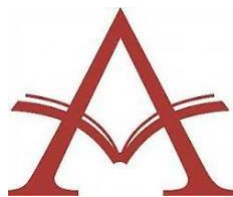


UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS

TESIS

**Liderazgo Organizacional y Servicio al Cliente en
un Casino del Distrito de Miraflores, Lima – 2021**

**PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
Y GESTIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

CHAVEZ FERNANDEZ GLORIA ISABEL
CÓDIGO ORCID: 0000-0002-4185-8885

ASESOR:

MG. PONCE DE LEÓN MUÑOZ JAIME MODESTO
CÓDIGO ORCID: 0000-0001-6737-0397

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y
DESARROLLO INSTITUCIONAL**

LIMA, PERÚ
ENERO, 2021

Dedicatoria

Con mucho amor a mi hijo, porque es mi inspiración constante en este largo camino de aprendizaje, a mi madre, gracias a ella soy el ser humano que ven, a mis familiares y amigos que han contribuido a mi formación profesional, por la motivación que son para mí.

Agradecimiento

A Dios en primer lugar por darme las fuerzas para persistir, insistir y no desistir, a la empresa donde puedo desarrollarme como profesional, a la Universidad Peruana de las Américas y a los docentes por la formación brindada en mi carrera profesional, la cual elegí porque me encanta trabajar en equipo y deseo inspirar a muchos a salir adelante.

Resumen

La investigación realizada trata de determinar qué relación tiene el Liderazgo Organizacional en el Servicio al Cliente que ofrecen los trabajadores de un casino, ubicado en el distrito de Miraflores en el año 2021. La muestra que se proyectó para este trabajo fue de 35 colaboradores y 35 clientes preferentes.

Para este estudio se utilizaron dos instrumentos implementados en dos cuestionarios, uno para detallar los estilos de liderazgo de los supervisores y jefes encargados de cada área y el segundo para determinar el nivel satisfacción del servicio al cliente, para esto se procedió a la recolección de datos aplicando la encuesta.

Los resultados se presentaron mediante tablas y gráficos. Para este procesamiento de la información se utilizó el programa SPSS versión 25. Finalmente, se determinó que el liderazgo organizacional se relaciona significativamente con el servicio al cliente del casino.

Palabras clave: Liderazgo organizacional, servicio al cliente, retroalimentación.

Abstract

The research carried out tries to determine what relationship the Organizational Leadership has in the Customer Service offered by the workers of a casino, located in the district of Miraflores in the year 2021. The sample that was projected for this work was 35 collaborators and 35 preferred customers.

For this study, two instruments were used, implemented in two questionnaires, one to detail the leadership styles of the supervisors and heads in charge of each area and the second to determine the satisfaction level of customer service, for this data collection was carried out. applying the survey.

The results were presented through tables and graphs. For this information processing, the SPSS version 25 program was used. Finally, it was determined that organizational leadership is significantly related to casino customer service.

Keywords: Organizational leadership, customer service, feedback.

Tabla de contenido

Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Resumen	v
Abstract	vi
Tabla de contenido	vii
Lista de tablas.....	xi
Lista de figuras	xii
Introducción	13
Capítulo I: Problema de la investigación	14
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	14
1.2. Planteamiento del Problema	16
1.2.1 Problema general	18
1.2.2 Problemas específicos.....	18
1.3. Objetivos de la investigación.....	19

1.3.1 Objetivo general	19
1.3.2 Objetivos específicos	19
1.4 Justificación de la investigación.....	19
1.5 Limitaciones.....	20
Capítulo II: Marco Teórico	21
2.1. Antecedentes de la investigación.....	21
2.1.1 Internacional	21
2.1.2 Nacionales	24
2.2 Bases teóricas	28
2.3 Definición de términos básicos	41
Capitulo III: Metodología de la investigación.....	45
3.1 Enfoque de la Investigación	45
3.2 Variables	45
3.2.1 Operacionalización de variables	45
3.3 Hipótesis.....	50
3.3.1 Hipótesis general	50
3.3.2 Hipótesis específicas.....	50

3.4 Tipo de investigación	50
3.5 Diseño de investigación.	51
3.6 Población y muestra	52
3.6.1 Población.	52
3.6.2 Muestra	53
3.7 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	53
3.7.1 Técnicas	53
3.7.2 Instrumentos	53
Capitulo IV: Resultados	57
4.1 Análisis de los Resultados.....	57
Prueba de normalidad	60
Hipótesis para contrastar	60
4.2 Discusión.....	66
Conclusiones	69
Recomendaciones.....	70
Aportes Científicos o Académicos.....	71
Referencias	72

Apéndice.....	81
Apéndice 1: Matriz de consistencia.....	81
Apéndice 2: Cuestionario de la variable: Liderazgo Organizacional.....	82
Apéndice 3: Cuestionario de la variable: Servicio al cliente.....	84
Apéndice 4: Fichas de validación de juicio de expertos.....	86
Apéndice 5: Base de datos cuestionario Liderazgo Organizacional.....	89
Apéndice 6: Base de datos cuestionario Servicio al cliente	90
Apéndice 7: Cuadros de fiabilidad de la variable Liderazgo Organizacional	91
Apéndice 8: Cuadros de fiabilidad de la variable Servicio al cliente	92

Lista de tablas

1. Tabla	Operacionalización de la Variable Liderazgo organizacional	47
2. Tabla	Operacionalización de la Variable Servicio al cliente.....	49
3. Tabla	Estadísticos de fiabilidad del instrumento Liderazgo Organizacional	54
4. Tabla	Estadísticos de fiabilidad del instrumento Servicio al cliente	55
5. Tabla	Validación del instrumento de recolección por juicio de expertos.....	56
6. Tabla	Estadística descriptiva de la variable Liderazgo Organizacional	57
7. Tabla	Estadística descriptiva de la variable Servicio al cliente	58
8. Tabla	Relación entre variables	59
9. Tabla	Estadística inferencial prueba de normalidad	60
10. Tabla	Estadística inferencial correlaciones	62
11. Tabla	Estadística inferencial resumen de modelo	64
12. Tabla	Estadística inferencial Anova	65

Lista de figuras

<i>Figura 1</i> Liderazgo Organizacional	57
<i>Figura 2</i> Servicio al cliente	58
<i>Figura 3</i> Relacion Descriptiva de liderazgo y Servicio	59

Introducción

El servicio al cliente es una labor que realizan los trabajadores y estos son guiados por sus líderes, quienes les brindan el soporte y herramientas para que puedan cumplir con los lineamientos o protocolos del servicio, en el sector que opera los casinos y tragamonedas, el liderazgo aporta de manera significativa en la excelencia del servicio, la presente investigación se plantea como el liderazgo se relaciona con el servicio al cliente y consta de cuatro capítulos.

El primer capítulo nos muestra la descripción de la realidad problemática, con un planteamiento general, la formulación del problema, determinar los objetivos y limitaciones. En el segundo capítulo se detalla el marco teórico, estableciendo los antecedentes internacionales y nacionales, así como las bases teóricas, y definición de términos básicos, que son los significados de cada enunciado. El tercer capítulo está constituido por la metodología, con un enfoque de investigación cuantitativa, de tipo descriptivo-correlacional entre las variables liderazgo organizacional y servicio al cliente, así como la población y la muestra para la elaboración del cuestionario, la validez del instrumento realizada por expertos y la confiabilidad mediante la comprobación de la prueba de alfa de Cronbach. En el cuarto capítulo se efectúa el análisis de los resultados, se comprueban las hipótesis, la discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones finales del presente trabajo. Para culminar tenemos las referencias bibliográficas, apéndices, que tiene como base la matriz de consistencia, la encuesta, la validación de juicio de expertos, Base de datos, alfa de Cronbach.

Capítulo I: Problema de la investigación

1.1 Descripción de la realidad problemática

A nivel internacional, los casinos y tragamonedas tuvieron muchas dificultades para posicionarse como industria, ya que para la sociedad es un lugar que fomenta vicios o ludopatía, pero se ha demostrado que este sector también promueve el crecimiento económico de un país (Gamboa y Gómez, 2017).

La mayor preocupación en la actualidad de este sector es complacer a los clientes, tratando de superar todas sus expectativas, de acuerdo con Torre (2019), la mayoría del público objetivo son adultos mayores, los cuales desean entretenerse luego de una larga jornada laboral, o los que ya son retirados, buscan pasar el tiempo, invirtiendo un poco de su efectivo para probar suerte y llevarse el premio mayor, pero, la mayoría de las empresas se esfuerza por proporcionar un servicio personalizado y diferenciado, para que el cliente se fidelice por la atención que se le brinda.

