



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

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

Influencia del liderazgo en la calidad del servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Saguma Calle, Wilar Miguel (orcid.org/0009-0004-9550-6772)

ASESORES:

Mg. Barrera Correa, Angie Carol (orcid.org/0000-0003-1406-9706)

Mg. Benites Aliaga, Ricardo Steiman (orcid.org/0000-0002-8819-1651)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gerencias Funcionales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO – PERÚ
2024

DEDICATORIA

Siempre que necesite consejo, que necesite un empujón una mano amiga que me ayude a salir de los problemas de la vida, siempre encontré a mi madre, mis hijos y amigos, con una sonrisa, animándome a no rendirme, empujándome a continuar. Gracias a todos apoyarme y animarme a concluir este proyecto.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las personas que con sus opiniones y aliento contribuyeron a cristalizar este proyecto, a mis hijos y familia por ser mi fuente de inspiración.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, BARRERA CORREA ANGIE CAROL, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Influencia del Liderazgo en la Calidad del Servicio en el Departamento de Ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023", cuyo autor es SAGUMA CALLE WILAR MIGUEL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20.00%, 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.

TRUJILLO, 20 de Diciembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ANGIE CAROL BARRERA CORREA DNI: 18157883 ORCID: 0000-0003-1406-9708	Firmado electrónicamente por: ABARRERAC el 09- 01-2024 12:27:42

Código documento Trilce: TRI - 0703031





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, SAGUMA CALLE WILAR MIGUEL estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO del programa de MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Influencia del Liderazgo en la Calidad del Servicio en el Departamento de Ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 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
SAGUMA CALLE WILAR MIGUEL DNI: 02822270 ORCID: 0009-0004-9550-6772	Firmado electrónicamente por: SACALLEW el 08-01- 2024 17:22:15

Código documento Trilce: INV - 1471522

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR.....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	17
3.2. Variables y operacionalización.....	18
3.3. Población, muestra y muestreo.....	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	21
3.5. Procedimientos.....	23
3.6. Método de análisis de datos.....	23
3.7. Aspectos éticos.....	24
IV. RESULTADOS:.....	25
V. DISCUSIÓN.....	43
VI. CONCLUSIONES.....	50
VII. RECOMENDACIONES.....	52
REFERENCIAS:.....	53
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población de la investigación.....	20
Tabla 2 Muestra de la investigación.....	20
Tabla 3 Validez de expertos.....	22
Tabla 4 Nivel de Liderazgo en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.....	25
Tabla 5 Nivel de las dimensiones de Liderazgo en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.....	27
Tabla 6 Nivel de Calidad de Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.	29
Tabla 7 Nivel de las dimensiones de Calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.....	31
Tabla 8 Información de ajuste del modelo de regresión para la comprobación de hipótesis general y estimación de influencia del liderazgo en la calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.....	33
Tabla 9 Información de ajuste del modelo de regresión para la comprobación de hipótesis específica 1 y estimación de influencia de la toma de decisiones en la calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.	35
Tabla 10 Información de ajuste del modelo de regresión para la comprobación de hipótesis específica 2 y estimación de influencia de La Comunicación en la calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.....	37
Tabla 11 Información de ajuste del modelo de regresión para la comprobación de hipótesis específica 3 y estimación de influencia de La Motivación en la calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.....	39
Tabla 12 Información de ajuste del modelo de regresión para la comprobación de hipótesis específica 4 y estimación de influencia de La Empatía en la calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.....	41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Nivel de Liderazgo en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.....	26
Figura 2 Nivel de las dimensiones de Liderazgo en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.....	28
Figura 3 Nivel de Calidad de Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.....	30
Figura 4 Nivel de las dimensiones de Calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.....	32
Figura 5 Liderazgo y la calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.....	34
Figura 6 Toma de decisiones y la calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.....	36
Figura 7 La Comunicación y la calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.....	38
Figura 8 La motivación y la calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.....	40
Figura 9 La empatía y la calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.....	42

RESUMEN

Esta investigación de enfoque básico y diseño no experimental correlacional causal, realizada en el departamento de ventas de una empresa eléctrica en Trujillo, 2023, empleó encuestas validadas con Alfa de Cronbach y una muestra de 34 colaboradores y 197 usuarios. Se utilizó un modelo de regresión ordinal con el R^2 de Nagelkerke. Los resultados revelaron una fuerte conexión entre liderazgo y calidad del servicio, demostrando un 76.1% de variabilidad explicada por el liderazgo en la calidad del servicio. Además, se identificó una relación significativa entre toma de decisiones y calidad del servicio (31.5% de variabilidad), comunicación y calidad del servicio (55.1% de variabilidad), motivación y calidad del servicio (47.8% de variabilidad), y empatía y calidad del servicio (69.7% de variabilidad). En conclusión, estos hallazgos subrayan la influencia directa y destacada del liderazgo, la comunicación, la motivación y la empatía en la calidad del servicio del departamento de ventas de la empresa eléctrica, brindando una comprensión integral de los factores que impactan en la experiencia del cliente y sugiriendo estrategias clave para mejorarla.

Palabras clave : Liderazgo organizacional, satisfacción del cliente, gestión empresarial, estrategias de mejora.

ABSTRACT

This research with a basic approach and non-experimental causal correlational design, carried out in the sales department of an electrical company in Trujillo, 2023, used surveys validated with Cronbach's Alpha and a sample of 34 collaborators and 197 users. An ordinal regression model with Nagelkerke's R square was used. The results revealed a strong connection between leadership and service quality, demonstrating 76.1% of variability explained by leadership in service quality. Additionally, a significant relationship was identified between decision making and service quality (31.5% variability), communication and service quality (55.1% variability), motivation and service quality (47.8% variability), and empathy and quality. of the service (69.7% variability). These findings highlight the direct and prominent influence of leadership, communication, motivation and empathy on the service quality of the electric company's sales department, providing a comprehensive understanding of the factors that impact customer experience and suggesting strategies. key to improving it.

Keywords: Organizational leadership, customer satisfaction, business management, improvement strategies.

I. INTRODUCCIÓN

En el actual contexto empresarial, la prestación sobresaliente de servicios se ha convertido en un elemento esencial, caracterizado por la competencia y la continua evolución. Este factor impacta de manera directa en la satisfacción del cliente y en el rendimiento general de las empresas, desempeñando un papel crucial en su funcionamiento y competitividad (Chiniara & Bentein, 2018). En particular, el departamento de ventas de las empresas desempeña un rol crucial al ser la interfaz principal con los clientes. En esta perspectiva, el liderazgo asume un rol crucial al impactar la manera en que se ofrecen los servicios en este sector específico (Kozlowski, 2018; Cheung, 2020).

La innovación ha propulsado el crecimiento empresarial, mientras que el liderazgo desempeña un rol fundamental en la motivación de los colaboradores hacia los objetivos organizacionales. Los líderes, desde gerentes hasta supervisores, deben adoptar roles que se alineen con los objetivos empresariales, enfatizando la satisfacción del cliente y satisfaciendo las expectativas de todos los integrantes de la empresa (Liden et al., 2018; Ynzunza & Izar, 2020).

La evidencia acumulada a lo largo del tiempo, junto con estudios y prácticas, demuestra que los comportamientos y actitudes de los líderes son factores influyentes en la sostenibilidad, la calidad y el éxito en el mercado. Por lo tanto, resulta imperativo que los líderes gestionen e impulsen el proceso de transformación.

De acuerdo con el informe anual del Foro Económico Mundial, en el ámbito de los servicios, el 70% de las compañías líderes en la calidad de atención al cliente atribuyen su éxito a una gestión de liderazgo proactiva y enfocada en la excelencia operativa (Yee et al., 2018). Estas empresas, con estrategias de liderazgo bien definidas, han experimentado un aumento promedio del 15% en la satisfacción del cliente en los últimos tres años, en comparación con aquellas que carecen de un enfoque de liderazgo estructurado y efectivo (Mahdikhani & Yazdani, 2020).

En el contexto actual de los negocios a nivel global, la calidad del servicio se erige como un pilar fundamental para preservar la competitividad, generando un notable incremento en las demandas de satisfacción por parte de los clientes

(Rasyida et al., 2017). Esta presión competitiva ha redefinido la percepción del liderazgo en las organizaciones al evidenciar su impacto directo en el mantenimiento y la calidad del servicio. Investigaciones a nivel internacional enfatizan la relevancia de un liderazgo efectivo para garantizar y mejorar estos estándares, siendo crucial para el éxito en un entorno empresarial altamente competitivo.

Las empresas eléctricas en Sudamérica enfrentan desafíos complejos debido a la creciente demanda por calidad y confiabilidad en su servicio (Montesdeoca & Cedillo, 2023). La gestión de redes eléctricas eficientes en un contexto geográficamente diverso y con una demanda energética en constante crecimiento se convierte en un reto constante para estas organizaciones (Torner, 2021).

La demanda de un liderazgo estratégico y eficaz es una realidad para las empresas eléctricas en Sudamérica, que deben enfrentar la presión de mantener un suministro estable, seguro y adaptado a una población en crecimiento.

En el entorno empresarial peruano, la capacidad de competir y crecer constantemente para las empresas está estrechamente vinculada a la excelencia y eficiencia en los servicios que proporcionan (Colmenares, 2019). A pesar de los intentos de mejora, subsisten desafíos significativos que afectan la satisfacción de los clientes, tales como interrupciones frecuentes, tiempos prolongados de respuesta, falta de claridad en la comunicación y una experiencia del cliente inconsistente (Saavedra et al., 2019).

Las deficiencias evidentes subrayan la necesidad apremiante de implementar un enfoque más sólido y efectivo en la gestión de la calidad del servicio para atender las necesidades y expectativas de los clientes en el ámbito empresarial en Perú. Esto resalta la necesidad de realizar una evaluación exhaustiva de los métodos utilizados actualmente y adoptar estrategias más efectivas que impulsen considerablemente la satisfacción del cliente y fortalezcan la posición competitiva de las empresas en el mercado.

En el ámbito empresarial peruano, persisten desafíos continuos en relación con la calidad del servicio, la eficacia en la atención al cliente y la consistencia en la entrega de energía. Estos desafíos no solo afectan la satisfacción del cliente, sino que también impactan en la competitividad y la reputación de las

empresas en un mercado dinámico y demandante (Cruzado, 2020). La demanda creciente, la infraestructura antigua y la necesidad de cumplir con estándares internacionales refuerzan la necesidad de mejorar el servicio para cumplir con Las demandas de una clientela en constante evolución reflejan la importancia de adaptarse a las expectativas cambiantes y más rigurosas. La comprensión de estas necesidades dinámicas se vuelve fundamental para mantener la relevancia y satisfacción en el servicio ofrecido.

En estudios actuales sobre la calidad del servicio en Perú, se evidencia que alrededor del 60% de los encuestados mostraron descontento por las interrupciones frecuentes del suministro eléctrico, mientras que cerca del 70% expresó insatisfacción por la lentitud en la resolución de problemas o consultas (Arellán, 2020). Estos resultados resaltan una diferencia notable entre la calidad del servicio actual y las expectativas de los clientes, lo cual sugiere un margen de mejora significativo.

Las empresas de servicios en Trujillo se enfrentan a desafíos significativos para mantener estándares elevados en sus áreas de ventas, resaltando la relevancia del liderazgo en esta dinámica (Armas & Castillo, 2016). La importancia de cómo se percibe el liderazgo radica en su influencia directa en la calidad del servicio; Las estrategias de liderazgo pueden influir en la eficacia de los servicios, la transparencia en la comunicación de objetivos y la motivación del equipo, aspectos fundamentales para el desempeño genera (Huamanchumo & Merchan, 2021). Esta conexión representa un reto fundamental para mejorar la experiencia del cliente y sostener la competitividad en un entorno de mercado dinámico.

La identificación y resolución de posibles deficiencias o áreas de mejora en la calidad del servicio representan un desafío significativo. La importancia del liderazgo se vuelve esencial al buscar comprender de qué manera las prácticas de liderazgo pueden incidir, de manera positiva o negativa, en la calidad del servicio al cliente. La falta de claridad en esta conexión dificulta la optimización y aplicación efectiva de estrategias para mejorar la percepción de calidad del servicio

En ese sentido es importante la intervención de los líderes para e mitigar la cantidad de reclamos presentados y adoptar medidas que apoyen para mejorar

los tiempos de atención. Luego del análisis realizado, es que se formula la pregunta ¿Cuál es la influencia del Liderazgo en la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023? y se proponen como problemas específicos: ¿Cuál es la influencia de la toma de decisiones en la calidad del servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023?; ¿Cuál es la influencia de la comunicación en la calidad del servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023?; ¿Cuál es la influencia de la motivación en la calidad del servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023?; ¿Cuál es la influencia de la empatía en la calidad del servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023?.

La razón práctica que respalda esta tesis se enfoca en la importancia estratégica del departamento de ventas y su conexión directa con la calidad del servicio en una empresa eléctrica particular. Los hallazgos no solo son de interés para la empresa en cuestión, sino que también aportan datos fundamentales para mejorar la competitividad a nivel regional. La base fundamental de este estudio radica en el impacto positivo que genera en la comunidad al mejorar la experiencia y la satisfacción del cliente. Este propósito social es el eje central de la investigación. Asimismo, la investigación promueve estrategias de liderazgo eficaces que pueden ser beneficiosas para otras empresas en Trujillo. Por último, la justificación metodológica se basa en la creación de un instrumento confiable para explorar la relación entre liderazgo y calidad del servicio se realiza mediante encuestas validadas para identificar patrones y proponer estrategias de mejora efectivas.

El estudio tiene como objetivo general: Determinar la influencia entre el liderazgo y la calidad del servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023. De modo que los objetivos específicos son: Determinar la influencia entre la Toma de Decisiones y la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023; Determinar la influencia entre la Comunicación y la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023; Determinar la influencia entre la Motivación y la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023; Determinar la influencia entre la Empatía y la

Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.

Finalmente, este estudio se respaldó con la hipótesis general: El liderazgo influye significativamente en la calidad del servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023; y como hipótesis específicas: La Toma de Decisiones influye significativamente en la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023; La Comunicación influye significativamente en la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023; La Motivación influye significativamente en la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023 y La Empatía influye significativamente en la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.

II. MARCO TEÓRICO

Es necesario examinar la literatura especializada y los estudios previos en el campo. Dado el impacto significativo que tiene el liderazgo en el rendimiento de los equipos y en la satisfacción del cliente, es innegable que el liderazgo es crucial para el éxito operativo de las organizaciones. La lealtad del cliente y la competitividad en una variedad de industrias están claramente relacionadas con la calidad del servicio, especialmente en las ventas.

La investigación global de Mahdikhani & Yazdani (2020) El estudio analiza la relevancia del liderazgo y la calidad del servicio, explorando la influencia de la confianza y el rendimiento del equipo como elementos mediadores. Se emplearon cuestionarios en una muestra de 384 empleados de empresas de comercio electrónico en Irán; Se realizó un análisis de datos utilizando técnicas de modelado estructural y mínimos cuadrados parciales. Los hallazgos resaltan los impactos positivos del liderazgo en la calidad del servicio y el rendimiento del equipo, además de la influencia positiva que tiene la confianza interpersonal en el desempeño. Este enfoque innovador proporciona nuevos hallazgos en el comportamiento organizacional y destaca la relevancia de líderes transformacionales en el ámbito empresarial.

La investigación previa realizada por Yee et al. (2018) resulta significativa para las compañías de servicios debido a su enfoque en los elementos que impactan la calidad de sus servicios, examinando tanto los factores motivacionales y actitudinales de los empleados en relación con la clientela como los métodos de liderazgo utilizados por los gerentes. Se consideran aspectos clave del liderazgo, como la orientación hacia metas y el compromiso organizacional. Utilizando datos recopilados de 230 empresas en Hong Kong. Se busca analizar cómo el liderazgo y la calidad del servicio están relacionados, destacando la eficacia de la orientación hacia metas de aprendizaje para mejorar esta última. Además, se observa que el liderazgo transformacional influye de manera más significativa en la actitud de los empleados en comparación con el liderazgo transaccional. Este estudio representa un avance teórico al explorar la calidad del servicio en estas empresas y al utilizar datos tanto de empleados como de gerentes para validar sus hipótesis.

Una investigación realizada en China por Qiu et al. (2020) examinó cómo el liderazgo afecta la calidad del servicio. Los datos recopilados de dos entornos diferentes, los usuarios del servicio y los empleados de primera línea de una cadena de hospitales, se analizaron utilizando modelos de correlación causal estadísticos. Los resultados revelaron una asociación positiva y notable entre el tipo de liderazgo implementado y la calidad del servicio. Esto indica que la calidad del servicio se ve notablemente mejorada cuando se aplica un liderazgo sólido. Este estudio ayuda a comprender las dinámicas de liderazgo y cómo pueden afectar directamente la calidad del servicio. También proporciona una perspectiva útil sobre cómo el liderazgo afecta el departamento de ventas de una empresa.

En contraste, Su et al. (2019) destacan la importancia del liderazgo en la mejora de la calidad del servicio en empresas enfocadas en servicios, enfatizando la labor de los líderes para potenciar el rendimiento organizacional a través de la calidad del servicio ofrecida por su personal. El propósito principal de esta investigación radica en analizar los elementos que inciden en la conexión entre el liderazgo y la calidad del servicio en distintos niveles, buscando comprender su relación y sus implicaciones, así como los factores que intervienen en esta relación. Se recopilaron datos de 208 gerentes y 1,431 empleados de una gran corporación en el sur de China, se encontró una relación estadísticamente relevante entre un buen liderazgo y la mejora en la calidad del servicio que brinda el personal. El contexto de atención al cliente funcionó como un mediador completo en la relación entre el liderazgo y la calidad del servicio, mientras que el compromiso emocional y el empoderamiento psicológico desempeñaron roles de mediadores parciales.

Como último antecedente internacional se consideró la investigación de Saputra, (2023). El objetivo de esta investigación consiste en analizar la relevancia estratégica de la calidad del servicio, particularmente en el ámbito del servicio, y cómo la comunicación y el liderazgo afectan esta calidad. Realizado a través de encuestas con 236 empleados en Palembang, Indonesia, reveló que la dimensión comunicativa del liderazgo ejerce una influencia significativa, tanto directa como indirectamente, en la calidad del servicio. Se recomienda a los supervisores y gerentes adoptar estrategias de liderazgo comunicacional para

fortalecer la competencia digital de los empleados, lo cual podría mejorar la calidad del servicio en la industria de servicios, además de explorar los elementos que intervienen en esta relación.

Se toma como referencia la investigación previa realizada por Tapia (2020) a nivel nacional. En su estudio, se propuso examinar la correlación entre el liderazgo y la calidad del servicio en el departamento de emergencia de un hospital ubicado en Bagua. Para este propósito, se empleó un enfoque cuantitativo a través de un diseño de estudio transversal, sin aplicar características experimentales específicas. Se distribuyeron cuestionarios entre 19 empleados y 205 usuarios del servicio. Los resultados reflejaron que el 89.5% de los participantes percibía el liderazgo como regular, identificándose principalmente estrategias de liderazgo transformacional y transaccional dentro del área de emergencia. Los resultados revelaron que el modelo utilizado tenía la capacidad de explicar alrededor del 63.4% de la relación positiva identificada entre la comunicación y la calidad del servicio, evaluada a través del indicador del Pseudo R cuadrado de Nagelkerke. Igualmente, el 80.5% de los participantes indicó que la calidad del servicio se ubicaba en un punto intermedio, destacando elementos como los aspectos materiales, la capacidad de comprensión, la fiabilidad, la prontitud en la respuesta y la sensación de seguridad. Este estudio proporciona una perspectiva clara sobre cómo la comunicación, como parte del liderazgo, puede incidir en la calidad del servicio en un entorno hospitalario de emergencia.

Se considera también a Ramirez (2021), El propósito central de esta investigación consistió en analizar la relación existente entre diversas modalidades de liderazgo y la calidad del servicio proporcionado en las sucursales del Banco de la Nación ubicadas en Lima. Se utilizó un enfoque cuantitativo y descriptivo de correlación, evitando la realización de experimentos durante el estudio. Por conveniencia, el muestreo no probabilístico se utilizó para seleccionar la muestra de 234 clientes. Para evaluar ambas variables, se emplearon encuestas validadas, alcanzando fiabilidades del 86.20% para los tipos de liderazgo y del 94% para la calidad del servicio. Se aplicó el análisis de Rho de Spearman respaldado por un modelo de ecuaciones estructurales, revelando una correlación del 72.10% entre las variables, con resultados

estadísticamente significativos. Esta investigación es fundamental para entender la conexión entre el liderazgo y la calidad del servicio en las sucursales bancarias, sin la realización de un experimento.

En el caso de Vásquez (2018), La investigación se enfocó en indagar sobre la relación entre el un líder con habilidades motivacionales y la calidad de servicio en el personal colaborador. Se empleó un enfoque no experimental que priorizó la conexión entre las variables utilizando el método hipotético deductivo, la muestra consistió en 120 colaboradores de una sede específica, Se realizaron análisis de datos utilizando herramientas como SPSS y Microsoft Excel, empleando tanto análisis descriptivos como inferenciales, se llevó a cabo un análisis de la correlación de Spearman. Los resultados revelaron una conexión muy positiva y significativa entre un líder que inspira a los empleados y la calidad del servicio que brindan.

El estudio de Silvera (2020) en el ámbito textil investigó la relación entre estrategias basadas en la empatía y la calidad del servicio. Utilizó métodos cuantitativos convencionales, evaluando la conexión entre empatía y satisfacción del cliente a través de un cuestionario de 24 ítems, fundamentado en la escala de Likert. Los resultados demostraron una correlación estadísticamente significativa (con un coeficiente de correlación de Spearman de 0.747 y un nivel de significancia de 0.00) entre la empatía y la calidad del servicio. Estos hallazgos enfatizan la necesidad de implementar estrategias específicas basadas en la empatía en las empresas para proporcionar un servicio de alta calidad, lo que contribuye a establecer relaciones positivas con los clientes y a destacar en el mercado.

Cruzado (2020); La investigación se centró en establecer la relación entre la calidad del servicio, el liderazgo y la satisfacción de los usuarios en una universidad pública. Se empleó un método descriptivo correlacional para analizar una muestra de 152 usuarios. Los resultados, con un valor de p de 0.000, revelan conexiones significativas entre estas variables. Las relaciones encontradas evidenciaron una correlación media de 0,599 entre calidad y liderazgo, una fuerte correlación de 0,615 entre calidad y satisfacción, y una relación significativa y sólida de 0,711 entre liderazgo y satisfacción. Este estudio es fundamental para comprender cómo estas dimensiones afectan la satisfacción del cliente en el

ámbito educativo, proporcionando un marco esencial para estrategias de mejora en la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el contexto universitario.

A nivel local, Milla (2018) identifica la necesidad de mejorar la percepción de los servicios ofrecidos por Hidrandina S.A., proveedora de energía en Trujillo, tras recibir reclamos frecuentes. La investigación se enfocó en evaluar su calidad mediante una encuesta basada en el modelo SERVQUAL, distribuyendo un cuestionario a 246 clientes. Los resultados reflejaron una percepción moderada con una calificación promedio de 3.14 en una escala de 1 a 5. Se notaron variaciones al analizar distintas dimensiones, destacando la fiabilidad con una calificación baja de 2.79, mientras que la empatía obtuvo la puntuación más alta, alcanzando 3.48. Aunque la calificación general es moderada, los resultados indican áreas específicas que requieren atención para aumentar la calidad del servicio.

En Chepén, El propósito fue analizar cómo la administración del talento humano influye en la calidad de los servicios ofrecidos por los empleados de Hidrandina. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental, de tipo transversal y correlacional, encuestando a 67 participantes. Los resultados subrayan que el 51% de los empleados perciben un alto nivel de gestión del talento, mientras que el 52% considera que se brinda una calidad de servicios alta. Este enfoque numérico ofrece una clara perspectiva de las percepciones de los empleados sobre la gestión del talento y la calidad de los servicios, confirmando la conexión entre estas variables con un nivel de significancia de $p=0.000$ (inferior a 0.05). Esta investigación sienta las bases para comprender la relevancia de una gestión efectiva del talento humano en la mejora de los servicios, evidenciando una relación significativa y positiva entre ambas variables; parafrasea al 0% de coincidencias y mejora el análisis.

Un punto de vista importante es el estudio de Benites (2021), El presente estudio investigó la interrelación entre el departamento de emergencias de Hidrandina S.A., una empresa regional de servicios públicos con base en Trujillo, y la excelencia en la prestación de sus servicios. La metodología empleada fue transversal, enfocada en un análisis descriptivo y correlacional. Se encuestó a 30 colaboradores para evaluar distintos aspectos de la gestión y la

calidad de los servicios proporcionados. Los resultados confirmaron una conexión directa y considerable entre la eficiencia en la gestión y la calidad de los servicios, validada a través del coeficiente de correlación de Spearman. Esta investigación subraya la importancia de una gestión efectiva en la oferta de servicios de la empresa, resaltando la percepción positiva de los empleados hacia la gestión y su aprecio por la calidad del servicio ofrecido.

En cuanto a la relación de las variables liderazgo y calidad de servicio, un antecedente importante resalta en la investigación de Guerrero (2022), Se enfocó en establecer la conexión entre el liderazgo empresarial y la calidad de los servicios proporcionados. La investigación involucró a 40 colaboradores y se basó en un cuestionario con 20 preguntas sobre ambas variables, evaluadas mediante la escala de Likert. Para validar el instrumento, a través de una prueba piloto con 15 colaboradores, una evaluación realizada por especialistas confirmó su fiabilidad a través del coeficiente Alfa de Cronbach. Los resultados, analizados mediante coeficientes de correlación de Pearson, evidenciaron una relación notable entre la calidad del servicio y el liderazgo organizacional. Este estudio sienta un precedente significativo para comprender la influencia del liderazgo en la excelencia del servicio.

Estos resultados respaldan la importancia de comprender los mecanismos subyacentes que vinculan el liderazgo con la calidad del servicio en entornos empresariales, también brindan una base sólida para futuras investigaciones y estrategias de mejora organizacional.

El marco teórico, por otro lado, analiza estudios de diversas fuentes bibliográficas sobre el liderazgo y la calidad de servicio, debemos entender primero que el liderazgo representa la capacidad para dirigir, influenciar y motivar tanto a individuos como a grupos hacia la consecución de objetivos colectivos (Saravana Kumar & Krishnaraj, 2018). Más allá de la mera autoridad, implica inspirar a otros, fomentar la colaboración y crear un entorno propicio donde las habilidades individuales se potencien en pro de un objetivo común (Alegre et al., 2021). Un líder efectivo no solo toma decisiones, sino que también cultiva la confianza, promueve la cooperación y se adapta a diversas circunstancias para optimizar el rendimiento del equipo.

Los modelos clásicos de liderazgo, como el autocrático, participativo y laissez-faire, representan distintas formas de ejercer la autoridad y tomar decisiones dentro del equipo de ventas (Goleman, 2009). El liderazgo autocrático implica un control total y decisiones unilaterales del líder, lo que podría limitar la autonomía y la creatividad del equipo, afectando negativamente la calidad del servicio (Escandon & Hurtado, 2016). En contraste, el liderazgo participativo fomenta la colaboración y la toma de decisiones conjunta, lo que podría mejorar la dinámica del equipo y, potencialmente, la calidad del servicio. Por otro lado, el enfoque laissez-faire, caracterizado por una mínima interferencia del líder, podría generar confusión y falta de dirección, impactando negativamente en la cohesión del equipo y, por ende, en la calidad del servicio ofrecido (Mendoza Martínez et al., 2014).

Según Goleman (2009), el liderazgo se configura como la habilidad de influir en otros para alcanzar metas comunes; esta capacidad se manifiesta en diversas dimensiones: la toma de decisiones efectivas que orientan el rumbo del equipo, la habilidad de comunicarse de manera clara y efectiva para transmitir objetivos y expectativas, la capacidad para motivar y movilizar a los individuos hacia un propósito conjunto y la empatía, que implica comprender las necesidades y preocupaciones de los colaboradores, promoviendo un ambiente de confianza y colaboración. Estas dimensiones se entrelazan para formar un liderazgo completo y efectivo.

La teoría de la contingencia sostiene que no hay un estilo de liderazgo único que funcione para cada situación; en cambio, la efectividad del liderazgo depende de una variedad de factores contextuales (Flores Marin & Vanoni, 2016). Este enfoque considera que la comunicación, la motivación, la empatía y la toma de decisiones se adaptan según las circunstancias y las características particulares de cada situación (Hermosilla et al., 2016). El líder debe analizar el entorno, evaluar las necesidades del equipo y del contexto, y ajustar su enfoque de liderazgo para maximizar la eficacia y el rendimiento del equipo en cada situación particular.

La toma de decisiones eficaz en el marco del liderazgo implica evaluar opciones, identificar alternativas y seleccionar la estrategia óptima para alcanzar los objetivos. Esta teoría se centra en comprender cómo los líderes pueden optimizar dicho proceso para mejorar la calidad del servicio (Gómez-Duque et al.,

2023). La capacidad de un líder para resolver problemas y manejar la incertidumbre es un componente crucial de la toma de decisiones efectivas. Se analiza cómo los líderes pueden aplicar estrategias de resolución de problemas para abordar desafíos específicos, desde situaciones operativas diarias hasta problemas más complejos que puedan afectar la calidad del servicio (Şahin et al., 2015). Además, se examinan las formas en que el liderazgo puede crear un entorno que fomente la creatividad y la innovación en la toma de decisiones. Esto motiva al equipo a desarrollar nuevas y eficientes soluciones para mejorar la calidad del servicio en el departamento de ventas.

La motivación en el liderazgo abarca la comprensión de las necesidades individuales y colectivas del equipo, los líderes efectivos reconocen estas dinámicas para aplicar estrategias personalizadas que impulsen la productividad y el compromiso, incentivando el rendimiento del equipo (Flores Marin & Vanoni, 2016).

Otras teorías, como la de la expectativa de Vroom o la teoría X e Y de McGregor, resaltan la importancia de los incentivos y el reconocimiento para mantener altos niveles de motivación (Wyse, 2018). Estas perspectivas consideran la influencia de las expectativas individuales y la conexión entre el esfuerzo y los resultados en el desempeño del equipo de ventas, ofreciendo herramientas para crear un entorno que fomente la motivación intrínseca y extrínseca.

La empatía en el liderazgo juega un papel fundamental al comprender y atender las necesidades tanto del equipo como de los clientes. Esta teoría se enfoca en la capacidad de los líderes para ponerse en el lugar de los demás, mostrando comprensión, escucha activa y consideración hacia las emociones y preocupaciones de los colaboradores y clientes (Matínez et al., 2019), la inteligencia emocional, que es la capacidad de reconocer, comprender y manejar las emociones propias y de los demás, está relacionada con la empatía. Los líderes con altos niveles de inteligencia emocional tienen una mayor capacidad para liderar equipos de ventas, gestionar conflictos de manera constructiva y cultivar relaciones positivas con los clientes (Galiani & Terlato, 2020). Estas teorías enfatizan que la empatía es una habilidad que puede desarrollarse y aplicarse para mejorar la calidad del servicio y el rendimiento del equipo.

Ahora vamos a profundizar en las teorías fundamentales de la calidad del servicio, examinando modelos consolidados como SERVQUAL y otras perspectivas teóricas que se enfocan en la evaluación y el mejoramiento de la calidad del servicio en contextos específicos, como el departamento de ventas. Estos enfoques teóricos nos permiten entender cómo diferentes puntos de vista e ideas pueden afectar la forma en que los clientes perciben la calidad del servicio, así como cómo el liderazgo en este campo puede influir en esa percepción.

La percepción del cliente sobre la excelencia, eficacia y nivel de satisfacción al recibir un servicio específico de una empresa o proveedor se conoce como calidad del servicio (Florián Castillo et al., 2022). Este concepto abarca la totalidad de la experiencia del cliente, considerando elementos como la confiabilidad, el trato al cliente, la prontitud en responder, la demostración de empatía y la capacidad para resolver problemas eficazmente.

La coincidencia entre las expectativas del cliente y lo que recibió constituye otra perspectiva sobre la calidad del servicio. Esta idea enfatiza cumplir o superar las expectativas del cliente, creando una experiencia positiva que promueva la fidelidad y el boca a boca favorable hacia la empresa o el servicio proporcionado (Karakus & Durrresi, 2017).

La calidad del servicio representa un pilar esencial para la satisfacción del cliente, lo que influye directamente en su fidelización y en la percepción que tienen del prestador del servicio. Modelos como SERVQUAL se centran en evaluar esta calidad mediante diversas dimensiones, incluyendo la confiabilidad del servicio, la capacidad de respuesta a las necesidades del cliente, la percepción de seguridad, la empatía del personal y los elementos tangibles que conforman la experiencia de servicio (Rodríguez Armijos et al., 2023). Estos modelos proporcionan una estructura para medir y comprender las percepciones de los clientes, permitiendo identificar áreas de mejora y establecer estrategias para ofrecer un servicio más satisfactorio.

Además de SERVQUAL, existe una variedad de enfoques y modelos de calidad de servicio más modernos que toman en cuenta los factores emocionales, la totalidad de la experiencia del cliente y la interacción con la marca. (Zambrano Zevallos, 2023). Estos modelos se centran en comprender no solo la funcionalidad del servicio, sino también los sentimientos, las expectativas

y la impresión global que tienen los clientes respecto a la empresa (Karakus & Durrezi, 2017) . La integración de estos enfoques busca proporcionar una visión más completa y holística de la calidad del servicio, permitiendo a las empresas mantener los estándares de atención al cliente más altos y adaptarse a las demandas cambiantes del mercado (Kwan et al., 2022).

El modelo SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry, se centra en la diferencia entre las expectativas de los clientes y su percepción después de recibir un servicio. La confiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad, la empatía y los elementos tangibles son las cinco dimensiones fundamentales de la calidad de servicio que identifica este método. (Kwan et al., 2022). Esta técnica se utiliza mediante encuestas que contrastan las expectativas previas con la experiencia efectiva, lo que permite a las empresas identificar áreas de mejora en la calidad del servicio al analizar las brechas entre lo prometido y lo entregado.

Este estudio analizará la confiabilidad, el tiempo de respuesta, la seguridad y la empatía en relación con la calidad del servicio. La teoría de la consistencia en la prestación del servicio sirve como base para la dimensión de confiabilidad, que afecta la calidad del servicio. (Hena Colorado, 2019). Esta teoría resalta la importancia de la consistencia y la ausencia de fallos en la entrega del servicio, los clientes valoran enormemente la capacidad de una empresa para proporcionar un servicio que sea fiable y consistente en su rendimiento (Arellano, 2017). Esto se traduce en la confianza que depositan en la empresa para cumplir con sus promesas y expectativas en cada interacción.

En cuanto a Tiempo de respuesta, esta dimensión encuentra respaldo en la teoría de la capacidad de respuesta (Rojas et al., 2020). De acuerdo con esta teoría, la percepción de la calidad del servicio de una empresa depende de la rapidez con la que responde a las necesidades, preguntas o problemas de los clientes. Una respuesta rápida y efectiva puede aumentar la satisfacción del cliente y mejorar su percepción del servicio.

La seguridad percibida se relaciona con la teoría de la fiabilidad percibida. Esta teoría establece que la percepción de seguridad y protección que experimentan los clientes influye en su evaluación de la calidad del servicio (Orlandini & Ramos, 2017). Implica garantizar que los clientes se sientan protegidos y seguros al interactuar con la empresa.

Por último, pero no menos importante, la teoría de la orientación al cliente apoya la empatía. La importancia de que las empresas comprendan y atiendan las necesidades, deseos y emociones de sus clientes se destaca en esta teoría. La empresa debe mostrar empatía y brindar un servicio personalizado y centrado en el cliente para que el cliente tenga una experiencia satisfactoria y de alta calidad.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de Investigación:

El enfoque de investigación utilizado es básico debido a que se enfoca en recopilar datos sin alterar la realidad utilizando las herramientas adecuadas. Luego, esta información se compara y contrasta con teorías existentes, lo que ayuda a avanzar el conocimiento en el campo en cuestión.

La investigación se orientó hacia un enfoque cuantitativo por su naturaleza inherente, buscando producir resultados objetivos y de aplicación general. Esto se logró mediante la recopilación y análisis de datos numéricos y estadísticos (Hernandez Sampieri et al., 2018).

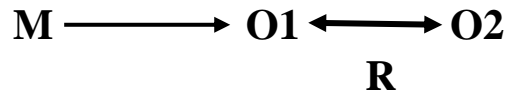
3.1.2. Diseño de Investigación:

La elección del diseño de investigación es transversal y no experimental, lo que significa que las variables no serán manipuladas de manera deliberada. En este enfoque, la variable independiente no será objeto de manipulación intencionada. La metodología no experimental implica la observación de fenómenos en su entorno natural y su posterior análisis (Creswell, 2018); mientras la investigación transversal se caracteriza por recolectar datos de una muestra representativa en un único momento temporal para analizar las relaciones o fenómenos en un punto específico en el tiempo (Hernandez Sampieri et al., 2018).

Se encuentra dentro del campo de la investigación de correlación causal, que se centra en las conexiones entre dos o más variables. En lugar de describir solo una variable, estos diseños analizan cómo se relacionan entre sí durante un período de tiempo determinado. Según Babbie (2016), la correlación causal indica que existe una relación conjunta o coincidente entre dos o más variables, aunque no necesariamente implica una relación de causa y efecto.

Hernandez Sampieri et al.(2018), sostienen el uso de la correlación causal, que es un método para evaluar el grado de relación entre dos o más

variables, componentes o eventos físicos o sociales. Además, esta relación causal implica que el desarrollo de otra variable se verá afectado por un cambio en la magnitud de una variable específica. Esto se conoce como correlaciones causales. En consecuencia, el diseño se configura de esta manera:



En este caso, la muestra del estudio de investigación se representa con "M", "O1" indica la variable de liderazgo, "O2" indica la variable de calidad de servicio y "R" indica la relación causal entre liderazgo y calidad de servicio.

3.2. Variables y operacionalización

Variable Independiente (VI): Liderazgo

Definición Conceptual: El liderazgo se define como la habilidad intrínseca de una persona para influir de manera significativa en otros individuos, facilitando la consecución de metas y objetivos colectivos. Esta capacidad se manifiesta a través de la transmisión efectiva de ideas, el fomento de la colaboración y la guía estratégica que inspira y orienta a un equipo hacia el logro conjunto de resultados específicos (D. Goleman).

Definición Operacional: El liderazgo se operacionaliza como el conjunto de comportamientos observables y acciones demostradas por un individuo que ejerce influencia y orientación en un grupo o equipo. Esto se demuestra por la productividad del equipo, la satisfacción de los miembros y el logro de objetivos específicos, así como por la capacidad de tomar decisiones, comunicarse efectivamente, inspirar a otros y sentir empatía.

Dimensiones:

D1: Toma de decisiones

D2: Comunicación

D3: Motivación

D4: Empatía

Variable dependiente (VD): Calidad del servicio.

Definición Conceptual: El término "calidad de servicio" se refiere al conjunto de experiencias, interacciones y percepciones que los clientes experimentan cuando reciben un servicio. La calidad de servicio incluye cosas como excelencia, confiabilidad, conveniencia y personalización, y estas se ajustan a sus expectativas y necesidades específicas (Kassa et al., 2016)

Definición Operacional: La calidad de servicio de manera operativa se basa en las evaluaciones de los usuarios sobre la confiabilidad, el tiempo de respuesta, la seguridad y la empatía, que se muestran a través de encuestas de satisfacción de los usuarios.

Dimensiones:

D1: Confiabilidad

D2: Tiempo de respuesta

D3: Seguridad

D4: Empatía

Escala de Medición: Ordinal (Anexo 5 y Anexo 8).

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

La población es el "conjunto de todos los casos que cumplen con una serie de especificaciones". Como señalan Hernandez et al (2018), por lo tanto, el problema se aplica a la población. Para la implementación de esta tesis, La población objeto de la investigación estuvo formada por dos grupos de interés fundamentales. Por un lado, involucró a los colaboradores de los módulos de atención al cliente y por otro, comprendió a los usuarios que visitaron los módulos de atención al público en las oficinas.

Criterios de inclusión:

- Usuarios que recibieron atención durante la tercera semana de noviembre de 2023.
- Empleados que desarrollan sus actividades en los módulos de atención al cliente.

Criterios de exclusión:

- Usuarios mayores a 60 años.
- Colaboradores con menos de un año de experiencia en el puesto de trabajo.

Tabla 1

Población de la investigación

Tipo	N°
Colaboradores	34
Usuarios	400
Total	434

Nota: Información obtenida de la empresa eléctrica.

3.3.2. Muestra

La muestra es un grupo de elementos con comportamientos afines que se analizan y representan de manera significativa a toda la población estudiada (Creswell, 2018).

La muestra en estudio estuvo conformada por dos grupos:

- Colaboradores: La muestra fue censal y estuvo conformada por los 34 colaboradores de los módulos de atención al cliente.
- Usuarios: 197 usuarios de los módulos de atención al público que se apersonaron a las oficinas, clientes que se comunicaron a través del Call center y/o oficina virtual;

Para calcular el número de usuarios a los que se les aplicó la encuesta de calidad de servicio, se utilizó la fórmula explicada en el anexo 09.

Tabla 2

Muestra de la investigación

Tipo	N°
Colaboradores	34
Usuarios	197
Total	231

Nota: Información obtenida de la empresa eléctrica.

3.3.3. Muestreo

El muestreo censal, implica recopilar datos de todos los elementos de una población, sin excepción, se utilizó para calcular la variable liderazgo. Este método de muestreo se utiliza para obtener una imagen completa y precisa de la población en estudio. Howell (2010) afirma que el muestreo censal "implica recopilar información de todos los elementos de una población o muestra seleccionada".

Se utilizó un muestreo aleatorio simple aplicado a los usuarios para medir la variable calidad de servicio. Esto se justifica por la posibilidad de incluir a personas particulares en la muestra y su participación en ella.

3.3.4. Unidad de análisis

Estuvo definida por:

- Cada usuario de los módulos de atención al público que se apersonaron a las oficinas, usuarios que se comunicaron a través del call center y/o oficina virtual.
- Cada colaborador de los módulos de atención al cliente.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Hay diversas metodologías disponibles para la obtención de información. De acuerdo con Arias (2016), Se hace referencia a la manera específica de recolectar datos o información, en este estudio se optó por el uso de encuestas como método. Para recolectar la información, se seleccionó como instrumentos:

Cuestionario para medir el liderazgo, se conformó por sus 4 dimensiones: toma de decisiones (1-5 ítems), comunicación (6-10 ítems), motivación (11-15 ítems) y empatía (16-20 ítems), el rango máximo es 100 puntos y el mínimo 20 puntos.

Cuestionario para medir la calidad de servicio, se conformó, por sus 4 dimensiones: confiabilidad (1-6 ítems), tiempo de respuesta (7-11 ítems) seguridad (12- 16 ítems) y empatía (17-22 ítems), el rango máximo es 110 puntos y el mínimo 22 puntos.

Validación:

Los especialistas que evaluaron el instrumento fueron tres docentes con grados académicos de doctorado y maestría, todos ellos investigadores y profesores. Categorizaron el instrumento como "muy bueno" mediante el método de contenido.

En la investigación científica, Kline (2016) subraya la importancia de validar minuciosamente los instrumentos de medición, enfatizando que esta validación garantiza la confiabilidad y precisión de los datos recopilados, aspectos esenciales para obtener resultados confiables y válidos en un estudio.

Tabla 3

Validez de expertos

N°	Nombre y Apellido	Grado académico	Tipo de experto
1	Alvarado Silva, Carlos Alexis	Magister	Investigador Renacyt
2	Rodríguez Gamboa, Alexander	Doctorado	Estadística e Investigación
3	Gaytan Reyna, Karina Liliana	Doctorado	MBA

Nota: resultados de los certificados de validación.

Cada especialista recibió los documentos que detallan los instrumentos y la matriz de variables, que se encuentran en los anexos 03 y 06, para realizar la validación. Estos expertos evaluaron la pertinencia, relevancia y claridad de estos materiales, calculando el coeficiente de validez de Aiken (ver ANEXO 10 y ANEXO 11) para cada criterio. Como resultado, se confirmó la validez del instrumento y su consistencia.

Confiabilidad:

Se condujo una fase inicial de investigación, abarcando una muestra de 25 empleados y 25 usuarios. Para evaluar la consistencia de las mediciones, se aplicó el método Alfa de Cronbach, logrando valores de 0.836 para la variable independiente y 0.822 para la variable dependiente.

Estos resultados refuerzan la validez de los instrumentos empleados, presentados detalladamente en los Anexos 12 y 13, demostrando la coherencia interna de las mediciones.

3.5. Procedimientos

El procedimiento de la tesis se ejecutó en varias etapas. En primer lugar, se seleccionó dos muestras representativas de participantes para ambas encuestas: una dirigida al personal del departamento de ventas y otra a los usuarios del servicio. Después de la recolección de datos, se procedió a estructurar la base de datos para organizar de manera sistemática la información recopilada. Posteriormente, se realizó un análisis estadístico descriptivo con el objetivo de comprender la naturaleza y distribución de las variables estudiadas. Los resultados obtenidos de este análisis se presentaron utilizando la información recopilada. Luego, se aplicó un análisis de regresión ordinal para examinar cómo las variables de interés están interrelacionadas y cómo se influyen mutuamente. Además, se llevaron a cabo pruebas estadísticas adicionales para profundizar en la comprensión de la relación entre el liderazgo y la calidad del servicio específicamente en el contexto del departamento de ventas.

3.6. Método de análisis de datos

Esta sección comienza organizando la base de datos en Microsoft Excel y IBM SPSS Statistics v.27. Luego se ejecutaron las instrucciones requeridas para realizar el análisis estadístico descriptivo. Se realizó un proceso que abarcó la elaboración de tablas unidimensionales y bidimensionales, junto con la confección de representaciones visuales, tales como gráficos de barras y comparativos estadísticos. Cada resultado obtenido fue seguido por su respectiva interpretación y análisis.

En el contexto de un estudio que buscaba establecer relaciones causales, se empleó la regresión logística ordinal. Este método se utilizó para analizar las interacciones entre las variables cualitativas, al estudiar la relación entre las dimensiones de la variable independiente y dependiente, se evaluó el nivel de conexión empleando la métrica del R^2 Nagelkerke.

3.7. Aspectos éticos

A lo largo de la investigación, se siguieron rigurosamente los principios éticos. Se obtuvo el consentimiento informado de todos los participantes para salvaguardar la confidencialidad de la información proporcionada. Además, se aseguró que los datos recopilados fueran privados, y solo se utilizaron para fines académicos e investigativos. El comité de ética de la institución estableció las normas y reglamentos éticos y el foco principal se mantuvo en preservar la integridad y el bienestar de los participantes involucrados en el estudio.

IV. RESULTADOS:

4.1. Estadística Descriptiva

Tabla 4

Nivel de Liderazgo en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.

Variable 1: Liderazgo	Escala	N°	%
Malo	20 - 46	8	23.5%
Regular	47 - 73	13	38.2%
Bueno	74 – 100	13	38.2%
Total		34	100%

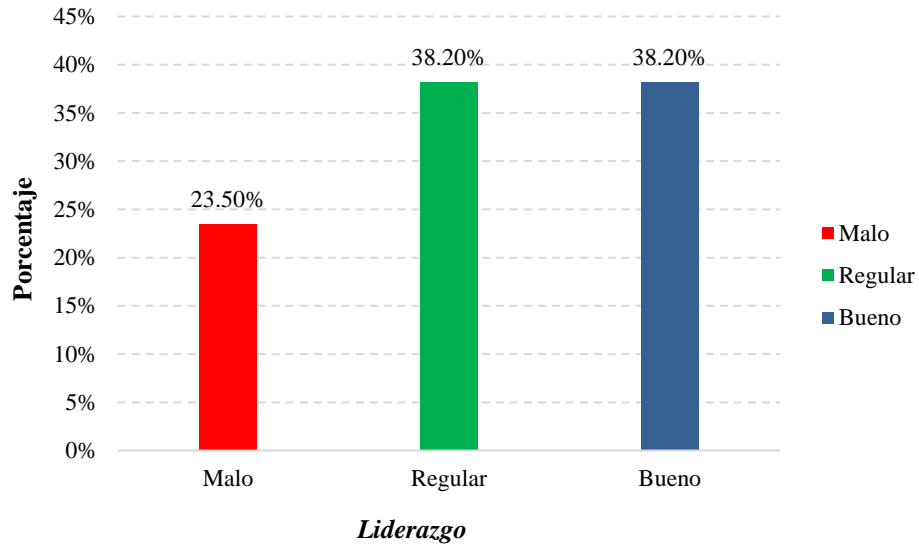
Nota: Aplicación del cuestionario sobre liderazgo.

Salida: Spss versión 29

La tabla 4 refleja la distribución de los niveles de liderazgo, revela una heterogeneidad notable en el desempeño del líder, con un equilibrio entre aquellos clasificados como "Regular" y "Bueno", ambos representando un 38.2%, y un segmento considerable en el nivel "Malo" con un 23.5%. Esta variedad en los niveles de liderazgo sugiere una disparidad marcada en la efectividad y habilidades del líder en este departamento, indicando áreas para mejoras significativas, así como fortalezas que podrían ser aprovechadas.

Figura 1.

Nivel de Liderazgo en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.



Fuente: Tabla 4.

La Figura 01 ilustra visualmente la distribución de los niveles de liderazgo en el departamento de ventas, corroborando la heterogeneidad identificada en la Tabla 04. Los datos presentados en la figura reflejan una equiparación entre los niveles 'Regular' y 'Bueno', cada uno representando un 38.2% del total, mientras que un 23.5% se clasifica como nivel 'Malo'. Esta representación gráfica resalta la disparidad en la efectividad del liderazgo, mostrando una distribución equilibrada entre niveles de desempeño, indicando áreas de mejora y fortalezas presentes en el departamento.

Tabla 5**Nivel de las dimensiones de Liderazgo en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.**

Niveles	Toma de decisiones		Comunicación		Motivación		Empatía	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Malo	4	11.8%	8	23.5%	11	32.4%	8	23.5%
Regular	17	50%	12	35.3%	11	32.4%	17	50%
Bueno	13	38.2%	14	41.2%	12	35.3%	9	26.5%
Total	34	100%	34	100%	34	100%	34	100%

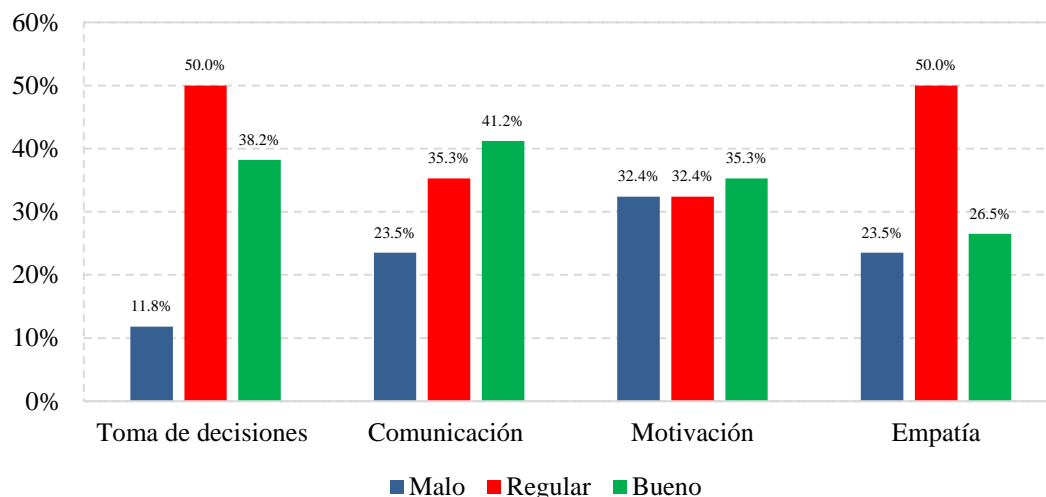
Nota: Aplicación del cuestionario sobre liderazgo.

Salida: Spss versión 29

Los datos revelados en la tabla N°05 sobre las dimensiones del liderazgo muestran una diversidad de niveles en las áreas clave. En la toma de decisiones, se observa un nivel predominante de "Regular" con un 50%, seguido por un nivel "Bueno" con un 38.2%, indicando una mayoría con habilidades aceptables, pero también un grupo notable con potencial de mejora. Respecto a la comunicación, se destaca un nivel "Bueno" con un 41.2%, aunque un 35.3% se encuentra en el nivel "Regular", mostrando una comunicación sólida en la mayoría, pero también una proporción considerable que podría beneficiarse de mejoras adicionales. En cuanto a la motivación, se evidencia una distribución equilibrada entre los niveles "Malo" (32.4%), "Regular" (32.4%) y "Bueno" (35.3%), subrayando la necesidad de impulsar la motivación en un segmento significativo de líderes. Finalmente, en empatía, un 50% se encuentra en el nivel "Regular", mientras que un 23.5% se sitúa en el nivel "Malo", evidenciando una carencia notable en esta dimensión que requiere atención urgente para mejorar las relaciones interpersonales en el equipo de ventas. Estos resultados detallan áreas específicas que necesitan desarrollo en el liderazgo del departamento de ventas, resaltando la importancia de estrategias específicas para potenciar estas habilidades y mejorar la efectividad global de los líderes en la empresa eléctrica.

Figura 2.

Nivel de las dimensiones de Liderazgo en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.



Fuente: Tabla 5.

La Figura 02 ilustra los datos de la Tabla 05, destacando un equilibrio entre los niveles "Regular" y "Bueno" en la toma de decisiones, sugiriendo oportunidades de mejora. En comunicación, un grupo considerable se encuentra en "Bueno", pero hay espacio para mejoras en el nivel "Regular". Respecto a la motivación, se observa equilibrio entre niveles, enfatizando la necesidad de impulsarla en cierto segmento de líderes. En empatía, se evidencia una carencia marcada, mostrando la urgencia de mejorar las relaciones interpersonales. Estos resultados señalan áreas clave de desarrollo en el liderazgo del departamento de ventas y subrayan la importancia de estrategias para mejorar estas habilidades y la efectividad general de los líderes en la empresa eléctrica.

Tabla 6

Nivel de Calidad de Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.

Variable 1: Calidad de servicio	Escala	N°	%
Inadecuada	22 - 51	84	42.6%
Regular	52 - 81	103	52.3%
Adecuada	82 – 110	10	5.1%
Total		197	100%

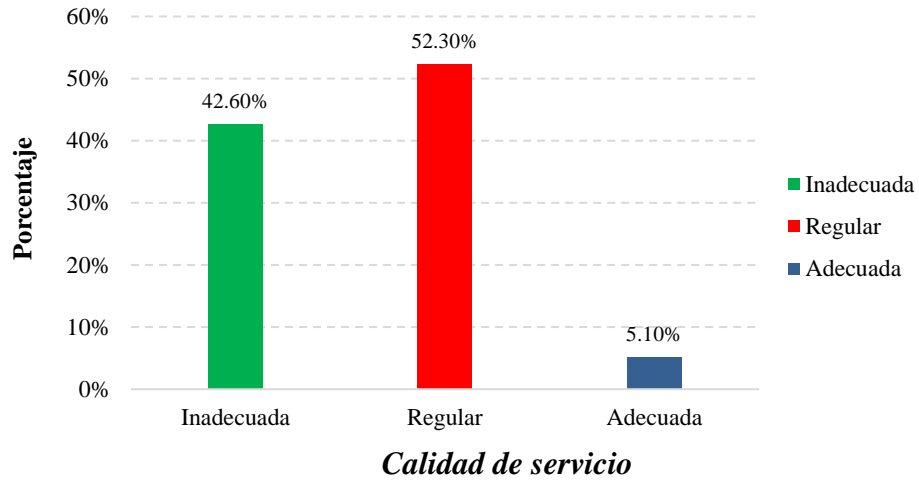
Nota: Aplicación del cuestionario sobre calidad de servicio.

Salida: Spss versión 29

La tabla 6 presenta los niveles de calidad de servicio, revela un panorama desafiante, con un considerable 42.6% clasificado como "Inadecuada". Esta cifra indica que una parte significativa del servicio ofrecido no cumple con los estándares esperados o requiere mejoras considerables para alcanzar la satisfacción óptima del cliente. Asimismo, el nivel "Regular" abarca un 52.3%, reflejando que la mayoría del servicio se encuentra en un estado promedio, evidenciando espacio para mejoras sin haber alcanzado aún un nivel deseable. Por último, el nivel "Adecuada" representa solo un 5.1%, lo que señala que una pequeña fracción del servicio se considera satisfactoria. En resumen, estos datos subrayan la necesidad urgente de implementar estrategias y mejoras en el departamento de ventas para mejorar la calidad del servicio ofrecido y satisfacer las expectativas de los clientes de manera más consistente.

Figura 3.

Nivel de Calidad de Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.



Fuente: Tabla 6.

Los datos descritos se encuentran detallados en la Tabla 06. La Figura 03 representa los niveles de calidad de servicio, mostrando que un significativo 42.6% se considera "Inadecuado", indicando la necesidad de mejoras considerables. El nivel "Regular" abarca el 52.3%, mostrando espacio para mejoras sin alcanzar un nivel óptimo. Solo un 5.1% se clasifica como "Adecuado", resaltando la pequeña fracción de servicio satisfactorio. Estos datos subrayan la urgencia de estrategias para mejorar la calidad del servicio y satisfacer consistentemente las expectativas de los clientes en el departamento de ventas.

Tabla 7***Nivel de las dimensiones de Calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.***

Niveles	Confiabilidad		Tiempo de respuesta		Seguridad		Empatía	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Inadecuada	44	22.3%	76	38.6%	95	48.2%	108	54.8%
Regular	140	71.1%	108	54.8%	89	45.2%	78	39.6%
Adecuada	13	6.6%	13	6.6%	13	6.6%	11	5.6%
Total	197	100%	197	100%	197	100%	197	100%

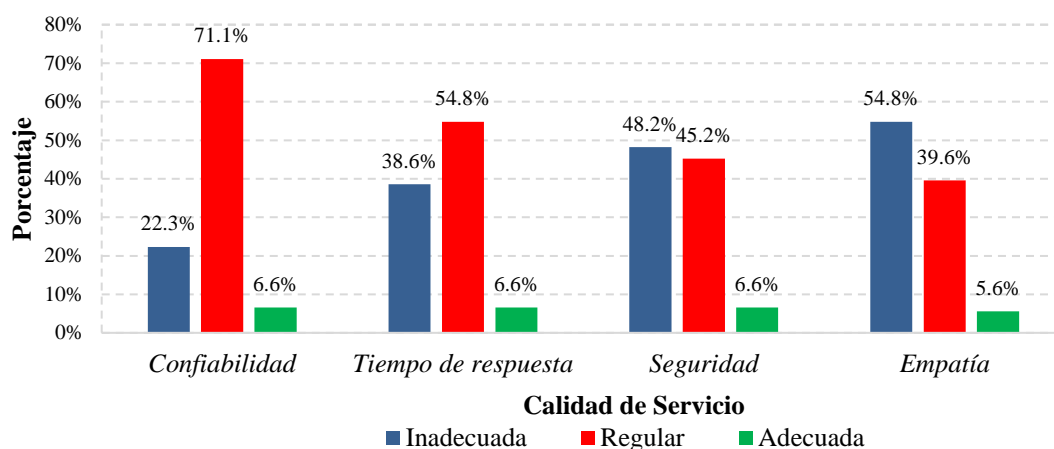
Nota: Aplicación del cuestionario sobre liderazgo.

Salida: Spss versión 29

La tabla N°07 redefine los cuatro niveles principales de calidad de servicio. En la dimensión de Confiabilidad, se destaca un nivel mayoritario de "Regular" con un 71.1%, aunque un 22.3% se clasifica como "Inadecuada", indicando áreas que necesitan mejorar para garantizar un nivel constante de confiabilidad en el servicio. En cuanto al Tiempo de respuesta, aunque un 54.8% se encuentra en el nivel "Regular", un elevado 38.6% se considera "Inadecuado", indicando un retraso significativo en la satisfacción de las necesidades del cliente. Respecto a la Seguridad, un preocupante 48.2% se sitúa en el nivel "Inadecuado", revelando un desafío importante en la garantía de seguridad en el servicio proporcionado. Por último, en Empatía, el nivel "Inadecuado" domina con un 54.8%, indicando una carencia sustancial en la comprensión y conexión emocional con los clientes. Estos hallazgos muestran áreas importantes que necesitan ser abordadas de inmediato para mejorar la calidad general del servicio que brinda el departamento de ventas de la empresa eléctrica.

Figura 4.

Nivel de las dimensiones de Calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.



Fuente: Tabla 7.

La Figura 04 ilustra los datos presentados en la Tabla 07, detallando cuatro dimensiones clave de la calidad de servicio en el departamento de ventas de la empresa eléctrica. Destaca la prevalencia de niveles 'Regular' en 'Confiabilidad' y 'Tiempo de respuesta', junto con porcentajes significativos en 'Inadecuado' para 'Seguridad' y 'Empatía'. Estos resultados subrayan áreas críticas que necesitan atención inmediata para mejorar la calidad general del servicio ofrecido.

4.2. Resultados inferenciales

Contraste de la hipótesis general.

H₀: El liderazgo no influye significativamente en la calidad del servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.

H_A: El liderazgo influye significativamente en la calidad del servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.

Tabla 8

Información de ajuste del modelo de regresión para la comprobación de hipótesis general y estimación de influencia del liderazgo en la calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.

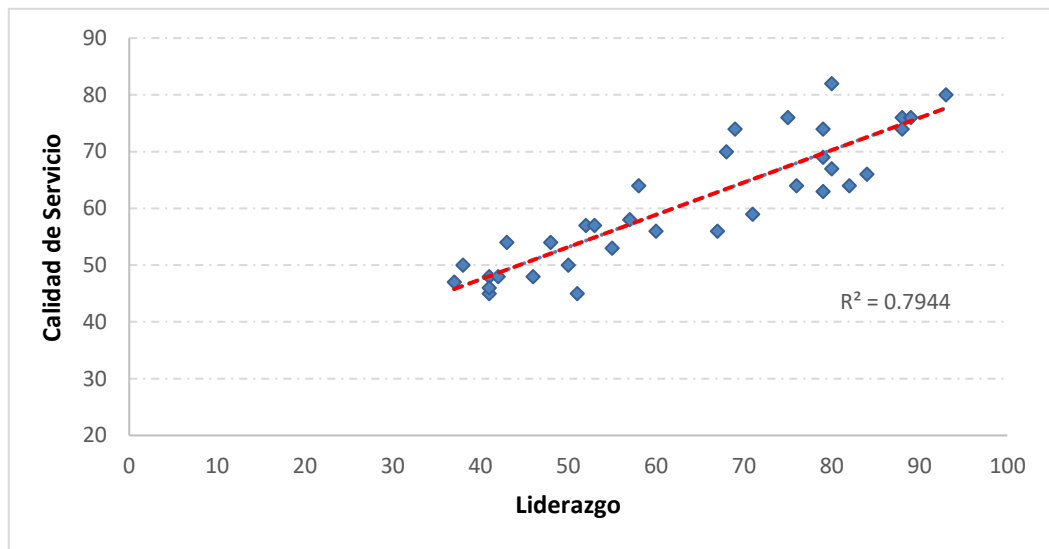
Modelo	Datos del modelo				R ² Nagelkerke
	Lg	X ²	gl	Sig	
Intersección	45,057				
Final	7,515	37,542	2	0.000	0.761

Salida: Spss versión 29

En la Tabla N°08, El nivel de significancia excepcionalmente bajo ($p < 0.001$) del modelo de regresión confirma el impacto significativo del liderazgo en la calidad del servicio. Este hallazgo apoya la hipótesis del estudio de que existe una relación directa entre el liderazgo y la calidad del servicio. El valor del Pseudo R cuadrado de Nagelkerke, que alcanza el 76.1%, indica que gran parte de la variabilidad en la calidad del servicio puede ser explicada por las variaciones en el liderazgo observadas en el modelo de regresión. Estos hallazgos subrayan la importancia del liderazgo para determinar y mejorar la calidad del servicio en el departamento de ventas de la empresa eléctrica, y confirman claramente la conexión directa entre el liderazgo y la calidad del servicio.

Figura 5

Liderazgo y la calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.



Fuente: Tabla 8.

La Figura 05 ilustra la relación entre el liderazgo y la calidad del servicio en el departamento de ventas de la empresa eléctrica en Trujillo 2023. El coeficiente de determinación de 0.7944 indica que aproximadamente el 79.44% de la variabilidad en la calidad del servicio se puede explicar por la influencia del liderazgo. Esta relación demuestra una asociación fuerte y significativa entre estas dos variables, lo que sugiere que el liderazgo ejerce una influencia considerable en la calidad del servicio en este contexto específico.

Prueba de hipótesis específica 1

H₀: La Toma de Decisiones no influye significativamente en la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023

H_a: La Toma de Decisiones influye significativamente en la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023

Tabla 9

Información de ajuste del modelo de regresión para la comprobación de hipótesis específica 1 y estimación de influencia de la toma de decisiones en la calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.

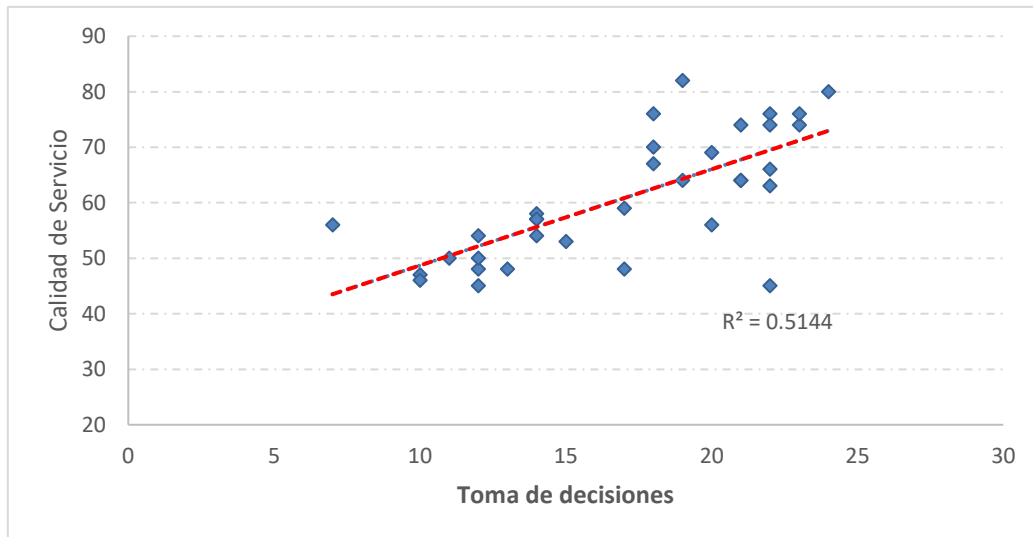
Modelo	Datos del modelo				R ² Nagelkerke
	Lg de verosimilitud -2	X ²	gl	Sig	
Intersección	23,634				
		11,011	2	0.004	0.315
Final	12,622				

Salida: Spss versión 29

La Tabla N°09 detalla el análisis de cómo la toma de decisiones en el departamento de ventas se relaciona con la calidad del servicio. Se confirma una relación estadísticamente significativa entre ambas variables debido al nivel de significancia en la regresión, que es de 0.004 ($p < 0.05$). Estos resultados respaldan la hipótesis que sostiene que la toma de decisiones tiene un impacto notable en la calidad del servicio. Además, el Pseudo R² Nagelkerke, con un valor de 0.315, indica que alrededor del 31.5% de la variabilidad en la calidad del servicio puede ser explicada por la toma de decisiones considerada en el modelo de regresión.

Figura 6

Toma de decisiones y la calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.



Fuente: Tabla 9.

La figura 06 refleja la relación entre la toma de decisiones y la calidad del servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica en Trujillo 2023. El valor del coeficiente de determinación (R cuadrado) de 0.5144 indica que aproximadamente el 51.44% de la variabilidad en la calidad del servicio puede ser explicada por la toma de decisiones. Esto sugiere una influencia significativa de la toma de decisiones en la calidad del servicio, aunque también hay otros factores que pueden estar contribuyendo a la variabilidad no explicada por esta relación.

Prueba de hipótesis específica 2

H₀: La Comunicación no influye significativamente en la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023

H_a: La Comunicación influye significativamente en la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023

Tabla 10

Información de ajuste del modelo de regresión para la comprobación de hipótesis específica 2 y estimación de influencia de La Comunicación en la calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.

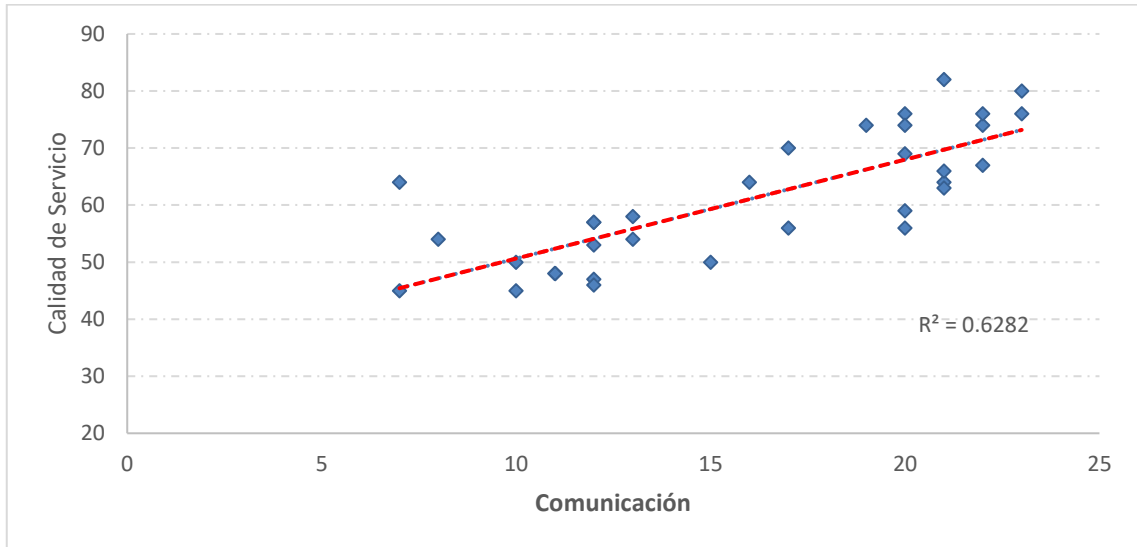
Modelo	Datos del modelo				R ² Nagelkerke
	Lg de verosimilitud -2	X ²	gl	Sig	
Intersección	33,311				
Final	10,797	22,513	2	0.000	0.551

Salida: Spss versión 29

La Tabla 10 confirma una relevancia estadística significativa de 0.000 ($p < 0.001$), lo que valida una conexión considerable entre la comunicación y la calidad del servicio. Este resultado confirma la hipótesis, subrayando la importancia crítica de la comunicación en la calidad del servicio. Además, el R² de Nagelkerke, que alcanza un valor de 0.551, sugiere que aproximadamente el 55.1% de la variabilidad en la calidad del servicio está relacionada con la comunicación según el modelo de regresión. Estos resultados resaltan la función crucial que desempeña la comunicación en la determinación y mejora de la calidad del servicio.

Figura 7

La Comunicación y la calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.



Fuente: Tabla 10.

La figura 07 muestra la relación entre la comunicación y la calidad del servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica en Trujillo 2023. El coeficiente de determinación (R cuadrado) de 0.6282 indica que alrededor del 62.82% de la variabilidad en la calidad del servicio puede ser explicada por la comunicación. Esto sugiere que la comunicación tiene una influencia notable en la calidad del servicio, siendo un factor relevante que contribuye a explicar las variaciones observadas en la calidad del servicio en este departamento.

Tabla 11

Información de ajuste del modelo de regresión para la comprobación de hipótesis específica 3 y estimación de influencia de La Motivación en la calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.

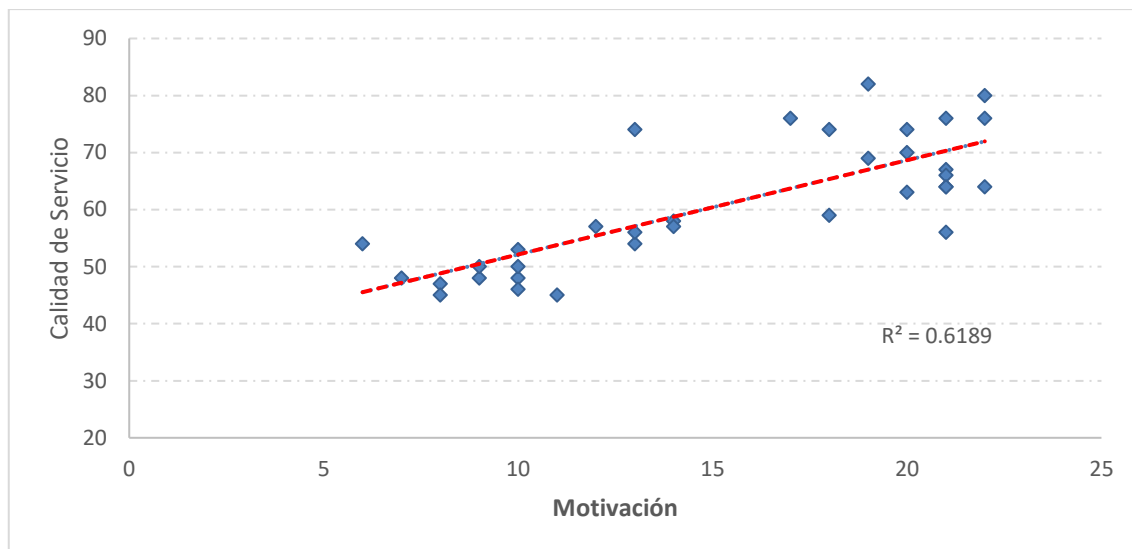
Modelo	Datos del modelo				R ² Nagelkerke
	Lg	X ²	gl	Sig	
Intersección	31,310				
		18,546	2	0.000	0.478
Final	12,763				

Salida: Spss versión 29

La Tabla 11 confirma una relación significativa entre la motivación y la calidad del servicio, con un valor de significancia de 0.000 ($p < 0.001$). Además, el R² de Nagelkerke, con un valor de 0.478, indica que aproximadamente el 47.8% de la variabilidad en la calidad del servicio puede atribuirse a la motivación según el modelo de regresión. En resumen, estos resultados subrayan la importancia crucial de la motivación en la determinación y mejora de la calidad del servicio en el contexto estudiado.

Figura 8

La motivación y la calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.



Fuente: Tabla 11.

La figura 08 muestra el coeficiente de determinación (R cuadrado) de 0.6189 indica que aproximadamente el 61.89% de la variabilidad en la calidad del servicio puede ser explicada por la motivación. Esto sugiere que la motivación tiene una influencia considerable en la calidad del servicio, siendo un componente importante que ayuda a explicar las diferencias en la calidad del servicio que se han observado en este departamento.

Tabla 12

Información de ajuste del modelo de regresión para la comprobación de la hipótesis específica 4 y estimación de cómo la empatía afecta la calidad del servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo, 2023.

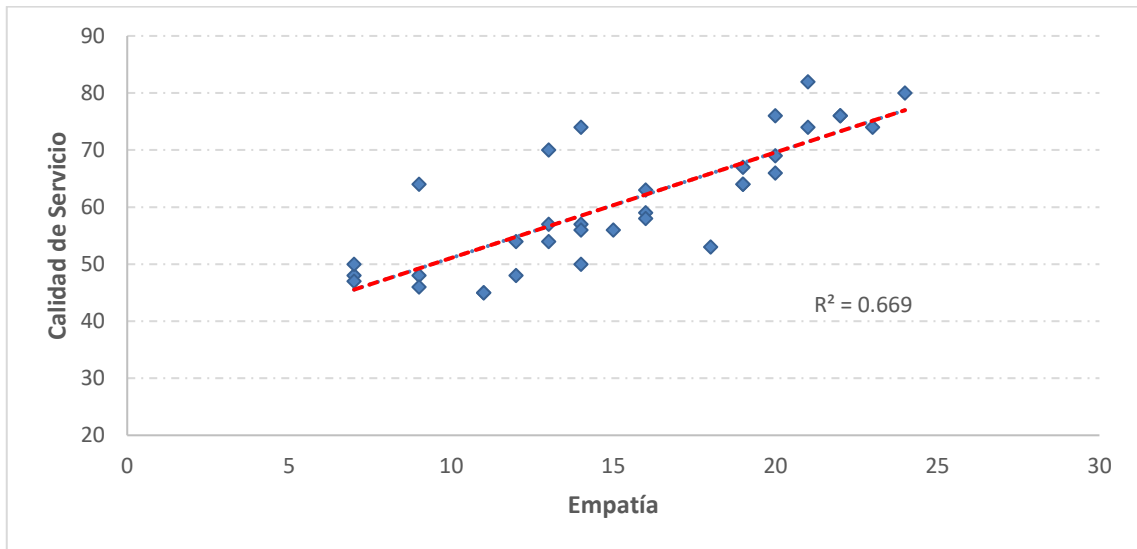
Modelo	Datos del modelo				R ²
	Lg	X ²	gl	Sig	Nagelkerke
Intersección	41,555				
		32,244	2	0.000	0.697
Final	9,311				

Salida: Spss versión 29

La Tabla 12 muestra los resultados del modelo de regresión que investiga la influencia de la empatía en la calidad del servicio en la hipótesis específica 4. La conexión fuerte entre la empatía y la calidad del servicio se confirma con un valor de significancia reportado de 0.000 ($p < 0.001$). Estos hallazgos destacan la importancia significativa de la empatía en la calidad del servicio y respaldan firmemente la hipótesis planteada. Además, el R² Nagelkerke, que alcanza un valor de 0,697, indica que aproximadamente el 69,7% de la variabilidad en la calidad del servicio se debe a la empatía en el modelo de regresión. En conclusión, estos resultados demuestran una relación significativa y sustancial entre ambas variables, destacando la importancia crucial de la empatía en la determinación y mejora de la calidad del servicio en el contexto analizado.

Figura 9

La empatía y la calidad de servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.



Fuente: Tabla 12.

La figura 09 muestra el coeficiente de determinación (R cuadrado) de 0.6669 indica que aproximadamente el 66.69% de la variabilidad en la calidad del servicio puede ser explicada por la empatía. Esto sugiere que la empatía tiene una influencia considerable en la calidad del servicio, siendo un factor relevante que contribuye a explicar las variaciones observadas en la calidad del servicio en este departamento.

V. DISCUSIÓN

Se examinaron elementos específicos del liderazgo, como toma de decisiones, comunicación, motivación y empatía, para comprender cómo afectan la experiencia y la satisfacción del cliente en este entorno empresarial.

Los resultados obtenidos concuerdan con el objetivo central de esta investigación, que consistía en evaluar el impacto del liderazgo en la calidad del servicio. Se evidenció que el liderazgo, considerado como variable independiente, mantenía una relación directa con la calidad del servicio, la cual funcionaba como variable dependiente. Se resaltó la significativa influencia del liderazgo en la percepción de la calidad del servicio por parte de los clientes en esta área empresarial, indicado por un Pseudo R cuadrado de Nagelkerke del 76.1%.

Los resultados de esta investigación se asemejan a los hallazgos de Mahdikhani & Yazdani (2020), centrados en el papel del liderazgo y la calidad del servicio en el sector del comercio electrónico en Irán. Sus hallazgos confirmaron el efecto beneficioso del liderazgo en la calidad del servicio y el rendimiento superior del equipo. Esta similitud demuestra que el liderazgo tiene un impacto significativo en la mejora de la calidad del servicio, lo que demuestra la importancia de los líderes efectivos en diversos entornos empresariales.

En el mismo sentido, el hallazgo coincide con el estudio de Qiu et al. (2020) llevado a cabo en China. Ambos estudios resaltan la importancia crucial de un liderazgo sólido. No obstante, aunque ambos coinciden en esta correlación, se distinguen por sus contextos específicos: la presente tesis se enfocó en el entorno de ventas de una empresa eléctrica, mientras que el estudio de Qiu et al. exploró el sector de servicios en hospitales. A pesar de estas diferencias, ambos enfatizan el impacto positivo del liderazgo en la optimización de la experiencia del cliente o usuario, independientemente del contexto empresarial.

Después de las convergencias encontradas en los resultados obtenidos y los estudios previos respecto al objetivo general, se confirma la validez de la teoría de Saravana Kumar & Krishnaraj (2018) sobre el liderazgo. Esta

teoría subraya que el liderazgo representa la capacidad para dirigir, influenciar y motivar tanto a individuos como a grupos hacia la consecución de objetivos colectivos. En los resultados se observó que un liderazgo orientado a estos principios se traduce en una mejora significativa en la calidad del servicio. Estos hallazgos se alinean con la premisa de que un liderazgo efectivo es fundamental corroborando la importancia del liderazgo en la calidad de servicio.

En relación con el primer objetivo específico, que se centra en examinar cómo la toma de decisiones y la calidad del servicio en el departamento de ventas de la empresa eléctrica se relacionan entre sí, los resultados indican una conexión significativa. Con un nivel de significancia de 0.004 ($p < 0.01$) y un Pseudo R^2 Nagelkerke 0.315, se muestra una relación relevante entre ambas variables. Estos hallazgos sugieren que aproximadamente el 31.5% de la variabilidad observada en la calidad del servicio se vincula a las decisiones tomadas en este departamento.

Los resultados obtenidos en el análisis del primer objetivo específico, concuerdan con la investigación de Ramirez (2021). En ambos casos, se evidencia una relación significativa entre las decisiones tomadas en el área y la calidad del servicio ofrecido. Los resultados de Ramirez, cuyo Pseudo R cuadrado fue de 0.486 demuestran que ambos estudios destacan una relación significativa entre la toma de decisiones de los líderes y la calidad del servicio con una asociación ligeramente menor. Esto sugiere que la influencia de la toma de decisiones en el servicio al cliente puede variar en diferentes contextos organizacionales, posiblemente debido a la diversidad en las estrategias de liderazgo, las expectativas de los clientes y las particularidades de cada sector empresarial.

Este resultado presenta una perspectiva divergente en comparación con la investigación de Su et al. (2019). Mientras el enfoque se centra directamente en la relación entre la toma de decisiones y la calidad del servicio, Su y sus colegas exploraron esta dinámica desde una óptica distinta. Su investigación señaló que elementos como el compromiso afectivo, el empoderamiento psicológico y el clima de servicio funcionan como mediadores en la conexión entre el liderazgo y la calidad del servicio. Esta

discrepancia en la aproximación metodológica podría explicar las diferencias en los resultados, subrayando la complejidad de esta dinámica en diversos contextos organizacionales.

Los hallazgos corroboran la idea planteada por Goleman (2009) en cuanto a la influencia del liderazgo en el proceso de toma de decisiones y la calidad del servicio. Según la teoría, un liderazgo efectivo integra habilidades como la toma de decisiones asertivas, la comunicación efectiva, la motivación y la empatía, las cuales, en este contexto, se reflejan en el impacto que tienen las decisiones tomadas en la calidad del servicio proporcionado por la empresa eléctrica. Los resultados de la investigación respaldan parcialmente estas dimensiones, al indicar que alrededor del 31.5% de la variabilidad en la calidad del servicio está vinculada a las decisiones tomadas en dicho departamento, lo que sugiere la influencia de un liderazgo efectivo en la calidad del servicio.

Los resultados del objetivo específico 2, que se centra en cómo la comunicación afecta la calidad del servicio en el departamento de ventas de la empresa eléctrica, demuestran una fuerte conexión. Con un valor de significancia de 0.000 ($p < 0.001$) y un Pseudo R^2 Nagelkerke 0.551, se demuestra claramente la influencia significativa de la comunicación en la calidad del servicio. Estos resultados indican que alrededor del 55.1% de los niveles de calidad del servicio se ven influenciados por la comunicación en este departamento, subrayando la relevancia crítica de las interacciones comunicativas en la mejora del servicio proporcionado.

Los resultados respecto al segundo objetivo, presentan similitudes con los hallazgos de Saputra (2023). Ambos estudios reconocen la importancia crítica de la comunicación en la calidad del servicio. Saputra destaca cómo la comunicación, como dimensión del liderazgo, impacta directa e indirectamente en la calidad del servicio. Ambos estudios coinciden en destacar el papel fundamental de la comunicación para mejorar la calidad del servicio, aunque con enfoques ligeramente distintos: uno enfocado en la industria de servicios en general y otro en el contexto específico del departamento de ventas de una empresa eléctrica. Estas convergencias resaltan la relevancia universal de la comunicación en la calidad del servicio en diversos entornos organizacionales.

Al contrastar con la investigación de Tapia (2020), nuestro segundo objetivo específico, revela similitudes notables en cuanto a la importancia de la comunicación para la calidad del servicio. Ambos estudios abordan esta conexión, aunque en contextos organizacionales y servicios diferentes. Tapia muestra un modelo que explica el 63.4% de la relación entre la comunicación y la calidad del servicio en el contexto hospitalario de emergencia. Estas coincidencias subrayan la relevancia de la comunicación como dimensión del liderazgo en diversos entornos organizacionales, sugiriendo que este factor puede ser esencial independientemente del tipo de servicio o entorno específico.

Estos resultados se alinean con la perspectiva de la Teoría de Contingencia en el liderazgo. Esta teoría, planteada por Flores Marin & Vanoni (2016), postula que la efectividad del liderazgo no es un enfoque único, sino que está condicionada por factores contextuales. En consonancia con este marco teórico, nuestra investigación evidencia la importancia de la comunicación como dimensión clave del liderazgo, validando así la adaptabilidad de las dimensiones del liderazgo, incluyendo la toma de decisiones y la comunicación.

Los resultados obtenidos para el tercer objetivo específico, enfocado en analizar la influencia de la motivación en la calidad del servicio dentro del departamento de ventas de la empresa eléctrica en Trujillo 2023, revelan una relación significativa. Con un valor de significancia de 0.000 ($p < 0.001$) y un Pseudo R^2 Nagelkerke 0.478, se corrobora la importancia crucial de la motivación en este entorno laboral. Estos hallazgos indican que aproximadamente el 47.8% de la variabilidad en la calidad del servicio se vincula directamente con los niveles de motivación presentes en dicho departamento. Este resultado destaca la relevancia de la motivación como un factor determinante para el rendimiento y la calidad del servicio en el contexto específico del departamento de ventas, apuntando a la necesidad de estrategias que fomenten y mantengan altos niveles de motivación entre el personal para mejorar continuamente la calidad del servicio ofrecido por la empresa eléctrica.

Esto coincide con los hallazgos de Yee et al. (2018), Ambos estudios destacan el valor de los elementos motivadores para mejorar la calidad del

servicio. Yee et al. (2018) destacan la relevancia de los factores motivacionales en la mejora de la calidad del servicio. Su estudio enfatiza la eficacia de la orientación hacia metas de aprendizaje en empresas de servicios en Hong Kong. Esta convergencia subraya la importancia de estrategias motivacionales para elevar la calidad del servicio en contextos similares, fortaleciendo la premisa de que la motivación influye significativamente en la calidad de los servicios ofrecidos.

Estos resultados también coinciden notablemente con las conclusiones extraídas por Vásquez (2018). Ambos análisis revelan una relación sustancial y positiva entre el liderazgo motivador y la calidad del servicio ofrecido por los colaboradores. Nuestros hallazgos, respaldados por un valor de significancia de 0.000, indican que aproximadamente el 47.8% de la variabilidad en la calidad del servicio se atribuye a los niveles de motivación identificados. Esto guarda similitud con la investigación de Vásquez, que evidenció una correlación positiva y significativa entre un liderazgo motivador y la calidad del servicio proporcionado por los colaboradores. Estos resultados resaltan la importancia fundamental de la motivación como un componente esencial en la mejora de la calidad del servicio en entornos laborales específicos, mostrando una convergencia significativa entre ambos estudios.

Los resultados obtenidos convergen con la base teórica presentada por Flores Marin & Vanoni (2016), la cual enfatiza la importancia de la motivación en el liderazgo. La influencia significativa de la motivación en la calidad del servicio respalda la noción de que los líderes efectivos deben comprender las necesidades individuales y colectivas de su equipo. Estas conclusiones sugieren que aplicar estrategias motivacionales personalizadas puede mejorar tanto la productividad como el compromiso del equipo, reflejando la influencia directa de la motivación en el rendimiento del personal y, en consecuencia, en la calidad del servicio ofrecido. Esta convergencia entre nuestros hallazgos y la base teórica resalta la relevancia crucial de la motivación como una herramienta esencial para el liderazgo efectivo, respaldando la idea de que una comprensión profunda de las necesidades del equipo puede impulsar mejoras sustanciales en la calidad del servicio. El cuarto objetivo específico, orientado a examinar el papel de la empatía en

la calidad del servicio del departamento de ventas de la empresa eléctrica, reveló resultados notablemente reveladores. Los hallazgos obtenidos, con un nivel de significancia extraordinariamente bajo de 0.000 ($p < 0.001$) y un R^2 de Nagelkerke de 0.697, destacan una relación sustancialmente significativa. Estos resultados no solo confirman, sino que enfatizan con firmeza que aproximadamente el 69.7% de la variabilidad en la calidad del servicio está directamente influenciada por la empatía. Esto apunta a un descubrimiento clave, resaltando la importancia fundamental de la empatía en el contexto específico del departamento de ventas, subrayando su impacto abrumadoramente positivo en la percepción y entrega de un servicio de calidad dentro de esta empresa eléctrica.

Los hallazgos, centrados en la influencia de la empatía en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, convergen significativamente con los resultados de Silvera (2020). Ambos estudios resaltan una correlación positiva y significativa entre estrategias empáticas y calidad del servicio, los resultados de esta investigación, enfatizan la fuerte relación entre la empatía y la calidad del servicio en el ámbito específico de ventas eléctricas. De manera similar, el estudio de Silvera, con un coeficiente de correlación de Spearman de 0.747 y un nivel de significancia del 0.00, evidencia una conexión sólida en el sector textil. Estas convergencias subrayan la universalidad del impacto de la empatía en la calidad del servicio, independientemente del contexto empresarial, sugiriendo que estrategias empáticas son esenciales para mejorar la percepción del servicio y establecer ventajas competitivas en diversas industrias.

La empatía, clave en la calidad del servicio en el departamento de ventas según nuestros hallazgos, se conecta con el concepto de inteligencia emocional. Según Galiani & Terlato (2020), los líderes con alta inteligencia emocional tienen habilidades destacadas para dirigir equipos de ventas, gestionar conflictos de forma positiva y cultivar relaciones positivas con los clientes. Este enfoque teórico refuerza la relevancia de la empatía en las interacciones con los clientes y la calidad del servicio en el contexto de ventas eléctricas. La convergencia entre nuestra investigación y esta base teórica destaca que la empatía, como parte de la inteligencia emocional, se vuelve un factor crítico para lograr un excelente servicio al cliente en distintos

entornos empresariales.

Los resultados de este estudio refuerzan y validan varios aspectos del marco teórico establecido. La relación directa entre el liderazgo y la calidad del servicio, evidenciada por los hallazgos, respalda las teorías previas que enfatizan el papel determinante de un liderazgo efectivo en la mejora de la experiencia del cliente. Asimismo, la confirmación de la influencia significativa de variables como la comunicación, la toma de decisiones y la motivación en la calidad del servicio coincide con los conceptos teóricos previamente descritos, subrayando su relevancia en entornos organizativos. Estos resultados no solo consolidan las premisas teóricas, sino que también ofrecen una aplicación práctica y empírica de dichos conceptos, proporcionando una comprensión más integral de cómo estos elementos se interrelacionan y afectan la calidad del servicio en el ámbito empresarial.

VI. CONCLUSIONES

Primera: El análisis del objetivo general planteado en este estudio revela una conexión altamente significativa. Los resultados exhiben un valor de significancia de 0.000 ($p < 0.001$), junto con un Pseudo R^2 Nagelkerke de 0.761. Esto sugiere que alrededor del 76.1% de la variabilidad en la calidad del servicio puede ser atribuida a la influencia del liderazgo.

Segunda: Respecto al primer objetivo específico de analizar la influencia entre la toma de decisiones y la calidad del servicio, los resultados confirman una relación significativa. El valor de significancia de 0.004 ($p < 0.01$) y el Pseudo R cuadrado de Nagelkerke de 0.315 indican una conexión relevante entre ambas variables. Esta relación evidencia que alrededor del 31.5% de la variabilidad en la calidad del servicio está ligada a las decisiones tomadas en este departamento.

Tercera: La investigación revela una conexión contundente entre la comunicación y la calidad del servicio. Con un valor de significancia de 0.000 ($p < 0.001$) y un Pseudo R^2 de Nagelkerke de 0.551, es evidente que la comunicación tiene un impacto significativo en la calidad del servicio. Estos hallazgos indican que la comunicación afecta alrededor del 55.1% de los niveles de calidad del servicio en este departamento.

Cuarta: Los resultados revelan una influencia significativa de la motivación en la calidad del servicio en el departamento de ventas de la empresa eléctrica en Trujillo 2023. Con un valor de significancia de 0.000 ($p < 0.001$) y un Pseudo R^2 Nagelkerke de 0.478, queda claro que la motivación juega un papel fundamental. Estos hallazgos indican que alrededor del 47.8% de la variabilidad en la calidad del servicio se relaciona con niveles de motivación.

Quinta: La investigación revela una influencia contundente de la empatía en la calidad del servicio del departamento de ventas de la empresa eléctrica en Trujillo 2023. Con un valor de significancia de 0.000 ($p < 0.001$) y un Pseudo R^2 Nagelkerke de 0.697, se confirma una relación altamente significativa entre ambas variables. Estos resultados destacan que

aproximadamente el 69.7% de la variabilidad en la calidad del servicio está directamente vinculada a la empatía.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda a los responsables del desarrollo organizacional, a los directivos de las empresas y a los líderes de las mismas:

Entrenamiento en liderazgo orientado a la calidad del servicio:

Desarrollar programas de capacitación enfocados en fortalecer las habilidades de liderazgo que promuevan una cultura organizacional centrada en la calidad del servicio. Estos programas deberían enfatizar que la comunicación efectiva, la empatía y la motivación intrínseca son fundamentales.

Sistema de reconocimiento basado en la mejora continua: Implementar un sistema de reconocimiento que valore y premie no solo los resultados comerciales, sino también los esfuerzos y mejoras en la calidad del servicio. Esto podría incluir incentivos para empleados que demuestren habilidades de comunicación, empatía y una actitud proactiva.

Feedback 360° para promover la calidad del servicio: Establecer un sistema de retroalimentación que involucre a empleados y clientes, permitiendo un intercambio constante de opiniones y sugerencias. Esta retroalimentación bidireccional puede contribuir a mejorar las interacciones con los clientes y a identificar áreas de mejora en el servicio.

Implementación de protocolos de empatía en el servicio al cliente:

Desarrollar y aplicar protocolos específicos que promuevan la empatía en las interacciones con los clientes. Capacitar al personal en técnicas que fomenten una conexión más cercana y comprensiva con las necesidades y sentimientos de los clientes durante todo el proceso de atención.

REFERENCIAS

- Alegre, T. M. A., Saavedra, E. F. C., Alfaro, C. E. R., & Sánchez, R. M. S. (2021). Leadership style and attitude to organizational change among health professionals during the covid-19 pandemic. *Revista Cubana de Investigaciones Biomedicas*, 40(5).
- Arellán, Y. L. A. (2020). *El marco regulatorio de la calidad del servicio público de electricidad y la gestión de las empresas estatales de distribución eléctrica*. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/17588>
- Arellano, H. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva [Quality in service as a competitive advantage]. *Ciencias economicas y empresariales*, 3, 72-83. <https://doi.org/10.23857/dc.v3i3>
- Armas, M., & Castillo, R. (2016). Facultad de negocios internacionales. En *Universidad Privada del Norte*. <http://hdl.handle.net/11537/12104>
- Benites, W. (2021). *Efectividad de gestión y calidad de servicio en el área de emergencia de Hidrandina S.A -Trujillo, 2021* [Universidad Cesar Vallejo]. <http://hdl.handle.net/20.500.12692/71463>
- Cheung, V. (2020). *Comparing and Contrasting the Core Philosophical Principles of Peter Drucker and Confucianism*. <https://www.proquest.com/openview/1632d0c26e99da04e0b11de71f658426/1?cbl=18750&diss=y&pq-origsite=gscholar&parentSessionId=AfU2W007c1XhvUfDAtL5W1R5R3ZN4UuZzUmxJIQghI4%3D>
- Chiniara, M., & Bentein, K. (2018). The servant leadership advantage: When perceiving low differentiation in leader-member relationship quality influences team cohesion, team task performance and service OCB. *Leadership Quarterly*, 29(2), 333-345. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2017.05.002>
- Colmenares, A. (2019). Elementos de la calidad de servicio en las empresas comercializadoras de repuestos para vehículos. *Revista de investigación en Ciencias Administrativas y Sociales*, 2(4), 163-177. <https://doi.org/10.33996/revistaneque.v2i4.20>
- Creswell, J. W. (2018). *Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* (FOURTH EDI). <https://books.google.es/books?id=DLbBDQAAQBAJ&lpg=PP1&ots=-in22bKPPv&dq=Creswell&lr&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q=Creswell&f=false>
- Cruzado, A. (2020). *Calidad de servicio, liderazgo y satisfacción en usuarios de una universidad pública de Lima, 2023*. [Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/125089>
- Escandon, D. M., & Hurtado, A. (2016). Influencia de los estilos de liderazgo en el desempeño de las empresas exportadoras colombianas. *Estudios Gerenciales*, 32, 137-145. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.04.001>

- Figuerola, J., & Terrones, M. (2021). *Gestión del talento humano y su incidencia con la calidad de servicio de los trabajadores de la empresa Hidrandina Chapén 2019* (Vol. 1) [Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/53793>
- Flores Marin, M., & Vanoni, G. (2016). Competencias directivas requeridas por los CEO ante la complejidad de las organizaciones del siglo xxi. *Suma de Negocios*, 7(16), 113-124. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.005>
- Florián Castillo, O. R., Torres, B. S., Moscol, A. M., & Ñontol Rodas, A. G. (2022). Strategic Management for Service Quality in an SME of the Commercial Sector | Gestión Estratégica para la Calidad de Servicio de una Mype del Sector Comercial. *Proceedings of the LACCEI international Multi-conference for Engineering, Education and Technology, 2022-Decem*, 1-11.
- Galiani, D., & Terlato, A. N. (2020). Desde la inteligencia emocional al liderazgo empático. *ECONSTOR Make Your Publications Visible*, 768, 1-55. <https://ucema.edu.ar/publicaciones/download/documentos/768.pdf>
- Goleman, D. (2009). Inteligencia Emocional. *Revista de educación*, 2, 3. <https://search.iczhiku.com/paper/i6eafzdTXA9uvyL5.pdf>
- Gómez-Duque, L. Á., Daza-Torres, J. D., & Arias-Pérez, J. (2023). Inteligencia de negocios y agilidad organizacional: ¿Son relevantes la toma de decisiones racional e intuitiva? En *Estudios Gerenciales* (pp. 181-191). <https://doi.org/10.18046/j.estger.2023.167.5542>
- Guerrero, R. (2022). *Liderazgo organizacional y su relación con la calidad de servicio en la empresa Barboza Burga Contratistas Generales S. R. L., Trujillo 2021*. <https://hdl.handle.net/11537/31826>
- Henaó Colorado, L. C. (2019). Calidad de servicio y valor percibido como antecedentes de la satisfacción de los clientes de las empresas de telecomunicaciones en Colombia. *Contaduría y Administración*, 65(3), 186. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.2318>
- Hermosilla, D., Amutio, A., & Da Costa, S. (2016). El Liderazgo transformacional en las organizaciones: variables mediadoras y consecuencias a largo plazo. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 30(2), 75-81. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1576596216300159/pdf?md5=d05f38d62f2dee5b0298c8d5a026b695&pid=1-s2.0-S1576596216300159-main.pdf>
- Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2018). Metodología de la Investigación. En *Setima edición*.
- Huamanchumo, P. M., & Merchan, R. O. (2021). Facultad De Ciencias Empresariales Facultad De Ciencias Empresariales. En *Proceso de gestion de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro* (Vol. 1). <https://bit.ly/3BXwq5b>
- Karakus, M., & Durresti, A. (2017). *Quality of Service (QoS) in Software De fined Networking (SDN): A survey*. 80(December 2016), 200-218.

