.	X		X		X		
9.	Considera que AYR consultores y asesores SAC logra superar las expectativas de los clientes.	X		X		X		
10.	El personal tiene en cuenta la perspectiva del cliente sobre el servicio brindado.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Cárdenas Saavedra, Abraham

DNI: 07424958

Especialidad del validador: Doctor en Administración

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

03 de octubre del 2022



Firma del Experto Informante.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: El Teletrabajo y fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2022							
Apellidos y nombres del Investigador: Aponte Mallqui, Noemi Rogelia							
Grado/Apellidos y nombres del experto: Dr. Carranza Estela ,Teodoro							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
El teletrabajo	Flexibilidad	Satisfacción	1. Se encuentra satisfecho en continuar con la modalidad de teletrabajo.	ORDINAL (LIKERT) 5. 4. 3. 2. 1.			
		Ambiente de trabajo	2. Considera que el ambiente de trabajo ha mejorado con el teletrabajo				
		Adaptación	3. Puede concentrarse en tu trabajo evitando interrupciones ocasionadas por tareas y convivencia en el hogar				
	Actividades laborales	Equipo	4. Dispones de un ordenador con las prestaciones necesarias para realizar tu trabajo				
		Conexión de internet	5. Tiene una conexión de internet rápida y estable				
		Programas	6. En relación con los programas que necesitas para realizar tu trabajo: Office, navegador u otros. AYR consultores y asesores SAC le proporciona versiones actualizadas y compatibles.				
			7. Considera que los canales digitales son más importantes para coordinar y planificar tareas entre los trabajadores, que los programas de Gmail				
	Productividad	Capacitación	8. Se ha debido capacitar a los/as trabajadores				

			para realizar sus tareas mediante la modalidad de teletrabajo				
	Aspecto psicológico		9. Considera que los trabajadores de AYR consultores y asesores SAC se han adaptado de forma general a realizar sus labores desde la modalidad de teletrabajo.				
	Ventas		10. Se llega a cumplir con las metas propuestas para alcanzar las ventas				
Fidelización del cliente	Fiabilidad	Confiabilidad	11. Considera que el personal demuestra una imagen de confianza a sus clientes				
		Resolución de problemas	12. Existe una actitud de resolver cualquier problema del servicio que se brinda a los clientes				
		Disposición	13. Los trabajadores tienen una disposición para atender a los clientes				
	Seguridad	Necesidades del cliente	14. Está conforme con el servicio que la empresa realiza para satisfacer las necesidades de los clientes				
			15. El personal toma en cuenta las respuestas del cliente para brindar el servicio de acuerdo con las necesidades del cliente				
		Confidencialidad	16. Se trabaja con confidencialidad la información brindada de los clientes				
	Satisfacción	Información	17. El personal administra la información del servicio para brindar soluciones inmediatas ante posibles contratiempos				
		Incentivos	18. El personal brinda los incentivos al cliente dependiendo de su preferencia en los servicios de tercerización				
		Expectativas	19. Considera que AYR consultores y asesores SAC logra superar las expectativas de los clientes				
	Perspectivas		20. El personal tiene en cuenta la perspectiva del cliente sobre el servicio brindado				
Firma del experto	 DR. TEOCANDO ESPERANZA ESTELA DC. EN ADMINISTRACIÓN C.UAD 98371		Fecha 01 / 10/2022				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS



Título de la investigación: El Teletrabajo y fidelización del cliente en AYR consultores y asesores SAC, Comas 2022							
Apellidos y nombres del Investigador: Aponte Mallqui, Noemi Rogelia							
Grado/Apellidos y nombres del experto: Dr. Carlos Antonio, Casma Zarate							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
El teletrabajo	Flexibilidad	Satisfacción	1. Se encuentra satisfecho en continuar con la modalidad de teletrabajo.	ORDINAL (LIKERT)			
		Ambiente de trabajo	2. Considera que el ambiente de trabajo ha mejorado con el teletrabajo				
		Adaptación	3. Puede concentrarse en tu trabajo evitando interrupciones ocasionadas por tareas y convivencia en el hogar				
	Actividades laborales	Equipo	4. Dispones de un ordenador con las prestaciones necesarias para realizar tu trabajo				
		Conexión de internet	5. Tiene una conexión de internet rápida y estable				
		Programas	6. En relación con los programas que necesitas para realizar tu trabajo: Office, navegador u otros. AYR consultores y asesores SAC le proporciona versiones actualizadas y compatibles.				
			7. Considera que los canales digitales son más importantes para coordinar y planificar tareas entre los trabajadores, que los programas de Gmail				
	Capacitación	8. Se ha debido capacitar a los/as trabajadores para realizar sus tareas mediante la modalidad de teletrabajo					

	Productividad	Aspecto psicológico	9. Considera que los trabajadores de AYR consultores y asesores SAC se han adaptado de forma general a realizar sus labores desde la modalidad de teletrabajo.				
		Ventas	10. Se llega a cumplir con las metas propuestas para alcanzar las ventas				
Fidelización del cliente	Fiabilidad	Confiabilidad	11. Considera que el personal demuestra una imagen de confianza a sus clientes				
		Resolución de problemas	12. Existe una actitud de resolver cualquier problema del servicio que se brinda a los clientes				
		Disposición	13. Los trabajadores tienen una disposición para atender a los clientes				
	Seguridad	Necesidades del cliente		14. Está conforme con el servicio que la empresa realiza para satisfacer las necesidades de los clientes			
				15. El personal toma en cuenta las respuestas del cliente para brindar el servicio de acuerdo con las necesidades del cliente			
		Confidencialidad	16. Se trabaja con confidencialidad la información brindada de los clientes				
		Información	17. El personal administra la información del servicio para brindar soluciones inmediatas ante posibles contratiempos				
	Satisfacción	Incentivos	18. El personal brinda los incentivos al cliente dependiendo de su preferencia en los servicios de tercerización				
		Expectativas	19. Considera que AYR consultores y asesores SAC logra superar las expectativas de los clientes				
	Perspectivas	20. El personal tiene en cuenta la perspectiva del cliente sobre el servicio brindado					
Firma del experto			Fecha	__ / __ / __			

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables