

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRION
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE FORMACION PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



T E S I S

**Intercambio eficaz y la calidad de servicio de los colaboradores de
OSINERGMIN Pasco periodo 2024**

Para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración

Autores:

Bach. Geanela Jhysenia ALMERCOCARDENAS

Bach. Erica SALAS HINOSTROZA

Asesor:

Dr. Juan Antonio RICALDI BALDEON

Cerro de Pasco - Perú - 2025

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRION
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE FORMACION PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



T E S I S

**Intercambio eficaz y la calidad de servicio de los colaboradores de
OSINERGMIN Pasco periodo 2024**

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

Dra. Yolanda Virginia LLANOS ROMERO
PRESIDENTE

Dr. César Wenceslao RAMOS INGA
MIEMBRO

Mg. Edwin Máximo MARCELO ZEVALLOS
MIEMBRO



INFORME DE ORIGINALIDAD N° 050-2025-UI/FACE-UNDAC

La Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión ha realizado el análisis con exclusiones en el Software Turnitin Similarity, que a continuación se detalla:

Presentado por:

Geanela Jhysenia ALMERCOCARDENAS - Erica SALAS HINOSTROZA

Escuela de Formación Profesional

ADMINISTRACIÓN

Tipo de trabajo:

Tesis

Título del trabajo

Intercambio Eficaz y la Calidad de Servicio de los Colaboradores de OSINERGMIN Pasco periodo 2024

Asesor:

Dr. Juan Antonio RICALDI BALDEON

Índice de Similitud: **3%**

Calificativo

APROBADO

Se adjunta al presente el informe y el reporte de evaluación del software similitud.

Cerro de Pasco, 1 de Diciembre de 2025.



Firmado digitalmente por CARDENAS
SINCHE Jose Antonio FAU
20154605046 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 01.12.2025 21:18:58 -05:00

DOCUMENTO FIRMADO DIGITALMENTE
Dr. José Antonio CARDENAS SINCHE
DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN

DEDICATORIA

El trabajo final está dedicado para nuestros progenitores, debido a su apoyo y cariño incondicional, por creer en nosotras en todo momento. Gracias por su esmero, sacrificio y apoyo incondicional, que ha sido el impulso para nuestro éxito.

Agradecemos a nuestra querida escuela y a todas las personas docentes que han hecho cosas buenas con amor inculcándonos de manera perseverante el crecer profesionalmente. No podríamos haber llegado hasta aquí sin su apoyo.

Quisa lo expresado no sea suficiente para darles las gracias por dicha dedicación ayuda, paciencia y orientación, pero quedara para nuestros corazones esa eterna gratitud.

Geanela Jhysenia y Erica

AGRADECIMIENTO

A los profesores de nuestra querida escuela, la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, especialmente a los docentes de la carrera de Administración de la facultad de Estudios Empresariales; quienes inculcaron en nosotras el emprendimiento e innovación empresarial, por ello nuestra gratitud infinita.

Al personal no docente, que brindan los servicios de estudio para los alumnos; por su amabilidad y cuidado, lo cual permitieron comprender que los que integran una organización son de valor y de gran importancia para alcanzar las metas de la institución.

Por último, damos las gracias a Dr. Antonio RICALDI BALDEON, por aceptar ser el asesor y encaminarnos hacia el logro de nuestra investigación.

Geanela Jhysenia y Erica

RESUMEN

El presente estudio posee como meta de ver cómo se relaciona el intercambio eficaz junto con la calidad del servicio brindada por aquellos colaboradores del OSINERGMIN Pasco durante el periodo 2024. Se analizan diferentes variables relacionadas con la comunicación interna dentro de la institución, como la interacción entre colegas, la confiabilidad de la información compartida, y la capacidad de respuesta frente a los problemas reportados.

Este intercambio eficaz sobre información es fundamental en el ámbito organizacional, ya que permite una rápida solución de problemas, fomenta la colaboración entre equipos y mejora cómo se toman las decisiones. Además, la atención que se da en la institución se nota influida por la capacidad de los trabajadores para interactuar de manera efectiva. En la investigación, se identificó que una gran parte de los colaboradores cree que la información compartida les permite interactuar fácilmente y cumplir con las necesidades dentro de su área de trabajo.

Asimismo, se analiza la rapidez en la respuesta a problemas reportados y la claridad de las soluciones ofrecidas a los usuarios. Este aspecto es fundamental no solo para garantizar el cumplimiento de normativas legales, sino también para fortalecer la confianza entre los usuarios y la institución.

En conclusión, el estudio revela que el intercambio eficaz de información dentro de OSINERGMIN Pasco es un factor determinante en qué tan bueno es el servicio para las personas. A pesar de que estos observan resultados favorables sobre términos de comunicación, interacción y confiabilidad, se identifica la urgencia de mejorar ciertos temas sobre la rapidez de respuesta junto con la claridad en las soluciones proporcionadas.

Palabras claves: Intercambio eficaz, la calidad de servicio, Colaboradores.

ABSTRACT

This study aims to examine the relationship between effective information exchange and the quality of service provided by OSINERGMIN Pasco employees during 2024. It analyzes various variables related to internal communication within the institution, such as interaction among colleagues, the reliability of shared information, and responsiveness to reported problems.

This effective exchange of information is fundamental in the organizational sphere, as it allows for rapid problem-solving, fosters collaboration among teams, and improves decision-making. Furthermore, the quality of service provided within the institution is significantly influenced by employees' ability to interact effectively. The research identified that a large proportion of employees believe that shared information allows them to interact easily and meet the needs within their work area.

The study also analyzes the speed of response to reported problems and the clarity of the solutions offered to users. This aspect is crucial not only for ensuring compliance with legal regulations but also for strengthening trust between users and the institution. In conclusion, the study reveals that the effective exchange of information within OSINERGMIN Pasco is a determining factor in the quality of service for users. Although users observe favorable results in terms of communication, interaction, and reliability, there is an urgent need to improve certain aspects, including response time and the clarity of the solutions provided.

Keywords: Effective Exchange, Quality of Service, Collaborators

INTRODUCCIÓN

En el actual entorno institucional, donde las organizaciones públicas enfrentan crecientes demandas de eficiencia y transparencia, qué tan bueno es el servicio ahora es muy importante para generar confianza ciudadana. En este contexto, entidades como OSINERGMIN, responsables de supervisar actividades estratégicas como la energía y minería, deben asegurar que sus colaboradores brinden servicios que satisfagan lo que quieren los clientes.

El nivel de buen trabajo de servicio sobre una institución pública no depende únicamente de normas y procedimientos; también está profundamente influenciada por la forma en que la gente se trata en la empresa. Dentro de este sentido, un concepto sobre “intercambio eficaz” —que implica una comunicación clara, cooperación mutua y relaciones laborales saludables— juega una función fundamental en cómo trabajan las personas del equipo.

OSINERGMIN Pasco, como órgano desconcentrado, tiene el reto de mantener altos estándares de servicio en una región con características geográficas y sociales particulares. Por ello, resulta vital analizar cómo las dinámicas internas, especialmente las relacionadas con la comunicación y el trabajo colaborativo, impactan en lo bueno que es el trabajo que da a la población.

Se ha observado que una interacción fluida y respetuosa entre los miembros de una organización fomenta un clima laboral positivo, reduce conflictos y mejora la atención al público. Esto sugiere que existe una posible correlación entre el nivel de intercambio eficaz entre los colaboradores y su capacidad de dar un buen servicio.

Sin embargo, pese hacia la importancia sobre estos factores, para muchos estudios organizacionales se da mayor atención a los aspectos técnicos, dejando de lado las dimensiones

interpersonales que sustentan un verdadero cambio en la cultura del servicio. Esta omisión puede limitar la efectividad de las estrategias de mejora institucional.

Ante esta realidad, el presente estudio se propone analizar el vínculo entre el intercambio eficaz y lo bueno del trabajo que hacen las personas de OSINERGMIN Pasco durante el periodo 2024. Se quiere ver si hay una conexión importante entre ambos factores y cómo esta puede aprovecharse para fortalecer el rendimiento institucional.

Este trabajo tiene, por tanto, una doble relevancia: por un lado, contribuye al conocimiento académico sobre gestión pública y clima organizacional; por otro, ofrece un utensilio práctico para decidir cosas dentro de OSINERGMIN, orientadas hacia optimizar la atención al usuario mediante el fortalecimiento del capital humano.

En síntesis, se piensa que los resultados de este trabajo aporten evidencia acerca de la importancia sobre cultivar relaciones laborales basadas en el respeto, la comunicación y la cooperación, como medio para alcanzar niveles más altos de buen trabajo en la atención a la gente que brinda en la región Pasco.

Ahora mostramos un resumen corto de los capítulos que forman este trabajo, que son los siguientes:

Primer capítulo: Trata sobre el problema que se investiga; aquí se explica el contexto del problema, los objetivos del estudio, por qué se hace la investigación y las limitaciones que tiene.

Segundo capítulo: Se presenta el marco teórico; contiene la base de lo que se sabe sobre las variables del estudio, en este caso, entender cosas importantes sobre el intercambio eficaz junto con la Calidad en su servicio.

Tercer capítulo: Incluye la manera en que se hizo la investigación y las formas de recoger información; se muestra el tipo y nivel del estudio, los métodos usados, el diseño,

cuántas personas participaron, las técnicas e instrumentos para obtener y analizar los datos, así como la forma de revisar que los instrumentos sean confiables y válidos.

Cuarto capítulo: Muestra los resultados obtenidos; en esta parte del estudio se pudo ver la relación entre las variables, que fue del 85%, mostrando una relación positiva importante; esto quiere decir que mientras se implemente un intercambio eficaz mejorara correlativamente el buen desempeño del trabajo de los empleados de OSINERGMIN en esta región.

Por último, se presentan las conclusiones y sugerencias del estudio.

ÍNDICE

Página

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

ÍNDICE

INDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE GRAFICOS

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.	Identificación y determinación del problema.....	1
1.2.	Delimitación de la investigación.....	3
1.3.	Formulación del problema	4
	1.3.1. Problema general.....	4
	1.3.2. Problemas específicos	4
1.4.	Formulación de objetivos.....	4
	1.4.1. Objetivo general	4
	1.4.2. Objetivos específicos.....	4
1.5.	Justificación de la investigación	5
1.6.	Limitaciones de la investigación.....	5

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes de estudio	6
	2.1.1. Antecedentes internacionales	6
	2.1.2. Antecedentes nacionales	8
	2.1.3. Antecedentes regionales	10
2.2.	Bases teóricas – científicas.....	10
	2.2.1. Intercambio Eficaz	10
	2.2.2. Calidad de Servicio	20

2.3.	Definición de términos básicos	33
2.4.	Formulación de hipótesis	35
2.4.1.	Hipótesis general	35
2.4.2.	Hipótesis específicas	35
2.5.	Identificación de variables	35
2.6.	Definición operacional de variables e indicadores.....	36

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1.	Tipo de investigación	38
3.2.	Nivel de investigación.....	38
3.3.	Métodos de investigación.....	39
3.4.	Diseño de investigación	39
3.5.	Población y muestra	40
3.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	40
3.7.	Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación	40
3.8.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos	42
3.9.	Tratamiento estadístico	42
3.10.	Orientación ética filosófica y epistémica	43

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.	Descripción del trabajo de campo	44
4.2.	Presentación, análisis e interpretación de resultados	45
4.3.	Prueba de hipótesis.....	70
4.3.1.	Prueba de la significancia de la hipótesis general	70
4.3.2.	Comprobar si las hipótesis específicas son importantes	72
4.4.	Discusión de resultados.....	75

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

INDICE DE TABLAS

	Página.
Tabla 1. La Comunicación	15
Tabla 2 Considera usted que la comunicación es transparente.	45
Tabla 3 La comunicación es consistente en su área de labor	46
Tabla 4 La interacción con sus colegas es adecuada.	47
Tabla 5 Considera que la información que comparte es confiable	49
Tabla 6 Considera que tener el perfil	50
Tabla 7 Considera que la funcionalidad en su área de labor es buena.....	51
Tabla 8 Considera que las aplicaciones utilizadas permiten que los colaboradores comuniquen sus aportes y apreciaciones	52
Tabla 9 Considera que las aplicaciones permiten mayor participación de los colaboradores en la solución de los problemas en el área	53
Tabla 10 Considera que se brinda solución rápida a problemas con datos exactos que permitan la solución de las dificultades	54
Tabla 11 La información compartida es veraz y confiable en su área de labor	56
Tabla 12 Mantienen confidencialidad de datos personales y seguridad informática a los usuarios que las utilizan.....	57
Tabla 13 Considera que la información permite interactuar fácilmente en su área de labor ..	58
Tabla 14 La interacción eficaz permite el cumplimiento de las necesidades dentro de su área de labor	60
Tabla 15 Considera que se da solución a los problemas con el servicio que se ofrece en su área de labor	61
Tabla 16 Considera que existe capacidad de respuesta en la solución de los problemas con el servicio que se ofrece.....	62

Tabla 17 Cuando se reporta algún problema con el servicio, se tiene una comunicación rápida y oportuna de los trabajadores de su área	64
Tabla 18 Cuando se comunican con el usuario respecto al problema con el servicio el trato es cortés y amable	65
Tabla 19 Considera que se utiliza un lenguaje claro y adecuado en la comunicación que establecen con el usuario	66
Tabla 20 Considera que las aplicaciones que se ofrece en el servicio son amigables para el usuario.....	68
Tabla 21 Considera que las respuestas que les brindan a los usuarios que reportaron algún problema con el servicio son comprensibles y claras	69
Tabla 22. Estadísticas para comprobar las hipótesis específicas	72

ÍNDICE DE GRAFICOS

	Pagina.
Gráfico 1. Considera usted que la comunicación es transparente.....	45
Gráfico 2 La comunicación es consistente en su área de labor.....	46
Gráfico 3. La interacción con sus colegas es adecuada.	48
Gráfico 4. Considera que la información que comparte es confiable	49
Gráfico 5 Considera que tener el perfil	50
Gráfico 6 Considera que la funcionalidad en su área de labor es buena.....	51
Gráfico 7. Considera que las aplicaciones utilizadas permiten que los colaboradores comuniquen sus aportes y apreciaciones	52
Gráfico 8. Considera que las aplicaciones permiten mayor participación de los colaboradores en la solución de los problemas en el área	53
Gráfico 9 Considera que se brinda solución rápida a problemas con datos exactos que permitan la solución de las dificultades	55
Gráfico 10 La información compartida es veraz y confiable en su ares de labor.....	56
Gráfico 11. Mantienen confidencialidad de datos personales y seguridad informática a los usuarios que las utilizan	57
Gráfico 12 Considera que la información permite interactuar fácilmente en su área de labor	59
Gráfico 13. La interacción eficaz permite el cumplimiento de las necesidades dentro de su área de labor.....	60
Gráfico 14. Considera que se da solución a los problemas con el servicio que se ofrece en su área de labor	61
Gráfico 15 Considera que existe capacidad de respuesta en la solución de los problemas con el servicio que se ofrece	63

Gráfico 16. Cuando se reporta algún problema con el servicio, se tiene una comunicación rápida y oportuna de los trabajadores de su área	64
Gráfico 17. Cuando se comunican con el usuario respecto al problema con el servicio el trato es cortés y amable	65
Gráfico 18 Considera que se utiliza un lenguaje claro y adecuado en la comunicación que establecen con el usuario.....	67
Gráfico 19 Considera que las aplicaciones que se ofrece en el servicio son amigables para el usuario	68
Gráfico 20. Considera que las respuestas que les brindan a los usuarios que reportaron algún problema con el servicio son comprensibles y claras	69
Gráfico 21. Uso de la prueba t para comprobar la hipótesis general	71
Gráfico 22 Gráfico de puntos de las relaciones según las dimensiones.....	72

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema

El mundo de las empresas cambia rápido y los jefes deben aprender a adaptarse. Tanto los jefes actuales como los que vienen deben dejar atrás las formas viejas de hablar con su equipo y con otras personas importantes. Hoy en día, es necesario que los jefes se comuniquen de manera clara y cercana con todos, de modo que exista una relación de igualdad entre ellos.

El intercambio eficaz se puede decir que la comunicación es la forma de acercarnos a lograr lo que queremos. Por esto, los jefes de empresas y organizaciones deben hablar de manera clara y abierta con todos los que trabajan o colaboran con ellos para cumplir los objetivos. Si la comunicación es mala y solo se quiere mandar, es probable que no se logren los resultados y que la relación con las personas se vaya dañando con el tiempo.

En una organización, la comunicación debe hacerse pensando en las relaciones entre las personas. Esto significa que la comunicación tiene dos partes: lo que se dice y cómo se dice. Es muy importante el lenguaje que usan los jefes con las personas que

trabajan o colaboran con ellos. La comunicación puede ser cara a cara o por medios digitales. Además, las conversaciones entre personas pueden ser de igual a igual o con diferencias, según cómo se trate a cada uno.

Las personas más importantes con las que los jefes de la organización deben hablar bien son:

1. Trabajadores que hacen su labor en la empresa.
2. Jefes de otras áreas.
3. Encargados de cada área.
4. Personas que reciben el servicio.
5. Dueños de la empresa.
6. Y también otros grupos.

Con el fin del intercambio eficaz y efectivo es importante que los jefes y los trabajadores trabajen juntos de manera amigable, y esto se puede lograr siguiendo algunos pasos, como: mirar cómo actuamos, recordar lo que queremos lograr, entender cómo se siente el otro, dejar lugar para ponerse en su lugar, decir lo que pensamos y nuestro compromiso, entre otros.

Cuando los jefes hablan bien con las personas importantes para la empresa, pueden hacer mejor su trabajo y arreglar acuerdos, ya sean dentro o fuera de la empresa. Si sabemos hablar y entender a los demás, se pueden cumplir las metas antes de empezar. Los jefes deben usar todas las cosas que tienen a mano para mejorar cada día cómo hablan con los trabajadores y otras personas relacionadas. Ser amable ayuda a quitar los problemas que impiden hablar bien entre jefes y trabajadores. Hay que ponerse en el lugar de los demás, crear buenas relaciones y escuchar a todos, para ser jefes que ayudan a que la empresa funcione como necesita.

Hay que recordar que muchos problemas en los grupos de trabajo pasan porque no se habla bien entre las personas. Saber hablar y entendernos es muy importante para que todo funcione bien. Hablar no es solo con una persona a la vez, también pasa entre equipos, dentro del mismo grupo, en toda la organización y con personas de afuera. Todos necesitamos aprender a hablar y entendernos para hacer bien nuestro trabajo en cada situación. Lo más importante es querer ayudar y pensar que lo que decimos y hacemos es clave para que el lugar donde trabajamos, estudiamos o ayudamos, funcione mejor.

Muchos problemas que hacen que las cosas no funcionen bien y que las personas se sientan mal, tanto en el trabajo como en la vida diaria, vienen de no saber hablar ni relacionarse con los demás. Muchas personas sufren porque no las escuchan, porque no saben pedir lo que necesitan o porque no reconocen el trabajo de otros. Por eso, en esta investigación se quiere entender cómo hablar y comunicarse bien y cómo eso afecta la calidad del servicio que se da a los colaboradores del grupo que cuida la energía y la minería, oficina de Pasco. A partir de esto, nace la pregunta que queremos investigar.

1.2. Delimitación de la investigación

Este trabajo de investigación se organiza según lugar, tiempo, grupo de personas y tema, como se explica a continuación:

- **Delimitación del lugar:** Comprendió la sede central ubicada en el distrito de Chaupimarca.
- **Límites con las personas:** La tarea se realizó junto a los colaboradores que laboran en OSINERGMIN Pasco.
- **Delimitación del tiempo:** Este estudio abarco el tiempo que abarca en los tres primeros meses del 2024.

- **Límites del tema:** El tema está dentro de los puntos, Intercambio Eficaz junto con Calidad para Servicio.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Cómo afecta el intercambio eficaz de información en la calidad de servicio de los colaboradores de OSINERGMIN en Pasco durante el periodo 2024?

1.3.2. Problemas específicos

- a. ¿Qué factores del intercambio de información influyen en la satisfacción del cliente en los servicios ofrecidos por OSINERGMIN en Pasco?
- b. ¿Cuál es la percepción de los colaboradores sobre los canales de comunicación utilizados para el intercambio de información y su impacto en la calidad del servicio?
- c. ¿Existen diferencias significativas en la calidad de servicio entre los diferentes equipos de trabajo de OSINERGMIN en Pasco, y cómo se relacionan con el intercambio de información?

1.4. Formulación de objetivos

1.4.1. Objetivo general

Evaluar la relación entre el intercambio eficaz y la calidad de servicio brindada por los colaboradores de OSINERGMIN Pasco durante el periodo 2024.

1.4.2. Objetivos específicos

- a) Analizar las prácticas de intercambio de información entre los colaboradores de OSINERGMIN Pasco.
- b) Determinar cómo el intercambio eficaz influye en la satisfacción del usuario con los servicios proporcionados.

- c) Evaluar las percepciones de los colaboradores sobre la calidad del servicio y su relación con el intercambio de información

1.5. Justificación de la investigación

La razón principal del estudio es entender la influye del intercambio eficaz sobre lo bueno que es el servicio de estos colaboradores para OSINERGMIN Oficina de la zona de Pasco periodo 2024; gracias a esto se podrá poner en práctica algunas formas de mejorar el servicio de los colaboradores.

Sobre la parte teórica, la razón principal es que los investigadores quieren aprender más sobre cómo hablar y comunicarse bien para entender mejor el problema del estudio. Con esto, se espera descubrir nuevas ideas que ayuden a completar lo que ya se sabe.

En la parte de cómo se hace el estudio, se usan formas y pasos especiales que ayudarán a estudiar problemas parecidos y que también se podrán usar después con otros investigadores.

1.6. Limitaciones de la investigación

El mayor problema de este estudio es que algunas personas no quisieron contestar nuestras preguntas porque tenían miedo a represiones y el otro sería el aspecto de dinero porque mientras influye en poder cubrir un ámbito de trabajo más grande, pero prima el tema del dinero.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio

Para terminar este estudio, se tomó en cuenta la información de trabajos anteriores, de otros países, del país y de la zona que creemos importante.

2.1.1. Antecedentes internacionales

- a. **Roberts, K. (2022)** en su estudio "Effective Communication in Public Organizations: Enhancing Service Quality", examina cómo una comunicación clara y estratégica dentro de las organizaciones públicas puede hacer que el servicio para las personas sea mejor. El autor argumenta que la implementación de prácticas comunicativas efectivas no solo optimiza la interacción entre empleados y usuarios, sino que también fomenta que todo sea claro y que la gente crea en las organizaciones. Además, se discuten diversas herramientas y enfoques que pueden ser adoptados para fortalecer el flujo de información, lo que a su vez conduce a una mayor satisfacción del público y usar mejor lo que tenemos.

- b. **Bennett, R. y Gabriel, H. (2021)** Dentro de su investigación “Intercambio de Conocimiento y Desempeño Organizacional”, exploran la relación entre la transferencia de conocimiento en los equipos de trabajo y cómo influye en su trabajo general. Dichos autores argumentan que un intercambio efectivo de conocimiento no solo ayuda a la innovación y la rapidez y orden al trabajar operativamente, y además hace más fuerte la cohesión del equipo así como fomenta un ambiente para aprendizaje continuo. A través de estudios de caso y análisis empíricos, se muestra que es importante hacer una cultura organizacional el cual valore así como facilite el flujo de información, lo que resulta en un desempeño superior y una mayor adaptabilidad en un entorno cambiante.
- c. **Fitzgerald, S., y Kauffman, R. (2020)**, en su estudio sobre “Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente”, analizan la interrelación entre lo bueno que es el servicio brindado por los lugares de trabajo y que la gente quede contenta. Los autores enfatizan que una atención al cliente excepcional, caracterizada por la empatía, la rapidez y la consistencia, es crucial para generar experiencias positivas que fomenten la lealtad. Mediante una revisión de modelos teóricos y la presentación de datos empíricos, el estudio demuestra que se haga mejor la calidad del servicio no solo hace que la gente quede contenta, sino lo que también hace un cambio significativo sobre la rentabilidad junto con la reputación de la organización.
- d. **González, T., y Fuchs, C. (2021)**, afirma en su investigación sobre “colaboración y Desempeño en Organizaciones”, investigan cómo las dinámicas de colaboración entre equipos y departamentos afectan el

desempeño organizacional. Los autores argumentan que un entorno de trabajo que fomente la colaboración no solo mejora la comunicación y la cohesión, y además impulsa hacer cosas nuevas y la eficacia en la arreglar problemas. Por medio de estudios de caso y análisis de prácticas exitosas, se concluye que las organizaciones que promueven una cultura colaborativa tienden a alcanzar mejores resultados, destacando la importancia de herramientas y estrategias que faciliten el trabajo conjunto y la sinergia entre los empleados.

- e. **Tuzunkan, D. y Demirbag, M. (2021)**, en su trabajo respecto a dicha “Medición de la Calidad del Servicio” analizan diversas metodologías y herramientas utilizadas para ver qué tan bueno es el trabajo en diferentes sectores. Dichos autores destacan una importancia sobre medir la calidad no solo a través de indicadores cuantitativos, sino también considerando las percepciones y experiencias de los clientes. A lo largo del estudio, se presentan modelos de evaluación, como SERVQUAL, y se discute cómo la retroalimentación del cliente puede ser fundamental para identificar áreas de mejora. La investigación concluye que una medición efectiva acerca de qué tan bueno es el servicio deja a las organizaciones ajustar sus estrategias y ofrecer un valor superior, y hace que la gente quede más contenta y siga usando el servicio

2.1.2. Antecedentes nacionales

- a. **Chacón, R. (2021)**, Dentro de su trabajo respecto al “intercambio de Conocimiento en el Sector Público”, explora las dinámicas de transferencia de conocimiento dentro de las instituciones públicas y su relevancia para la mejora del desempeño organizacional. El autor argumenta que un

intercambio efectivo de información entre empleados y departamentos no solo optimiza los procesos internos, sino que también facilita la innovación y ajustarse a los cambios que pasan alrededor. A través de un análisis de casos y la identificación de mejores prácticas, Chacón destaca la necesidad de hacer que todos trabajen juntos y sigan aprendiendo en el sector público, y hace que el servicio funcione mejor y la gente quede más contenta.

- b. Valenzuela, E. (2020)** señala en su estudio sobre una “Gestión del Conocimiento en el Sector Público”, examina cómo las instituciones públicas pueden implementar estrategias efectivas para gestionar el conocimiento y mejorar sus operaciones. El autor enfatiza la importancia de crear sistemas que faciliten la captura, almacenamiento y difusión del conocimiento entre los empleados, y ayuda a decidir mejor y a un servicio al ciudadano de mayor calidad. A través de estudios de caso y la revisión de marcos teóricos, Valenzuela destaca que una gestión adecuada del conocimiento no solo impulsa la eficiencia organizacional, y además hace todo claro y muestra quién hace qué en el sector público.
- c. García, J. (2021)**, En su estudio sobre la “Calidad de Servicio en el Sector Público”, analiza los desafíos y estrategias para que el servicio sea mejor ofrecido gracias a las instituciones gubernamentales. Dicho autor argumenta que esta satisfacción del ciudadano es fundamental para la legitimidad y eficacia del sector público, y propone la implementación de estándares claros y mecanismos de retroalimentación para evaluar el desempeño. A través de ejemplos prácticos y análisis de políticas, García subraya la necesidad de capacitación continua del personal y el uso de tecnología para optimizar la atención al ciudadano. La investigación

concluye que un enfoque centrado en la calidad del servicio no nada más mejora cómo se siente la persona que usa el servicio, y además hace que confíen en las instituciones públicas.

2.1.3. Antecedentes regionales

- a. **Arango, A. y Condori, J. (2010)**, En la tesis: “Factores Actitudinales y Motivacionales del Personal y su Incidencia en la Calidad del Servicio en la Municipalidad Distrital de Yanacancha”, se concluye que los usuarios están más contentos después de recibir el servicio. También se encontró que hay una relación directa entre las dos cosas estudiadas: mientras los “factores actitudinales y motivacionales” sean mejores, el servicio también será mejor. De esta manera, se ve cómo las dos variables están conectadas.

En general, hay dos tipos de problemas que los jefes de la municipalidad distrital de Ascensión tienen con el personal: un mal desempeño en el trabajo y problemas personales. El mal desempeño pasa cuando un trabajador no quiere o no puede hacer bien su trabajo. Los problemas personales casi siempre afectan la forma en que los empleados se ayudan o la motivación de algunos. Un mal desempeño puede ocurrir porque el trabajador:

1. No entiende bien su trabajo o lo que debe hacer.
2. No ha recibido la capacitación necesaria para su puesto.
3. Tiene problemas personales o peleas con sus compañeros.

2.2. Bases teóricas – científicas

2.2.1. Intercambio Eficaz

Después de revisar varias fuentes, se puede decir que la comunicación efectiva es cuando hablar y escuchar funciona bien, y se logra decir o recibir lo que se quiere.

En la comunicación efectiva, quien habla y quien escucha entienden el mensaje correctamente. Es decir, los dos comprenden lo que se quiere decir.

También podemos decir que la comunicación efectiva es ver qué hace que hablar y escuchar funcione bien y sea útil.

Los seres humanos estamos inmersos en la comunicación como peces en el agua, generalmente nos movemos entre palabra y significados sin ser consciente de las dinámicas subyacente. A través de las palabras pensamos, nos comunicamos, reflexionamos, nos expresamos, opinamos, nos peleamos e incluso nos distanciamos de lo que verdaderamente nos interesa.

La forma en que hablamos y escuchamos con una persona, en un grupo o en un lugar de trabajo, afecta qué tan buena será nuestra relación con esa persona o grupo.

Si lo pensamos un poco, todas las personas que logran tener éxito y que los demás respetan mucho (en el trabajo, en la empresa o en la familia) saben cómo hablar y explicar bien sus ideas, lo que quieren y lo que sienten, aunque lo hagan sin pensarlo mucho.

Solo aprendiendo y practicando cómo hablar y escuchar bien, podemos trabajar juntos, enseñar, aceptar, guiar, y sobre todo crear un buen ambiente para que lo que hacemos nos ayude a conseguir lo que realmente queremos.

En los últimos años, se ha prestado más atención a la comunicación porque importa cómo afecta a las organizaciones y al trabajo de su personal. Para hablar y escuchar bien se necesitan varias habilidades (García, 2009):

- Saber darse cuenta de lo que uno siente y de lo que sienten los demás.
- Saber decir lo que sentimos de forma positiva y controlada cuando trabajamos con los demás.

Estas habilidades están relacionadas con lo que Howard Gardner llamó inteligencia para entenderse a uno mismo y a los demás, y que Goleman después llamó inteligencia emocional. En pocas palabras, la afectividad es un conjunto de emociones, sentimientos y estados de ánimo que influyen en lo que pensamos y hacemos frente a diferentes situaciones.

Según Oliveira, Rodríguez y Touriñán, pensar y sentir están conectados (como los sentidos, la memoria, el lenguaje y las emociones). Cuando funcionan juntos, ayudan al desarrollo de las personas. El jefe, al encargarse de la parte administrativa, debe hablar y escuchar de forma positiva, permitir que haya diálogo abierto y recordar que el personal es complejo y necesita aprender varias cosas para mejorar y desarrollarse bien.

La Comunicación Efectiva en las Organizaciones

Un buen plan para hablar y escuchar bien con los trabajadores depende del jefe o la gerencia de un lugar de trabajo. Esta persona debe creer de verdad y actuar pensando que hablar con los trabajadores es importante para alcanzar las metas del lugar. Si lo que dice y hace ayuda a que todos se comuniquen mejor, los demás también lo seguirán.

El compromiso debe ser de hablar y escuchar en los dos sentidos, no solo de arriba hacia abajo (como pasa en muchos lugares que no funcionan bien). Se debe dar importancia a hablar cara a cara, pero también usar acciones y cualquier cosa que ayude a comunicar, como dibujos, escritos, videos o gestos.

Cuando lo que se dice y lo que se hace coinciden, la gente confía más y cree en lo que se dice. Esto crea un buen ambiente para que hablar y escuchar funcione bien.

La comunicación es la forma de pasar información de una persona a otra. Antes se entendía como el intercambio de sentimientos, ideas o información usando palabras,

escritura o señales. Para que la comunicación funcione bien, debe ser clara, fácil de entender y justa, sin favoritismos.

Hablar y escuchar bien en los lugares de trabajo es muy importante porque de eso dependen todas las actividades y proyectos. Si la comunicación no funciona y no se usan buenas formas, pueden aparecer problemas como: malentendidos, no avisar bien qué es importante, órdenes confusas o que cada uno haga lo que cree que es correcto (yo pensé que... a mí me dijeron que... yo no sabía que...). Todo esto hace que el ambiente de trabajo sea tenso y poco productivo. Uno de los principales problemas es no darse cuenta de que hay barreras para comunicarse. Esto pasa porque no se entiende lo complicado que es hablar y escuchar entre personas y en el trabajo.

La gente suele pensar que comunicarse es tan fácil como hablar y escuchar, pero en realidad hablar y entender a otros es complicado y es un reto hacerlo bien. Algunas cosas que hacen que comunicarse sea difícil son:

- Lo importante no es lo que dice quien habla, sino lo que entiende quien escucha.
- El resultado de hablar y escuchar se ve en lo que entiende la persona que escucha, no en lo que quería decir quien habla.
- Hablar y escuchar bien es responsabilidad de quien habla y de quien escucha.
- Mientras más se sienta cercano quien escucha con quien habla, más ganas tendrá de entender el mensaje.
- Cada persona escucha y mira solo lo que le llama la atención. Un mensaje que va con lo que cree la persona se entiende mejor (y si no, pasa al contrario).
- Para que la comunicación funcione, quien escucha debe decir que recibió el mensaje y mostrar que lo entendió de verdad.
- También hay ideas y formas de pensar que dificultan la comunicación. Se pueden superar solo si nos damos cuenta de ellas.

Principales Brechas en la Comunicación

- Pensamos que lo que decimos es tan fácil de entender para los demás como lo es para nosotros.
- Pensamos que todos entienden las palabras de la misma manera.
- Pensamos que vemos las cosas de la misma manera que los demás.
- Pensamos que tenemos razón y que los demás están equivocados.
- Pensamos que solo hay una forma correcta de hacer las cosas, y que es la nuestra.
- Y en la organización:
- Los niveles de jefes y empleados.
- Quién manda y el lugar que ocupa cada uno.
- El trabajo especializado y las palabras que usan para eso.

A estas dificultades se suman otros problemas que hacen que la comunicación tenga obstáculos:

- a. Juzgar a todos igual. Se sacan conclusiones para todo a partir de una sola experiencia.
- b. Quitar cosas. No decir toda la información.
- c. Cambiar la información o decirla mal. Cambiar lo que vemos en nuestra mente y pensar que es la única forma correcta.
- d. En las organizaciones, cuando un mensaje va de un jefe a un trabajador de nivel medio, pasa por varios niveles. Cada nivel puede cambiar, quitar o agregar cosas al mensaje, calificarlo o convertirlo en algo diferente.

Tabla 1. *La Comunicación*



Fuente: <https://comunicaciondialogica.wordpress.com/>

Un problema muy común cuando la gente quiere hablar bien es creer que la persona que dice las cosas (el que habla) es la única que tiene permiso para usar la voz, y que la otra persona solo debe quedarse callada sin pensar ni opinar. Pero esto no es así. Para que una charla salga bien, los dos deben participar y estar atentos. Para lograrlo, se necesita usar una “escucha activa”, que quiere decir prestar mucha atención y tomar en cuenta varias cosas, como:

- Tener la capacidad de ponerse en el lugar del otro, tanto en lo que siente por dentro como en lo que muestra con su cuerpo.
- Hacer dudas en voz alta para entender mejor lo que la otra persona quiere decir.
- Decir con tus propias palabras.
- Tener el cuerpo en una postura correcta y mirar a la otra persona a los ojos mientras hablan.
- Mostrar que entiendes cómo se siente la otra persona.
- No hablar cuando la otra persona está hablando.
- No decir más de lo necesario.

En las empresas es importante que haya una forma de hablar y trabajar entre personas de distintos grupos, formando equipos donde cada uno viene de áreas diferentes. Estos equipos ayudan a buscar salidas a problemas que afectan a toda la organización. Esta manera de trabajar se vuelve cada vez más necesaria cuando los problemas pasan por varias partes de la empresa. Para que la manera de comunicarse funcione bien, tanto dentro como fuera de la empresa, es clave tener claro que uno debe mostrar comprensión, calma y la habilidad de manejar las situaciones que aparecen.

Actitudes que favorecen la Comunicación

Cuando hablamos con otras personas, primero necesitamos tener formas de actuar que ayuden a que la conversación salga bien. Podemos prestar mucha atención con todos nuestros sentidos y estar listos para “oír” y contestar de la mejor manera posible, usando alguna de las siguientes formas de actuar:

- Modo de actuar para dar opinión. – Suele dar consejos o decir lo que “se debe hacer”, y a veces manda cosas.
- Modo de actuar para explicar lo que otro dijo. – Busca encontrar la razón de lo que hace la otra persona y a veces le ayuda a entender lo que siente.
- Modo de actuar para preguntar más. – Usamos esta forma de actuar cuando queremos más información para entender mejor lo que pasa o lo que piensa o siente la otra persona.
- Modo de actuar para dar ánimo. – Da respuestas que buscan calmar y bajar la preocupación o el dolor.
- Modo de actuar en identificación. – No da soluciones, pero está cerca con cariño, dando apoyo y haciendo que la otra persona se sienta acompañada en lo que le preocupa o le duele.

- Modo de actuar comprensiva y empática. – Intenta sentir como la otra persona, sin juzgar ni explicar, y trata de entender las emociones que están detrás de lo que dice.

Claves para una Comunicación Efectiva

Vemos la comunicación como una forma que nos ayuda a crear confianza, hacer las cosas bien, tratar con respeto y sentirnos mejor. Para hacer más fácil y más fuerte la manera de comunicarnos, ya sea entre personas, en grupos o en una empresa, usamos ideas básicas que nos sirven para entender el momento y a cada persona que participa. De esta forma, buscamos que la comunicación funcione bien por dos caminos: primero, ayudar a que cada uno mejore sus habilidades, y segundo, quitar los problemas o trabas que puedan aparecer cuando hablamos.

Así vemos que la forma en que hablamos con otra marca cómo son nuestras relaciones. Lo que decimos y lo que oímos influye en lo que podemos hacer. Por eso, mejorar nuestra manera de comunicarnos puede ayudarnos a tener una vida con más resultados y sentirse mejor.

Claves para una Comunicación Efectiva en un equipo de trabajo

Hoy en día, las reglas para hablar bien cuando hay mucho estrés casi siempre son las mismas que se usan cuando todo está normal.

Debemos recordar que hablar bien suele ser lo más importante para poder manejar una crisis con éxito. Aquí se muestran algunas ideas de comunicación que ayudan a los líderes a bajar el estrés, crear confianza y lograr buenos resultados en momentos llenos de preocupación y duda.

- Mantener el contacto siempre: En una crisis, nunca basta con hablar una sola vez. Lo mejor es comunicar de manera sincera, clara y siempre igual. Repita sus mensajes varias veces. Use muchos medios distintos para contarlos: reuniones, espacios de preguntas, audios, videos, notas de prensa, cartas, correos, boletines,

hojas informativas, teléfonos de ayuda, y más. Cada persona aprende y escucha de forma diferente, así que es importante usar varios caminos para asegurarse de que el mensaje llegue a todos.

- Sea claro y directo: Para que la comunicación funcione en una crisis, los mensajes deben decirse de forma clara, concreta y ordenada. Hablar de manera confusa solo empeora la situación. Por eso, es importante tomarse el tiempo para revisar bien lo que se va a decir, y así hacerlo de forma simple y precisa, para que todos lo entiendan sin problema.
- Elija a la persona correcta para hablar: Lo mejor es que cada grupo dentro de la empresa reciba el mensaje de alguien adecuado para ellos. Por eso, es importante escoger a la persona que pueda comunicar mejor a cada equipo. Si la crisis afecta a toda la empresa, normalmente habla el líder principal. Después, los jefes directos deben contar la información importante a sus grupos. El mensaje puede cambiar un poco según el área, pero siempre debe seguir la misma idea general del plan de crisis.
- Reúnase en persona: Cuando pueda, hable directamente con su equipo, y si es posible, hágalo más de una vez. En momentos de mucho estrés, una persona puede no escuchar bien la primera vez que se da un mensaje, o puede no leer lo que se le entregó en la primera reunión. Las reuniones de seguimiento permiten repetir la información hasta que todos la entiendan. Tener más encuentros también da a las personas la oportunidad de decirle si el mensaje está llegando bien y cómo lo están recibiendo.
- Promueva comentarios de todos: La comunicación no debe ir solo “de los jefes hacia los demás”, especialmente en una crisis. Es importante recibir preguntas, dudas, ideas y preocupaciones de todas las personas de la empresa. Las reuniones

seguidas con grupos y con cada persona ayudan a que el diálogo sea doble. También se puede obtener información escuchando los comentarios informales que siempre aparecen dentro de una organización. Así podrá saber en qué temas piensa la mayoría y podrá ajustar mejor sus mensajes principales.

- Espere cosas que no se pueden prever: En momentos de crisis o cambios, siempre pueden pasar cosas que no estaban planeadas. La comunicación funciona mejor cuando se tiene un plan claro para responder y una persona encargada de manejarlo. Acciones rápidas y seguras ayudan a calmar a la gente y les dan confianza en sus líderes.

Sugerencias para mejorar la Comunicación

- Aprender a hablar de manera correcta, pensando en quién nos oye.
- Hablar con una voz suave y buena.
- Entender antes que no todos van a estar de acuerdo con lo que uno diga.
- Dejar que la otra persona diga con sinceridad y calma si piensa distinto a lo que uno dijo.
- Aceptar que el otro piense distinto sin enojarse ni tratarlo mal.
- Después de oír al otro, pensar bien en lo que dijo y no responder de manera automática.
- Si lo que decides al hablar sale bien o mal, aceptar eso y seguir adelante.
- Use el lenguaje que use, trate de hablar fácil, claro y directo para que todos entiendan el mensaje.
- Trate de decir cosas cortas, porque si habla mucho es más difícil que la otra persona siga atenta.
- Se aconseja usar un mensaje corto, poner dibujos o ejemplos, y repetir lo dicho para que quede claro.

- Sea comprensivo y piense: “¿cómo puede la otra persona entender esto mejor?”. Explique todo de forma clara, sin asumir que para el otro es fácil. Es mejor que usted se adapte a cómo entiende el otro, y no esperar que él se adapte a usted.
- Escuche bien. Los expertos dicen que un jefe pasa casi el 70% del día hablando con su gente, clientes y otros, y que cerca del 45% de ese tiempo es para escuchar. Pero aun así, es donde más se comete errores.
- Uno de los errores más comunes es hacer como si uno estuviera poniendo atención, cuando en verdad la mente está pensando en otras cosas. La mayoría de las personas habla más o menos a 125 palabras por minuto, pero el cerebro puede procesar mucho más que eso. Por eso, cuando alguien habla por varios minutos, la persona que escucha puede empezar, sin darse cuenta, a pensar en otros temas que le interesan o le preocupan, y solo vuelve de vez en cuando a la conversación para captar un poco lo que el otro está diciendo.

Dimensiones

Chiavenato (2009) sostiene que el intercambio eficaz de información en las organizaciones se sustenta en varias dimensiones clave, entre las que destacan la claridad del mensaje, la oportunidad en la transmisión de la información, la fluidez del intercambio y la comprensión mutua entre los participantes del proceso comunicativo. Estas dimensiones permiten que la información circule de manera adecuada entre los miembros de la organización, reduciendo errores, evitando retrabajos y favoreciendo la coordinación de actividades, lo cual contribuye al logro de los objetivos institucionales.

2.2.2. Calidad de Servicio

Calidad

Imai (1998, pág. 10) dice que la calidad no solo se trata de que los productos o servicios finales sean buenos, sino también de que todos los pasos para hacerlos sean

de buena calidad. La calidad está presente en todas las partes del trabajo de la empresa: en el desarrollo, el diseño, la producción, la venta y el cuidado de los productos o servicios.

Stoner (1996, pág. 146) dice que la calidad en el trabajo no solo significa hacer un producto bueno y a buen precio, sino también lograr que los productos y servicios sean cada vez más competitivos. Esto quiere decir hacer las cosas bien desde el principio, en vez de equivocarse y después arreglar los errores.

Según Colunga (1995, pág. 17), la palabra “calidad” significa “un conjunto de características de una persona o de algo”. Pero hoy en día, los sistemas de trabajo han usado tanto esta palabra que su significado ha crecido y ya va más allá de lo que dicen los diccionarios. Para entender esto, es bueno mirar un poco la historia. Cuando aparecieron las primeras comunidades humanas, surgió el mercado antiguo entre quien producía y quien compraba.

Todavía no había reglas ni especificaciones. Los problemas de calidad se podían solucionar con facilidad porque el fabricante, el comprador y los productos estaban juntos al mismo tiempo.

Cuando el comercio crece y los mercados se hacen más grandes, el productor ya no tiene contacto directo con el cliente. La venta se hace a través de distribuidores, por lo que se necesitan reglas claras, garantías, muestras y cosas parecidas que cumplan el mismo papel que antes tenía la reunión entre el fabricante y el cliente.

Por eso, investigadores como Jurán, Deming, Crosby y también las normas ISO 9000 coinciden en que los requisitos o reglas sirven para saber si un producto o servicio tiene buena calidad o no.

La calidad también significa, según Jurán (citado en Colunga 1995, p. 18), “las cosas del servicio que cumplen con lo que necesita el cliente”. Por eso, un cliente que

ve sus necesidades y expectativas satisfechas es un cliente contento, y calidad es hacer feliz al cliente. Cumplir con los requisitos del servicio ayuda a que la empresa siga en el mercado.

Calidad en el Servicio al cliente

La filosofía de calidad de servicio se basa en poner al cliente en el centro, tener buena cultura y un sistema de dirección adecuado. Este enfoque sigue un proceso que va desde preparar y mejorar la empresa y sus procesos, hasta crear estrategias para que, además del servicio principal, se ofrezcan servicios después de la venta, entendiendo completamente lo que el cliente necesita y espera. Por eso, la calidad de servicio significa que el cliente quede satisfecho, y esto se logra cuando se superan sus expectativas, deseos o lo que él percibe del servicio.

En este caso, un servicio de calidad no significa solo cumplir con las reglas o especificaciones, sino cumplir con lo que realmente quiere el cliente. Hay mucha diferencia entre estas dos ideas. Las empresas que se equivocan con los clientes, aunque hagan todo muy bien según sus reglas, no están dando un servicio de calidad.

Por último, la calidad de servicio es lo que hace que una empresa se destaque. Si es buena, atrae y mantiene a los clientes; si es mala, los pierde. Para cualquier empresa, lo más importante son los clientes y que queden satisfechos, porque así se logran los objetivos de ventas. Por eso, hay factores de calidad que ayudan a que los clientes queden contentos, y a veces muestran las siguientes posibilidades:

- **Calidad que esperan:** Los clientes esperan que los productos o servicios tengan ciertas cosas buenas. Si las encuentran, quedan contentos; si no, quedan muy descontentos.
- **Calidad que satisface:** Son cosas o beneficios extras que los clientes piden. Cumple con sus necesidades, pero no va más allá de lo que esperan.

- Calidad que sorprende: Son cosas que el cliente no esperaba porque no sabía que existirían, pero cuando las recibe, le gustan mucho, superan lo que esperaba y lo hacen muy feliz.

Por eso, hacer feliz al cliente es lo más importante para que una empresa se destaque frente a otras que venden el mismo producto o servicio.

¿Cómo saber si la calidad de mi empresa es buena o mala?

Se puede medir la calidad de un producto o servicio usando algunos valores que se pueden calificar del 1 al 5. Así se puede crear una tabla para ver qué funciona bien, qué no, y de dónde vienen los problemas.

Calidad y Servicio al Cliente

La forma de competir en el mercado es dar un servicio realmente excelente al cliente. El éxito de la empresa comienza cuando se le da un valor extra al cliente, que busca satisfacer sus necesidades. Este valor extra se puede mostrar de varias maneras:

- a. Atención personalizada: Tratar bien al cliente, mostrar buena imagen personal y de la empresa, y tener disposición para ayudar.
- b. Servicio antes y después de la venta: Dar orientación, ayuda y garantía al cliente.

Hay personas que todavía no entienden que el cliente de hoy es diferente al de antes y lo tratan mal. Por ejemplo, a veces no se cierran ventas porque el cliente quiso hablar por teléfono con el vendedor y no pudo, por la mala atención de la recepcionista. Otro caso es la falta de honestidad en el servicio, que se ve cuando se engaña al cliente con trabajos extra o adicionales que no eran necesarios.

Hoy en día, cuando los competidores se parecen en calidad y precio, lo más importante para tener éxito es el servicio: siempre intentar que el cliente quede satisfecho y quiera seguir con la empresa. Para mantener al cliente a largo plazo y dar un servicio excelente, se recomienda no aceptar la mediocridad en ninguna parte de la

empresa, ni dentro ni fuera. Hay que buscar siempre dar el mejor servicio posible y esforzarse por la perfección al atender al cliente.

Requisitos Fundamentales que Permitan el Éxito del Proceso de Mejoramiento de la Calidad

Los requisitos se indican de la siguiente forma:

- Aceptar que el cliente es lo más importante en todo el proceso.
- Creer que siempre se puede mejorar.
- Buena organización, liderazgo y trabajo en equipo.
- La regla de trabajar sin fallas.
- Poner la mejora en cómo se hace el trabajo, no en los trabajadores.
- Dar valor a los logros.
- Creer que las personas que nos venden cosas pueden ayudarnos aun sin entender lo que realmente necesitamos.

Servicios

Fischer y Navarro dicen que un servicio es “todo lo extra que una persona piensa recibir, aparte del producto principal, por lo que cuesta, por cómo se ve y por la fama que tiene”.

Albrecht explica que los servicios son “algo que también tiene valor, y que forma parte del trabajo del sector terciario. Toda persona que labora y no fabrica cosas materiales, se entiende que ofrece servicios”.

Se dice que un servicio es algo que se hace. Mientras los productos son cosas, los servicios son acciones. Este autor señala que casi todos están de acuerdo en que los servicios se reconocen porque no se pueden tocar, no siempre son iguales, y se hacen y se usan al mismo tiempo. Es decir, un servicio normalmente se usa mientras se está haciendo, y la persona que lo recibe suele participar en ese momento.

Por eso, un servicio existe mientras una empresa dé opciones para cubrir una necesidad de las personas, y estas puedan y quieran pagarlo. Con esta idea nace lo que se llama “parte de servicios”, que es la zona de la economía que se encarga de hacer tareas para la gente en lugar de dar cosas. Este tipo de trabajo es muy importante hoy en día, pues en países muy avanzados, como Estados Unidos y Japón, esta parte llega a formar más de la mitad de todo lo que produce su economía.

Características de los servicios

- Un servicio no se puede mover, guardar o guardar en un lugar especial. Normalmente se da justo donde está la persona que lo pide, y lo realizan trabajadores que muchas veces están lejos del control directo del jefe.
- La persona que usa el servicio no recibe algo que pueda tocar. Lo que vale el servicio depende de cómo lo siente y vive cada uno.
- La persona que usa el servicio no recibe algo que pueda tocar. Lo que vale el servicio depende de cómo lo siente y vive cada uno. Si un servicio se hizo mal, no se puede deshacer ni volver a hacer igual. Por eso, arreglar el error es la única forma de que el usuario quede contento.
- Dar un servicio casi siempre necesita que las personas hablen o traten entre sí; quien pide y quien ofrece el servicio se encuentran de manera directa para poder hacerlo.

Muchas veces se mezclan las palabras que se usan en este tema. Para entenderlo mejor, podemos ver un “producto” como un conjunto de cosas o acciones que dan algún beneficio a las personas. Dentro de ese grupo existen dos tipos: los objetos y los servicios. Sin embargo, en la vida diaria, mucha gente usa las palabras “producto”, “servicio” o “producto de servicio” como si fueran lo mismo.

Los servicios pueden cambiar según varios puntos, como si van dirigidos a empresas o a personas, si necesitan que el cliente esté presente o si están pensados para el grupo de trabajo o para alguien en especial. Pero, para este tema que vamos a explicar, se pueden señalar cuatro rasgos importantes:

- No se pueden tocar: porque son cosas que no se pueden ver ni agarrar.
- Son diferentes: porque cambian mucho y es complicado hacerlos siempre igual.
- No se separan: se hacen y se usan al mismo tiempo, y la persona que recibe el servicio participa en ello.
- Buena conducta: en la vida diaria, en el trabajo y en todos los espacios donde crece la persona.

Con lo dicho antes, la idea de “servicio” para dar una buena atención al usuario se puede entender así:

Es la forma en que una persona actúa, se mueve y se porta con ganas de ayudar, para que todos los que forman parte de un grupo, sin importar cuál sea, puedan reconocer mejor lo que es “bueno”, siguiendo lo que la institución quiere lograr. En pocas palabras, son las maneras y pasos que hacemos para que las personas que atendemos se sientan importantes y noten que nos preocupamos por ellos y que trabajamos pensando en su bienestar. No olvidemos que quienes reciben el servicio están observando cómo se comporta la entidad.

Actitud de Servicio

Según lo que se ha visto en varios estudios, lo segundo que más le importa a una persona cuando evalúa la atención que recibe es la forma en que los trabajadores lo tratan. De lo que se ha preguntado, casi todos los usuarios dicen que notan la “buena actitud” cuando sienten que quien los atiende de verdad quiere ayudarles y busca arreglar el problema que surgió por no cumplir con lo que se prometió antes. Otra vez

se ve que ser amable y educado no está mal, pero lo que la gente necesita en realidad son soluciones. Un trabajador que es cariñoso en su forma de hablar, o que entiende lo que siente el cliente (empatía), pero que no tiene las herramientas, ni el permiso, ni la ayuda, ni las ganas de solucionar el problema, no podrá evitar que la persona se vaya molesta o insatisfecha.

A esta habilidad de arreglar los problemas de las personas, algunos expertos le dicen acciones de rescate, porque ayudan a que las organizaciones vuelvan a ganar la confianza del usuario al darle una solución. Con estas acciones, las empresas pueden evitar que la gente se vaya cuando recibe una mala atención, ya sea una sola vez o varias veces. En pocas palabras, los clientes notan la buena actitud de servicio sobre todo cuando quienes los atienden usan estas acciones de rescate para corregir cuando no se cumple algo prometido o cuando no se puede dar lo que la persona pide.

Aunque la entidad contrate a gente con la mejor forma de tratar a los demás, un alto número de fallas no le dejará lograr los resultados que busca. En verdad, lo que se conoce como causas de ayuda débil o mal hecha son las razones por las que las personas dicen que los trabajadores que las atienden tienen mala forma de atender.

Es importante decir que muchas ideas sobre la calidad del servicio (en Estados Unidos y otros lugares) dicen que la forma en que una persona trata al cliente es algo propio, y que solo se puede mejorar con charlas para animar al personal. Pero, en varios trabajos con dueños de negocios y usuarios, se ha visto muchas veces que hay trabajadores que tratan súper bien a la gente o que tienen ganas reales de ayudar, pero que aun así no pueden solucionar los problemas ni lograr que el cliente sienta que su atención fue buena.

Por eso, se resolvió mirar con más detalle los motivos por los que:

- a. Aunque los trabajadores tengan buena forma de atender, no logran hacer mejor el servicio ni evitar que el cliente piense que los tratan mal. Y.
- b. Aunque la empresa contrate a gente con la actitud de servicio que quiere, no logra guiarlos bien para tener buenos resultados, o no les da la ayuda que necesitan para que esa actitud funcione, o no puede mantener esa buena actitud en los trabajadores, o, por último, no consigue que ese personal con buena actitud se quede en la empresa.

De lo que se investigó, se puede decir que las empresas reciben malas notas sobre la actitud de servicio de su gente por estas razones:

- No cumplir lo que se ofreció al vender o al dar el servicio.
- No dar al trabajador la enseñanza correcta o completa para atender al cliente.
- No hay ayuda ni respaldo por parte de la empresa.
- No se revisa el trabajo ni se premia lo que se hace bien.

Como vimos antes, hacer lo que se promete es lo más importante para el cliente. Pero también vimos que cuando eso no se cumple, la forma en que los trabajadores tratan al cliente se ve afectada y parece peor.

La forma en que no cumplir lo prometido afecta la buena actitud de servicio (tanto lo que muestran los trabajadores como lo que sienten los clientes) se ha visto en tres casos distintos:

- **El cliente empieza a pedir más cosas y a reclamar con más fuerza:** Como la empresa no cumple lo que prometió, el cliente se queda molesto. Aunque quiera escuchar opciones para arreglar su problema, pide mucho más de la empresa y del trabajador que lo atiende. Esto hace más difícil poder arreglar la situación y ganarse de nuevo su confianza.

- **Se le pide al trabajador que use más tiempo para poder ayudar bien a los clientes:** Cuando una empresa no cumple lo que prometió, el cliente no solo se enoja más, sino que también pide que el trabajador le dedique más tiempo. Primero, el empleado debe gastar tiempo en calmar al cliente, ayudarlo a bajar su enojo o malestar. Luego, tiene que revisar dentro de la empresa qué puede hacer para darle una solución. Si estos casos pasan muchas veces, el trabajador termina usando mucho más tiempo, pero logra menos resultados, lo que hace más difícil que pueda arreglar la situación y recuperar al cliente.

Puede sonar exagerado, pero cuando la empresa falla muchas veces en lo que promete, los trabajadores que atienden al público reciben una queja tras otra. A veces, mientras hablan con un cliente muy molesto, ya les avisan que otro está esperando. Ellos se estresan porque saben que, aunque hagan todo lo posible, no podrán dar la mejor atención a ninguno de los dos. El problema no es que los empleados no quieran ayudar, sino que hay tantos errores seguidos que se quedan sin tiempo útil y no pueden dar la solución que el cliente espera. Si una empresa tiene muchos incumplimientos, el tiempo que se pierde crece, y la queja de los clientes también. Los empleados no tienen espacio para recuperar a los clientes, y por eso, aunque se contrate a personas con buena actitud, tantos fallos impiden que puedan dar los resultados que la empresa necesita.

- **Baja sus ganas de ayudar a los clientes:** También se ha visto que, cuando una empresa no cumple seguido lo que promete, los trabajadores empiezan a sentirse desanimados. Ellos sienten que es su culpa que el cliente quede insatisfecho. Aunque un empleado tenga buena actitud, escuchar quejas todo el tiempo por fallas de la empresa puede quitarle las ganas de atender bien, o incluso puede hacer que busque otro lugar donde trabajar.

Satisfacción del Cliente

Harrington (1997, p. 28) explica que la satisfacción del cliente depende de cuánto se acerca lo que la empresa hace a lo que el cliente esperaba recibir. Cuanto más grande sea esa diferencia a favor de la empresa, mayor será la satisfacción del cliente.

Generalmente, la gestión de calidad enseña a conocer al cliente, las necesidades y qué se debe hacer para mejorarlas, especificando la satisfacción y conservación de los clientes activos, la atracción de clientes potenciales, el diseño de estrategias que satisfagan necesidades cambiantes de los nuevos clientes y la reducción de costos al responder quejas y procesar reclamos.

En este mismo tema, Drucker (1990, p. 41) dice que el cliente juzga cómo trabaja una organización según lo satisfecho que quedó al comparar lo que recibió con lo que esperaba. Para hacerlo, usa cinco puntos o aspectos.

- **Fiabilidad:** Es la capacidad de una empresa para dar su servicio de forma segura, clara y sin errores. Incluye llegar a tiempo, cumplir lo que promete y demostrar que sabe lo que hace. Ser fiable es hacer bien el trabajo desde la primera vez.
- **Seguridad:** Es el sentir del cliente cuando deja su problema en manos de una empresa y cree que lo van a arreglar bien. La forma de hablar, la actitud y lo que sabe el trabajador ayudan a que el cliente confíe. Dar seguridad es ser creíble, es decir, mostrar honestidad, responsabilidad y buenas intenciones. No basta con cuidar lo que el cliente necesita; la empresa también debe mostrar que le importa, para que la persona se sienta más tranquila y satisfecha.
- **Capacidad para respuesta:** Es la forma en que la empresa muestra ganas de ayudar y de dar el servicio sin demoras. También incluye cumplir lo prometido en el momento acordado. Además, se refiere a qué tan fácil es para el cliente

comunicarse con la empresa, es decir, qué tan sencillo es llamar, escribir o acercarse y recibir atención sin problemas.

- **Empatía:** Es la disposición de la empresa para tratar al cliente con cuidado y de manera especial. No se trata solo de ser amable, aunque eso también ayuda. Significa interesarse de verdad por la persona, entender cómo es, qué necesita y qué está buscando. Ser cortés quiere decir tratar bien, ser respetuoso, cuidar el tiempo y las cosas del cliente, y crear un ambiente donde el cliente se sienta cómodo y bien recibido. Esto incluye a quienes reciben en la entrada y a quienes contestan el teléfono.
- **Intangibilidad:** Aunque un servicio no se puede tocar, sí se puede decir que el servicio es algo que no tiene forma física. Por eso, es bueno tener en cuenta algunas ideas que salen de este hecho:
- Los servicios no se pueden guardar como si fueran cosas en una caja. Si una empresa no usa todo el tiempo que tiene para atender, ese tiempo se va y no vuelve. Es como cuando un vendedor tiene horas libres y no atiende a nadie: ese rato ya no lo podrá recuperar nunca.
- **Interacción humana:** Para dar un servicio, la empresa y el cliente deben estar en contacto. Es una relación donde el cliente ayuda o participa mientras se realiza el servicio.
- Teniendo en cuenta esto, es importante notar que las empresas de hoy enfrentan muchos retos, exigencias y oportunidades. Esto hace que sea necesario pensar de otra manera, aprender nuevas habilidades y tener formas de actuar distintas. Como dice Austin (1998): “Nada se queda igual y todo está cambiando siempre”.
- Estas situaciones hacen que apoyarse en la planificación sea necesario, porque con sus herramientas se pueden hacer planes que conecten la forma de trabajar de la

empresa con lo que pasa afuera en su entorno. Esto ayuda a que la empresa sea flexible, se adapte a los cambios y mantenga ventaja sobre otros. Según Jarillo (1992, p. 23), esta ventaja “es especial y hace que la empresa se diferencie de otras, para lograr beneficios por mucho tiempo”.

- En este caso, las compañías que se fijan en sus clientes tratan de entender bien todo lo que ocurre a su alrededor. Pueden ver los cambios antes de que pasen, saben qué quieren las personas y cómo darles lo que necesitan, porque saben que lo que ofrecen, el servicio a los clientes, no dura para siempre.
- Esta actividad se considera algo que no se puede tocar y que no dura mucho. Por eso, las empresas quieren cuidar a sus clientes, porque cuando los hacen felices, ellos vuelven y traen ventajas a largo plazo. Los clientes que confían en la empresa compran más, invitan a otros clientes y es más fácil tratar con ellos.
- Por eso, una empresa que cuida el servicio se enfoca en hacer bien todos los “momentos importantes”, que son cuando un cliente trata con la empresa y se forma una idea de cómo es el servicio. Un momento bueno puede borrar cualquier mala idea que el cliente tenga antes, y al revés.

Dimensiones:

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988): Crearon el modelo SERVQUAL, que identifica cinco dimensiones fundamentales (las Cinco brechas de la calidad) para medir la calidad percibida:

- Fiabilidad (Reliability): Cumplir lo prometido.
- Capacidad de Respuesta (Responsiveness): Disposición a ayudar.
- Seguridad (Assurance): Conocimiento y cortesía del personal.
- Empatía (Empathy): Atención individualizada.
- Elementos Tangibles (Tangibles): Apariencia de instalaciones, equipo, personal.

Estos autores sentaron las bases para entender la calidad como una experiencia multidimensional centrada en el cliente, diferenciando los servicios de los productos tangibles.

2.3. Definición de términos básicos

Calidad: La calidad depende de la persona que la ve, según lo que quiere o espera. Lo que a alguien le parece bueno, a otro puede no parecerle. También cambia según el momento o la situación. Por eso, la calidad se puede ver cómo mejorar siempre todo lo que hace la empresa, para dar un buen servicio y cumplir con lo que los clientes esperan.

Calidad de Servicio: La calidad de servicio significa mejorar cómo tratamos a los clientes, para que siempre queden contentos y se lleven una buena impresión cada vez que usan nuestro servicio.

Capacitación: Es aprender cosas nuevas y practicar habilidades para hacer mejor el trabajo. Se usa la información de los puestos de trabajo para crear los programas de aprendizaje.

Compensaciones: Es necesaria una clara comprensión de lo que cada empleo representa para estimar el valor de los puestos y la compensación apropiada para cada uno.

Competitividad: Las empresas que tienen éxito destacan porque usan nuevas ideas, tecnología o formas diferentes de trabajar, como en productos, producción, atención a los clientes o capacitación del personal.

Comunicación Efectiva: Es saber compartir ideas y mensajes de manera clara, adaptándose a los cambios y usando nuevas tecnologías para que todos en la empresa se entiendan mejor.

Cordialidad: Es la buena onda y amistad que hay entre las personas del trabajo, prestando atención a lo que cada uno quiere y manteniendo relaciones amistosas.

Estrategias: Son los planes principales que ayudan a tomar decisiones y mejorar el funcionamiento de la empresa con el tiempo.

Gestión: Es el acto de dirigir y organizar un negocio o proyecto para alcanzar una meta.

Integración de Personal: Es poner a las personas en los puestos de trabajo correctos y ayudarlas a crecer en la empresa. Esto se hace revisando lo que se necesita, buscando a la gente adecuada y ofreciendo entrenamiento, evaluaciones y promociones.

Motivación: Son los premios o incentivos que se dan a las personas por su trabajo, como aumentos, regalos o días libres, y también es el deseo de querer trabajar y ayudar.

Organización: Es un grupo de personas que trabajan juntas siguiendo un plan para usar bien los recursos como dinero, materiales e información.

Profesionalismo: Significa comportarse bien con clientes y compañeros, no chismear, atender rápido y conocer bien nuestros productos y los de la competencia.

Responsabilidad: Es saber que cada uno debe cumplir su trabajo, tomar decisiones por sí mismo y hacer lo que le toca sin que le digan todo el tiempo.

Satisfacción: Es sentirse contento cuando se cumple un deseo, gusto o se resuelve un problema.

Servicio: Antes se entendía como ayudar a otros. Después, también incluyó arreglar y cuidar productos, lo que dio a algunas empresas una ventaja, porque no solo vendían cosas, sino que también ofrecían apoyo y reparaciones.

Usuarios: Son las personas que usan o necesitan los servicios de una empresa. Pueden ser parte de la misma empresa (internos) o venir de afuera (externos).

Valores: Los valores muestran por qué existe una empresa. Las reglas son como las instrucciones que dicen cómo deben actuar la empresa y las personas.

2.4. Formulación de hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

Un intercambio eficaz con los colaboradores sobre OSINERGMIN Pasco si está positivamente relacionado con lo bueno del ayudar que ellos dan a la gente.

2.4.2. Hipótesis específicas

- a) Las prácticas sobre el intercambio de datos entre los colaboradores de OSINERGMIN Pasco si son deficientes y afectan la calidad de servicio.
- b) Un mayor nivel de intercambio eficaz si va junto con que la gente se sienta más feliz y los colaboradores del OSINERGMIN Pasco.
- c) Los colaboradores del OSINERGMIN Pasco si perciben una buena calidad de servicio por lo que también reportan una comunicación más efectiva con sus compañeros.

2.5. Identificación de variables

Según Grau, R. y otros (2004), las cosas que se estudian tienen partes o rasgos que se pueden contar o solo notar, y cambian según lo que se mire. Las cosas que se quieren ver se explican así:

Lo que queremos revisar se muestra así:

a. Elemento Independiente

Intercambio Eficaz

Dimensiones: (X)

X₁ Claridad

Indicadores:

- Lenguaje simple

- Consistencia

X₂ Precisión - Exactitud de Datos

- Verificabilidad

X₃ Relevancia

- Cumplimiento de Necesidades

-Personalización.

b. Elemento que depende de algo

Nivel de ayuda

Secciones: (Y)

Indicadores:

Y₁ Seguridad

- tecnología

Y₂ Fiabilidad

- Servicios y procesos.

Y₃ Capacidad de Respuesta

- Atención al cliente.

2.6. Definición operacional de variables e indicadores

Elemento	Explicación de cómo usar	Secciones	Señales	Nivel
Intercambio Eficaz X	Un plan que funciona para hablar con los trabajadores depende del jefe o la persona que manda en la empresa. Esa persona tiene que creer de verdad y actuar pensando que hablar con los trabajadores es muy importante para cumplir los objetivos de la empresa. Si lo que dice y hace ayuda a que todos se comuniquen mejor, su ejemplo llegará a todos en la empresa.	• Claridad	- Lenguaje Simple - Consistencia	Jamás
		• Precisión	- Exactitud de Datos - Verificabilidad	Casi jamás
		• Relevancia	-Cumplimiento de Necesidades. -Personalización	Algunas veces Casi todo el tiempo Todo el tiempo
Elemento	Explicación de cómo usar	Secciones	Señales	Nivel
Calidad	Calidad: Es lo bueno o lo especial que tienen las cosas y que nos dej	• Seguridad	- Tecnología	Jamás

sobre Servicio (Y)	compararlas con otras parecidas. No se puede decir exactamente qué es calidad, porque depende de cómo cada persona lo vea. Servicio: Son cosas que se hacen y que no se pueden tocar ni guardar, como ayudar a alguien o hacer un trabajo. Normalmente la persona que recibe el servicio participa, y aunque no se pueda tener físicamente, se puede ofrecer para vender o usar. Los servicios sirven para que la gente tenga lo que necesita o quiere.		Integridad - confidencialidad	Casi jamás Algunas veces
		• Fiabilidad	Servicios y procesos - Consistencia de servicio - Precisión de la información	Casi todo el tiempo Todo el tiempo
		Capacidad de Respuesta	Cuidar al usuario - Tiempo para respuesta - accesibilidad	

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

Este estudio es práctico porque quiso ver cómo hablar claro y bien afecta lo bueno que es ayudar a la gente en la oficina que revisa la energía y la minería en Pasco.

Gomero, G. y Moreno, J. (1997) Proceso de la Investigación Científica: Busca resolver problemas que ayuden a la gente. Mira hechos o cosas que pueden servir en la vida diaria. Usa lo que se aprende en estudios básicos, pero también quiere descubrir cosas nuevas que se puedan usar en la práctica. Se enfoca en problemas que importan a la sociedad.

3.2. Nivel de investigación

(Carrasco Dias, 2006) dice que qué tan profundo se estudia depende de las cosas que se quieren ver. Por eso, este estudio es explicativo, porque trata de entender por qué pasan las cosas y cómo se relacionan unas con otras. - Se usan formas de recoger información, como preguntas o encuestas, para ver cómo afectan unas cosas a otras.

3.3. Métodos de investigación

a. Método General

Método Científico: Ary (1999, p. 8) dice que este método sirve para estudiar problemas. Primero se define el problema, luego se hace una idea de lo que se espera encontrar (hipótesis), se piensa con lógica, se juntan y revisan los datos, y al final se ve si la idea era correcta o no.

b. Métodos Específicos.

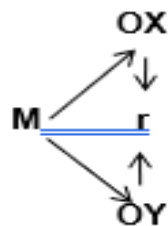
- **Método Descriptivo:** Sirve para contar cómo son las cosas o las personas que se están estudiando. También ayuda a ver y explicar cómo se relacionan los hechos que pasan en un momento dado.
- **Método Estadístico:** Es estudiar cómo se comporta algo contando números y usando formas de analizar esos números.

3.4. Diseño de investigación

No se hace un experimento, se mira todo al mismo tiempo y se busca ver si las cosas se relacionan entre sí (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)."

- **Conceptual:** se hace el estudio sin cambiar nada, solo se observa lo que pasa.
- **Transverso:** se juntan todos los datos en un solo momento, todo al mismo tiempo.
- **Relación:** sirve para ver si dos cosas están conectadas. Es decir, si una sube o baja, ver si la otra también sube o baja.

Croquis:



- M: Grupo de trabajadores de oficina
- O_x: Chequear la diferencia: Intercambio Eficaz.
- O_y: Observar lo que cambia: Calidad de Servicio.
- R: Cómo se conectan los cambios.

3.5. Población y muestra

a) Población

El estudio se hizo mirando al personal que trabaja en la oficina regional de OSINERGMIN Pasco, siendo en conjunto de acuerdo a los datos de la Oficina de personal de 30 colaboradores.

b) Muestra

El muestreo aplicado fue se eligió a las personas que estaban disponibles, porque solo se usará el grupo que se va a estudiar o también denominada muestreo censal en la que los mismos elementos de la población será nuestra muestra 30 colaboradores.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para hacer esta investigación se usaron varias formas de trabajar: primero, se observó lo que pasaba en la realidad; segundo, se revisaron documentos; y, por último, se hicieron encuestas para recoger la información que después se analizará con números. Los instrumentos que se usaron fueron: una guía para observar, una guía para revisar documentos y un cuestionario para las encuestas.

3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación

- a. Qué tan correcto está el instrumento:** La validez del instrumento sirve para ver si el contenido está bien hecho y si las preguntas miden lo que queremos estudiar. Según Mendoza y Morales (2013), la validez significa que una prueba esté bien pensada, hecha y usada, y que realmente mida lo que se quiere medir.

b. Qué tan seguro es el instrumento: Según Morales y Mendoza (2013), la confiabilidad es que un instrumento de medición dé resultados parecidos si se usa varias veces con la misma persona o grupo. En este estudio se usó el coeficiente Alpha de Cronbach, que ayuda a ver qué tan confiables son las preguntas dentro de una prueba.

Se mide de 0 a 1, así:

- De 0,00 a 0,19 significa muy bajo.
- De 0,20 a 0,39 significa bajo.
- De 0,40 a 0,59 significa nivel medio.
- De 0,60 a 0,79 significa nivel alto.
- De 0,80 a 1,00 significa nivel muy alto.

<i>Confiabilidad para la variable Intercambio eficaz.</i>			
Resumen de cómo se revisaron los casos			
		<i>N</i>	<i>%</i>
<i>Ejemplos</i>	<i>Correcto</i>	<i>30</i>	<i>100,0</i>
	<i>Excluido</i>	<i>0</i>	<i>,0</i>
	<i>Todo</i>	<i>30</i>	<i>100,0</i>
<i>a. La eliminación por listas usa todas las cosas del procedimiento.</i>			

<i>Estadística de seguridad</i>	
<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>Cantidad de elementos</i>
<i>,734</i>	<i>30</i>

<i>Qué tan seguro mide la variable Calidad para Servicio.</i>			
Resumen de cómo se revisaron los casos			
		<i>N</i>	<i>%</i>
<i>Ejemplos</i>	<i>Correcto</i>	30	100,0
	<i>Excluido</i>	0	,0
	<i>Todo</i>	30	100,0
<i>b. La eliminación por listas usa todas las cosas del procedimiento.</i>			

<i>Estadística de fiabilidad</i>	
<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>Cantidad de elementos</i>
,711	30

3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Mirar los datos recopilados que se realizó Se usó el programa SPSS, versión 25 en Windows 10, para hacer tablas y gráficos y luego analizarlos. Esto se realizará teniendo conocimiento pleno los directivos de OSINERGMIN Pasco.

3.9. Tratamiento estadístico

Terminando el trabajo de campo, se procederá a hacer una base de datos para luego realizar los análisis de datos en SPSS 25 haciendo esto:

- a. Sacar cuántas veces pasa cada cosa y su porcentaje en las variables cualitativas.
- b. Hacer tablas de cada opinión según lo que dijeron los encuestados.
- c. Hacer gráficos de cada opinión estudiada para mostrar los resultados.
- d. Analizar los datos usando la prueba chi-cuadrado para comparar proporciones de grupos distintos.
- e. Se hará usando el programa estadístico SPSS versión 25.

3.10. Orientación ética filosófica y epistémica

Al realizar el trabajo de investigación se reconocerá a los autores de los antecedentes por la importancia que se tiene en apoyar a la investigación, citando su autoría respectivamente, asimismo podemos dejar constancia que no habrá niveles de coincidencia que superen el porcentaje permitido.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo

Para la obtención sobre los resultados de En la investigación, se midieron las dos variables usando los instrumentos correspondientes para la unidad de la muestra formada por los colaboradores entre personas que trabajan y directivos sobre OSINERGMIN Pasco periodo 2024; luego se reorganizaron las mediciones de las variables. Intercambio Eficaz y qué tan bueno es el Servicio; para esto se creó un modelo de datos con 20 filas y 20 columnas para la primera variable, y lo mismo para la segunda variable.

Después, con la información obtenida, se hizo el análisis usando técnicas de estadística descriptiva como: tablas de frecuencia, gráficos de barras y de dispersión, medidas de dispersión y la prueba de Shapiro-Wilk para ver si los datos eran normales. Para ver la relación entre variables se usó la prueba de Pearson “r” y para comprobar la hipótesis, la prueba t de Student. Para que los resultados fueran confiables, se usó el programa SPSS versión 25. Además, los resultados se escribieron siguiendo las normas APA séptima edición.

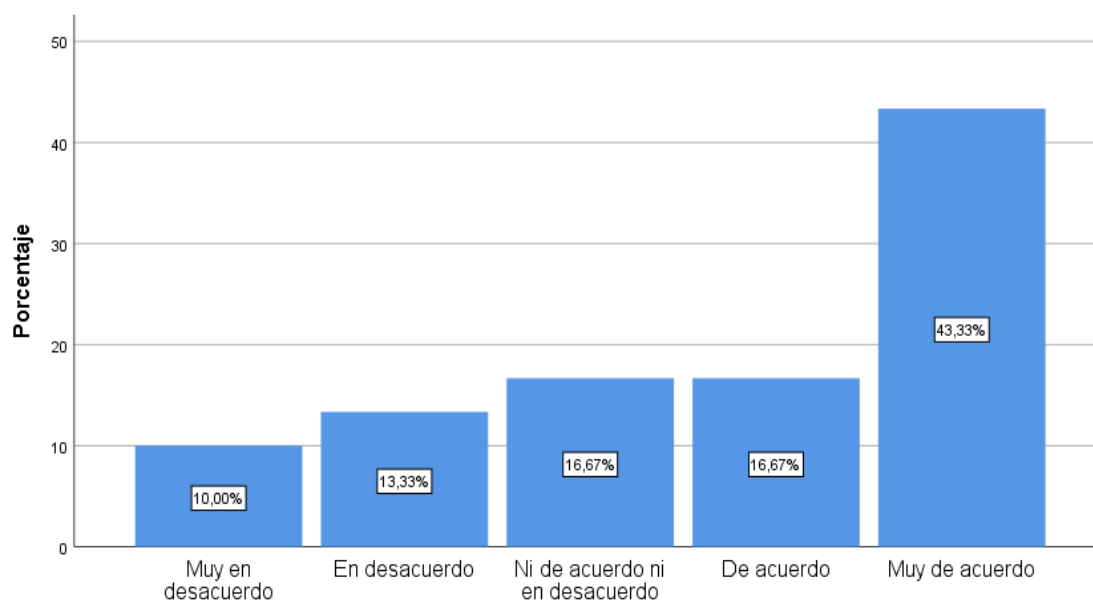
4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados

Tabla 2 Considera usted que la comunicación es transparente.

	Frecuencia	Porcentaje	Por ciento confiable	Suma de los porcentajes
No estoy nada de acuerdo	3	10,0	10,0	10,0
No estoy de acuerdo	4	13,3	13,3	23,3
Ni sí ni no	5	16,7	16,7	40,0
Estoy de acuerdo	5	16,7	16,7	56,7
Estoy totalmente de acuerdo	13	43,3	43,3	100,0
Todo	30	100,0	100,0	

Fuente: Bases de datos SPSS.

Gráfico 1 Considera usted que la comunicación es transparente



Fuente: Tabla 1.

Descripción: Esta gráfica dice que el 10.00% de los que respondieron está nada de acuerdo con que hablar y escuchar sea transparente, mientras que el 13.33% está en desacuerdo; un 16.67% se mantiene neutral, es decir, ni de acuerdo ni en desacuerdo; otro 16.67% está de acuerdo con la afirmación, y la mayoría, un 43.33%, está muy de

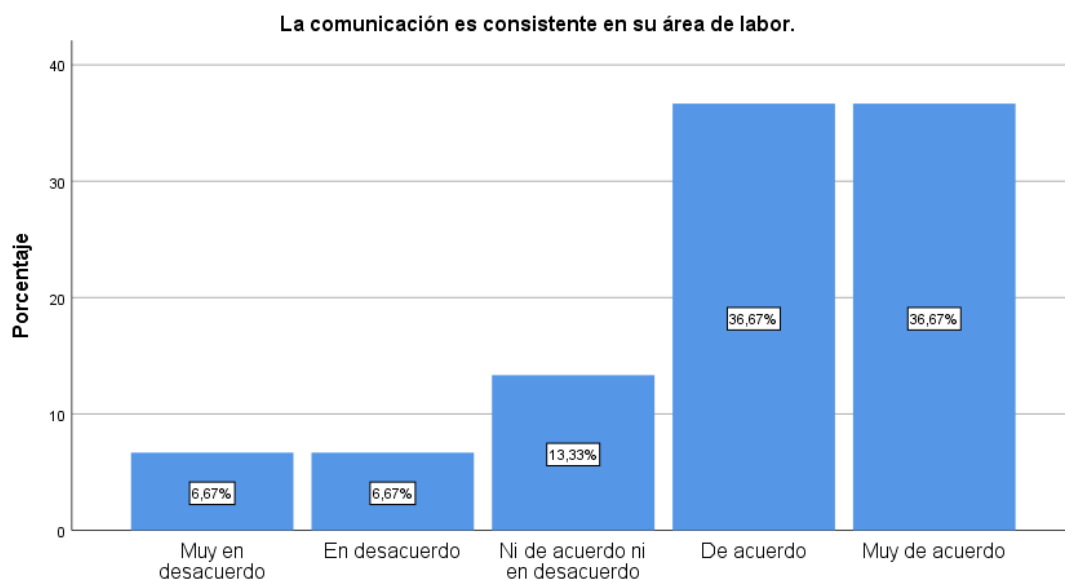
acuerdo en que la comunicación es transparente, lo que indica una percepción predominantemente positiva, aunque existe una minoría que manifiesta desacuerdo o indiferencia.

Tabla 3 *La comunicación es consistente en su área de labor*

	cantidad de veces	Por ciento	Por ciento confiable	Suma de los porcentajes
No estoy nada de acuerdo	2	6,7	6,7	6,7
No estoy de acuerdo	2	6,7	6,7	13,3
Ni sí ni no	4	13,3	13,3	26,7
Estoy de acuerdo	11	36,7	36,7	63,3
Estoy totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100,0
Todo	30	100,0	100,0	

Fuente: Bases de información SPSS.

Gráfico 2 *La comunicación es consistente en su área de labor*



Fuente: Tabla 2.

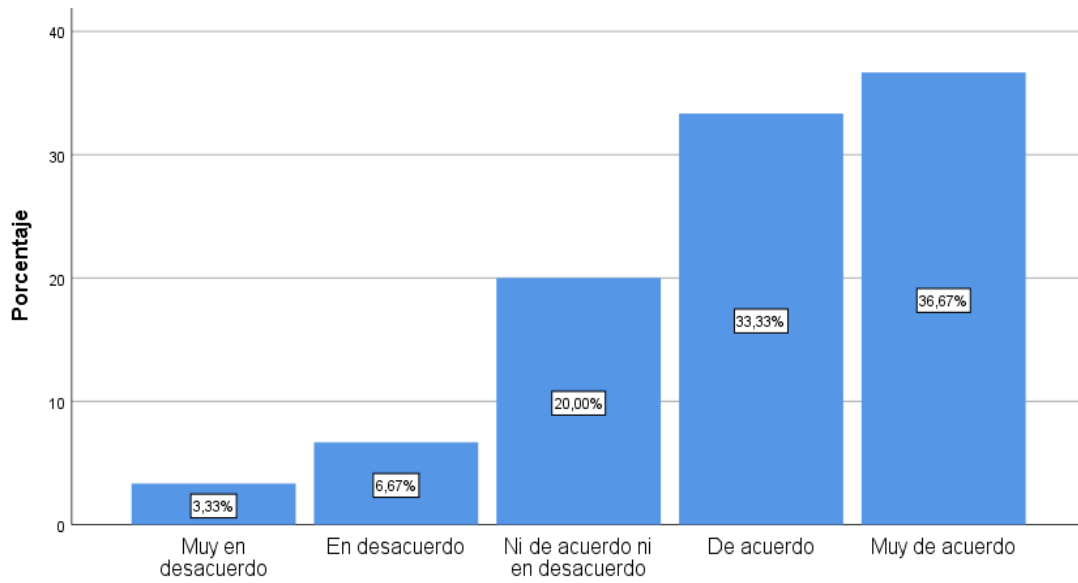
Descripción: Esta grafica muestra, que evalúa la percepción sobre la consistencia de la comunicación en el área de labor, se observa ue el 6,7 por ciento de los que respondieron está nada de acuerdo así como un 6,7 por ciento no está de acuerdo, sumando un 13,3% con una opinión negativa. Un 13,3% adicional se mantiene neutral, al seleccionar la opción "ni de acuerdo ni en desacuerdo". Por otro lado, un 36,7% manifiesta estar de acuerdo y otro 36,7% muy de acuerdo, lo que refleja que un total del 73,4% tiene una percepción positiva sobre la consistencia de la comunicación en su área. Estos datos corresponden a una muestra de 30 personas, lo que permite identificar una tendencia mayoritaria hacia la satisfacción con la comunicación en el entorno laboral.

Tabla 4 *La interacción con sus colegas es adecuada.*

		Frecuencia	Por ciento	Por ciento confiable	Suma de los porcentajes
Válido	No estoy nada de acuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	No estoy de acuerdo	2	6,7	6,7	10,0
	Ni sí ni no	6	20,0	20,0	30,0
	Estoy de acuerdo	10	33,3	33,3	63,3
	Estoy totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100,0
	Todo	30	100,0	100,0	

Fuente: Bases de información SPSS.

Gráfico 3 *La interacción con sus colegas es adecuada.*



Fuente: Tabla 3.

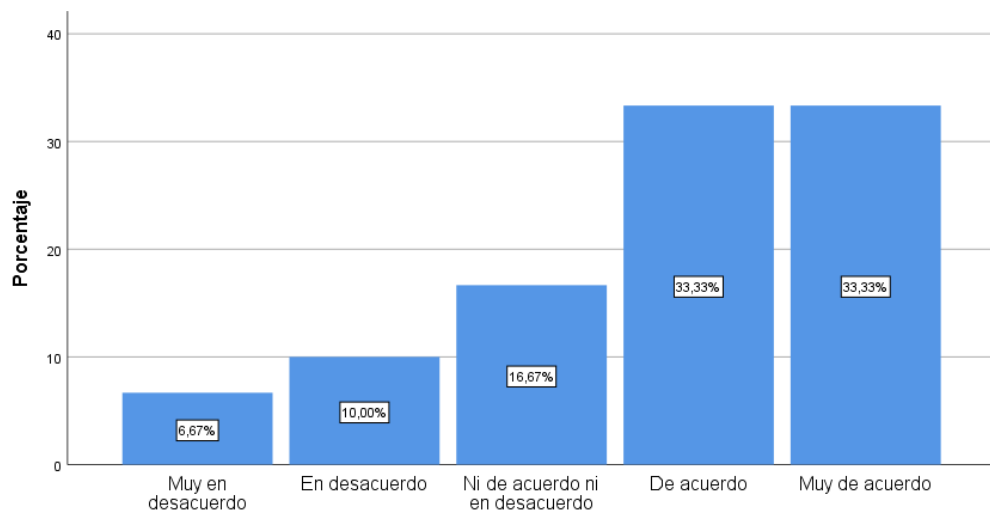
Descripción: La gráfica muestra, sobre a si la interacción con los colegas es adecuada, el 3,3% de las personas que respondieron manifestó quedar para nada de acuerdo, pero el 6,7% indicó estar en desacuerdo, sumando el 10% con percepción negativa. El 20% se mostró sin posición al escoger 'ni sí ni no'. Por otro lado, el 33,3% estuvo de acuerdo y el 36,7% muy de acuerdo, lo que representa un 70% de respuestas positivas sobre la adecuación en la interacción con los colegas.

Tabla 5 Considera que la información que comparte es confiable

		cantidad de veces	Por ciento	Por ciento confiable	Suma de los porcentajes
Correcto	No estoy nada de acuerdo	2	6,7	6,7	6,7
	No estoy de acuerdo	3	10,0	10,0	16,7
	Ni sí ni no	5	16,7	16,7	33,3
	Estoy de acuerdo	10	33,3	33,3	66,7
	Estoy totalmente de acuerdo	10	33,3	33,3	100,0
	Todo	30	100,0	100,0	

Fuente: Bases de información SPSS.

Gráfico 4 Considera que la información que comparte es confiable



Fuente: Tabla 4.

Descripción: Esta gráfica muestra, sobre la confiabilidad de la información compartida, el 6,7% de los que respondieron indicó quedar para nada de acuerdo así como el 10% no está de acuerdo, sumando un 16,7% con percepción negativa. El 16,7% se posicionó de manera neutral, al seleccionar "ni de acuerdo ni en desacuerdo". En cuanto a las opiniones positivas, el 33,3% manifestó estar de acuerdo y otro 33,3% muy

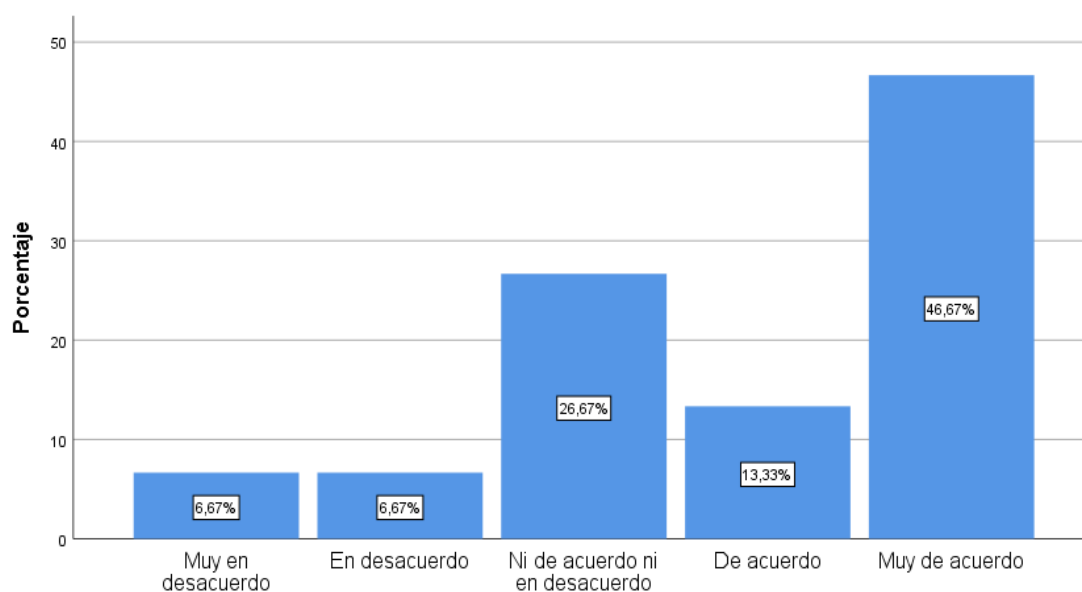
de acuerdo, lo que representa un total del 66,6% que considera confiable la información que comparte.

Tabla 6 Considera que tener el perfil

	cantidad de veces	Por ciento	Por ciento confiable	Suma de los porcentajes
Correcto No estoy nada de acuerdo	2	6,7	6,7	6,7
No estoy de acuerdo	2	6,7	6,7	13,3
Ni sí ni no	8	26,7	26,7	40,0
Estoy de acuerdo	4	13,3	13,3	53,3
Estoy totalmente de acuerdo	14	46,7	46,7	100,0
Todo	30	100,0	100,0	

Fuente: Bases de información SPSS.

Gráfico 5 Considera que tener el perfil



Fuente: Tabla 5.

Descripción: La gráfica muestra, sobre a si se considera que se tiene el perfil, el 6,7 por ciento de los que respondieron está para nada de acuerdo así como 6,7% en desacuerdo, sumando un 13,4% con percepción negativa. El 26,7% se mostró neutral

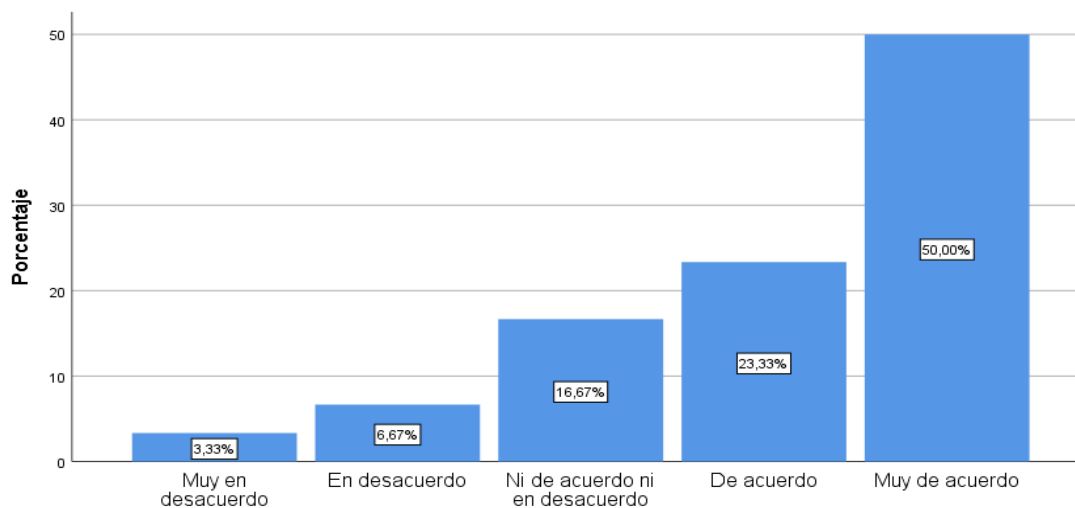
al seleccionar "ni de acuerdo ni en desacuerdo". En cuanto a las respuestas positivas, el 13,3% estuvo de acuerdo y el 46,7% muy de acuerdo, lo que representa un 60% del total que considera tener el perfil adecuado.

Tabla 7 *Considera que la funcionalidad en su área de labor es buena*

		cantidad de veces	Por ciento	Por ciento confiable	Suma de los porcentajes
Correcto	No estoy nada de acuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	No estoy de acuerdo	2	6,7	6,7	10,0
	Ni sí ni no	5	16,7	16,7	26,7
	Estoy de acuerdo	7	23,3	23,3	50,0
	Estoy totalmente de acuerdo	15	50,0	50,0	100,0
	Todo	30	100,0	100,0	

Fuente: Bases de información SPSS.

Gráfico 6 *Considera que la funcionalidad en su área de labor es buena*



Fuente: Tabla 6.

Descripción: La gráfica muestra, sobre si se considera que la funcionalidad en su área de labor es buena, este 3,3% de los que respondieron indicó quedar para nada e acuerdo así como el 6,7% no está de acuerdo, sumando un 10% con percepción

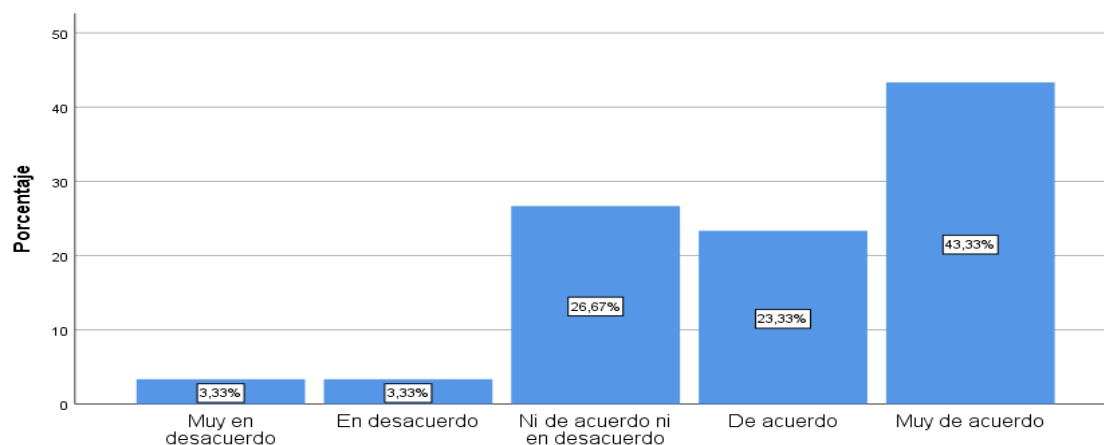
negativa. El 16,7% se mantuvo neutral al seleccionar "ni de acuerdo ni en desacuerdo". Por otro lado, el 23,3% expresó estar de acuerdo y el 50% muy de acuerdo, lo que representa un 73,3% con una valoración positiva sobre la funcionalidad en su área laboral.

Tabla 8 *Considera que las aplicaciones utilizadas permiten que los colaboradores comuniquen sus aportes y apreciaciones*

		cantidad de veces	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No estoy nada de acuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	No estoy de acuerdo	1	3,3	3,3	6,7
	Ni sí ni no	8	26,7	26,7	33,3
	Estoy de acuerdo	7	23,3	23,3	56,7
	Estoy totalmente de acuerdo	13	43,3	43,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Bases de datos SPSS.

Gráfico 7 *Considera que las aplicaciones utilizadas permiten que los colaboradores comuniquen sus aportes y apreciaciones*



Fuente: Tabla 7.

Descripción: Esta gráfica muestra, respecto a si las aplicaciones utilizadas permiten que los colaboradores comuniquen sus aportes y apreciaciones, el 3,3 por

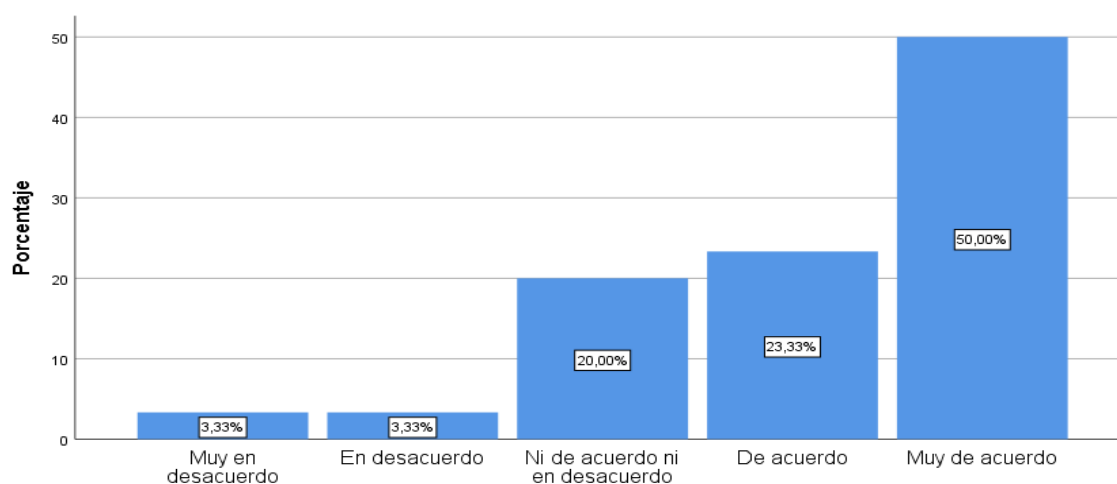
ciento de los que respondieron expresó quedar para nada de acuerdo y también el 3,3% no de acuerdo, sumando un 6,7% con opinión negativa. El 26,7% se mostró neutral al seleccionar "ni de acuerdo ni en desacuerdo". En cuanto a las opiniones positivas, el 23,3% estuvo de acuerdo y el 43,3% muy de acuerdo, lo que representa un 66,6% que considera que las aplicaciones facilitan la comunicación de aportes y apreciaciones.

Tabla 9 *Considera que las aplicaciones permiten mayor participación de los colaboradores en la solución de los problemas en el área*

		cantidad de veces	Por ciento	Por ciento confiable	Suma de los porcentajes
Correcto	No estoy nada de acuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	No estoy de acuerdo	1	3,3	3,3	6,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	20,0	20,0	26,7
	De acuerdo	7	23,3	23,3	50,0
	Muy de acuerdo	15	50,0	50,0	100,0
	Total		30	100,0	100,0

Fuente: Bases de información SPSS.

Gráfico 8 *Considera que las aplicaciones permiten mayor participación de los colaboradores en la solución de los problemas en el área*



Fuente: Tabla 8.

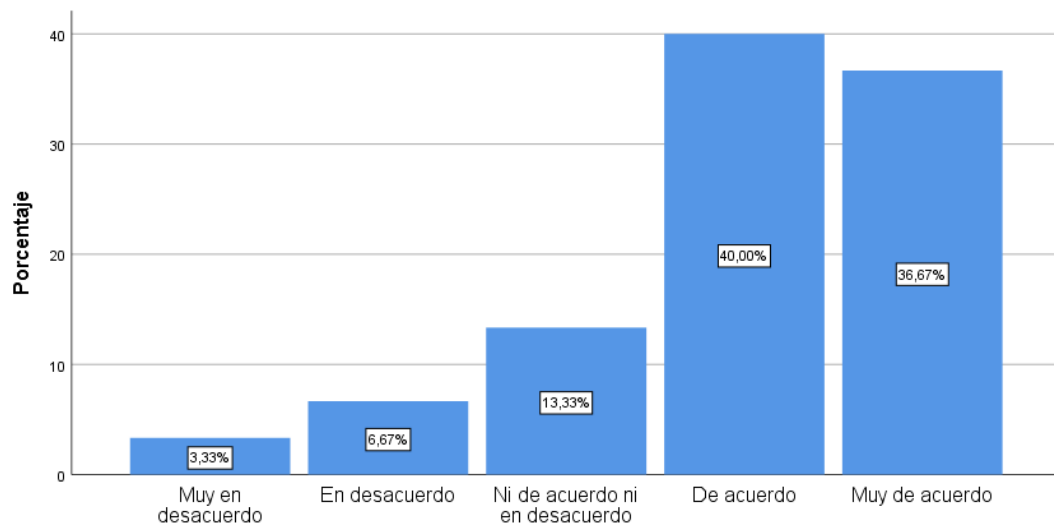
Descripción: La gráfica muestra, sobre si se considera que las aplicaciones permiten más participación de los colaboradores al resolver problemas del área, el 3,3 por ciento de los que respondieron está para nada de acuerdo y también 3,3 por ciento no está de acuerdo, sumando un 6,7% con percepción negativa. El 20% se mostró neutral al seleccionar "ni de acuerdo ni en desacuerdo". Por otro lado, el 23,3% manifestó estar de acuerdo y el 50% muy de acuerdo, lo que representa un 73,3% de respuestas positivas sobre el papel de las aplicaciones en fomentar la participación en la resolución de problemas.

Tabla 10 *Considera que se brinda solución rápida a problemas con datos exactos que permitan la solución de las dificultades*

		cantidad de veces	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No estoy nada de acuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	No estoy de acuerdo	2	6,7	6,7	10,0
	Ni sí ni no	4	13,3	13,3	23,3
	Estoy de acuerdo	12	40,0	40,0	63,3
	Estoy totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100,0
	Todo	30	100,0	100,0	

Fuente: Bases de información SPSS.

Gráfico 9 Considera que se brinda solución rápida a problemas con datos exactos que permitan la solución de las dificultades



Fuente: Tabla 9.

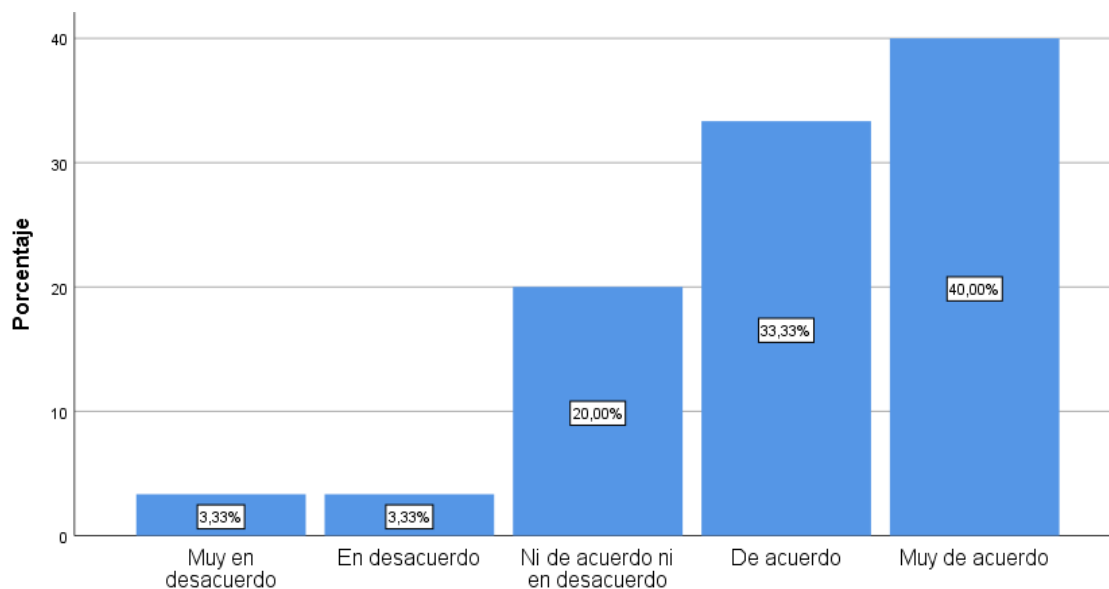
Descripción: La gráfica muestra, sobre a si se brinda una solución rápida a los problemas con datos exactos que permitan resolver las dificultades, un 3,3% de los que respondieron indicó quedar para nada e acuerdo así como el 6,7% no de acuerdo, sumando un 10% con percepción negativa. El 13,3% se mostró neutral al seleccionar "ni de acuerdo ni en desacuerdo". En cuanto a las respuestas positivas, el 40% manifestó estar de acuerdo y el 36,7% muy de acuerdo, lo que representa un 76,7% que considera que se da una solución rápida y precisa a los problemas.

Tabla 11 La información compartida es veraz y confiable en su área de labor

		cantidad de veces	Por ciento	Por ciento confiable	Suma de los porcentajes
Correcto	No estoy nada de acuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	No estoy de acuerdo	1	3,3	3,3	6,7
	Ni sí ni no	6	20,0	20,0	26,7
	Estoy de acuerdo	10	33,3	33,3	60,0
	Estoy totalmente de acuerdo	12	40,0	40,0	100,0
	Todo	30	100,0	100,0	

Fuente: Bases de información SPSS.

Gráfico 10 La información compartida es veraz y confiable en su área de labor



Fuente: Tabla 10.

Descripción: La gráfica muestra, sobre si la información compartida es veraz y confiable en el área de labor, un 3,3 por ciento de los que respondieron indicó quedar para nada de acuerdo y también un 3,3 por ciento no de acuerdo, sumando un 6,7% con percepción negativa. El 20% se mantuvo neutral al seleccionar "ni de acuerdo ni en desacuerdo". En cuanto a las opiniones positivas, el 33,3% estuvo de acuerdo y el 40%

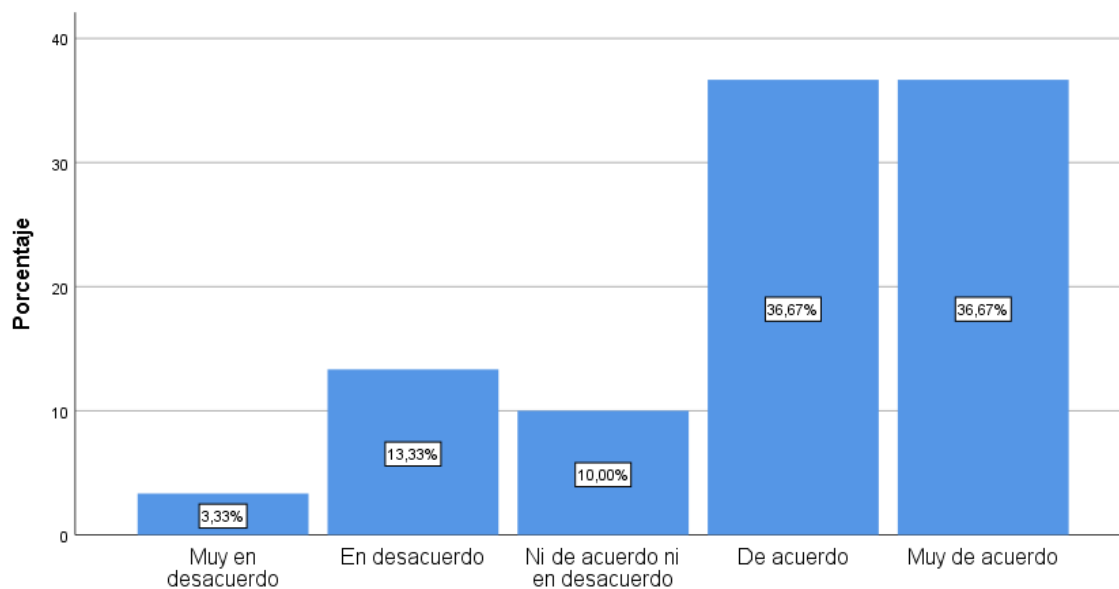
muy de acuerdo, lo que representa un 73,3% que considera que la información compartida en su área es veraz y confiable.

Tabla 12 *Mantienen confidencialidad de datos personales y seguridad informática a los usuarios que las utilizan*

		cantidad de veces	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No estoy nada de acuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	No estoy de acuerdo	4	13,3	13,3	16,7
	Ni sí ni no	3	10,0	10,0	26,7
	Estoy de acuerdo	11	36,7	36,7	63,3
	Estoy totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100,0
	Todo	30	100,0	100,0	

Fuente: Bases de información SPSS.

Gráfico 11 *Mantienen confidencialidad de datos personales y seguridad informática a los usuarios que las utilizan*



Fuente: Tabla 11.

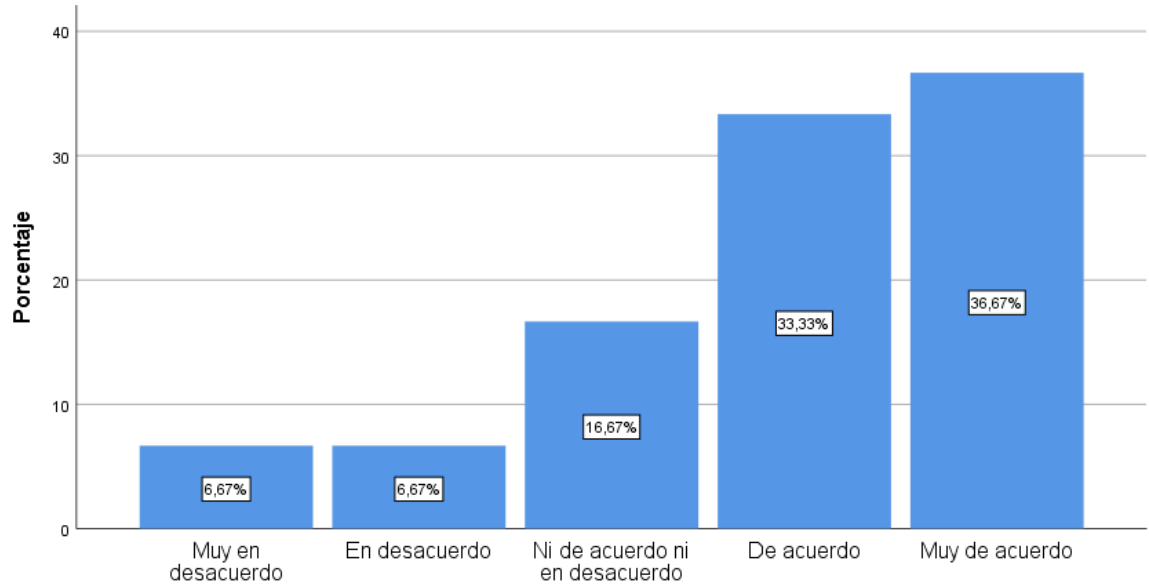
Descripción: Esta gráfica muestra, sobre si se mantiene el guardar en secreto los datos de las personas así como la seguridad de los datos para las personas que utilizan estas aplicaciones, un 3,3% de los que respondieron indicó estar para nada de acuerdo y el 13,3% no de acuerdo, sumando un 16,6% con percepción negativa. El 10% se mostró neutral al seleccionar "ni de acuerdo ni en desacuerdo". En cuanto a las respuestas positivas, el 36,7% estuvo de acuerdo y otro 36,7% muy de acuerdo, lo que representa un 73,4% que considera que se mantiene la confidencialidad y seguridad informática de los datos personales.

Tabla 13 *Considera que la información permite interactuar fácilmente en su área de labor*

		cantidad de veces	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No estoy nada de acuerdo	2	6,7	6,7	6,7
	No estoy de acuerdo	2	6,7	6,7	13,3
	Ni sí ni no	5	16,7	16,7	30,0
	Estoy de acuerdo	10	33,3	33,3	63,3
	Estoy totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Bases de datos SPSS.

Gráfico 12 *Considera que la información permite interactuar fácilmente en su área de labor*



Fuente: Tabla 12.

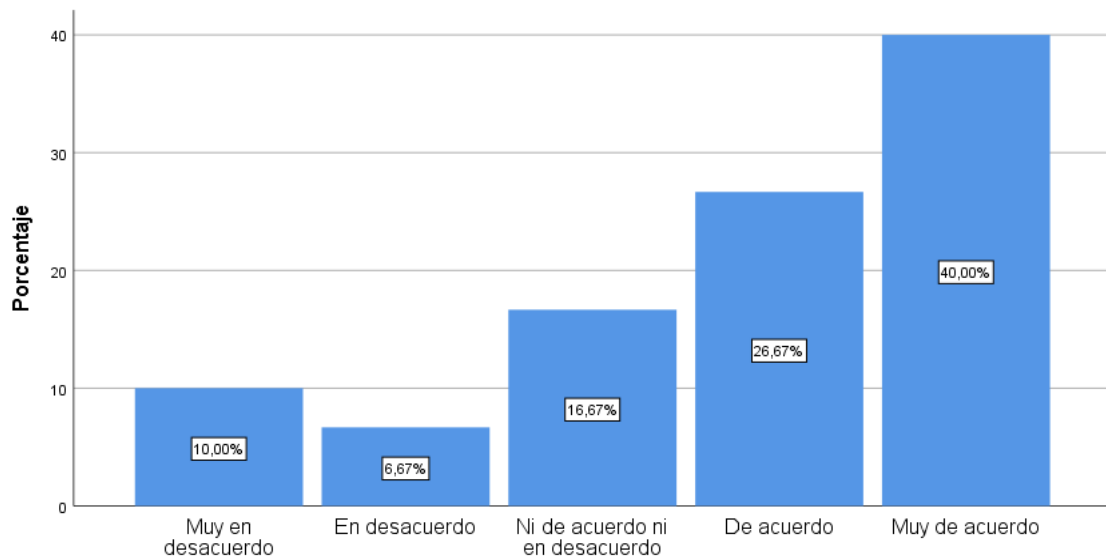
Descripción: Esta gráfica muestra, sobre si la información permite interactuar fácilmente en el área de labor, un 6,7 por ciento de los que respondieron está para nada de acuerdo así como un 6,7 por ciento no de acuerdo, sumando un 13,4% con percepción negativa. El 16,7% se mantuvo neutral al seleccionar "ni de acuerdo ni en desacuerdo". En cuanto a las respuestas positivas, el 33,3% estuvo de acuerdo y el 36,7% muy de acuerdo, lo que representa un 70% que considera que la información facilita la interacción en su área de trabajo.

Tabla 14 La interacción eficaz permite el cumplimiento de las necesidades dentro de su área de labor

		cantidad de veces	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No estoy nada de acuerdo	3	10,0	10,0	10,0
	No estoy de acuerdo	2	6,7	6,7	16,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	8	26,7	26,7	60,0
	Muy de acuerdo	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Bases de información SPSS.

Gráfico 13 La interacción eficaz permite el cumplimiento de las necesidades dentro de su área de labor



Fuente: Tabla 13.

Descripción: Esta gráfica muestra, sobre si la interacción eficaz permite el cumplimiento de las necesidades dentro de su área de labor, el 10% de los que respondieron esta para nada de acuerdo así como un 6,7% no de acuerdo, sumando un

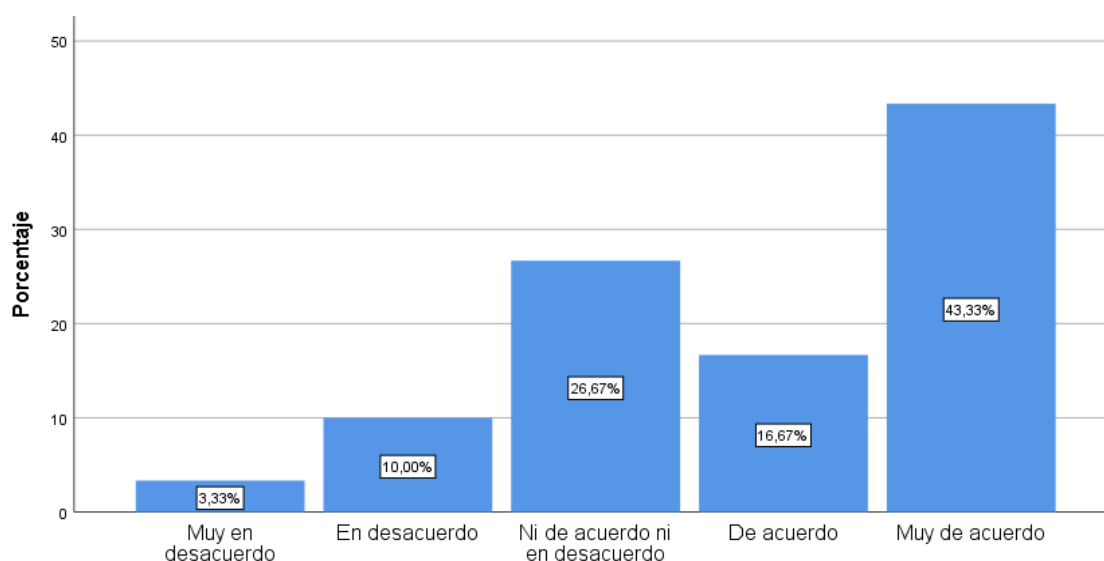
16,7% con percepción negativa . El 16,7% se mostró neutral al seleccionar "ni de acuerdo ni en desacuerdo". En cuanto a las respuestas positivas, el 26,7% estuvo de acuerdo y el 40% muy de acuerdo, lo que representa un 66,7% que considera que la interacción eficaz facilita el cumplimiento de las necesidades en su área de trabajo.

Tabla 15 *Considera que se da solución a los problemas con el servicio que se ofrece en su área de labor*

		cantidad de veces	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No estoy nada de acuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	No estoy de acuerdo	3	10,0	10,0	13,3
	Ni sí ni no	8	26,7	26,7	40,0
	Estoy de acuerdo	5	16,7	16,7	56,7
	Estoy totalmente de acuerdo	13	43,3	43,3	100,0
	Todo	30	100,0	100,0	

Fuente: Bases de información SPSS.

Gráfico 14 *Considera que se da solución a los problemas con el servicio que se ofrece en su área de labor*



Fuente: Tabla 14.

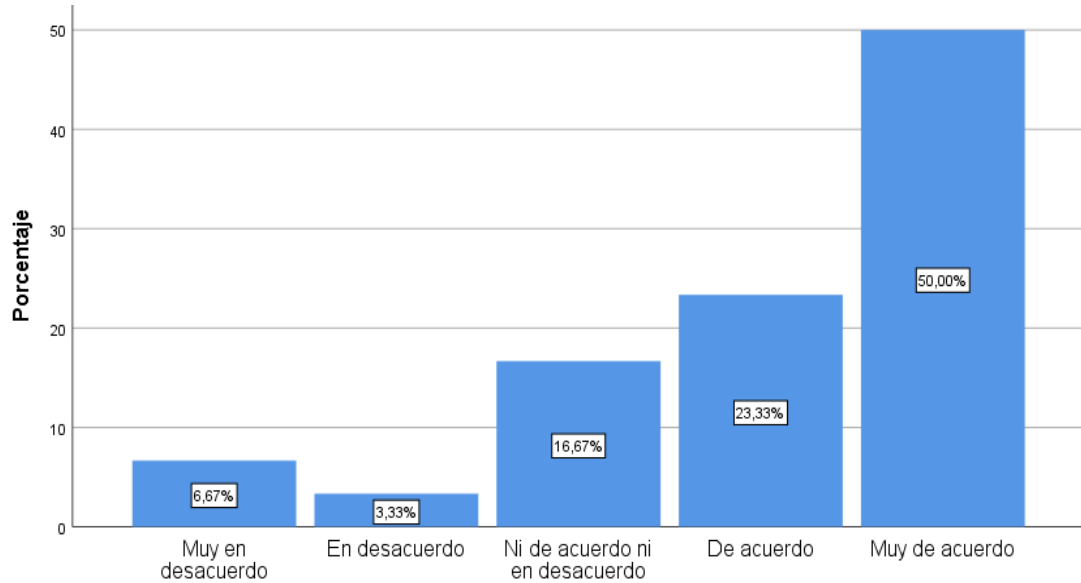
Descripción: La gráfica muestra, sobre a si se arreglan los problemas con el servicio ofrecido en el área de labor, un 3,3 por ciento de los que respondieron esta para nada de acuerdo y un 10% no de acuerdo, sumando un 13,3% con percepción negativa. El 26,7% se mantuvo neutral al seleccionar "ni de acuerdo ni en desacuerdo". En cuanto a las respuestas positivas, el 16,7% estuvo de acuerdo y el 43,3% muy de acuerdo, lo que representa un 60% que considera que se dan soluciones que sirven para los problemas del servicio en su área para trabajo

Tabla 16 *Considera que existe capacidad de respuesta en la solución de los problemas con el servicio que se ofrece*

		cantidad de veces	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No estoy nada de acuerdo	2	6,7	6,7	6,7
	No estoy de acuerdo	1	3,3	3,3	10,0
	Ni sí ni no	5	16,7	16,7	26,7
	Estoy de acuerdo	7	23,3	23,3	50,0
	Estoy totalmente de acuerdo	15	50,0	50,0	100,0
	Todo	30	100,0	100,0	

Fuente: Bases de información SPSS.

Gráfico 15 Considera que existe capacidad de respuesta en la solución de los problemas con el servicio que se ofrece



Fuente: Tabla 15.

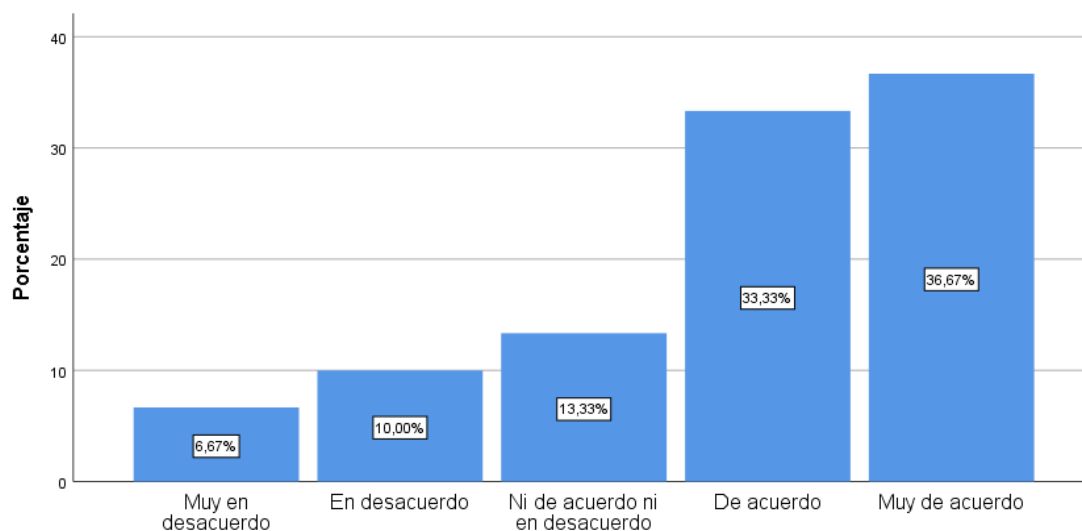
Descripción: Esta gráfica muestra, sobre si pueden resolver los problemas del servicio ofrecido, un 6,7 por ciento de las personas que respondieron está para nada de acuerdo y un 3,3% no de acuerdo, sumando un 10% con percepción negativa. El 16,7% se mostró neutral al seleccionar "ni de acuerdo ni en desacuerdo". En cuanto a las respuestas positivas, el 23,3% estuvo de acuerdo y el 50% muy de acuerdo, lo que representa un 73,3% que piensa que existe una buena capacidad para resolver los problemas del servicio en su área de trabajo.

Tabla 17 Cuando se reporta algún problema con el servicio, se tiene una comunicación rápida y oportuna de los trabajadores de su área

		cantidad de veces	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No estoy nada de acuerdo	2	6,7	6,7	6,7
	No estoy de acuerdo	3	10,0	10,0	16,7
	Ni sí ni no	4	13,3	13,3	30,0
	Estoy de acuerdo	10	33,3	33,3	63,3
	Estoy totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100,0
	Todo	30	100,0	100,0	

Fuente: Bases de información SPSS

Gráfico 16 Cuando se reporta algún problema con el servicio, se tiene una comunicación rápida y oportuna de los trabajadores de su área



Fuente: Tabla 16.

Descripción: Esta gráfica muestra, sobre si, cuando se reporta un problema con el servicio, los trabajadores se comunican rápido y a tiempo, un 6,7% de los que respondieron esta para anda de acuerdo y un 10% no de acuerdo, sumando un 16,7% con percepción negativa. El 13,3% se mostró neutral al seleccionar "ni de acuerdo ni en desacuerdo". En cuanto a las respuestas positivas, el 33,3% estuvo de acuerdo y el

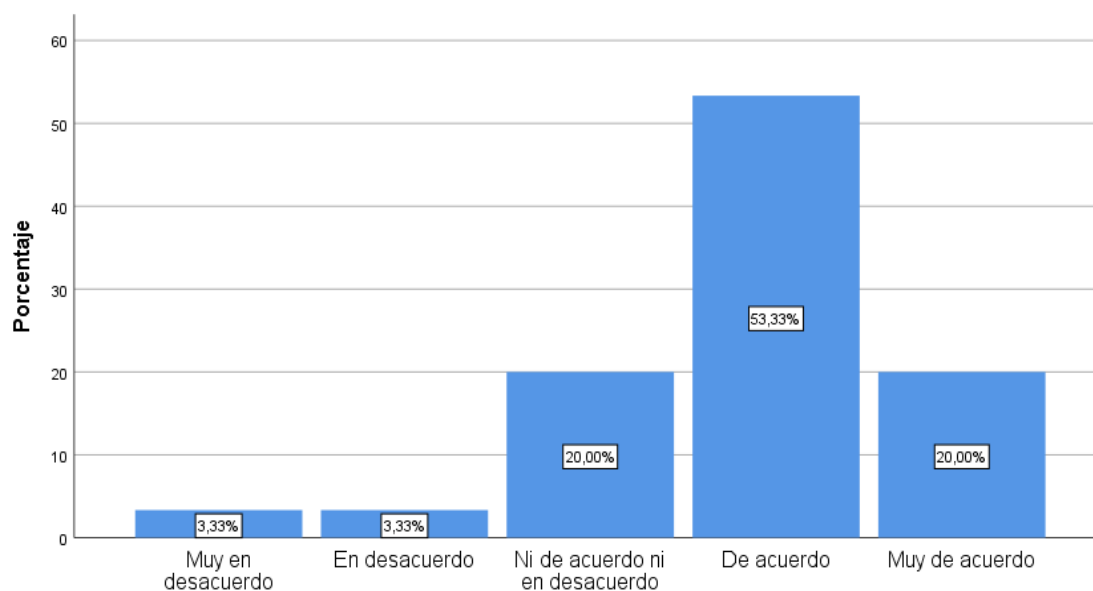
36,7% muy de acuerdo, lo que representa un 70% que considera que se tiene una comunicación rápida y oportuna cuando se reportan problemas con el servicio.

Tabla 18 Cuando se comunican con el usuario respecto al problema con el servicio el trato es cortés y amable

		cantidad de veces	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No estoy nada de acuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	No estoy de acuerdo	1	3,3	3,3	6,7
	Ni sí ni no	6	20,0	20,0	26,7
	Estoy de acuerdo	16	53,3	53,3	80,0
	Estoy totalmente de acuerdo	6	20,0	20,0	100,0
	Todo	30	100,0	100,0	

Fuente: Bases de información SPSS

Gráfico 17 Cuando se comunican con el usuario respecto al problema con el servicio el trato es cortés y amable



Fuente: Tabla 17.