<https://doi.org/10.1016/j.jnca.2016.12.019>

- Kassa, T., Submitted, T., Presented, M., & Fulfillment, P. (2016). *The Effect of Customer Service Quality on Customer Satisfaction in Selected Private Banks (Addis Ababa)* By : Tizazu Kassa A Thesis Submitted to the Department of Management Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Masters o. November.
- Kozlowski, S. W. J. (2018). Enhancing the Effectiveness of Work Groups and Teams: A Reflection. *Perspectives on Psychological Science*, 13(2), 205-212. <https://doi.org/10.1177/1745691617697078>
- Kwan, C. K., Urbieto, M. B., González, G. G., Gorostiaga, J. M., Cáceres, M. E., & Ruiz, M. (2022). Percepción sobre la calidad de servicio brindado por la agencia de viajes Apleno S.A. - Paraguay mediante el modelo servqual. *Revista Científica de la UCSA*, 9(2), 103-111.
- Liden, R. C., Panaccio, A., Meuser, J. D., & Wayne, S. (2018). Servant leadership : Antecedents , processes , and outcomes Oxford Handbooks Online Servant Leadership : Antecedents , Processes , and Outcomes. *The Oxford Handbook of Leadership and Organizations*, April 2016, 1-41. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199755615.013.018>
- Mahdikhani, M., & Yazdani, B. (2020). Transformational leadership and service quality in e-commerce businesses: The role of trust and team performance. *International Journal of Law and Management*, 62(1), 23-46. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-12-2018-0290>
- Matínez, J., Florez, D., & Rodriguez, M. (2019). *Empatía y liderazgo en contextos organizacionales*. 1-26. https://www.academia.edu/42289696/TRABAJO_FINAL_P_DIRECCIÓN
- Mendoza Martínez, I. A., Uribe Prado, J. F., & García Rivera, B. R. (2014). Liderazgo y su Relación con Variables De Resultado: un Modelo Estructural Comparativo entre Liderazgo Transformacional y Transaccional en una Empresa de Entretenimiento en México. *Acta de Investigación Psicológica*, 4(1), 1412-1429. [https://doi.org/10.1016/s2007-4719\(14\)70384-9](https://doi.org/10.1016/s2007-4719(14)70384-9)
- Milla, A. (2018). Facultad de negocios internacionales. En *Universidad Privada del Norte*. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/11291>
- Montesdeoca, A. K., & Cedillo, M. (2023). Análisis de la Calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo en la Empresa Eléctrica Pública Estratégica Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP, Guayaquil–2020. En *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar* (Vol. 7, Número 3, pp. 9840-9858). https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i3.7009
- Orlandini, I., & Ramos, N. (2017). Aplicación del modelo SERVQUAL en la prestación de servicio de las empresas de transporte aéreo. *Revista Digital Investigación&Negocios*, 144-155.
- Qiu, S., Dooley, L. M., & Xie, L. (2020). How servant leadership and self-efficacy interact to affect service quality in the hospitality industry: A polynomial regression with response surface analysis. *Tourism*

- Management*, 78(August 2019).
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104051>
- Ramirez, L. (2021). *Tipos de liderazgo y calidad de servicio en las agencias de Lima del Banco de la Nación, 2020*.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/68680>
- Rasyida, D. R., Mujiya Ulkhaq, M., Setiowati, P. R., & Setyorini, N. A. (2017). Assessing Service Quality: A Combination of SERVPERF and Importance-Performance Analysis. *MATEC Web of Conferences*, 68, 6-10.
<https://doi.org/10.1051/matecconf/20166806003>
- Rodríguez Armijos, D. Y., Arista Huamán, A. M., & Cruz-Tarrillo, J. J. (2023). Calidad de servicio y su efecto en la satisfacción y lealtad de los clientes. *Revista San Gregorio*, 1(55), 65-77.
<https://doi.org/10.36097/rsan.v1i55.2326>
- Rojas, C., Niebles, W., Pacheco-Ruíz, C., & Hernández-Palma, H. G. (2020). Quality service as a key element of social responsibility in small and medium size enterprises. *Informacion Tecnologica*, 31(4), 221-232.
<https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>
- Saavedra, E. F. C., Reyes, M. A. M., Trujillo, J. V. B., Alfaro, C. E. R., & Jara, C. I. A. (2019). Leadership and organizational climate in workers of health facilities of a micro-network in Peru. *Revista Cubana de Salud Publica*, 45(2), 1-13.
- Şahin, F., Gürbüz, S., & Şeşen, H. (2015). Leaders' Managerial Assumptions and Transformational Leadership: The Moderating Role of Gender. *The Electronic Library*, 34(1), 1-5.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/LODJ-11-2015-0239/full/html>
- Saputra, N. (2023). Mixing Digital Intelligent with Servant Leadership for Establishing Service Quality in the Service Industry. *Proceedings of 2023 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2023*, 13-17.
<https://doi.org/10.1109/ICIMTech59029.2023.10277816>
- Saravana Kumar, G., & Krishnaraj, R. (2018). Influence of leadership styles on employees` commitment to service quality. *International Journal of Hospitality and Tourism Systems*, 11(1), 38-46.
- Silvera, K. E. (2020). *Estrategias competitivas y calidad de servicio de las empresas del sector textil en Lima Norte, Perú, 2022*. 1-5.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/129349>
- Tapia, J. R. (2020). *Liderazgo y calidad de servicio al usuario del área de emergencia en un Hospital de Bagua, 2022* [Cesar Vallejo].
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/84653>
- Torner, C. S. (2021). Adaptive leadership and performance. Strategy under a covid19 context in a colombian electricity sector organization. *Revista Estrategia Organizacional*, 10(1), 1-23.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7830631>

- Vásquez, E. (2018). Liderazgo transformacional y Calidad de Servicio de los colaboradores del Laboratorio Clínico R, sede Lima [Cesar Vallejo]. En *Universidad César Vallejo*. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/8517>
- Wyse, R. D. M. (2018). Motivação: Teorias Motivacionais do Comportamento Humano. *Revista de Ciências Gerenciais*, 22(36), 134-147. <https://doi.org/10.17921/1415-6571.2018v22n36p134-141>
- Yee, R. W. Y., Lee, P. K. C., Yeung, A. C. L., & Cheng, T. C. E. (2018). The relationships among leadership, goal orientation, and service quality in high-contact service industries: An empirical study. *International Journal of Production Economics*, 141(2), 452-464. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2011.12.012>
- Ynzunza, C. B., & Izar, J. M. (2020). Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desempeño empresarial. Un análisis en las MIPyMES en el estado de Querétaro, México. *Contaduría y Administración*, 66(1), 228. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.2327>
- Zambrano Zevallos, L. E. (2023). Evaluación de la calidad del servicio al cliente: Caso de la empresa Ferreleczam. *Revista San Gregorio*, 1(55), 1-15. <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i55.2220>

Anexo 01: Matriz de consistencia

Título: Influencia del Liderazgo en la Calidad del Servicio en el Departamento de Ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES – DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>Problema general: ¿Cuál es la influencia del Liderazgo en la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023?</p>	<p>Objetivos generales: Determinar la influencia entre el Liderazgo y la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.</p>	<p>El liderazgo influye significativamente en la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.</p>	<p>V1: Liderazgo</p> <p>D1: Toma de decisiones</p> <p>D2: Comunicación</p> <p>D3: Motivación</p> <p>D4: Empatía</p>	<p>Tipo de investigación: Básica</p> <p>Diseño de investigación: de Correlacional causal</p> <p>Esquema:</p> <p>M → O1 ↔ O2 R</p> <p>Dónde: M = Muestra O1 y O2 = Variables R = Relación causal</p> <p>Población: Colaboradores y usuarios de una empresa</p>
<p>¿Cuál es la influencia de la Toma de Decisiones en la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023?</p>	<p>Objetivos específicos:</p> <p>- Determinar la influencia entre la Toma de Decisiones y la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una</p>	<p>Hipótesis específicas</p> <p>- La Toma de Decisiones influye significativamente en la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.</p>		

	empresa eléctrica, Trujillo 2023.		V2: Calidad de servicio.	eléctrica. Muestra: 34 colaboradores y 197 usuarios Muestreo: Probabilístico
¿Cuál es la influencia de la Comunicación en la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023?	- Determinar la influencia entre la Comunicación y la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.	- La Comunicación influye significativamente en la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.	D1: Confiabilidad D2: Tiempo de respuesta D3: Seguridad D4: Empatía	
¿Cuál es la influencia de la Motivación en la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023?	- Determinar la influencia entre la Motivación y la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una	- La Motivación influye significativamente en la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.		

	empresa eléctrica, Trujillo 2023.			
¿Cuál es la influencia de la Empatía en la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023?	- Determinar la influencia entre la Empatía y la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.	- La Empatía influye significativamente en la Calidad del Servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.		

Anexo N° 2.- Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Liderazgo	La capacidad de liderazgo básicamente se centra en poder transmitir a las demás personas con un nivel de influencia los suficientemente significativo como para que puedan alcanzar objetivos y metas bajo la tutela de la persona que ejerce las veces de líder. (D. Goleman)	Actividad cuando se trabaja con un equipo de personas, y se ganan seguidores, se influye positivamente en las actitudes y comportamientos y se les anima a trabajar por un objetivo común.	Toma de decisiones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Involucra al equipo en la toma de decisiones. 2. Resuelve problemas eficazmente. 3. Considera diversas perspectivas en la toma de decisiones. 4. Ajusta decisiones según la retroalimentación del equipo con flexibilidad. 5. Implementa soluciones eficientes. 	Ordinal Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)
			Comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comunica metas y objetivos. 2. Transmite efectivamente la información clave. 3. Aplica retroalimentación regular al equipo. 4. Muestra transparencia en cambios estratégicos. 5. Uso activo de canales de comunicación. 	
			Motivación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conexión con las necesidades de los empleados. 2. Estímulo al trabajo en equipo y reconocimiento. 3. Capacidad inspiradora hacia objetivos. 	

				<ol style="list-style-type: none"> 4. Propicia la innovación y riesgos controlados. 5. Fomenta la autonomía y responsabilidad. 	
			Empatía	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sensibilidad hacia preocupaciones individuales. 2. Actitud receptiva para resolver inquietudes. 3. Apoyo emocional y empatía hacia empleados. 4. Gestiona situaciones emocionales o conflictivas. 5. Fomenta de un ambiente inclusivo y de apoyo. 	
Calidad de Servicio	Es el proceso de cambio que compromete a toda organización en torno a valores, actitudes y comportamientos a favor de los clientes de nuestro negocio". (Herrera, 2014)	La calidad en el servicio es el grado en el que un servicio satisface o sobrepasa las necesidades o expectativas que el cliente tiene respecto al servicio. Esta variable fue medida a través de la aplicación de un cuestionario orientado a medir las cuatro dimensiones de la variable. Así también, estuvo constituido por 20 ítems con tres opciones de respuesta para cada uno.	Confiabilidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cumple promesas. 2. Ofrece consistencia. 3. Entrega según lo acordado. 4. Comunica los cambios. 5. Disponibilidad oportuna. 6. Mantiene estándares. 	Ordinal Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)
			Tiempo de respuesta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Responde rápidamente. 2. Eficiencia temporal. 3. Espera razonable. 4. Estimar claramente. 5. Resolver con rapidez. 	
			Seguridad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Garantiza seguridad. 2. Protege información. 3. Previene y gestiona. 4. Mantiene estándares de prevención. 	

				5. Capacidad de reacción ante incidentes.	
			Empatía	<ol style="list-style-type: none">1. Comprende necesidades.2. Brinda atención personalizada.3. Demuestra interés genuino.4. Comprende situaciones.5. Facilidad para resolver problemas del cliente.6. Genera un ambiente de confianza.	

Anexo 3: Instrumentos de recolección de datos para el Liderazgo

Cuestionario para medir el Liderazgo

Gracias por participar en esta encuesta para evaluar el liderazgo y la dinámica del equipo en nuestra empresa. Por favor, indica en qué medida experimentas lo siguiente utilizando la escala:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: TOMA DE DECISIONES						
1	El equipo es regularmente involucrado en la toma de decisiones importantes.					
2	El líder toma decisiones con eficiencia y en un tiempo razonable.					
3	El líder considera múltiples perspectivas antes de tomar decisiones cruciales.					
4	El líder muestra flexibilidad al ajustar decisiones basadas en la retroalimentación del equipo.					
5	Las soluciones después de la toma de decisiones se implementan eficazmente.					
DIMENSIÓN: COMUNICACIÓN						
6	La comunicación sobre metas y objetivos del equipo es clara y frecuente.					
7	La información relevante para el desempeño laboral se transmite de manera efectiva.					
8	Se proporciona retroalimentación regularmente para mejorar el desempeño.					
9	Los cambios en políticas o estrategias se comunican de manera transparente.					
10	Se utilizan diferentes canales de comunicación para llegar a todos los miembros del equipo.					
DIMENSIÓN: MOTIVACIÓN						
11	El líder muestra interés y comprensión hacia las necesidades individuales de los empleados.					
12	Se fomenta el trabajo en equipo y se reconoce el esfuerzo individual.					
13	El líder inspira y motiva al equipo para alcanzar los objetivos establecidos.					
14	Se promueve un ambiente que fomente la innovación y la toma de riesgos calculados.					

15	Se anima a los miembros del equipo a tomar responsabilidad y ser autónomos.					
DIMENSIÓN: EMPATÍA						
16	El líder muestra sensibilidad hacia las preocupaciones individuales de los empleados.					
17	El líder está abierto para escuchar y resolver inquietudes del equipo.					
18	Se demuestra apoyo emocional y capacidad para entender las situaciones de los empleados.					
19	Se manejan situaciones emocionales o conflictivas dentro del equipo de manera efectiva.					
20	El ambiente de trabajo es inclusivo y de apoyo entre los miembros del equipo.					

ANEXO 04: Ficha Técnica del cuestionario para medir el liderazgo

Nombre de la variable	Liderazgo
Autor	Saguma Calle Wilar Miguel (2023)
Tipo de Instrumento	Encuesta
Forma de administración	Es de carácter individual aplicado a colaboradores del departamento de Ventas de una empresa eléctrica.
Objetivos	Mide el liderazgo en el área del departamento de Ventas de una empresa eléctrica.
Finalidad	Conocer el liderazgo en sus dimensiones: Toma de decisiones, comunicación, motivación y empatía.
Población a aplicar	colaboradores del departamento de Ventas de una empresa eléctrica.
Tiempo de aplicación	10 minutos
Nº de ítems	20 ítems dividido en 4 dimensiones: Toma de decisiones, comunicación, motivación y empatía.
Escala de medición	Ordinal
Escala valorativa	Malo, Regular y Bueno
Baremo de la variable	Descrito en el anexo 05.

**ANEXO 05: ESCALAS Y DIMENSIONES DEL INSTRUMENTO PARA MEDIR
EL LIDERAZGO**

DIMENSIÓN VALORACIÓN	TOMA DE DECISIONES	COMUNICACIÓN	MOTIVACIÓN	EMPATÍA	LIDERAZGO	
					MIN	MAX
Malo	5-11	5-11	5-11	5-11	20	46
Regular	12-18	12-18	12-18	12-18	47	73
Bueno	19-25	19-25	19-25	19-25	74	100

Anexo 6: Instrumentos de recolección de datos para la calidad del servicio

Questionario para medir la calidad de servicio

Gracias por participar en esta encuesta para evaluar la calidad de nuestro servicio. Por favor, indica en qué medida experimentas lo siguiente utilizando la escala:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: CONFIABILIDAD						
1	¿Cumplimos lo que prometemos en nuestros servicios?					
2	¿Ofrecemos servicios consistentes y confiables?					
3	¿Te entregamos los servicios según lo acordado?					
4	¿Te informamos sobre cambios en los servicios?					
5	¿Estamos disponibles cuando hay imprevistos?					
6	¿Mantenemos la calidad que esperas?					
DIMENSIÓN: TIEMPO DE RESPUESTA						
7	¿Te respondemos rápido cuando tienes consultas o problemas?					
8	¿Lo resolvemos en un tiempo razonable?					
9	¿Te decimos cuánto tiempo tomaremos para resolver tus problemas?					
10	¿Te mantenemos informado si hay tiempo de espera?					
11	¿Resolvemos tus problemas rápidamente?					
DIMENSIÓN: SEGURIDAD						
12	¿Te sientes seguro cuando usas nuestros servicios?					
13	¿Cuidamos tu información personal?					

14	¿Prevenimos y manejamos riesgos?					
15	¿Nos aseguramos de seguir estándares de seguridad?					
16	¿Reaccionamos bien ante problemas?					
DIMENSIÓN: EMPATÍA						
17	¿Nos preocupamos por tus necesidades?					
18	¿Te tratamos de forma especial?					
19	¿Nos importa tu bienestar?					
20	¿Entendemos tus problemas?					
21	¿Resolvemos tus problemas con cuidado?					
22	¿Te sientes cómodo con nosotros?					

ANEXO 07: Ficha Técnica del cuestionario para medir la calidad del servicio

Nombre de la variable	Calidad de servicio
Autor	Saguma Calle Wilar Miguel (2023) (adaptado del modelo SERVQUAL)
Tipo de Instrumento	Encuesta
Forma de administración	Es de carácter individual aplicado a usuarios del departamento de ventas de una empresa eléctrica.
Objetivos	Mide la calidad del servicio en el área del departamento de ventas de una empresa eléctrica.
Finalidad	Conocer la calidad del servicio en sus dimensiones: confiabilidad, tiempo de respuesta, seguridad y empatía.
Población a aplicar	usuarios del departamento de ventas de una empresa eléctrica.
Tiempo de aplicación	10 minutos
Nº de ítems	22 ítems dividido en 4 dimensiones: confiabilidad, tiempo de respuesta, seguridad y empatía.
Escala de medición	Ordinal
Escala valorativa	Inadecuada, regular y adecuada
Baremo de la variable	Descrito en el anexo 08.

**ANEXO 08: ESCALAS Y DIMENSIONES DEL INSTRUMENTO PARA MEDIR
LA CALIDAD DEL SERVICIO**

DIMENSIÓN VALORACIÓN	CONFIABILIDAD	TIEMPO DE RESPUESTA	SEGURIDAD	EMPATÍA	Calidad de servicio	
					MIN	MAX
Inadecuada	6-13	5-11	5-11	6-13	22	51
Regular	14-21	12-18	12-18	14-21	52	81
Adecuada	22-30	19-25	19-25	22-30	82	110

ANEXO N° 09: Calculo del tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2(p)(q)(N)}{E^2(N - 1) + Z^2(p)(q)}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

p =0,50 probabilidad de que el liderazgo influya en la calidad del servicio

q=0,50 probabilidad de que el liderazgo no influya en la calidad del servicio

α =0,05 Nivel de significación (95% de confianza)

Z=1,96 Valor de la Normal (95% de confianza)

E=0,05 Error

Reemplazando la información en la fórmula, obtenemos:

$$n_1 = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)(400)}{0.05^2(400 - 1) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n_1 = 197 \text{ usuarios}$$

ANEXO N° 10:

Evaluación por juicio de expertos (Experto N°01) Primer Instrumento

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "LIDERAZGO Y LA DINÁMICA DEL EQUIPO". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Rodríguez Gamboa, Alexander Alberto
Grado profesional:	Maestría () Doctor (X)
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa (X) Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	Investigación
Institución donde labora:	"Universidad Cesar Vallejo"
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	"LIDERAZGO Y LA DINÁMICA DEL EQUIPO"
Autor:	Saguma Calle Wilar Miguel
Procedencia:	Programa de maestría – Universidad "Cesar Vallejo"
Administración:	Autor
Tiempo de aplicación:	10 minutos
Ámbito de aplicación:	Colaboradores del <i>departamento de ventas de una empresa eléctrica</i> .
Significación:	La presente escala está compuesta por cuatro dimensiones: toma de decisiones, comunicación, motivación y empatía.

4. Soporte teórico

(describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
LIDERAZGO	Toma de decisiones Comunicación Motivación Empatía.	El liderazgo se define como la habilidad intrínseca de una persona para influir de manera significativa en otros individuos, facilitando la consecución de metas y objetivos colectivos. Esta capacidad se manifiesta a través de la transmisión efectiva de ideas, el fomento de la colaboración y la guía estratégica que inspira y orienta a un equipo hacia el logro conjunto de resultados específicos (D. Goleman).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "LIDERAZGO Y LA DINÁMICA DEL EQUIPO". elaborado por Saguma Calle Wilar Miguel en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: "LIDERAZGO Y LA DINÁMICA DEL EQUIPO"

- Primera dimensión: Toma de decisiones
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Toma de decisiones del **Liderazgo**.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I11: Involucra al equipo en la toma de decisiones.	1. El equipo es regularmente involucrado en la toma de decisiones importantes.	4	4	4	
I13: Resuelve problemas eficazmente.	2. El líder toma decisiones con eficiencia y en un tiempo razonable.	4	4	4	
I13: Considera diversas perspectivas en la toma de decisiones.	3. El líder considera múltiples perspectivas antes de tomar decisiones cruciales.	4	4	4	
I14: Ajusta decisiones según la retroalimentación del equipo con flexibilidad.	4. El líder muestra flexibilidad al ajustar decisiones basadas en la retroalimentación del equipo.	4	3	4	Mejorar la redacción de la pregunta, es incoherente.
I15: Implementa soluciones eficientes.	5. Las soluciones después de la toma de decisiones se implementan eficazmente.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Comunicación
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Comunicación del **Liderazgo**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I21: Comunica metas y objetivos.	6. La comunicación sobre metas y objetivos del equipo es clara y frecuente.	4	4	4	

I22: Transmite efectivamente la información clave.	7. La información relevante para el desempeño laboral se transmite de manera efectiva.	4	4	3	No es muy relevante puesto que no se requiere medir el desempeño laboral.
I23: Aplica retroalimentación regular al equipo.	8. Se proporciona retroalimentación regularmente para mejorar el desempeño.	4	4	4	
I24: Muestra transparencia en cambios estratégicos.	9. Los cambios en políticas o estrategias se comunican de manera transparente.	4	4	4	
I25: Uso activo de canales de comunicación.	10. Se utilizan diferentes canales de comunicación para llegar a todos los miembros del equipo.	4	4	4	

- Tercera dimensión: Motivación
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Motivación del **Liderazgo**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I3.1: Conexión con las necesidades de los empleados.	11. El líder muestra interés y comprensión hacia las necesidades individuales de los empleados.	4	4	4	
I3.2: Estímulo al trabajo en equipo y reconocimiento.	12. Se fomenta el trabajo en equipo y se reconoce el esfuerzo individual.	4	4	4	
I3.3: Capacidad inspiradora hacia objetivos.	13. El líder inspira y motiva al equipo para alcanzar los objetivos establecidos.	4	4	4	
I3.4: Propicia la innovación y riesgos controlados.	14. Se promueve un ambiente que fomente la innovación y la toma de riesgos calculados.	4	4	4	
I3.5: Fomenta la autonomía y responsabilidad.	15. Se anima a los miembros del equipo a tomar responsabilidad y ser autónomos.	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Empatía.
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Empatía del Liderazgo

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I4.1: Sensibilidad hacia preocupaciones individuales.	16. El líder muestra sensibilidad hacia las preocupaciones individuales de los empleados.	4	4	4	
I4.2: Actitud receptiva para resolver inquietudes.	17. El líder está abierto para escuchar y resolver inquietudes del equipo.	4	4	4	
I4.3: Apoyo emocional y empatía hacia empleados.	18. Se demuestra apoyo emocional y capacidad para entender las situaciones de los empleados.	4	4	4	
I4.4: Gestiona situaciones emocionales o conflictivas.	19. Se manejan situaciones emocionales o conflictivas dentro del equipo de manera efectiva.	4	4	4	
I4.5: Fomenta de un ambiente inclusivo y de apoyo.	20. El ambiente de trabajo es inclusivo y de apoyo entre los miembros del equipo.	4	4	4	



Firma del evaluador
DNI **P0280985**

Evaluación por juicio de expertos (Experto N°01)

Segundo Instrumento

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "CALIDAD DE SERVICIO". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Rodríguez Gamboa, Alexander Alberto		
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor	(X)
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa (X)	Organizacional	(X)
Áreas de experiencia profesional:	Investigación		
Institución donde labora:	"Universidad Cesar Vallejo"		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()		
	Más de 5 años (X)		

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	"CALIDAD DE SERVICIO".
Autor:	Saguma Calle Wilar Miguel
Procedencia:	Programa de maestría – Universidad "Cesar Vallejo"
Administración:	Autor
Tiempo de aplicación:	10 minutos
Ámbito de aplicación:	Usuarios del <i>departamento de ventas de una empresa eléctrica</i> .
Significación:	La presente escala está compuesta por cuatro dimensiones: confiabilidad, tiempo de respuesta, seguridad y empatía.

4. Soporte teórico

(describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
CALIDAD DE SERVICIO	Confiabilidad	La calidad de servicio se entiende como el conjunto de experiencias, interacciones y percepciones que los clientes experimentan al recibir un servicio, involucrando la excelencia, fiabilidad, conveniencia y personalización, alineadas con sus expectativas y necesidades específicas (Kassa et al., 2016)
	Tiempo De Respuesta	
	Seguridad	
	Empatía	

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “CALIDAD DE SERVICIO” elaborado por Saguma Calle Wilar Miguel en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: "Calidad de Servicio"

- Primera dimensión: Confiabilidad
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de confiabilidad de la **calidad del servicio**.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I11: Cumple promesas.	1. ¿Cumplimos lo que prometemos en nuestros servicios?	4	4	4	
I12: Ofrece consistencia.	2. ¿Ofrecemos servicios consistentes y confiables?	4	4	4	
I13: Entrega según lo acordado.	3. ¿Te entregamos los servicios según lo acordado?	4	4	4	
I14: Comunica los cambios.	4. ¿Te informamos sobre cambios en los servicios?	4	4	4	
I15: Disponibilidad oportuna.	5. ¿Estamos disponibles cuando hay imprevistos?	4	3	4	Ser mas explícitos
I16: Mantiene estándares.	6. ¿Mantenemos la calidad que esperas?	4	4	4	

- Segunda dimensión: Tiempo de respuesta
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Tiempo de respuesta de la **calidad del servicio**.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I21: Responde rápidamente.	7. ¿Te respondemos rápido cuando tienes consultas o problemas?	4	4	4	
I22: Eficiencia temporal.	8. ¿Lo resolvemos en un tiempo razonable?	4	4	4	
I23: Espera razonable.	9. ¿Te decimos cuánto tiempo tomaremos para resolver tus problemas?	4	4	4	
I24: Estimar claramente.	10. ¿Te mantenemos informado si hay tiempo de espera?	3	4	4	Es mejor colocar un limite de tiempo
I25: Resolver con rapidez.	11. ¿Resolvemos tus problemas rápidamente?	4	4	4	

- Tercera dimensión: Seguridad

- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Seguridad de la **calidad del servicio**.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I3.1: Garantiza seguridad.	12. ¿Te sientes seguro cuando usas nuestros servicios?	4	4	4	
I3.2: Protege información.	13. ¿Cuidamos tu información personal?	4	4	4	
I3.3: Previene y gestiona.	14. ¿Prevenimos y manejamos riesgos?	4	4	4	
I3.4: Mantiene estándares de prevención.	15. ¿Nos aseguramos de seguir estándares de seguridad?	4	4	4	
I3.5: Capacidad de reacción ante incidentes.	16. ¿Reaccionamos bien ante problemas?	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Empatía.
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Empatía de la **calidad del servicio**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I4.1: Comprende necesidades.	17. ¿Nos preocupamos por tus necesidades?	4	4	4	
I4.2: Brinda atención personalizada.	18. ¿Te tratamos de forma especial?	4	4	4	
I4.3: Demuestra interés genuino.	19. ¿Nos importa tu bienestar?	4	3	4	Explique mejor a que se refiere con bienestar
I4.4: Comprende situaciones.	20. ¿Entendemos tus problemas?	4	4	4	
I4.5: Facilidad para resolver problemas del cliente.	21. ¿Resolvemos tus problemas con cuidado?	4	4	4	
I4.6: Genera un ambiente de confianza.	22. ¿Te sentimos cómodo con nosotros?	4	4	4	



Firma del evaluador
DNI P0280985

Evaluación por juicio de expertos (Experto N°02)

Primer Instrumento

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "LIDERAZGO Y LA DINÁMICA DEL EQUIPO". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Alvarado Silva, Carlos Alexis
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa (X) Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	Investigación
Institución donde labora:	"Universidad Cesar Vallejo"
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	"LIDERAZGO Y LA DINÁMICA DEL EQUIPO"
Autor:	Saguma Calle Wilar Miguel
Procedencia:	Programa de maestría – Universidad "Cesar Vallejo"
Administración:	Autor
Tiempo de aplicación:	10 minutos
Ámbito de aplicación:	Colaboradores del <i>departamento de ventas de una empresa eléctrica</i> .
Significación:	La presente escala está compuesta por cuatro dimensiones: toma de decisiones, comunicación, motivación y empatía.