A nivel nacional los casinos y tragamonedas son supervisados por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR y son apoyados en el desarrollo económico del rubro por la Cámara Nacional de Turismo del Perú CANATUR, además está representada por La Sociedad Nacional de Juegos de Azar SONAJA, quien a su vez también reúne y representa a las diferentes comunidades que se dedican a la actividad de juegos de Azar directos e indirectos como Proveedores, intermediarios, distribuidores de equipos de juego, entre otros.

En el Perú el sector servicios “aportó en el año 2019 el 13.7% en la estructura porcentual de las actividades económicas que conforman el PBI (Producto bruto Interno), de acuerdo con lo

indicado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática. (INEI, 2019)” (MARZAL ,2020, p.18), conforme a este dato, todo indicaba que iba en crecimiento, pero el impacto que causó la COVID-19 en el año 2020 a este sector fue terrible, ya que por encontrarse en la FASE 4 de Reactivación Económica, estuvieron más de 9 meses sin actividad, por eso es de suma importancia recuperar, retener y captar más clientes, las empresas entienden que deben distinguirse de la competencia ofreciendo un servicio de excelencia, teniendo en su haber al mejor equipo que garantice tal labor.

A nivel local el Casino, debido al rubro en el que opera, que es el de servicios, a diario afronta múltiples y diversos temas relacionados en satisfacer a los clientes, que son el actor principal de la operación y son los que reciben el servicio, ellos siempre manifiestan su satisfacción y lo opuesto si fuera el caso, por tal razón se trata de garantizar la operatividad de las máquinas tragamonedas, lograr que las cajeras sean rápidas y eficientes, que las azafatas cumplan en entregar los pedidos a tiempo, entre otros. Para que todo esto se logre, los supervisores o encargados deben cumplir la función de guiar, dirigir y controlar a los trabajadores del casino, velar por la seguridad, evaluar su desempeño, realizar el *Feedback* respectivo, que además debe estar alineado con los objetivos de la empresa.

Los directivos reconocen que es importante mantener satisfecho al trabajador, porque guarda una relación con su devenir o actuar que finalmente es percibida por el cliente (Natividad y Zavala, 2017).

Mediante una observación realizada, se pudo determinar que algunos supervisores o encargados carecían de algunas habilidades o características propias de un líder, es decir:

Cualidades propias de un líder que lo distinguen del resto, como la energía, la pasión, la

determinación con que resuelve ciertos obstáculos y problemas, son excelentes comunicadores, muy sociables, porque están llenos de positivismo y entusiasmo, íntegros para poder ser el ejemplo a seguir en toda organización, claro que todo va asociado a los valores de cada individuo, por ello debe haber una estrecha relación entre los valores de la empresa, la seguridad que ellos transmiten hace que los demás se empoderen, llegando incluso a sentir confianza en sí mismos. Se podría decir que existen más cualidades o características de un líder, pues sí, pero todo esto nos lleva a resolver que todas estas habilidades los hace personas que siempre se diferencian y por eso son únicos, por tal razón el liderazgo fue y seguirá siendo un tema de investigación (Gutiérrez, 2019).

La responsabilidad de obtener una percepción de excelencia en el servicio al cliente recae sobre los trabajadores, que son los que tienen un trato directo con el cliente, pero los trabajadores son supervisados por sus líderes o jefes inmediatos y si estos no realizan eficientemente su labor, ponen en riesgo el desempeño de los trabajadores en el casino y por lo tanto una baja satisfacción del cliente, hasta la pérdida de este.

A razón de lo antes mencionado se plantearon realizar diferentes talleres que aporten en el desarrollo de la inteligencia emocional y el manejo de conflictos para reforzar las habilidades blandas, también algunas capacitaciones de transformación digital a todos los supervisores o encargados que tuvieran personal a cargo, para que fortalezcan su rol y mejoren su desempeño, ya que esto mejoraría la rentabilidad y beneficiaría a todos los *stackholders* de la empresa.

1.2. Planteamiento del Problema

En la actualidad se conocen algunas investigaciones que afirman que aplicando un buen estilo de liderazgo, se puede motivar a los trabajadores, lo que genera que aumente la productividad

en las empresas, muchos países desarrollados saben que para mantenerse en el tiempo, se necesita de la fuerza laboral o mano de obra, estas personas pasan la mayor parte del tiempo en el trabajo que en sus hogares, por tal razón una de las funciones del líder es comprometerlos, existen muchas teorías que apoyan esta afirmación, como menciona Chiavenato (2014) “La teoría de las relaciones humanas reconoció y comprobó la enorme influencia que ejerce el liderazgo en el comportamiento de las personas” (p. 89).