Descripción: Esta gráfica muestra, sobre si el trato es cortés y amable cuando hablan con el usuario sobre un fallo en el servicio, un 3,3 por ciento de los que

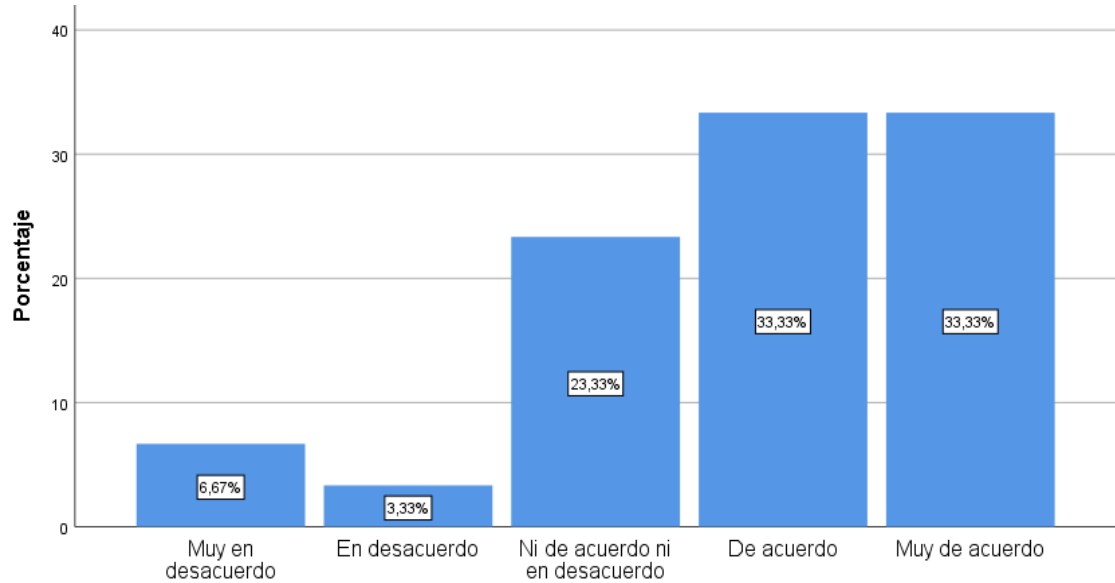
respondieron indicó quedar para nada de acuerdo así como un 3,3 por ciento no de acuerdo, sumando un 6,6% con percepción negativa. El 20% se mostró neutral al seleccionar "ni de acuerdo ni en desacuerdo". En cuanto a las respuestas positivas, el 53,3% estuvo de acuerdo y el 20% muy de acuerdo, lo que representa un 73,3% que considera que el trato es cortés y amable al hablar con el usuario sobre los problemas del servicio.

Tabla 19 *Considera que se utiliza un lenguaje claro y adecuado en la comunicación que establecen con el usuario*

		cantidad de veces	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No estoy nada de acuerdo	2	6,7	6,7	6,7
	No estoy de acuerdo	1	3,3	3,3	10,0
	Ni sí ni no	7	23,3	23,3	33,3
	Estoy de acuerdo	10	33,3	33,3	66,7
	Estoy totalmente de acuerdo	10	33,3	33,3	100,0
	Todo	30	100,0	100,0	

Fuente: Bases de información SPSS

Gráfico 18 Considera que se utiliza un lenguaje claro y adecuado en la comunicación que establecen con el usuario



Fuente: Tabla 18.

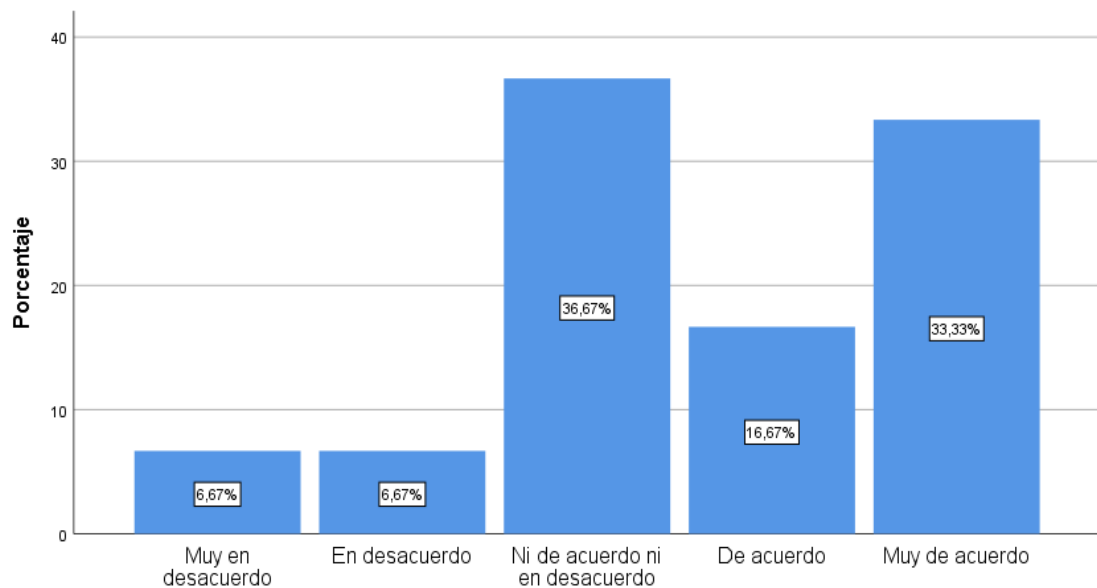
Descripción: Esta gráfica muestra, sobre si se habla claro y bien con el usuario, el 6,7% de los que respondieron esta para nada de acuerdo y un 3,3% no de acuerdo, sumando un 10% con percepción negativa. El 23,3% se mostró neutral al seleccionar "ni de acuerdo ni en desacuerdo". En cuanto a las respuestas positivas, el 33,3% estuvo de acuerdo y el 33,3% muy de acuerdo, lo que representa un 66,6% que piensa que se habla claro y bien con el usuario.

Tabla 20 *Considera que las aplicaciones que se ofrece en el servicio son amigables para el usuario*

		cantidad de veces	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No estoy nada de acuerdo	2	6,7	6,7	6,7
	No estoy de acuerdo	2	6,7	6,7	13,3
	Ni sí ni no	11	36,7	36,7	50,0
	Estoy de acuerdo	5	16,7	16,7	66,7
	Estoy totalmente de acuerdo	10	33,3	33,3	100,0
	Todo	30	100,0	100,0	

Fuente: Bases de información SPSS

Gráfico 19 *Considera que las aplicaciones que se ofrece en el servicio son amigables para el usuario*



Fuente: Tabla 19.

Descripción: Esta gráfica muestra, sobre si las aplicaciones ofrecidas en el servicio son amigables para el usuario, un 6,7 por ciento de los que respondieron está para nada de acuerdo así como un 6,7% no de acuerdo, sumando un 13,4% con percepción negativa. El 36,7% se mostró neutral al seleccionar "ni de acuerdo ni en

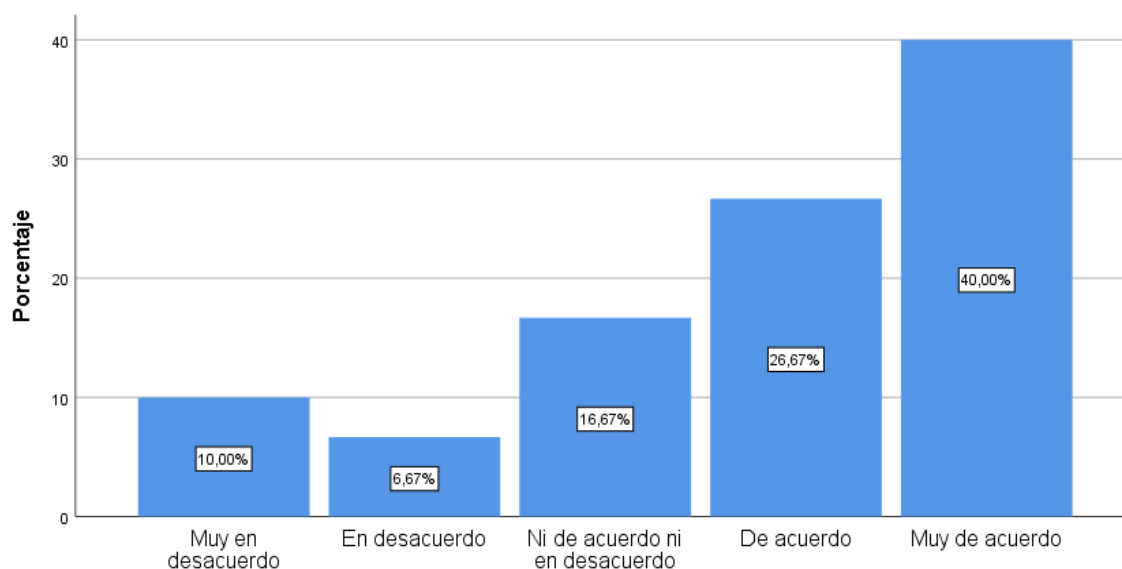
desacuerdo". En cuanto a las respuestas positivas, el 16,7% estuvo de acuerdo y el 33,3% muy de acuerdo, lo que representa un 50% que considera que las aplicaciones son amables con el usuario.

Tabla 21 *Considera que las respuestas que les brindan a los usuarios que reportaron algún problema con el servicio son comprensibles y claras*

		cantidad de veces	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Correcto	No estoy nada de acuerdo	3	10,0	10,0	10,0
	No estoy de acuerdo	2	6,7	6,7	16,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	16,7	16,7	33,3
	De acuerdo	8	26,7	26,7	60,0
	Muy de acuerdo	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Bases de información SPSS

Gráfico 20 *Considera que las respuestas que les brindan a los usuarios que reportaron algún problema con el servicio son comprensibles y claras*



Fuente: Tabla 20.

Descripción: Esta gráfica muestra, sobre si las respuestas brindadas a las personas que dijeron problemas del servicio son comprensibles y claras, el 10% de los que respondieron esta para nada de acuerdo así como un 6,7% no de acuerdo, sumando un 16,7% con percepción negativa. El 16,7% se mostró neutral al seleccionar "ni de acuerdo ni en desacuerdo". En cuanto a las respuestas positivas, el 26,7% estuvo de acuerdo y el 40% muy de acuerdo, lo que representa un 66,7% que considera que las respuestas ofrecidas a los usuarios son comprensibles y claras.

4.3. Prueba de hipótesis

4.3.1. Prueba de la significancia de la hipótesis general

a) Sistema de suposiciones

- **Nula (H₀)**

Un intercambio eficaz entre los colaboradores de OSINERGMIN Pasco no está positivamente relacionado con qué tan bueno es el servicio que dan a los usuarios.

$$\rho = 0$$

Esto es:

ρ : Relación en toda la población

- **Alternativa (H₁)**

Un intercambio eficaz entre los colaboradores de OSINERGMIN Pasco si está positivamente relacionado con qué tan bueno es el servicio que dan a los usuarios.

$$\rho > 0$$

b) Nivel de importancia (α)

$$\alpha = 0,05 = 5\%$$

c) Número para probar la hipótesis

Usaremos la prueba t de Student con 28 grados de libertad

$$t = r \times \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}} \square t(28)$$

d) Cálculo del número de la prueba

Si ponemos los números en la fórmula, se obtiene el valor calculado (Vc) de la t

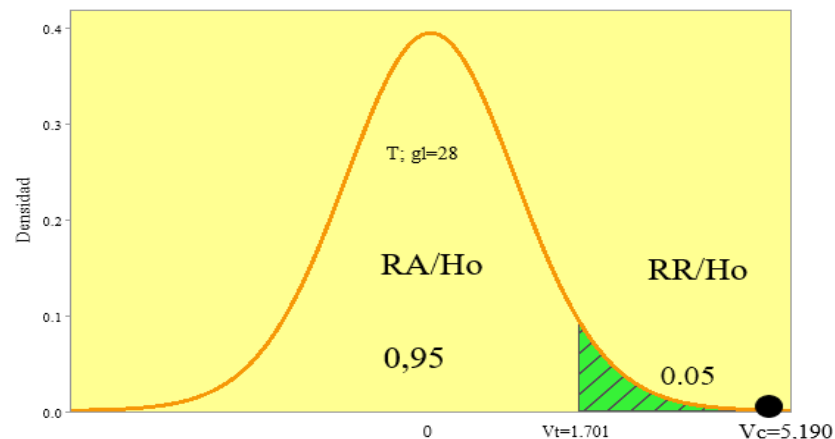
$$t = Vc = 0,700 \sqrt{\frac{30-2}{1-0,700^2}} = 5,190$$

e) Decidir qué hacer

Se compararon el valor calculado y el valor crítico en la tabla de la t. Como $5,190 > 1,701$, hay evidencia para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa que dice:

Un intercambio eficaz entre los colaboradores de OSINERGMIN Pasco si está positivamente relacionado con qué tan bueno es el servicio que dan a los usuarios.

Gráfico 21 *Uso de la prueba t para comprobar la hipótesis general*



Nota. Hecho con el programa de estadísticas

En la Figura 12 vemos que el valor calculado está en la zona de rechazo, y se puede ver que la probabilidad del modelo es:

$$P(t > 5,190) = 0,000 < 5\%$$

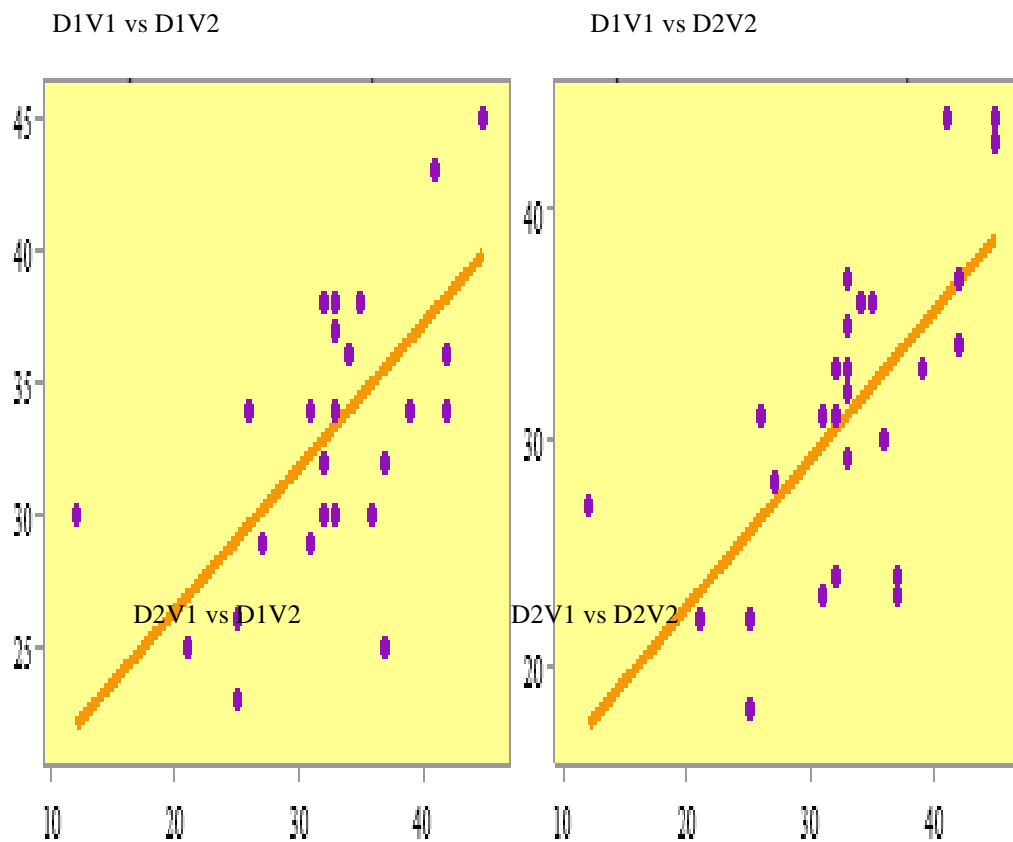
4.3.2. Comprobar si las hipótesis específicas son importantes

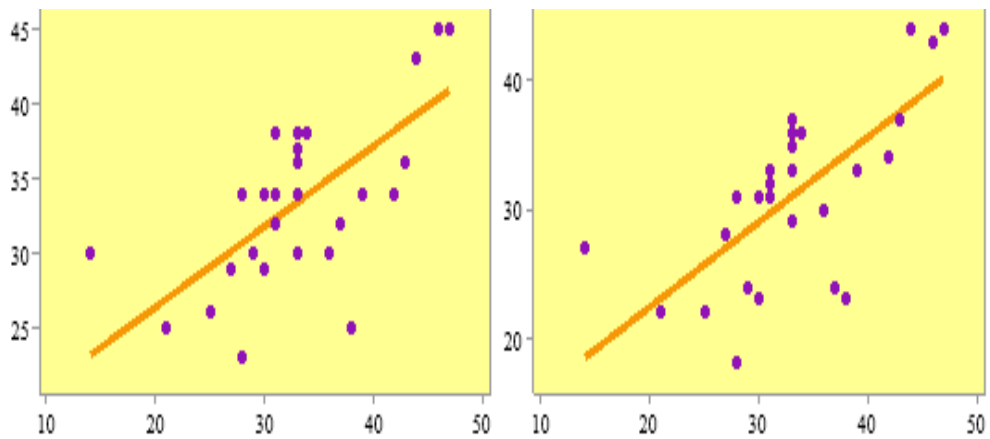
Tabla 22 Estadísticas para comprobar las hipótesis específicas

Dimensiones:	Estadísticas de relación: Calidad de Servicio			
Intercambio Eficaz	r	n	p	Elección
D1V1 vs D1V2	67,4%	30	-	Ho se descarta
D1V1 vs D2V2	67,5%	30	-	Ho se descarta
D2V1 vs D1V2	69,1%	30	-	Ho se descarta

Nota. Software estadístico.

Gráfico 22 Gráfico de puntos de las relaciones según las dimensiones





Nota: hecho con programa de estadísticas

a) Comprobar la primera hipótesis específica

- **Hipótesis nula (H₀):**

Las prácticas de intercambio de información entre los colaboradores OSINERGMIN Pasco no son deficientes y afectan la calidad de servicio.

- **Hipótesis alterna (H₁):**

Las prácticas de intercambio de información entre los colaboradores de OSINERGMIN Pasco si son deficientes y afectan la calidad de servicio.

Charla sobre los resultados

En la Tabla 11 vemos que el valor calculado de la relación r de Pearson es 67,4%, con una prueba de significancia $p = 0,000 < 0,05$. Por eso, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la alternativa, es decir:

Las prácticas de intercambio de información entre los colaboradores de OSINERGMIN Pasco si son deficientes y afectan la calidad de servicio.

b) Comprobar la segunda hipótesis específica

- **Hipótesis sin efecto (H₀):**

Un mayor nivel sobre intercambio eficaz no asocia junto a una mayor satisfacción para el usuario y los colaboradores del OSINERGMIN Pasco

- **Hipótesis alterna (H₁):**

Un mayor nivel de intercambio eficaz si se relaciona con que el usuario esté más contento y los colaboradores del OSINERGMIN Pasco.

Charla sobre los resultados

En la Tabla 11 vemos que la relación r de Pearson es 67,5% y la prueba de significancia es $p = 0,000 < 0,05$. Por eso, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir:

Un mayor nivel sobre intercambio eficaz si uno asocia con una mayor satisfacción para el usuario y los colaboradores del OSINERGMIN Pasco.

c) Comprobar la tercera hipótesis específica

- **Hipótesis sin efecto (H₀):**

Los colaboradores sobre el OSINERGMIN Pasco jamás perciben una buena calidad de servicio por lo que también reportan una comunicación deficiente con sus compañeros.

- **Hipótesis alterna (H₁):**

Los colaboradores del OSINERGMIN Pasco si perciben una buena calidad de servicio por lo que también reportan una comunicación más efectiva con sus compañeros.

Charla sobre los resultados

En la Tabla 11 podemos observar que la relación r de Pearson es 69,1% y tiene un valor de significancia $p = 0,000 < 0,05$. Por eso, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir:

Los colaboradores del OSINERGMIN Pasco si perciben una buena calidad de servicio por lo que también reportan una comunicación más efectiva con sus compañeros.

4.4. Discusión de resultados

Los hallazgos según este estudio se alinean con los postulados de diversos autores sobre o importante de una buena comunicación en la mejora de dicha satisfacción y un desempeño organizacional. Ahora, se explica lo que muestran los resultados basados dentro de las contribuciones de los autores mencionados.

Según **Roberts (2022)** en su estudio sobre "Effective Communication in Public Organizations: Enhancing Service Quality", una comunicación eficiente dentro de las empresas públicas mejora directamente o bueno del servicio. Los resultados de este estudio respaldan esta afirmación, ya que una gran mayoría de los colaboradores de OSINERGMIN reportaron que la comunicación en su área de trabajo es consistente y confiable. Esto sugiere que una comunicación fluida ayuda a resolver problemas y mejora la interacción con los usuarios, lo cual es esencial para mantener un buen nivel de servicio público.

Sobre la línea con la teoría de **Bennett y Gabriel (2021)** sobre el "Intercambio de Conocimiento y Desempeño Organizacional", este estudio encuentra que compartir conocimiento dentro de la organización ayuda a que los trabajadores rindan mejor y la calidad del servicio. Los resultados muestran que los trabajadores valoran positivamente las herramientas de comunicación utilizadas para compartir información,

aunque algunos mencionan la necesidad de mejorar la capacitación en estas herramientas. La investigación sugiere que un intercambio de conocimiento más efectivo puede contribuir a resolver más rápidamente los problemas reportados por los usuarios y aumentar la satisfacción general.

Fitzgerald y Kauffman (2020), en su estudio sobre “Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente”, destacan que la contento del cliente depende sobre la rapidez y eficacia con que se resuelvan los problemas. En el contexto de OSINERGMIN, la mayoría de los colaboradores indicó que las respuestas a los problemas de los usuarios son claras y comprensibles. Sin embargo, algunos reportaron una falta de rapidez en la respuesta. Esto concuerda con la noción de Fitzgerald y Kauffman, quienes afirman que una mejorar siempre la calidad del servicio es muy importante para asegurar que las expectativas para que los clientes sean plenamente contentas. A pesar sobre la percepción positiva general sobre la claridad de las respuestas, el tiempo de resolución es un área que necesita atención para hacer que el servicio sea aún mejor.