4. Soporte teórico

(describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
LIDERAZGO	Toma de decisiones Comunicación Motivación Empatía.	El liderazgo se define como la habilidad intrínseca de una persona para influir de manera significativa en otros individuos, facilitando la consecución de metas y objetivos colectivos. Esta capacidad se manifiesta a través de la transmisión efectiva de ideas, el fomento de la colaboración y la guía estratégica que inspira y orienta a un equipo hacia el logro conjunto de resultados específicos (D. Goleman).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "LIDERAZGO Y LA DINÁMICA DEL EQUIPO", elaborado por Saguma Calle Wilar Miguel en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: "LIDERAZGO Y LA DINÁMICA DEL EQUIPO"

- Primera dimensión: Toma de decisiones
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Toma de decisiones del **Liderazgo**.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I11: Involucra al equipo en la toma de decisiones.	1. El equipo es regularmente involucrado en la toma de decisiones importantes.	4	4	4	
I13: Resuelve problemas eficazmente.	2. El líder toma decisiones con eficiencia y en un tiempo razonable.	4	4	4	
I13: Considera diversas perspectivas en la toma de decisiones.	3. El líder considera múltiples perspectivas antes de tomar decisiones cruciales.	4	4	4	
I14: Ajusta decisiones según la retroalimentación del equipo con flexibilidad.	4. El líder muestra flexibilidad al ajustar decisiones basadas en la retroalimentación del equipo.	4	4	4	
I15: Implementa soluciones eficientes.	5. Las soluciones después de la toma de decisiones se implementan eficazmente.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Comunicación
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Comunicación del **Liderazgo**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I21: Comunica metas y objetivos.	6. La comunicación sobre metas y objetivos del equipo es clara y frecuente.	4	3	4	Debe partirse en dos preguntas

I22: Transmite efectivamente la información clave.	7. La información relevante para el desempeño laboral se transmite de manera efectiva.	4	4	4	
I23: Aplica retroalimentación regular al equipo.	8. Se proporciona retroalimentación regularmente para mejorar el desempeño.	4	4	4	
I24: Muestra transparencia en cambios estratégicos.	9. Los cambios en políticas o estrategias se comunican de manera transparente.	4	4	4	
I25: Uso activo de canales de comunicación.	10. Se utilizan diferentes canales de comunicación para llegar a todos los miembros del equipo.	4	4	4	

- Tercera dimensión: Motivación
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Motivación del **Liderazgo**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I3.1: Conexión con las necesidades de los empleados.	11. El líder muestra interés y comprensión hacia las necesidades individuales de los empleados.	4	4	4	
I3.2: Estímulo al trabajo en equipo y reconocimiento.	12. Se fomenta el trabajo en equipo y se reconoce el esfuerzo individual.	4	4	4	
I3.3: Capacidad inspiradora hacia objetivos.	13. El líder inspira y motiva al equipo para alcanzar los objetivos establecidos.	4	4	4	
I3.4: Propicia la innovación y riesgos controlados.	14. Se promueve un ambiente que fomente la innovación y la toma de riesgos calculados.	4	4	4	
I3.5: Fomenta la autonomía y responsabilidad.	15. Se anima a los miembros del equipo a tomar responsabilidad y ser autónomos.	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Empatía.
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Empatía del **Liderazgo**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I4.1: Sensibilidad hacia preocupaciones individuales.	16. El líder muestra sensibilidad hacia las preocupaciones individuales de los empleados.	4	4	4	
I4.2: Actitud receptiva para resolver inquietudes.	17. El líder está abierto para escuchar y resolver inquietudes del equipo.	4	4	4	
I4.3: Apoyo emocional y empatía hacia empleados.	18. Se demuestra apoyo emocional y capacidad para entender las situaciones de los empleados.	4	4	4	
I4.4: Gestiona situaciones emocionales o conflictivas.	19. Se manejan situaciones emocionales o conflictivas dentro del equipo de manera efectiva.	4	4	4	
I4.5: Fomenta de un ambiente inclusivo y de apoyo.	20. El ambiente de trabajo es inclusivo y de apoyo entre los miembros del equipo.	4	4	4	



Firma del evaluador
DNI 46244246

Evaluación por juicio de expertos (Experto N°02)

Segundo Instrumento

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "CALIDAD DE SERVICIO". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Alvarado Silva, Carlos Alexis		
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor	()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa (X)	Organizacional (X)	
Áreas de experiencia profesional:	Investigación		
Institución donde labora:	"Universidad Cesar Vallejo"		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()		
	Más de 5 años (X)		

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	"CALIDAD DE SERVICIO".
Autor:	Saguma Calle Wilar Miguel
Procedencia:	Programa de maestría – Universidad "Cesar Vallejo"
Administración:	Autor
Tiempo de aplicación:	10 minutos
Ámbito de aplicación:	Usuarios del <i>departamento de ventas de una empresa eléctrica</i> .
Significación:	La presente escala está compuesta por cuatro dimensiones: confiabilidad, tiempo de respuesta, seguridad y empatía.

4. Soporte teórico

(describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
CALIDAD DE SERVICIO	Confiabilidad	La calidad de servicio se entiende como el conjunto de experiencias, interacciones y percepciones que los clientes experimentan al recibir un servicio, involucrando la excelencia, fiabilidad, conveniencia y personalización, alineadas con sus expectativas y necesidades específicas (Kassa et al., 2016)
	Tiempo De Respuesta	
	Seguridad	
	Empatía	

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "CALIDAD DE SERVICIO" elaborado por Saguma Calle Wilar Miguel en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: "Calidad de Servicio"

- Primera dimensión: Confiabilidad
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de confiabilidad de la **calidad del servicio**.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I11: Cumple promesas.	1. ¿Cumplimos lo que prometemos en nuestros servicios?	4	4	4	
I12: Ofrece consistencia.	2. ¿Ofrecemos servicios consistentes y confiables?	4	4	4	
I13: Entrega según lo acordado.	3. ¿Te entregamos los servicios según lo acordado?	4	4	4	
I14: Comunica los cambios.	4. ¿Te informamos sobre cambios en los servicios?	4	4	4	A que tipo de cambios se refiere, especificar
I15: Disponibilidad oportuna.	5. ¿Estamos disponibles cuando hay imprevistos?	4	4	4	
I16: Mantiene estándares.	6. ¿Mantenemos la calidad que esperas?	4	4	4	

- Segunda dimensión: Tiempo de respuesta
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Tiempo de respuesta de la **calidad del servicio**.


Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I21: Responde rápidamente.	7. ¿Te respondemos rápido cuando tienes consultas o problemas?	4	4	4	
I22: Eficiencia temporal.	8. ¿Lo resolvemos en un tiempo razonable?	4	4	4	
I23: Espera razonable.	9. ¿Te decimos cuánto tiempo tomaremos para resolver tus problemas?	4	4	4	
I24: Estimar claramente.	10. ¿Te mantenemos informado si hay tiempo de espera?	4	4	4	
I25: Resolver con rapidez.	11. ¿Resolvemos tus problemas rápidamente?	4	4	4	

- Tercera dimensión: Seguridad
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Seguridad de la **calidad del servicio**.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I3.1: Garantiza seguridad.	12. ¿Te sientes seguro cuando usas nuestros servicios?	4	4	4	
I3.2: Protege información.	13. ¿Cuidamos tu información personal?	4	4	4	
I3.3: Previene y gestiona.	14. ¿Prevenimos y manejamos riesgos?	4	4	4	
I3.4: Mantiene estándares de prevención.	15. ¿Nos aseguramos de seguir estándares de seguridad?	4	4	4	
I3.5: Capacidad de reacción ante incidentes.	16. ¿Reaccionamos bien ante problemas?	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Empatía.
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Empatía de la **calidad del servicio**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I4.1: Comprende necesidades.	17. ¿Nos preocupamos por tus necesidades?	4	4	4	
I4.2: Brinda atención personalizada.	18. ¿Te tratamos de forma especial?	4	4	4	
I4.3: Demuestra interés genuino.	19. ¿Nos importa tu bienestar?	4	4	4	
I4.4: Comprende situaciones.	20. ¿Entendemos tus problemas?	4	4	4	Ser mas especifico
I4.5: Facilidad para resolver problemas del cliente.	21. ¿Resolvemos tus problemas con cuidado?	4	4	4	
I4.6: Genera un ambiente de confianza.	22. ¿Te sentimos cómodo con nosotros?	4	4	4	


 Firma del evaluador
 DNI 46244246

Evaluación por juicio de expertos (Experto N°03)

Primer Instrumento

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “LIDERAZGO Y LA DINÁMICA DEL EQUIPO”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Gaytán Reyna, Karina Liliana		
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor	(X)
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa (X)	Organizacional	(X)
Áreas de experiencia profesional:	Investigación - MBA		
Institución donde labora:	“Universidad Cesar Vallejo”		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()		
	Más de 5 años (X)		

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	“LIDERAZGO Y LA DINÁMICA DEL EQUIPO”
Autor:	Saguma Calle Wilar Miguel
Procedencia:	Programa de maestría – Universidad “Cesar Vallejo”
Administración:	Autor
Tiempo de aplicación:	10 minutos
Ámbito de aplicación:	Colaboradores del <i>departamento de ventas de una empresa eléctrica</i> .
Significación:	La presente escala está compuesta por cuatro dimensiones: toma de decisiones, comunicación, motivación y empatía.

4. Soporte teórico

(describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
LIDERAZGO	Toma de decisiones Comunicación Motivación Empatía.	El liderazgo se define como la habilidad intrínseca de una persona para influir de manera significativa en otros individuos, facilitando la consecución de metas y objetivos colectivos. Esta capacidad se manifiesta a través de la transmisión efectiva de ideas, el fomento de la colaboración y la guía estratégica que inspira y orienta a un equipo hacia el logro conjunto de resultados específicos (D. Goleman).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "LIDERAZGO Y LA DINÁMICA DEL EQUIPO", elaborado por Saguma Calle Wilar Miguel en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: "LIDERAZGO Y LA DINÁMICA DEL EQUIPO"

- Primera dimensión: Toma de decisiones
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Toma de decisiones del **Liderazgo**.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I11: Involucra al equipo en la toma de decisiones.	1.El equipo es regularmente involucrado en la toma de decisiones importantes.	4	4	4	
I13: Resuelve problemas eficazmente.	2.El líder toma decisiones con eficiencia y en un tiempo razonable.	4	4	4	
I13: Considera diversas perspectivas en la toma de decisiones.	3.El líder considera múltiples perspectivas antes de tomar decisiones cruciales.	4	4	4	
I14: Ajusta decisiones según la retroalimentación del equipo con flexibilidad.	4.El líder muestra flexibilidad al ajustar decisiones basadas en la retroalimentación del equipo.	4	4	4	
I15: Implementa soluciones eficientes.	5.Las soluciones después de la toma de decisiones se implementan eficazmente.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Comunicación
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Comunicación del **Liderazgo**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I21: Comunica metas y objetivos.	6. La comunicación sobre metas y objetivos del equipo es clara y frecuente.	4	4	4	

I22: Transmite efectivamente la información clave.	7. La información relevante para el desempeño laboral se transmite de manera efectiva.	4	4	4	Ser mas específico
I23: Aplica retroalimentación regular al equipo.	8. Se proporciona retroalimentación regularmente para mejorar el desempeño.	4	4	4	
I24: Muestra transparencia en cambios estratégicos.	9. Los cambios en políticas o estrategias se comunican de manera transparente.	4	4	4	
I25: Uso activo de canales de comunicación.	10. Se utilizan diferentes canales de comunicación para llegar a todos los miembros del equipo.	4	4	4	

- Tercera dimensión: Motivación
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Motivación del **Liderazgo**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I3.1: Conexión con las necesidades de los empleados.	11. El líder muestra interés y comprensión hacia las necesidades individuales de los empleados.	4	4	4	
I3.2: Estímulo al trabajo en equipo y reconocimiento.	12. Se fomenta el trabajo en equipo y se reconoce el esfuerzo individual.	4	4	4	
I3.3: Capacidad inspiradora hacia objetivos.	13. El líder inspira y motiva al equipo para alcanzar los objetivos establecidos.	4	4	4	
I3.4: Propicia la innovación y riesgos controlados.	14. Se promueve un ambiente que fomente la innovación y la toma de riesgos calculados.	4	4	4	
I3.5: Fomenta la autonomía y responsabilidad.	15. Se anima a los miembros del equipo a tomar responsabilidad y ser autónomos.	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Empatía.
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Empatía del **Liderazgo**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I4.1: Sensibilidad hacia preocupaciones individuales.	16. El líder muestra sensibilidad hacia las preocupaciones individuales de los empleados.	4	4	4	
I4.2: Actitud receptiva para resolver inquietudes.	17. El líder está abierto para escuchar y resolver inquietudes del equipo.	4	4	4	
I4.3: Apoyo emocional y empatía hacia empleados.	18. Se demuestra apoyo emocional y capacidad para entender las situaciones de los empleados.	4	4	4	
I4.4: Gestiona situaciones emocionales o conflictivas.	19. Se manejan situaciones emocionales o conflictivas dentro del equipo de manera efectiva.	4	4	4	
I4.5: Fomenta de un ambiente inclusivo y de apoyo.	20. El ambiente de trabajo es inclusivo y de apoyo entre los miembros del equipo.	4	4	4	



Karina Liliana Gaytán Reyna
INGENIERA ESTADÍSTICO
COESPE. 1222

Firma del evaluador
DNI 41425497
Cod. Renacyt: P0202823

Evaluación por juicio de expertos (Experto N°03)

Segundo Instrumento

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "CALIDAD DE SERVICIO". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Gaytán Reyna, Karina Liliana		
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor	(X)
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa (X)	Organizacional	(X)
Áreas de experiencia profesional:	Investigación - MBA		
Institución donde labora:	"Universidad Cesar Vallejo"		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()		
	Más de 5 años (X)		

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	"CALIDAD DE SERVICIO".
Autor:	Saguma Calle Wilar Miguel
Procedencia:	Programa de maestría – Universidad "Cesar Vallejo"
Administración:	Autor
Tiempo de aplicación:	10 minutos
Ámbito de aplicación:	Usuarios del <i>departamento de ventas de una empresa eléctrica</i> .
Significación:	La presente escala está compuesta por cuatro dimensiones: confiabilidad, tiempo de respuesta, seguridad y empatía.

4. Soporte teórico

(describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
CALIDAD DE SERVICIO	Confiabilidad	La calidad de servicio se entiende como el conjunto de experiencias, interacciones y percepciones que los clientes experimentan al recibir un servicio, involucrando la excelencia, fiabilidad, conveniencia y personalización, alineadas con sus expectativas y necesidades específicas (Kassa et al., 2016)
	Tiempo De Respuesta	
	Seguridad	
	Empatía	

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “CALIDAD DE SERVICIO” elaborado por Saguma Calle Wilar Miguel en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: "Calidad de Servicio"

- Primera dimensión: Confiabilidad
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de confiabilidad de la **calidad del servicio**.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I11: Cumple promesas.	1. ¿Cumplimos lo que prometemos en nuestros servicios?	4	4	4	
I12: Ofrece consistencia.	2. ¿Ofrecemos servicios consistentes y confiables?	4	4	4	
I13: Entrega según lo acordado.	3. ¿Te entregamos los servicios según lo acordado?	4	4	4	
I14: Comunica los cambios.	4. ¿Te informamos sobre cambios en los servicios?	4	4	4	
I15: Disponibilidad oportuna.	5. ¿Estamos disponibles cuando hay imprevistos?	4	4	4	
I16: Mantiene estándares.	6. ¿Mantenemos la calidad que esperas?	3	4	4	

- Segunda dimensión: Tiempo de respuesta
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Tiempo de respuesta de la **calidad del servicio**.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I21: Responde rápidamente.	7. ¿Te respondemos rápido cuando tienes consultas o problemas?	4	4	4	
I22: Eficiencia temporal.	8. ¿Lo resolvemos en un tiempo razonable?	4	4	4	
I23: Espera razonable.	9. ¿Te decimos cuánto tiempo tomaremos para resolver tus problemas?	4	4	4	Es mejor que se coloque los tiempos
I24: Estimar claramente.	10. ¿Te mantenemos informado si hay tiempo de espera?	4	4	4	
I25: Resolver con rapidez.	11. ¿Resolvemos tus problemas rápidamente?	4	4	4	

- Tercera dimensión: Seguridad
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Seguridad de la **calidad del servicio**.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I3.1: Garantiza seguridad.	12.¿Te sientes seguro cuando usas nuestros servicios?	4	4	4	
I3.2: Protege información.	13.¿Cuidamos tu información personal?	4	4	4	
I3.3: Previene y gestiona.	14.¿Prevenimos y manejamos riesgos?	4	4	4	
I3.4: Mantiene estándares de prevención.	15.¿Nos aseguramos de seguir estándares de seguridad?	4	4	4	
I3.5: Capacidad de reacción ante incidentes.	16.¿Reaccionamos bien ante problemas?	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Empatía.
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel de Empatía de la **calidad del servicio**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
I4.1: Comprende necesidades.	17.¿Nos preocupamos por tus necesidades?	4	4	4	
I4.2: Brinda atención personalizada.	18.¿Te tratamos de forma especial?	4	4	4	
I4.3: Demuestra interés genuino.	19.¿Nos importa tu bienestar?	4	4	4	
I4.4: Comprende situaciones.	20.¿Entendemos tus problemas?	4	4	4	
I4.5: Facilidad para resolver problemas del cliente.	21.¿Resolvemos tus problemas con cuidado?	4	4	4	
I4.6: Genera un ambiente de confianza.	22.¿Te sentimos cómodo con nosotros?	4	4	4	


 Karina Liliana Gaytán Reyna
 INGENIERA ESTADÍSTICO
 COESPE. 1222

Firma del evaluador
DNI 41848758
 Cod. Renacyt: P0202823

ANEXO 11: VALIDACIÓN DE CONTENIDO (VALIDACIÓN DE AIKEN) PARA EL PRIMER INSTRUMENTO

Validez de contenido según la coherencia

JUEZ	Toma de decisiones					Comunicación					Motivación					Empatía				
	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Ítem 16	Ítem 17	Ítem 18	Ítem 19	Ítem 20
Experto 1	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
Experto 2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
Experto 3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4
V Aiken	0.92	1.00	0.92	0.92	1.00	0.92	1.00	0.92	0.92	0.92	1.00	1.00	0.83	0.92	0.92	1.00	1.00	0.83	0.83	0.92
	0.950					0.933					0.933					0.917				
	0.933																			

Validez de contenido según la relevancia

JUEZ	Toma de decisiones					Comunicación					Motivación					Empatía				
	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Ítem 16	Ítem 17	Ítem 18	Ítem 19	Ítem 20
Experto 1	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
Experto 2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
Experto 3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4
V Aiken	0.92	1.00	0.92	0.92	1.00	0.92	1.00	0.92	0.92	0.92	1.00	1.00	0.83	0.92	0.92	1.00	1.00	0.83	0.83	0.92
	0.950					0.933					0.933					0.917				
	0.933																			

Validez de contenido según la claridad

JUEZ	Toma de decisiones					Comunicación					Motivación					Empatía				
	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Ítem 16	Ítem 17	Ítem 18	Ítem 19	Ítem 20
Experto 1	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
Experto 2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
Experto 3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4
V Aiken	0.92	1.00	0.92	0.92	1.00	0.92	1.00	0.92	0.92	0.92	1.00	1.00	0.83	0.92	0.92	1.00	1.00	0.83	0.83	0.92
	0.950					0.933					0.933					0.917				
	0.933																			

ANEXO 12: VALIDACIÓN DE CONTENIDO (VALIDACIÓN DE AIKEN) PARA EL SEGUNDO INSTRUMENTO

Validez de contenido según la coherencia

JUEZ	Confiabilidad						Tiempo de respuesta					Seguridad					Empatía					
	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Ítem 16	Ítem 17	Ítem 18	Ítem 19	Ítem 20	Ítem 21	Ítem 22
Experto 1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
Experto 2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
Experto 3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
V Aiken	1.00	1.00	0.92	0.92	0.92	0.92	1.00	1.00	1.00	1.00	0.92	0.92	1.00	1.00	1.00	1.00	0.92	1.00	0.75	0.83	1.00	1.00
	0.944						0.983					0.983					0.917					
	0.957																					

Validez de contenido según la relevancia

JUEZ	Confiabilidad						Tiempo de respuesta					Seguridad					Empatía					
	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Ítem 16	Ítem 17	Ítem 18	Ítem 19	Ítem 20	Ítem 21	Ítem 22
Experto 1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
Experto 2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
Experto 3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
V Aiken	1.00	1.00	0.92	0.92	0.92	0.92	1.00	1.00	1.00	1.00	0.92	0.92	1.00	1.00	1.00	1.00	0.92	1.00	0.75	0.83	1.00	1.00
	0.944						0.983					0.983					0.917					
	0.957																					

Validez de contenido según la claridad

JUEZ	Confiabilidad						Tiempo de respuesta					Seguridad					Empatía					
	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Ítem 16	Ítem 17	Ítem 18	Ítem 19	Ítem 20	Ítem 21	Ítem 22
Experto 1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
Experto 2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
Experto 3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
V Aiken	1.00	1.00	0.92	0.92	0.92	0.92	1.00	1.00	1.00	1.00	0.92	0.92	1.00	1.00	1.00	1.00	0.92	1.00	0.75	0.83	1.00	1.00
	0.944						0.983					0.983					0.917					
	0.957																					

ANEXO 13: VALIDACIÓN DE LA CONFIABILIDAD PARA EL PRIMER INSTRUMENTO (MÉTODO DE ALFA DE CRONBACH)

JUEZ	Toma de decisiones					Comunicación					Motivación					Empatía				
	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Ítem 16	Ítem 17	Ítem 18	Ítem 19	Ítem 20
Experto 1	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
Experto 2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
Experto 3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4
V Aiken	0.92	1.00	0.92	0.92	1.00	0.92	1.00	0.92	0.92	0.92	1.00	1.00	0.83	0.92	0.92	1.00	1.00	0.83	0.83	0.92
	0.950					0.933					0.933					0.917				
	0.933																			

Se aplico la encuesta de liderazgo a una muestra piloto de 25 colaboradores del departamento de ventas, el objetivo fue hallar la confiabilidad, para ello calculamos el alfa de Cronbach.

LIDERAZGO																				
Colaborador	ITEMS																			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
C1	2	2	3	2	3	1	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	1	1	2	1
C2	3	2	2	2	2	3	4	3	3	3	2	3	3	2	1	1	1	1	2	2
C3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	5	2	2	1
C4	2	2	3	2	2	3	2	2	5	3	3	1	2	2	2	2	5	1	2	1
C5	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	1	2	1	2	1	5	1	1	1
C6	3	2	3	2	3	3	2	2	5	3	3	5	2	2	1	2	1	1	2	2
C7	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1
C8	2	2	3	2	2	3	3	2	5	3	3	5	1	1	2	2	5	1	2	1
C9	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	4	2	1	1	2	1	1	2	1
C10	5	5	3	2	3	2	5	4	3	2	3	4	2	1	2	1	5	2	2	2
C11	4	5	2	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	2	2	2	5	5	2	3
C12	4	1	5	2	4	3	5	3	4	4	3	4	5	4	3	2	5	4	2	3
C13	5	4	3	3	3	3	1	5	3	4	3	2	2	4	2	2	5	4	2	3
C14	4	4	3	2	2	3	2	5	3	2	2	5	2	2	2	4	4	4	1	3

C15	5	2	3	4	4	3	2	4	2	2	2	2	4	5	2	3	4	5	2	3
C16	5	2	3	3	2	3	2	4	3	5	2	5	2	2	2	3	4	4	2	3
C17	5	2	2	3	4	4	2	3	3	4	3	4	4	2	2	4	3	4	1	5
C18	2	2	2	1	4	2	2	2	3	4	2	5	2	4	2	4	3	4	3	4
C19	1	3	1	1	4	2	2	2	1	4	1	2	2	2	2	2	1	1	3	1
C20	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2
C21	2	2	3	3	3	3	1	3	5	1	2	2	2	2	3	2	5	2	2	1
C22	3	2	2	1	3	3	2	2	1	1	1	2	2	2	2	3	1	1	2	1
C23	2	2	3	2	3	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2
C24	3	2	2	3	3	3	1	2	3	1	5	2	2	1	3	3	1	2	2	1
C25	2	2	3	1	3	3	1	3	1	1	3	1	2	1	2	5	1	1	2	2

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Válido	25	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	25	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,836	20

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

Interpretación: Según la escala de valoración para interpretar el coeficiente de alfa de Cronbach $\alpha=0.836$ es bueno, por lo tanto, es confiable y aplicable.

ANEXO 14: VALIDACIÓN DE LA CONFIABILIDAD PARA EL SEGUNDO INSTRUMENTO (MÉTODO DE ALFA DE CRONBACH)

JUEZ	Toma de decisiones					Comunicación					Motivación					Empatía				
	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Ítem 16	Ítem 17	Ítem 18	Ítem 19	Ítem 20
Experto 1	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
Experto 2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
Experto 3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4
V Aiken	0.92	1.00	0.92	0.92	1.00	0.92	1.00	0.92	0.92	0.92	1.00	1.00	0.83	0.92	0.92	1.00	1.00	0.83	0.83	0.92
	0.950					0.933					0.933					0.917				
	0.933																			

Se aplicó la encuesta de calidad de servicio a una muestra piloto de 25 usuarios del departamento de ventas, el objetivo fue hallar la confiabilidad, para ello calculamos el alfa de Cronbach.

LIDERAZGO																						
Usuarios	ITEMS																					
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
U1	2	2	5	2	5	1	2	2	4	5	5	5	2	3	2	2	1	2	3	2	2	1
U2	5	2	2	2	2	5	4	5	5	5	2	5	3	2	1	1	1	3	2	1	1	1
U3	2	2	2	2	2	2	4	5	5	5	5	5	2	3	2	2	5	2	3	2	2	5
U4	2	2	2	4	4	2	4	4	5	5	5	1	2	2	2	2	5	2	2	2	2	5
U5	5	2	2	2	2	4	4	4	5	5	5	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	5
U6	5	2	2	1	2	2	2	5	5	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1
U7	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1
U8	2	2	3	1	3	2	2	3	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	5
U9	2	2	3	1	1	1	2	2	1	3	3	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1
U10	1	3	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	3	2	2	3	2	1	3
U11	4	3	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	3	1	1	3	2	4	2
U12	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	3	3	3	2	3	2	4	3
U13	1	3	1	1	3	4	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	3	1	1	2	3	3
U14	4	4	2	1	1	1	3	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	3

U15	5	2	2	1	3	3	3	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
U16	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	3	2	2	3	2	2	3	3
U17	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	3	3	3
U18	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	3	2	3
U19	5	3	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	3	1	4	4
U20	4	2	3	2	1	4	3	2	2	1	2	3	2	2	1	2	2	2	3	1	4	3
U21	4	2	3	3	5	4	4	5	4	2	2	3	1	2	1	2	2	1	5	3	4	3
U22	3	2	2	2	3	4	2	4	5	3	4	2	2	2	4	4	2	2	5	3	2	2
U23	5	2	3	2	2	3	4	2	3	2	4	2	4	4	3	2	5	2	4	2	2	2
U24	3	2	2	3	3	3	4	2	3	4	5	2	2	4	3	2	4	1	2	2	5	2
U25	1	2	3	1	3	3	1	3	1	1	3	1	2	1	3	2	4	1	2	1	2	2

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	25	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	25	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,818	22

Interpretación: Según la escala de valoración para interpretar el coeficiente de alfa de Cronbach $\alpha=0.818$ es bueno, por lo tanto, es confiable y aplicable.

Anexo 15: Modelo de consentimiento informado

Título de la investigación: **Influencia del Liderazgo en la Calidad del Servicio en el Departamento de Ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.**

Investigadores: Saguma Calle, Wilar Miguel (ORCID: 0002-0002-2257-2694)

Propósito del estudio

Lo invitamos a participar en la investigación titulada

“Influencia del Liderazgo en la Calidad del Servicio en el Departamento de Ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023.”, cuyo objetivo es: Determinar el grado de Influencia entre el liderazgo y la calidad del servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo, 2023.

1. Esta investigación es desarrollada por estudiantes Posgrado de la de la Universidad César Vallejo del campus Trujillo, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Describir el impacto del problema de la investigación. ¿Existe relación entre el Liderazgo y la calidad del servicio en el departamento de ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023?

Procedimiento

Si usted decide participar en esta investigación (enumerar los procedimientos del estudio):

2. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación:” Influencia del Liderazgo en la Calidad del Servicio en el Departamento de Ventas de una empresa eléctrica, Trujillo 2023”.
3. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos y se realizará en el ambiente en donde usted se encuentre.

Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria:

Usted puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a que haya aceptado participar puede dejar de participar sin ningún problema.

Riesgo:

Su participación en la investigación NO existirá riesgo o daño en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generarle tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios:

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 para el desarrollo social y turístico de Pacasmayo.

Confidencialidad:

Los datos recolectados de la investigación deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información recogida en la encuesta o entrevista 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.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadores Saguma Calle, Wilar Miguel.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en el estudio.

Nombre y apellidos:

..... Fecha y hora:
.....

Anexo 16: Bases de datos

Entrevistados	LIDERAZGO																													Total	NIVEL
	TOMA DE DECISIONES							COMUNICACIÓN							MOTIVACIÓN							EMPATÍA									
	P1	P2	P3	P4	P5	Total	Nivel	P6	P7	P8	P9	P10	Total	Nivel	P11	P12	P13	P14	P15	Total	Nivel	P16	P17	P18	P19	P20	Total	Nivel			
C1	2	2	3	3	3	13	Regular	2	1	2	3	2	10	Malo	3	5	4	5	3	20	Bueno	2	2	2	1	1	8	Malo	51	Regular	
C2	2	2	2	3	3	12	Regular	2	2	2	1	1	8	Malo	5	4	4	4	3	20	Bueno	1	2	1	2	1	7	Malo	47	Regular	
C3	3	4	2	3	2	14	Regular	4	2	4	2	4	16	Regular	5	5	5	3	5	23	Bueno	2	3	4	3	3	15	Regular	68	Regular	
C4	2	2	3	2	2	11	Malo	2	2	2	2	2	10	Malo	2	2	4	4	4	16	Regular	1	2	3	2	2	10	Malo	47	Regular	
C5	3	2	3	3	3	14	Regular	3	4	3	4	3	17	Regular	2	2	2	4	4	14	Regular	3	3	3	3	3	15	Regular	60	Regular	
C6	3	2	3	2	3	13	Regular	4	3	3	4	5	19	Regular	3	5	2	2	1	13	Regular	4	3	3	5	5	20	Bueno	65	Regular	
C7	2	3	2	2	3	12	Regular	4	4	4	4	4	20	Bueno	2	1	1	1	2	7	Malo	2	3	4	2	3	14	Regular	53	Regular	
C8	2	2	3	2	2	11	Malo	5	3	4	3	3	18	Regular	2	2	2	1	1	8	Malo	3	4	4	3	4	18	Regular	55	Regular	
C9	2	2	3	2	3	12	Regular	4	4	3	4	5	20	Bueno	1	2	1	2	1	7	Malo	4	3	5	4	4	20	Bueno	59	Regular	
C10	5	5	3	2	3	18	Regular	4	5	4	5	3	21	Bueno	2	3	4	3	3	15	Regular	5	4	3	3	5	20	Bueno	74	Regular	
C11	4	5	2	2	3	16	Regular	5	4	5	3	4	21	Bueno	1	2	3	2	2	10	Malo	5	3	5	3	4	20	Bueno	67	Regular	
C12	4	1	5	2	4	16	Regular	3	5	3	4	4	19	Regular	3	3	3	3	3	15	Regular	4	5	3	5	4	21	Bueno	71	Regular	
C13	5	4	3	3	3	18	Regular	4	3	4	5	5	21	Bueno	4	3	3	5	5	20	Bueno	5	4	4	4	4	21	Bueno	80	Bueno	
C14	4	4	3	2	2	15	Regular	3	4	5	4	4	20	Bueno	2	3	4	2	3	14	Regular	5	5	3	4	5	22	Bueno	71	Regular	
C15	2	2	2	3	2	11	Malo	4	4	4	4	2	18	Regular	3	4	4	3	4	18	Regular	4	2	4	2	4	16	Regular	63	Regular	
C16	2	2	2	3	3	12	Regular	2	4	2	2	2	12	Regular	4	3	5	4	4	20	Bueno	2	3	3	2	3	13	Regular	57	Regular	
C17	3	3	3	3	3	15	Regular	5	4	4	4	5	22	Bueno	5	4	3	3	5	20	Bueno	5	3	4	5	4	21	Bueno	78	Bueno	
C18	3	3	3	3	3	15	Regular	2	2	2	2	2	10	Malo	5	3	5	3	4	20	Bueno	3	2	1	2	3	11	Malo	56	Regular	
C19	3	4	5	4	4	20	Bueno	4	5	4	4	5	22	Bueno	4	5	3	5	4	21	Bueno	3	5	5	4	5	22	Bueno	85	Bueno	
C20	5	5	3	3	4	20	Bueno	4	4	4	4	3	19	Regular	5	4	4	4	4	21	Bueno	4	4	3	4	3	18	Regular	78	Bueno	
C21	4	3	3	3	4	17	Regular	2	2	2	4	4	14	Regular	5	5	3	4	5	22	Bueno	2	4	2	3	2	13	Regular	66	Regular	

C22	4	5	3	4	3	19	Regular	2	2	2	4	4	14	Regular	4	2	4	2	4	16	Regular	2	3	2	4	2	13	Regular	62	Regular
C23	5	4	4	4	3	20	Bueno	1	1	1	1	2	6	Malo	2	3	3	2	3	13	Regular	1	1	1	1	2	6	Malo	45	Malo
C24	3	4	5	5	4	21	Bueno	1	2	2	1	1	7	Malo	5	3	4	5	4	21	Bueno	3	1	2	2	1	9	Malo	58	Regular
C25	5	5	5	3	4	22	Bueno	1	1	1	2	2	7	Malo	3	2	1	2	3	11	Malo	5	1	1	2	2	11	Malo	51	Regular
C26	3	3	5	3	5	19	Regular	2	4	4	4	2	16	Regular	3	5	5	4	5	22	Bueno	4	4	5	3	3	19	Regular	76	Bueno
C27	5	5	3	5	3	21	Bueno	2	2	2	4	4	14	Regular	4	4	3	4	3	18	Regular	2	2	2	2	2	10	Malo	63	Regular
C28	4	4	5	4	5	22	Bueno	4	5	5	3	3	20	Bueno	2	4	2	3	2	13	Regular	3	3	3	3	2	14	Regular	69	Regular
C29	5	4	3	5	3	20	Bueno	4	5	5	3	3	20	Bueno	2	3	2	4	2	13	Regular	3	3	3	2	3	14	Regular	67	Regular
C30	2	2	2	3	3	12	Regular	2	3	2	2	4	13	Regular	1	1	1	1	2	6	Malo	2	2	2	4	2	12	Regular	43	Malo
C31	4	4	5	4	5	22	Bueno	4	4	5	4	4	21	Bueno	4	5	5	3	3	20	Bueno	3	3	3	4	3	16	Regular	79	Bueno
C32	2	2	3	2	3	12	Regular	4	4	5	3	3	19	Regular	4	5	5	3	3	20	Bueno	3	3	3	3	2	14	Regular	65	Regular
C33	4	5	4	5	5	23	Bueno	5	3	3	5	3	19	Regular	2	3	2	2	4	13	Regular	2	2	3	4	4	15	Regular	70	Regular
C34	4	4	4	5	4	21	Bueno	3	5	4	3	4	19	Regular	4	4	5	4	4	21	Bueno	2	2	2	4	4	14	Regular	75	Bueno

soperstados	CALIDAD DE SERVICIO																												Total	NIVEL		
	CONFIABILIDAD								TIEMPO DE RESPUESTA						SEGURIDAD						EMPATÍA											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total	Nivel	P7	P8	P9	P10	P11	Total	Nivel	P12	P13	P14	P15	P16	Total	Nivel	P17	P18	P19	P20	P21	P22			Total	Nivel
E1	2	3	2	2	2	2	13	Inadecuada	2	2	2	3	2	11	Inadecuada	5	2	3	2	2	14	Regular	1	2	2	2	2	1	10	Inadecuada	48	Inadecuada
E2	2	2	2	3	2	3	14	Regular	3	3	2	2	2	12	Regular	5	3	2	1	1	12	Regular	2	2	2	1	1	1	9	Inadecuada	47	Inadecuada
E3	3	4	5	3	3	4	22	Regular	3	4	3	5	4	19	Regular	5	2	3	2	2	14	Regular	1	4	1	5	5	5	21	Regular	76	Regular
E4	2	2	2	3	3	3	15	Regular	2	2	2	3	3	12	Regular	1	2	2	2	2	9	Malo	2	2	2	1	2	5	14	Regular	50	Inadecuada
E5	3	5	4	4	4	4	24	Adecuada	3	4	5	5	5	22	Adecuada	1	2	1	2	1	7	Malo	4	4	1	4	5	5	23	Adecuada	76	Regular
E6	3	3	3	4	4	5	22	Regular	3	4	5	5	4	21	Adecuada	2	2	2	1	2	9	Malo	1	5	4	1	5	1	17	Regular	69	Regular
E7	4	3	5	3	3	3	21	Regular	4	4	5	3	5	21	Adecuada	2	1	1	2	2	8	Malo	5	4	5	1	4	1	20	Regular	70	Regular
E8	5	3	5	4	4	3	24	Adecuada	5	3	5	3	3	19	Regular	1	1	1	2	2	7	Malo	5	5	4	1	4	5	24	Adecuada	74	Regular
E9	3	3	3	3	3	3	18	Regular	3	3	2	3	2	13	Regular	2	2	1	1	2	8	Malo	1	1	1	1	1	1	6	Inadecuada	45	Inadecuada
E10	3	3	4	5	4	5	24	Adecuada	5	5	4	3	4	21	Adecuada	1	1	2	2	3	9	Malo	2	1	1	4	1	1	10	Inadecuada	64	Regular
E11	5	5	5	3	3	3	24	Adecuada	5	3	5	5	4	22	Adecuada	1	1	2	2	3	9	Malo	1	2	2	1	4	2	12	Inadecuada	67	Regular
E12	3	3	3	3	3	3	18	Regular	3	3	3	3	3	15	Regular	2	2	1	3	3	11	Malo	5	1	1	1	1	1	10	Inadecuada	54	Regular
E13	4	4	3	5	4	4	24	Adecuada	5	5	5	5	3	23	Adecuada	2	1	2	1	2	8	Malo	1	2	1	1	5	1	11	Inadecuada	66	Regular
E14	4	5	4	3	5	4	25	Adecuada	4	4	4	4	5	21	Adecuada	2	1	1	1	2	7	Malo	4	1	5	5	5	1	21	Regular	74	Regular
E15	3	3	3	3	3	3	18	Regular	4	3	3	3	3	16	Regular	1	1	1	1	1	5	Malo	5	1	4	5	4	1	20	Regular	59	Regular
E16	3	2	2	3	3	2	15	Regular	2	2	3	3	3	13	Regular	2	1	1	3	2	9	Malo	3	3	5	3	3	3	20	Regular	57	Regular
E17	5	4	3	4	5	3	24	Adecuada	5	5	3	4	5	22	Adecuada	2	1	1	1	2	7	Malo	4	4	3	4	5	3	23	Adecuada	76	Regular
E18	3	2	3	2	3	2	15	Regular	2	2	3	3	3	13	Regular	2	1	1	1	2	7	Malo	3	3	3	3	3	3	18	Regular	53	Regular
E19	3	4	5	4	5	3	24	Adecuada	4	5	4	5	5	23	Adecuada	2	1	2	2	1	8	Malo	5	4	4	4	4	4	25	Adecuada	80	Regular
E20	3	5	5	5	5	3	26	Adecuada	5	5	3	5	4	22	Adecuada	3	2	2	1	2	10	Malo	5	4	4	3	5	3	24	Adecuada	82	Regular
E21	3	3	3	2	2	3	16	Regular	2	2	3	3	3	13	Regular	3	1	2	1	2	9	Malo	3	3	5	3	3	3	20	Regular	58	Regular
E22	2	3	2	3	2	3	15	Regular	2	2	2	2	2	10	Inadecuada	2	2	2	4	4	14	Regular	5	3	3	2	3	2	18	Regular	57	Regular

E23	2	2	2	2	2	2	12	Inadecuada	2	2	2	2	2	10	Inadecuada	2	4	4	3	2	15	Regular	3	5	5	2	2	2	19	Regular	56	Regular
E24	3	2	2	3	3	3	16	Regular	2	3	2	3	5	15	Regular	2	2	4	3	2	13	Regular	5	3	3	2	5	2	20	Regular	64	Regular
E25	1	2	3	1	3	3	13	Inadecuada	2	2	2	2	3	11	Inadecuada	1	2	1	3	2	9	Malo	2	2	3	1	2	2	12	Inadecuada	45	Inadecuada
E26	2	3	4	2	2	2	15	Regular	3	4	3	5	2	17	Regular	2	1	3	2	4	12	Regular	5	4	5	4	1	1	20	Regular	64	Regular
E27	3	3	4	4	3	4	21	Regular	2	2	2	2	2	10	Inadecuada	1	1	1	1	1	5	Malo	2	2	3	3	1	1	12	Inadecuada	48	Inadecuada
E28	4	4	4	4	1	4	21	Regular	3	4	4	3	1	15	Regular	2	4	4	4	4	18	Regular	5	4	5	2	2	2	20	Regular	74	Regular
E29	1	4	1	3	1	3	13	Inadecuada	4	3	5	3	1	16	Regular	1	2	1	2	2	8	Malo	5	5	4	2	1	2	19	Regular	56	Regular
E30	3	3	2	3	4	2	17	Regular	4	4	3	3	3	17	Regular	4	1	2	3	1	11	Malo	1	1	1	4	1	1	9	Inadecuada	54	Regular
E31	4	4	4	3	2	4	21	Regular	4	4	5	4	3	20	Adecuada	1	1	2	4	4	12	Regular	2	1	2	2	2	1	10	Inadecuada	63	Regular
E32	2	3	2	1	1	2	11	Inadecuada	3	3	3	3	1	13	Regular	2	1	3	2	4	12	Regular	2	1	2	1	4	2	12	Inadecuada	48	Inadecuada
E33	1	2	1	1	2	1	8	Inadecuada	4	5	3	4	1	17	Regular	1	1	2	2	1	7	Malo	1	4	1	4	2	2	14	Regular	46	Inadecuada
E34	4	4	4	2	3	2	19	Regular	3	3	5	3	2	16	Regular	1	1	1	2	2	7	Malo	1	2	1	2	1	1	8	Inadecuada	50	Inadecuada
E35	3	3	3	2	3	2	16	Regular	3	3	3	3	1	13	Regular	1	1	2	2	1	7	Malo	4	1	2	4	1	2	14	Regular	50	Inadecuada
E36	1	1	4	2	1	1	10	Inadecuada	3	4	3	3	3	16	Regular	4	3	3	4	3	17	Regular	2	1	1	1	2	1	8	Inadecuada	51	Inadecuada
E37	4	3	2	2	3	4	18	Regular	4	4	4	5	1	18	Regular	1	1	1	2	2	7	Malo	1	4	1	4	4	2	16	Regular	59	Regular
E38	4	4	4	1	1	4	18	Regular	3	5	3	4	1	16	Regular	1	2	2	2	4	11	Malo	1	1	1	1	2	2	8	Inadecuada	53	Regular
E39	2	1	1	2	3	3	12	Inadecuada	2	2	2	2	1	9	Inadecuada	1	1	2	1	2	7	Malo	2	2	2	2	1	2	11	Inadecuada	39	Inadecuada
E40	3	2	4	3	1	4	17	Regular	4	3	5	5	2	19	Regular	2	3	1	3	4	13	Regular	2	4	1	4	2	1	14	Regular	63	Regular
E41	3	2	4	4	3	2	18	Regular	3	2	3	2	4	14	Regular	3	1	1	4	4	13	Regular	2	1	1	2	1	1	8	Inadecuada	53	Regular
E42	2	4	4	2	4	2	18	Regular	5	5	5	3	2	20	Adecuada	3	1	2	1	1	8	Malo	3	2	3	3	4	4	19	Regular	65	Regular
E43	1	2	4	1	1	1	10	Inadecuada	3	4	3	4	2	16	Regular	1	1	2	4	4	12	Regular	1	4	1	4	1	4	15	Regular	53	Regular
E44	4	4	4	4	3	3	22	Regular	3	2	3	2	4	14	Regular	2	2	4	3	2	13	Regular	1	2	1	3	2	4	13	Inadecuada	62	Regular
E45	2	2	2	2	2	2	12	Inadecuada	3	3	3	3	2	14	Regular	1	4	2	1	4	12	Regular	2	3	4	2	4	4	19	Regular	57	Regular
E46	2	2	2	2	1	4	13	Inadecuada	2	2	2	2	3	11	Inadecuada	2	1	3	3	1	10	Malo	2	4	1	2	2	4	15	Regular	49	Inadecuada
E47	4	4	4	4	3	4	23	Adecuada	2	2	3	2	1	10	Inadecuada	1	3	4	4	4	16	Regular	1	4	3	4	1	2	15	Regular	64	Regular
E48	3	2	1	1	2	2	11	Inadecuada	1	1	2	3	4	11	Inadecuada	4	4	4	2	3	17	Regular	2	2	2	2	4	1	13	Inadecuada	52	Regular
E49	2	1	1	2	3	3	12	Inadecuada	2	2	1	3	1	9	Inadecuada	1	2	2	2	1	8	Malo	2	2	1	2	4	1	12	Inadecuada	41	Inadecuada

E50	3	2	4	3	1	4	17	Regular	1	2	4	4	3	14	Regular	2	1	2	2	1	8	Malo	2	2	1	4	1	3	13	Inadecuada	52	Regular
E51	4	4	4	1	2	3	18	Regular	2	3	3	4	2	14	Regular	2	1	2	2	2	9	Malo	1	2	2	3	1	2	11	Inadecuada	52	Regular
E52	3	1	1	1	4	2	12	Inadecuada	1	1	2	4	3	11	Inadecuada	2	3	3	3	3	14	Regular	3	3	2	1	3	2	14	Regular	51	Inadecuada
E53	3	2	3	4	3	3	18	Regular	3	3	2	1	4	13	Regular	1	2	3	4	2	12	Regular	1	2	1	1	1	1	7	Inadecuada	50	Inadecuada
E54	2	3	2	2	3	4	16	Regular	3	2	1	3	3	12	Regular	2	1	3	4	3	13	Regular	4	4	1	4	4	1	18	Regular	59	Regular
E55	2	4	2	1	2	1	12	Inadecuada	2	3	1	3	4	13	Regular	1	2	1	3	1	8	Malo	2	3	1	4	2	2	14	Regular	47	Inadecuada
E56	2	1	4	4	2	3	16	Regular	1	1	2	3	1	8	Inadecuada	1	2	1	2	1	7	Malo	2	3	2	2	2	2	13	Inadecuada	44	Inadecuada
E57	3	1	4	1	1	2	12	Inadecuada	1	2	1	4	1	9	Inadecuada	2	2	1	1	1	7	Malo	3	2	1	4	2	1	13	Inadecuada	41	Inadecuada
E58	3	2	1	3	4	3	16	Regular	4	3	4	2	1	14	Regular	3	2	3	4	1	13	Regular	3	3	1	2	1	2	12	Inadecuada	55	Regular
E59	3	3	4	3	4	1	18	Regular	1	1	3	4	4	13	Regular	4	2	2	3	2	13	Regular	2	3	2	3	1	2	13	Inadecuada	57	Regular
E60	2	4	3	2	4	3	18	Regular	1	2	1	1	1	6	Inadecuada	2	2	3	3	2	12	Regular	1	1	1	1	1	1	6	Inadecuada	42	Inadecuada
E61	2	2	4	2	2	4	16	Regular	2	3	3	4	1	13	Regular	4	4	4	3	1	16	Regular	3	2	1	2	1	3	12	Inadecuada	57	Regular
E62	2	4	4	4	1	4	19	Regular	1	2	3	2	4	12	Regular	1	4	3	4	2	14	Regular	4	4	2	4	3	2	19	Regular	64	Regular
E63	3	1	1	2	3	2	12	Inadecuada	1	2	1	2	3	9	Inadecuada	1	1	2	2	2	8	Malo	1	1	1	1	3	2	9	Inadecuada	38	Inadecuada
E64	3	4	3	2	4	3	19	Regular	1	2	2	2	3	10	Inadecuada	3	4	2	1	4	14	Regular	3	3	4	3	3	4	20	Regular	63	Regular
E65	2	3	3	1	2	4	15	Regular	2	3	4	3	2	14	Regular	1	1	1	4	2	9	Malo	1	1	1	2	1	3	9	Inadecuada	47	Inadecuada
E66	4	4	4	4	2	4	22	Regular	1	1	1	1	1	5	Inadecuada	3	4	4	1	1	13	Regular	2	3	4	3	4	3	19	Regular	59	Regular
E67	1	1	1	4	4	1	12	Inadecuada	3	3	2	1	1	10	Inadecuada	2	1	2	3	2	10	Malo	4	3	1	4	3	1	16	Regular	48	Inadecuada
E68	2	3	4	2	2	2	15	Regular	2	1	3	2	2	10	Inadecuada	2	3	2	3	2	12	Regular	1	4	1	4	2	1	13	Inadecuada	50	Inadecuada
E69	4	2	3	4	2	3	18	Regular	2	3	2	2	1	10	Inadecuada	1	1	2	3	4	11	Malo	2	4	2	4	1	2	15	Regular	54	Regular
E70	2	1	2	1	2	3	11	Inadecuada	2	1	2	4	1	10	Inadecuada	1	2	3	4	2	12	Regular	2	3	2	2	2	2	13	Inadecuada	46	Inadecuada
E71	2	1	4	4	1	2	14	Regular	1	1	1	1	4	8	Inadecuada	3	3	2	3	3	14	Regular	1	3	1	2	1	1	9	Inadecuada	45	Inadecuada
E72	1	1	2	2	1	2	9	Inadecuada	1	3	2	3	4	13	Regular	2	2	1	1	3	9	Malo	1	3	1	2	1	1	9	Inadecuada	40	Inadecuada
E73	4	3	3	1	3	2	16	Regular	4	4	2	2	2	14	Regular	2	1	1	3	3	10	Malo	2	1	1	4	3	4	15	Regular	55	Regular
E74	3	1	4	4	4	4	20	Regular	3	2	4	3	1	13	Regular	4	4	2	1	1	12	Regular	3	3	2	3	3	1	15	Regular	60	Regular
E75	4	2	4	1	2	3	16	Regular	1	4	2	3	3	13	Regular	2	2	1	2	2	9	Malo	2	1	2	1	1	2	9	Inadecuada	47	Inadecuada
E76	2	4	2	1	2	1	12	Inadecuada	1	3	2	3	3	12	Regular	2	1	4	3	3	13	Regular	2	1	2	2	2	2	11	Inadecuada	48	Inadecuada