Ademas, los estudios de **González y Fuchs (2021)** sobre “Colaboración y Desempeño en Organizaciones” refuerzan la importancia de un entorno colaborativo para mejorar el desempeño organizacional. Los resultados de este estudio muestran que una mayor colaboración entre los colaboradores de OSINERGMIN está relacionada con que el servicio sea mejor. La percepción general sobre la interacción con los colegas y la funcionalidad en el área de trabajo fue positiva, lo que refleja la importancia de trabajar en equipo para garantizar un servicio más eficiente. No obstante, también se observaron áreas donde la colaboración podría mejorarse, lo que sugiere que fortalecer la cultura colaborativa podría aumentar aún más lo bueno del servicio.

En cuanto a medir qué tan bueno es el servicio, **Tuzunkan y Demirbag (2021)** enfatizan que la calidad del servicio debe evaluarse de manera continua para ver qué se

puede mejorar. Los resultados de este estudio respaldan esta perspectiva, ya que varios colaboradores indicaron que, aunque la calidad del servicio en general es percibida como buena, existen áreas que necesitan ajustes. La medición constante de la eficacia en los procesos y en la satisfacción de los usuarios es esencial para garantizar un servicio óptimo. A pesar de los avances, la investigación muestra que algunos procesos internos aún requieren ajustes para maximizar la eficiencia y satisfacción del usuario.

Sobre cómo se maneja el conocimiento en el gobierno, **Chacón (2021)** señala que un adecuado manejo de la información y lo que se sabe dentro de las instituciones públicas es fundamental para mejorar el desempeño y lo bueno del servicio. Los resultados muestran que OSINERGMIN ha implementado mecanismos de intercambio de información que han sido eficaces, pero algunos colaboradores sugieren que el sistema podría beneficiarse de una actualización en las tecnologías utilizadas. Lo que la gente piensa sobre lo bueno del servicio también resalta la necesidad de mejorar la capacitación en el uso de estas tecnologías, lo que está en línea con las recomendaciones de Chacón sobre la gestión proactiva del conocimiento.

Valenzuela (2020) en su estudio sobre la "Cómo se maneja el conocimiento en el sector Público" sostiene que su importante para hacer mejor el servicio está sobre cómo se gestionan los recursos humanos y la información dentro de las organizaciones. Lo que se encontró en esta investigación reflejan si bien, casi todos los colaboradores perciben que la información compartida es confiable, algunos reportaron dificultades en la integración de información precisa de manera oportuna. Esto subraya la importancia de gestionar eficientemente tanto la información como las capacidades humanas para optimizar la calidad del servicio.

García (2021), en su estudio sobre la "Calidad del servicio en el gobierno", establece que la clave para una buena calidad del trabajo del servicio es la apidez para

responder de estos trabajadores. Lo que se obtuvo en este estudio muestran una alta contento con la rapidez para responder en la mayoría de estos casos, pero también se observó que algunos procesos de respuesta son percibidos como lentos. Esto indica que, aunque hay una percepción positiva general, aún existen oportunidades para optimizar la respuesta ante problemas reportados por los usuarios.

Finalmente, **Arango y Condori (2010)**, en su trabajo de tesis sobre "Factores Actitudinales y Motivacionales del Personal y su Incidencia en la Calidad del Servicio", sostienen que una motivación y actitud sobre los empleados influyen directamente en lo bueno del servicio. Dentro de OSINERGMIN, los resultados dicen que los colaboradores tienen una actitud positiva sobre lo bueno del servicio, lo que se ve en la percepción general sobre la eficacia de la comunicación interna y la resolución de problemas. Sin embargo, como señalan los autores, la motivación puede mejorarse a través de incentivos y programas de capacitación, lo que podría fortalecer aún más lo que se encontró en este estudio

En conclusión, estos resultados sobre esta investigación corroboran la importancia del intercambio eficaz de información y el conocimiento, así como la forma de dirigir adecuada del personal así como tecnológicos, dentro de la mejora sobre la calidad del servicio en OSINERGMIN. Aunque los hallazgos son mayoritariamente positivos, existen áreas que requieren atención para optimizar la respuesta a los usuarios y mejorar la colaboración y el uso de herramientas tecnológicas dentro de la organización.

CONCLUSIONES

1. Uno concluye que hay una relación buena e importante entre el intercambio eficaz sobre información y lo bueno del servicio brindado por los colaboradores de OSINERGMIN Pasco. Una comunicación fluida, clara y oportuna contribuye directamente a mejorar el cuidado a los usuarios y lo que piensan de eficiencia institucional.
2. El análisis de las prácticas actuales de intercambio de información evidenció que, si bien existen canales formales establecidos, su uso no siempre es uniforme ni eficiente. Se identificó la necesidad de fortalecer la cultura organizacional hacia una comunicación más colaborativa y continua entre los equipos de trabajo.
3. Se determinó que el intercambio eficaz de información afecta directamente que los usuarios. Aquellos usuarios que interactúan con colaboradores bien informados y con respuestas coherentes perciben un servicio bueno, lo cual refuerza la apariencia institucional sobre OSINERGMIN.
4. Los colaboradores perciben que lo bueno del trabajo que brindan Está muy ligada a la información que reciben y comparten. Cuando cuentan con datos actualizados y comprensibles, pueden ofrecer un servicio -más preciso, oportuno y profesional. Además, señalaron que la falta de intercambio oportuno puede generar errores o retrasos que afectan la experiencia del usuario.

RECOMENDACIONES

1. Implementar protocolos claros de comunicación interna que aseguren que toda la información relevante fluya oportunamente entre los colaboradores.
2. Establecer indicadores de seguimiento para evaluar cómo la calidad del intercambio de información impacta en la atención al usuario.
3. Fomentar el uso de herramientas digitales colaborativas (como plataformas de mensajería institucional, intranet o sistemas de gestión documental) para compartir información de manera rápida y organizada.
4. Estandarizar procesos de comunicación interna para reducir duplicidades, omisiones o malentendidos.
5. Desarrollar mecanismos de retroalimentación directa con los usuarios para identificar cómo perciben la calidad de la información que reciben.
6. Realizar encuestas internas o grupos focales para saber las percepciones de las personas que trabajan respecto a hablarse dentro de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Roberts, K. (2022). Effective communication in public organizations.

Bennett, R., & Gabriel, H. (2021). *Intercambio de conocimiento y desempeño organizacional.*

Fitzgerald, S., & Kauffman, R. (2020). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente.*
Ediciones Empresariales.

González, T., & Fuchs, C. (2021). *Colaboración y desempeño en organizaciones.* Editorial
Gestión Organizacional.

Tuzunkan, D., & Demirbag, M. (2021). *Medición de la calidad del servicio.*

Chacón, R. (2021). *Intercambio de conocimiento en el sector público.* Instituto de Gestión
Pública.

Valenzuela, E. (2020). *Gestión del conocimiento en el sector público.*

García, J. (2021). *Calidad de servicio en el sector público.*

Arango, A., & Condori, J. (2010). *Factores actitudinales y motivacionales del personal y su
incidencia en la calidad del servicio en la Municipalidad Distrital de Yanacancha*

Oliveira, Rodríguez y Touriñán (citado en García, s.f.), la cognición y el afecto son esferas
interactivas.

Imai, M. (1998). *Kaizen: The key to Japan's competitive success.* McGraw-Hill.

Stoner, J. A. F., Freeman, R. E., & Gilbert, D. R., Jr. (1996). *Administración* (6.^a ed.).
Pearson Educación.

Project Management Institute 2013 Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos
(Guía del PMBOK®) – Quinta Edición. Estados Unidos: Project Management Institute,
Inc.

Osinermin 2015 <http://www.osinermin.gob.pe/> Página web institucional; contiene
información general de la institución (Consulta: 05 de agosto).

Osinergmin 2009 Plan Estratégico Osinergmin 2010 – 2014; Resolución de Presidencia del Consejo Directivo Osinergmin N° 060-2009-OS/PRES del 21 de mayo.

Osinergmin 2013 Base de Datos de Multas de Osinergmin del 2007 al 2011. (Consulta: 17 de Octubre).

Osinergmin 2012 Resolución de Gerencia General Osinergmin N° 043. Proyecto de Mejora “Rediseño del Proceso de Gestión de Sanciones y Multas de Osinergmin” (Fecha: 26 de Enero).

ANEXOS

Instrumentos de Recolección de Datos

Cuestionario.

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRION

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE FORMACION PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

Aquí hay unas preguntas que ayudan a explicar cómo son las cosas sobre el Intercambio Eficaz y qué tan buen servicio dan los Colaboradores en OSINERGMIN Pasco tiempo 2024., Por eso pedimos que nos ayuden y contesten con honestidad cada frase que aparece abajo, usando los niveles de esta escala:

Instrucciones: ponga una 'X' en la opción que más le guste.

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

N°	Alternativa	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De Acuerdo	Muy de Acuerdo
	Claridad					
1	Considera usted que la comunicación es transparente					
2	La comunicación es consistente en su área de labor					
3	La interacción con sus colegas es adecuada					
De haber interacción adecuada con sus colegas a las 3 primeras opciones son buenas para usted, siga; si no, termine la encuesta						
4	Piensa que los datos que comparte es confiable					
5	Considera que tener el perfil profesional les permiten una comunicación acorde y rápida					
6	Considera que la funcionalidad en su área de labor es buena.					

7	Considera que las aplicaciones utilizadas permiten que los colaboradores comuniquen sus aportes y apreciaciones					
8	Considera que las aplicaciones hacen que más personas participen para ayudar a resolver los problemas en esta área					
	Precisión					
9	Piensa que se brinda solución rápida a problemas con datos exactos que permitan la solución de las dificultades.					
10	La información compartida es veraz y confiable en su área de labor.					
11	Guardan en secreto los datos de las personas y cuidan la seguridad de la información de quienes las usan.					
12	Considera que la información permite interactuar fácilmente en su área de labor.					
	Relevancia.					
13	La interacción eficaz permite el cumplimiento de las necesidades dentro del lugar donde trabaja					

N°	Alternativa	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
	Calidad de servicio					
14	Piensa que los problemas se arreglan con el servicio que se ofrece en su área de labor					
15	Piensa que el servicio responde bien para arreglar los problemas que se ofrece.					
16	Cuando hay un problema con el servicio, los trabajadores responden rápido y a tiempo su área					
17	Cuando hablan con el usuario sobre un problema, son amables y educados.					
18	Piensa que hablan con palabras fáciles y buenas cuando hablan con la persona que usa el servicio					
19	Considera que las aplicaciones que se ofrece en el servicio son buenos con el usuario.					
20	Piensa que lo que dicen a las personas que contaron un problema con el servicio son comprensibles y claras.					

Planillas Juicio de Expertos

ENCUESTA

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el Instrumento que hace parte de la investigación que hace parte de la investigación "Intercambio Eficaz y la Calidad de Servicio de los Colaboradores de OSINERGMIN Pasco periodo 2024". La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto al área investigativa de la psicología como a sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ: Dr. Humberto R. YUPANQUI VILLANUEVA

FORMACIÓN ACADÉMICA Licenciado en Administración

ÁREA DE EXPERIENCIA Gestión Pública

TIEMPO 30 años

CARGO ACTUAL Docente Universitario

INSTITUCIÓN UNDAC

Objetivo de la investigación: Evaluar la relación entre el intercambio eficaz y la calidad de servicio brindada por los colaboradores de OSINERGMIN Pasco durante el periodo 2024.

Objetivo del juicio de expertos: Validación del Instrumento de Investigación

Objetivo de la prueba: Evaluarla Consistencia y Coherencia del Instrumento de Evaluación De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORIA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1 No cumple con el criterio	No hay suficientes preguntas para ver toda la parte.
	2. Bajo Nivel	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total
	3. Moderado nivel	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente.
	4. Alto nivel	Las preguntas son suficientes.
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 las mismas.
	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 no cumple con el criterio	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión.
	3. Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que esta midiendo.
	4. Alto nivel	El ítem se encuentra completamente 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 medición
	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.

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Después de revisado el instrumento, es valiosa su opinión acerca de lo siguiente:

	Menos de	50 – 60 – 70 – 80 – 90 – 100
1. ¿En qué porcentaje estima Usted que con esta prueba se logrará el objetivo propuesto?	() () () () () (X)	
2. ¿En qué porcentaje considera que las preguntas están referidas a los conceptos del tema?	() () () () (X) ()	
3. ¿Qué porcentaje de las interrogantes planteadas son suficientes para lograr los objetivos?	() () () () () (X)	
4. En qué porcentaje, las preguntas de la prueba son de fácil comprensión?	() () () () () (X)	
5. ¿Qué porcentaje de preguntas siguen secuencia lógica?	() () () () (X) ()	
6. ¿En qué porcentaje valora Usted que con esta prueba se obtendrán datos similares en otras muestras?	() () () () () (X)	

SUGERENCIAS

1. ¿Qué preguntas considera Usted deberían agregarse?

.....Ninguna.....

2. ¿Qué preguntas estima podrían eliminarse?

.....Ninguna.....
.....

3. ¿Qué preguntas considera deberán reformularse o precisarse mejor?

.....Ninguna.....
.....

Fecha:15/11/2024.....

Validado por: Dr. Humberto R. YUPANQUI
VILLANUEVA.....



Firma:

Dr. Humberto R. YUPANQUI VILLANUEVA

Planillas Juicio de Expertos

ENCUESTA

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el Instrumento que hace parte de la investigación que hace parte de la investigación "**Intercambio Eficaz y la Calidad de Servicio de los Colaboradores de OSINERGMIN Pasco periodo 2024**". La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto al área investigativa de la psicología como a sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ: Dr. Iván B. POMALAZA BUENDIA

FORMACIÓN ACADÉMICA Licenciado en Administración

ÁREA DE EXPERIENCIA Estadística

TIEMPO 18 años

CARGO ACTUAL Docente Universitario **INSTITUCIÓN** UNDAC

Objetivo de la investigación: Evaluar la relación entre el intercambio eficaz y la calidad de servicio brindada por los colaboradores de OSINERGMIN Pasco durante el periodo 2024.

Objetivo del juicio de expertos: Validación del Instrumento de Investigación

Objetivo de la prueba: Evaluarla Consistencia y Coherencia del Instrumento de Evaluación
De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1 no cumple con el criterio	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión
	2. Bajo Nivel	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total
	3. Moderado nivel	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente.
	4. Alto nivel	Los ítems son suficientes
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 las mismas.
	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	1 no cumple con el criterio	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión.
	3. Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que esta midiendo.

indicador que está midiendo.	4. Alto nivel	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA	1 no cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la medición
El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. El ítem es relativamente importante.

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Después de revisado el instrumento, es valiosa su opinión acerca de lo siguiente:

	Menos de	50 – 60 – 70 – 80 – 90 – 100
1. ¿En qué porcentaje estima Usted que con esta prueba se logrará el objetivo propuesto?	() () () () (X) ()	
2. ¿En qué porcentaje considera que las preguntas están referidas a los conceptos del tema?	() () () () () (X)	
3. ¿Qué porcentaje de las interrogantes planteadas son suficientes para lograr los objetivos?	() () () () () (X)	
4. En qué porcentaje, las preguntas de la prueba son de fácil comprensión?	() () () () (X) ()	
5. ¿Qué porcentaje de preguntas siguen secuencia lógica?	() () () () () (X)	
6. ¿En qué porcentaje valora Usted que con esta prueba se obtendrán datos similares en otras muestras?	() () () () (x) ()	

SUGERENCIAS

1. ¿Qué preguntas considera Usted deberían agregarse?

.....Ninguna.....
.....

2. ¿Qué preguntas estima podrían eliminarse?

.....Ninguna.....
.....

3. ¿Qué preguntas considera deberán reformularse o precisarse mejor?

.....Ninguna.....
.....

Fecha:18/11/24.....

Validado por: **Dr. Iván B. POMALAZA BUENDIA**



Firma:

Dr. Iván B. POMALAZA BUENDIA

Planillas Juicio de Expertos

ENCUESTA

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el Instrumento que hace parte de la investigación que hace parte de la investigación "**Intercambio Eficaz y la Calidad de Servicio de los Colaboradores de OSINERGMIN Pasco periodo 2024**". La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto al área investigativa de la psicología como a sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ: Dr. Marco Antonio José Paredes Pérez

FORMACIÓN ACADÉMICA Licenciado en Administración

ÁREA DE EXPERIENCIA Estadística

TIEMPO 8 años

CARGO ACTUAL Docente Universitario

INSTITUCIÓN UNCP

Objetivo de la investigación: Evaluar la relación entre el intercambio eficaz y la calidad de servicio brindada por los colaboradores de OSINERGMIN Pasco durante el periodo 2024

Objetivo del juicio de expertos: Validación del Instrumento de Investigación

Objetivo de la prueba: Evaluarla Consistencia y Coherencia del Instrumento de Evaluación

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORIA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA	1 no cumple con el criterio	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión
Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	2. Bajo Nivel	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total
	3. Moderado nivel	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente.
	4. Alto nivel	Los ítems son suficientes
	CLARIDAD	1 no cumple con el criterio
El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	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 las mismas.
	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	1 no cumple con el criterio
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión.

El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	3. Moderado nivel 4. Alto nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que esta midiendo. El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA	1 no cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la medición
El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. El ítem es relativamente importante.

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Después de revisado el instrumento, es valiosa su opinión acerca de lo siguiente:

Menos de	50 – 60 – 70 – 80 – 90 – 100
1. ¿En qué porcentaje estima Usted que con esta prueba se logrará el objetivo propuesto?	() () () () (X) ()
2. ¿En qué porcentaje considera que las preguntas están referidas a los conceptos del tema?	() () () () () (X)
3. ¿Qué porcentaje de las interrogantes planteadas son suficientes para lograr los objetivos?	() () () () () (X)
4. En qué porcentaje, las preguntas de la prueba son de fácil comprensión?	() () () () (X) ()
5. ¿Qué porcentaje de preguntas siguen secuencia lógica?	() () () () () (X)
6. ¿En qué porcentaje valora Usted que con esta prueba se obtendrán datos similares en otras muestras?	() () () () (x) ()

SUGERENCIAS

1. ¿Qué preguntas considera Usted deberían agregarse?

.....Ninguna.....
.....

2. ¿Qué preguntas estima podrían eliminarse?

.....Ninguna.....
.....

3. ¿Qué preguntas considera deberán reformularse o precisarse mejor?

.....Ninguna.....
.....

Fecha:18/11/24.....

Validado por: **Dr. Marco Antonio José Paredes Pérez**



.....
Dr. Marco Antonio José Paredes Pérez
DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN
REG. NACIONAL DE COLEGIATURA N° 1085

Firma:

Dr. Marco Antonio José Paredes Pérez

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: “Intercambio Eficaz y la Calidad de Servicio de los Colaboradores de OSINERGMIN Pasco periodo 2024”

<u>PROBLEMA GENERAL</u>	<u>OBJETIVO GENERAL</u>	<u>HIPÓTESIS GENERAL</u>	<u>VARIABLE Y ELEMENTOS</u>	<u>METODOLOGÍA</u>
¿Cómo afecta el intercambio eficaz de información en la calidad de servicio de los colaboradores de OSINERGMIN en Pasco durante el periodo 2024?	Evaluar la relación entre el intercambio eficaz y la calidad de servicio brindada por los colaboradores de OSINERGMIN Pasco durante el periodo 2024.	Un intercambio eficaz entre los colaboradores de OSINERGMIN Pasco si está positivamente relacionado con el buen servicio que dan a las personas que usan la empresa	VARIABLE INDEPENDIENTE Intercambio Eficaz	TIPO DE INVESTIGACIÓN: <i>Se usa para resolver problemas prácticos</i> NIVEL DE INVESTIGACIÓN: <i>Describe lo que pasa, explica por qué pasa y muestra cómo se relacionan las cosas</i>
<u>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</u>	<u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u>	<u>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</u>	<u>DIMENSIONES</u>	<u>MÉTODO DE INVESTIGACIÓN</u>
Pe₁ ¿Qué factores del intercambio de información influyen en la satisfacción del cliente en los servicios ofrecidos por OSINERGMIN en Pasco?	Oe₁ a). Analizar las prácticas de intercambio de información entre los colaboradores de OSINERGMIN Pasco	He₁ a). Las prácticas de intercambio de información entre los colaboradores de OSINERGMIN Pasco si son deficientes y afectan la calidad de servicio.	- Claridad. - Precisión. - Relevancia.	<i>Método Científico</i> DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN: Este estudio es de números y datos, y se hace viendo todo en un solo momento sin cambiar nada, para ver cómo se relacionan las cosas.
Pe₂ ¿Cuál es la percepción de los colaboradores sobre los canales de comunicación utilizados para el intercambio de información y su impacto en la calidad del servicio?	Oe₂ b) Determinar cómo el intercambio eficaz influye en la satisfacción del usuario con los servicios proporcionados.	He₂ b) Un mayor nivel de intercambio eficaz si hace que los usuarios estén más contentos y los colaboradores del OSINERGMIN Pasco. .	VARIABLE DEPENDIENTE <i>Calidad de servicio</i>	POBLACIÓN Está constituida por 30 colaboradores y directivos del OSINERMING Pasco. MUESTRA Si quieres, puedo darte otra versión todavía más corta y fácil de entender.
Pe₃ ¿Existen diferencias significativas en la calidad de servicio entre los diferentes equipos de trabajo de OSINERGMIN en Pasco, y cómo	Oe₃ c) Evaluar las percepciones de los colaboradores sobre la calidad del servicio y su relación con el intercambio de información.	He₃ c) Estos colaboradores del OSINERGMIN Pasco si perciben una buena calidad de servicio por lo que	- Seguridad. - Fiabilidad - Capacidad de respuesta -	TÉCNICAS: Mirar lo que pasa, revisar papeles y hablar con la gente. INSTRUMENTOS:

se relacionan con el intercambio de información?		también reportan una comunicación más efectiva con sus compañeros.		Hojas para juntar información, guía para revisar documentos y guía para hacer preguntas
--	--	--	--	---