E77	2	1	2	2	3	2	12	Inadecuada	3	3	2	1	1	10	Inadecuada	1	2	3	4	1	11	Malo	1	3	1	1	1	2	9	Inadecuada	42	Inadecuada
E78	1	1	4	2	2	4	14	Regular	2	1	3	2	2	10	Inadecuada	4	3	2	2	3	14	Regular	1	2	1	4	1	2	11	Inadecuada	49	Inadecuada
E79	1	4	3	3	4	3	18	Regular	1	2	0	1	1	5	Inadecuada	2	3	4	4	2	15	Regular	3	2	2	4	2	4	17	Regular	55	Regular
E80	3	4	2	3	4	3	19	Regular	3	3	4	4	3	17	Regular	2	2	1	3	1	9	Malo	3	2	3	2	2	1	13	Inadecuada	58	Regular
E81	4	2	3	2	2	3	16	Regular	2	2	3	2	2	11	Inadecuada	4	4	3	3	2	16	Regular	2	4	1	2	1	2	12	Inadecuada	55	Regular
E82	3	3	2	2	1	4	15	Regular	2	2	3	2	2	11	Inadecuada	4	4	1	2	1	12	Regular	5	1	3	1	1	1	12	Inadecuada	50	Inadecuada
E83	2	2	3	1	1	2	11	Inadecuada	1	2	4	4	1	12	Regular	1	4	1	1	1	8	Malo	3	2	1	1	2	2	11	Inadecuada	42	Inadecuada
E84	3	2	3	2	1	2	13	Inadecuada	2	4	4	1	1	12	Regular	2	1	3	2	1	9	Malo	2	2	2	2	2	3	13	Inadecuada	47	Inadecuada
E85	3	2	4	2	1	4	16	Regular	1	1	3	1	2	8	Inadecuada	1	4	1	4	1	11	Malo	2	2	2	2	4	2	14	Regular	49	Inadecuada
E86	4	2	3	2	1	4	16	Regular	4	2	1	1	3	11	Inadecuada	1	2	2	1	2	8	Malo	2	1	2	3	3	3	14	Regular	49	Inadecuada
E87	2	3	3	1	4	3	16	Regular	3	1	4	4	4	16	Regular	4	2	3	1	2	12	Regular	1	2	1	2	4	2	12	Inadecuada	56	Regular
E88	2	4	4	4	2	3	19	Regular	2	4	2	3	1	12	Regular	1	3	1	4	1	10	Malo	2	2	2	1	3	1	11	Inadecuada	52	Regular
E89	4	4	4	2	1	4	19	Regular	1	1	2	4	1	9	Inadecuada	2	3	2	2	2	11	Malo	2	1	1	2	3	1	10	Inadecuada	49	Inadecuada
E90	3	3	3	4	3	4	20	Regular	1	1	1	4	4	11	Inadecuada	2	2	1	2	3	10	Malo	3	2	3	3	3	2	16	Regular	57	Regular
E91	3	2	2	4	1	2	14	Regular	2	1	4	4	2	13	Regular	2	2	4	2	4	14	Regular	4	4	4	1	1	2	16	Regular	57	Regular
E92	2	2	3	3	4	4	18	Regular	2	3	2	2	2	11	Inadecuada	3	1	1	4	1	10	Malo	2	3	3	4	3	2	17	Regular	56	Regular
E93	4	4	3	4	2	2	19	Regular	3	2	1	2	4	12	Regular	1	2	2	2	3	10	Malo	3	3	3	1	2	3	15	Regular	56	Regular
E94	2	2	4	4	2	3	17	Regular	2	4	2	1	4	13	Regular	2	2	1	3	2	10	Malo	2	1	2	4	4	3	16	Regular	56	Regular
E95	4	3	1	1	3	2	14	Regular	1	1	2	2	2	8	Inadecuada	1	4	2	3	3	13	Regular	3	3	3	3	2	3	17	Regular	52	Regular
E96	5	4	2	2	3	2	18	Regular	3	2	1	3	1	10	Inadecuada	2	2	2	4	2	12	Regular	4	1	1	4	4	4	18	Regular	58	Regular
E97	5	5	2	2	4	4	22	Regular	1	1	1	2	4	9	Inadecuada	1	3	2	4	1	11	Malo	4	1	2	3	2	1	13	Inadecuada	55	Regular
E98	5	3	2	2	2	4	18	Regular	2	4	3	4	1	14	Regular	2	3	2	3	2	12	Regular	2	2	3	3	2	3	15	Regular	59	Regular
E99	3	3	3	1	4	3	17	Regular	2	1	2	3	1	9	Inadecuada	2	4	1	2	2	11	Malo	2	2	1	3	4	2	14	Regular	51	Inadecuada
E100	5	3	4	3	2	4	21	Regular	1	3	1	4	4	13	Regular	2	2	1	2	1	8	Malo	2	2	2	1	3	3	13	Inadecuada	55	Regular
E101	5	3	1	4	4	4	21	Regular	1	3	1	1	4	10	Inadecuada	1	4	1	4	2	12	Regular	2	1	1	1	3	1	9	Inadecuada	52	Regular
E102	3	3	2	2	3	4	17	Regular	4	1	2	4	4	15	Regular	2	2	1	2	1	8	Malo	1	2	4	3	3	2	15	Regular	55	Regular
E103	3	5	4	4	1	1	18	Regular	1	4	3	4	4	16	Regular	1	1	1	2	1	6	Malo	3	2	2	2	1	2	12	Inadecuada	52	Regular

E104	3	4	3	4	3	1	18	Regular	1	2	4	4	1	12	Regular	1	2	1	2	1	7	Malo	2	1	1	2	3	3	12	Inadecuada	49	Inadecuada
E105	3	3	2	1	1	4	14	Regular	3	1	4	2	1	11	Inadecuada	4	3	1	4	1	13	Regular	3	3	2	4	3	2	17	Regular	55	Regular
E106	2	3	4	2	3	3	17	Regular	1	3	4	1	2	11	Inadecuada	3	4	4	1	4	16	Regular	4	1	1	1	2	2	11	Inadecuada	55	Regular
E107	5	4	4	3	3	4	23	Adecuada	2	3	3	2	4	14	Regular	1	2	1	3	1	8	Malo	2	2	1	4	1	1	11	Inadecuada	56	Regular
E108	3	2	3	3	2	2	15	Regular	2	3	3	3	3	14	Regular	2	2	1	2	2	9	Malo	2	1	1	1	3	1	9	Inadecuada	47	Inadecuada
E109	5	5	2	2	2	3	19	Regular	1	3	3	2	4	13	Regular	2	3	2	4	2	13	Regular	1	4	2	2	4	4	17	Regular	62	Regular
E110	3	3	2	2	3	2	15	Regular	1	2	2	2	1	8	Inadecuada	2	2	2	4	1	11	Malo	2	4	4	2	4	3	19	Regular	53	Regular
E111	3	2	2	2	4	2	15	Regular	4	2	2	1	4	13	Regular	1	3	1	2	1	8	Malo	1	3	2	4	1	2	13	Inadecuada	49	Inadecuada
E112	2	3	1	2	2	4	14	Regular	3	4	3	1	3	14	Regular	2	3	2	3	4	14	Regular	1	2	4	4	1	1	13	Inadecuada	55	Regular
E113	2	2	4	2	3	4	17	Regular	2	3	2	2	2	11	Inadecuada	2	4	3	3	2	14	Regular	1	2	1	4	3	4	15	Regular	57	Regular
E114	2	3	3	3	2	1	14	Regular	1	2	1	1	2	7	Inadecuada	1	3	3	3	3	13	Regular	1	3	2	3	1	4	14	Regular	48	Inadecuada
E115	3	4	4	2	1	4	18	Regular	2	1	2	3	3	11	Inadecuada	1	2	1	4	1	9	Malo	3	4	2	3	2	2	16	Regular	54	Regular
E116	4	4	2	2	2	4	18	Regular	2	2	2	3	3	12	Regular	1	4	2	4	4	15	Regular	2	3	1	1	1	3	11	Inadecuada	56	Regular
E117	2	1	2	1	3	4	13	Inadecuada	2	1	1	4	4	12	Regular	2	1	1	4	3	11	Malo	2	1	3	2	1	2	11	Inadecuada	47	Inadecuada
E118	2	2	2	2	3	2	13	Inadecuada	4	4	4	4	2	18	Regular	1	4	1	4	2	12	Regular	1	4	3	4	1	1	14	Regular	57	Regular
E119	3	4	2	4	2	4	19	Regular	1	1	4	1	3	10	Inadecuada	4	3	2	2	2	13	Regular	1	3	4	4	2	1	15	Regular	57	Regular
E120	4	4	2	4	1	4	19	Regular	2	4	2	2	1	11	Inadecuada	2	4	4	4	4	18	Regular	2	2	2	4	1	2	13	Inadecuada	61	Regular
E121	2	2	4	4	2	3	17	Regular	2	4	1	3	2	12	Regular	2	2	1	2	1	8	Malo	1	3	1	4	2	2	13	Inadecuada	50	Inadecuada
E122	2	1	4	1	2	1	11	Inadecuada	1	2	2	1	2	8	Inadecuada	1	4	1	4	1	11	Malo	3	2	1	4	2	4	16	Regular	46	Inadecuada
E123	3	4	3	4	3	3	20	Regular	4	2	3	4	4	17	Regular	1	2	1	2	1	7	Malo	2	2	2	4	1	1	12	Inadecuada	56	Regular
E124	2	3	4	3	2	2	16	Regular	1	2	2	2	3	10	Inadecuada	3	1	2	2	2	10	Malo	2	4	1	2	1	3	13	Inadecuada	49	Inadecuada
E125	2	2	4	4	3	4	19	Regular	1	2	1	1	2	7	Inadecuada	2	2	2	2	4	12	Regular	2	1	1	3	2	2	11	Inadecuada	49	Inadecuada
E126	2	4	1	4	4	3	18	Regular	2	1	2	4	4	13	Regular	1	4	1	4	2	12	Regular	1	1	3	3	2	3	13	Inadecuada	56	Regular
E127	3	3	4	3	2	4	19	Regular	4	1	1	4	4	14	Regular	1	1	1	4	1	8	Malo	1	3	2	2	4	4	16	Regular	57	Regular
E128	4	3	4	4	4	2	21	Regular	1	3	3	4	2	13	Regular	4	4	2	4	3	17	Regular	3	1	2	2	1	2	11	Inadecuada	62	Regular
E129	1	4	4	2	2	4	17	Regular	1	1	4	4	1	11	Inadecuada	1	4	1	4	4	14	Regular	1	4	3	4	2	4	18	Regular	60	Regular
E130	2	3	3	2	1	4	15	Regular	2	3	2	1	1	9	Inadecuada	5	2	2	4	2	15	Regular	1	3	1	4	2	1	12	Inadecuada	51	Inadecuada

E131	4	4	4	4	1	4	21	Regular	1	1	1	2	2	7	Inadecuada	3	1	3	2	4	13	Regular	4	2	1	1	1	1	10	Inadecuada	51	Inadecuada
E132	3	1	1	3	4	2	14	Regular	2	3	1	4	4	14	Regular	1	2	1	2	1	7	Malo	3	1	3	3	2	2	14	Regular	49	Inadecuada
E133	3	3	1	4	3	3	17	Regular	1	2	1	2	2	8	Inadecuada	2	2	4	2	3	13	Regular	1	1	1	2	1	1	7	Inadecuada	45	Inadecuada
E134	2	2	3	3	1	2	13	Inadecuada	3	2	1	3	4	13	Regular	3	3	3	2	3	14	Regular	3	4	1	1	2	4	15	Regular	55	Regular
E135	4	4	2	4	2	3	19	Regular	2	2	1	4	4	13	Regular	1	4	1	2	1	9	Malo	1	1	1	1	4	2	10	Inadecuada	51	Inadecuada
E136	3	4	4	3	4	4	22	Regular	3	3	3	3	1	13	Regular	2	2	1	4	1	10	Malo	1	3	3	2	1	1	11	Inadecuada	56	Regular
E137	2	2	1	2	1	4	12	Inadecuada	1	4	4	2	1	12	Regular	1	1	1	2	2	7	Malo	1	2	2	1	1	2	9	Inadecuada	40	Inadecuada
E138	2	1	2	2	2	2	11	Inadecuada	3	3	4	2	1	13	Regular	2	4	3	2	2	13	Regular	2	2	1	2	4	3	14	Regular	51	Inadecuada
E139	3	1	2	4	4	4	18	Regular	3	4	2	1	2	12	Regular	2	2	1	3	3	11	Malo	3	4	2	1	1	3	14	Regular	55	Regular
E140	3	1	4	4	1	1	14	Regular	4	4	3	4	1	16	Regular	1	4	1	4	1	11	Malo	1	2	3	2	3	3	14	Regular	55	Regular
E141	3	2	2	1	4	1	13	Inadecuada	3	3	2	2	4	14	Regular	2	3	2	4	1	12	Regular	2	2	1	2	1	2	10	Inadecuada	49	Inadecuada
E142	1	3	4	2	2	4	16	Regular	2	1	1	3	1	8	Inadecuada	2	3	3	3	2	13	Regular	1	3	2	4	1	1	12	Inadecuada	49	Inadecuada
E143	3	4	2	3	1	3	16	Regular	1	1	1	3	1	7	Inadecuada	1	4	1	4	1	11	Malo	4	2	4	1	2	1	14	Regular	48	Inadecuada
E144	4	4	4	3	4	1	20	Regular	2	3	3	3	1	12	Regular	2	2	2	3	2	11	Malo	2	1	2	4	1	2	12	Inadecuada	55	Regular
E145	3	3	4	1	1	3	15	Regular	3	4	4	4	4	19	Regular	2	2	2	4	2	12	Regular	4	2	1	2	3	2	14	Regular	60	Regular
E146	4	4	2	3	2	3	18	Regular	3	2	1	2	4	12	Regular	1	2	3	2	1	9	Malo	1	1	1	4	2	3	12	Inadecuada	51	Inadecuada
E147	2	3	4	2	2	4	17	Regular	2	3	2	3	1	11	Inadecuada	2	3	4	4	3	16	Regular	2	2	1	3	1	1	10	Inadecuada	54	Regular
E148	2	4	4	4	2	4	20	Regular	2	2	2	4	4	14	Regular	1	3	2	3	1	10	Malo	2	3	3	3	1	2	14	Regular	58	Regular
E149	2	3	2	2	3	1	13	Inadecuada	1	2	1	2	3	9	Inadecuada	2	3	1	3	4	13	Regular	2	1	1	1	1	2	8	Inadecuada	43	Inadecuada
E150	2	2	4	2	2	2	14	Regular	1	2	2	2	2	9	Inadecuada	2	1	2	2	2	9	Malo	2	2	1	2	2	4	13	Inadecuada	45	Inadecuada
E151	4	4	3	3	3	4	21	Regular	2	2	3	4	2	13	Regular	2	2	1	4	1	10	Malo	2	4	4	3	4	2	19	Regular	63	Regular
E152	2	1	1	1	2	2	9	Inadecuada	3	2	4	2	1	12	Regular	2	2	1	1	3	9	Malo	2	3	1	3	2	3	14	Regular	44	Inadecuada
E153	3	4	4	4	1	4	20	Regular	2	3	3	2	3	13	Regular	2	2	1	4	1	10	Malo	2	1	3	2	1	3	12	Inadecuada	55	Regular
E154	3	1	4	3	3	4	18	Regular	4	4	4	4	2	18	Regular	2	3	1	4	1	11	Malo	4	3	2	4	2	1	16	Regular	63	Regular
E155	3	4	2	3	3	4	19	Regular	1	3	1	2	3	10	Inadecuada	2	2	1	1	2	8	Malo	2	1	1	1	2	2	9	Inadecuada	46	Inadecuada
E156	3	1	3	2	3	3	15	Regular	1	2	1	4	4	12	Regular	2	4	2	2	4	14	Regular	1	4	3	1	4	2	15	Regular	56	Regular
E157	3	3	2	3	1	1	13	Inadecuada	1	2	1	2	1	7	Inadecuada	2	4	3	2	1	12	Regular	1	2	3	2	3	1	12	Inadecuada	44	Inadecuada

E158	2	3	2	1	3	4	15	Regular	1	3	1	2	1	8	Inadecuada	2	3	1	4	4	14	Regular	2	3	1	4	2	2	14	Regular	51	Inadecuada
E159	2	2	2	2	1	3	12	Inadecuada	1	1	2	1	4	9	Inadecuada	2	2	4	2	4	14	Regular	1	2	2	2	4	4	15	Regular	50	Inadecuada
E160	2	3	2	2	3	2	14	Regular	2	2	2	2	1	9	Inadecuada	1	2	1	3	4	11	Malo	3	1	1	2	2	2	11	Inadecuada	45	Inadecuada
E161	3	3	2	3	3	4	18	Regular	1	1	1	2	4	9	Inadecuada	1	3	1	3	1	9	Malo	2	3	1	3	1	4	14	Regular	50	Inadecuada
E162	3	3	2	1	4	3	16	Regular	1	1	1	2	2	7	Inadecuada	3	3	3	4	3	16	Regular	1	3	4	2	1	2	13	Inadecuada	52	Regular
E163	4	2	3	2	4	3	18	Regular	2	1	4	4	2	13	Regular	2	1	1	1	1	6	Malo	2	1	4	1	1	4	13	Inadecuada	50	Inadecuada
E164	3	4	2	2	3	4	18	Regular	2	2	3	4	3	14	Regular	4	1	1	1	1	8	Malo	1	1	1	2	2	4	11	Inadecuada	51	Inadecuada
E165	1	4	3	4	4	4	20	Regular	2	3	1	4	4	14	Regular	2	1	2	1	2	8	Malo	2	2	2	1	1	3	11	Inadecuada	53	Regular
E166	2	1	1	1	2	2	9	Inadecuada	3	1	3	3	2	12	Regular	1	3	2	1	4	11	Malo	1	1	1	2	2	3	10	Inadecuada	42	Inadecuada
E167	1	2	4	3	2	4	16	Regular	3	1	4	4	2	14	Regular	2	2	1	4	4	13	Regular	1	3	2	1	3	2	12	Inadecuada	55	Regular
E168	4	3	3	3	2	4	19	Regular	2	2	2	1	2	9	Inadecuada	3	2	2	2	2	11	Malo	2	4	1	1	3	2	13	Inadecuada	52	Regular
E169	2	2	4	2	4	4	18	Regular	2	2	3	3	1	11	Inadecuada	2	3	1	4	1	11	Malo	1	1	2	4	2	1	11	Inadecuada	51	Inadecuada
E170	3	4	1	1	4	1	14	Regular	3	4	1	4	1	13	Regular	2	3	1	4	1	11	Malo	3	1	4	1	3	4	16	Regular	54	Regular
E171	2	1	1	1	1	1	7	Inadecuada	1	3	2	3	1	10	Inadecuada	3	1	2	1	2	9	Malo	1	2	3	2	1	2	11	Inadecuada	37	Inadecuada
E172	2	4	4	2	2	4	18	Regular	1	3	4	1	4	13	Regular	3	4	3	3	3	16	Regular	1	1	3	2	1	4	12	Inadecuada	59	Regular
E173	1	2	4	4	4	4	19	Regular	1	2	1	1	3	8	Inadecuada	2	3	1	3	1	10	Malo	2	1	1	2	2	4	12	Inadecuada	49	Inadecuada
E174	2	3	2	2	1	3	13	Inadecuada	4	1	4	2	1	12	Regular	2	2	2	4	2	12	Regular	2	1	1	2	1	2	9	Inadecuada	46	Inadecuada
E175	4	1	1	2	4	4	16	Regular	3	2	2	3	2	12	Regular	1	3	1	3	1	9	Malo	1	3	2	2	4	2	14	Regular	51	Inadecuada
E176	4	4	4	1	1	4	18	Regular	1	1	2	2	3	9	Inadecuada	2	2	2	2	1	9	Malo	1	1	2	1	1	2	8	Inadecuada	44	Inadecuada
E177	3	3	4	4	2	1	17	Regular	2	2	2	3	2	11	Inadecuada	2	2	2	4	2	12	Regular	2	1	2	1	2	4	12	Inadecuada	52	Regular
E178	2	1	1	1	4	1	10	Inadecuada	1	1	2	3	3	10	Inadecuada	3	2	2	3	2	12	Regular	4	4	2	3	2	4	19	Regular	51	Inadecuada
E179	3	1	2	1	2	2	11	Inadecuada	1	1	4	1	1	8	Inadecuada	2	3	3	2	3	13	Regular	2	2	1	1	1	3	10	Inadecuada	42	Inadecuada
E180	4	2	4	4	4	4	22	Regular	3	3	2	2	3	13	Regular	2	1	2	3	2	10	Malo	1	3	2	2	2	1	11	Inadecuada	56	Regular
E181	2	1	2	2	1	2	10	Inadecuada	1	1	1	4	4	11	Inadecuada	4	4	4	2	4	18	Regular	1	3	1	4	2	1	12	Inadecuada	51	Inadecuada
E182	4	4	3	3	2	3	19	Regular	1	3	2	2	4	12	Regular	1	4	3	4	3	15	Regular	4	4	1	3	2	3	17	Regular	63	Regular
E183	1	1	2	3	1	2	10	Inadecuada	3	3	2	4	4	16	Regular	4	4	1	4	1	14	Regular	1	2	2	2	1	1	9	Inadecuada	49	Inadecuada
E184	4	4	4	4	4	4	24	Adecuada	1	4	1	2	4	12	Regular	1	3	1	2	1	8	Malo	2	2	2	2	1	4	13	Inadecuada	57	Regular

E185	1	4	4	3	1	4	17	Regular	2	2	2	2	3	11	Inadecuada	1	4	1	4	1	11	Malo	1	4	1	1	2	2	11	Inadecuada	50	Inadecuada
E186	1	3	4	3	1	4	16	Regular	2	3	1	2	4	12	Regular	2	1	2	2	2	9	Malo	1	4	1	2	3	1	12	Inadecuada	49	Inadecuada
E187	4	2	4	2	1	4	17	Regular	2	1	1	1	2	7	Inadecuada	3	3	1	4	1	12	Regular	1	3	1	1	1	2	9	Inadecuada	45	Inadecuada
E188	2	4	2	2	2	3	15	Regular	3	4	4	3	3	17	Regular	1	2	1	2	1	7	Malo	3	2	3	1	3	3	15	Regular	54	Regular
E189	3	2	4	4	3	3	19	Regular	1	3	2	4	4	14	Regular	2	4	1	4	2	13	Regular	1	1	1	1	1	2	7	Inadecuada	53	Regular
E190	3	2	2	1	4	2	14	Regular	4	2	2	2	4	14	Regular	2	4	1	4	1	12	Regular	2	4	1	1	3	1	12	Inadecuada	52	Regular
E191	4	4	1	4	1	4	18	Regular	2	3	3	4	4	16	Regular	1	1	1	1	4	8	Malo	2	2	1	1	2	3	11	Inadecuada	53	Regular
E192	4	2	3	2	4	4	19	Regular	2	1	1	4	4	12	Regular	1	2	3	2	2	10	Malo	3	2	2	1	3	4	15	Regular	56	Regular
E193	2	4	4	4	2	4	20	Regular	2	2	2	3	4	13	Regular	4	2	3	4	2	15	Regular	1	1	1	1	2	2	8	Inadecuada	56	Regular
E194	3	1	1	3	3	2	13	Inadecuada	2	1	2	4	4	13	Regular	2	3	2	4	1	12	Regular	1	3	1	3	1	2	11	Inadecuada	49	Inadecuada
E195	2	2	1	2	2	1	10	Inadecuada	1	2	2	4	1	10	Inadecuada	3	2	1	2	3	11	Malo	1	1	3	1	2	4	12	Inadecuada	43	Inadecuada
E196	1	4	3	4	1	4	17	Regular	4	1	1	4	4	14	Regular	3	3	4	4	3	17	Regular	1	1	3	2	2	2	11	Inadecuada	59	Regular
E197	4	4	4	4	3	4	23	Adecuada	1	2	2	3	4	12	Regular	1	2	1	1	1	6	Malo	4	1	1	2	4	3	15	Regular	56	Regular