En nuestro país se ha ido desarrollando lentamente el tema del liderazgo, sobre todo en las MYPES, porque difícilmente cuentan con una cultura organizacional, que le permita aplicar al líder un determinado estilo de liderazgo, al hablar de esto nos referimos a la forma en la que él conduce a los trabajadores, Chiavenato (2014) nos expone “tres estilos de liderazgo: el autocrático, el liberal(*laissez-faire*) y el democrático” (p. 91) pero existen muchos estilos así como teorías por mencionar la Teoría Multifactorial del Liderazgo que se divide en tres modelos el Transformacional, el Transaccional y el liderazgo *laissez faire* (Blanch, 2018) aunque en las pequeñas empresas el administrador no es tan autónomo, no permiten que este desarrolle algunas técnicas de motivación, porque le ponen mayor énfasis en minimizar costos y aumentar la productividad, lo cual indica que todo está orientado hacia las tareas, esto genera una despreocupación por las personas y un bajo rendimiento laboral.

“El servicio al cliente no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para la existencia de la empresa y constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso” (Paz Couso, 2005, p.1), y se presenta en cualquier ámbito de la organización, en el casino se conoce que los clientes regresan más por el servicio y la atención que se les brinda, que por la

propia explotación de juegos, Así pues últimamente se ha observado que los clientes se quejan del servicio y la atención, algunos consideran que hay demoras, otros mencionaron que en algún momento no recibieron lo solicitado, se sabe que es importante mantener motivado y comprometido al personal, ya que estos son los anfitriones y tienen contacto directo con los clientes, además los jefes deben de tener un alto dominio de sus emociones y manejo de conflictos, para que puedan alternar con las diferentes eventualidades que se presenten a diario, es fundamental aplicar un estilo de liderazgo que permita todo esto y que a la par contribuya al cumplimiento de los objetivos de la empresa, de acuerdo con esto, se plantea el siguiente problema de investigación.

1.2.1 Problema general

¿De qué manera se relaciona el Liderazgo Organizacional y el Servicio al Cliente en un casino de Miraflores, Lima – 2021?

1.2.2 Problemas específicos

¿De qué manera se relaciona el manejo de conflictos en la mejora del servicio al cliente en un casino de Miraflores, Lima - 2021?

¿De qué manera se relaciona el trabajo en equipo con los resultados en el servicio del cliente en un casino de Miraflores, Lima - 2021?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar la relación entre el Liderazgo organizacional y el servicio al cliente en un casino de Miraflores, Lima – 2021.

1.3.2 Objetivos específicos

Determinar qué relación tiene el manejo de conflictos en la mejora del servicio al cliente en un casino de Miraflores, Lima - 2021.

Determinar qué relación tiene el trabajo en equipo con los resultados en el servicio al cliente en un casino de Miraflores, Lima - 2021.

1.4 Justificación de la investigación

Esta investigación servirá de guía y apoyo para la toma de decisiones de la empresa, que en la actualidad se encuentra enfocada en reafirmar la marca, cumpliendo con los objetivos y sabe que para lograrlo necesita de la suma de esfuerzos de cada uno de los trabajadores, es por ello, que se encarga de capacitar a sus colaboradores desde el nivel más alto hasta el operativo, formando línea de carrera, para que se sientan más comprometidos y fidelizados, este trabajo logrará determinar la relación que existe entre el liderazgo y el servicio al cliente, así como que factores influyen más para la mejora del servicio al cliente, esto con el fin de obtener una mayor productividad en el colaborador y una mejora continua, lo cual generará una mayor rentabilidad para la empresa. También podrá servir para otras investigaciones que en el futuro se realicen con

respecto al tema del liderazgo y servicio al cliente.

1.5 Limitaciones

Desde el punto de vista de accesibilidad a la información de fuente secundaria, existe poca información sobre la variable servicio al cliente, lo cual tomó un poco más de tiempo en la búsqueda, pero el mayor obstáculo fue obtener la disposición de los expertos, así como al personal del casino y el de los clientes preferentes. A los expertos por un lado se les solicitó validar los cuestionarios diseñados para las encuestas de los trabajadores y clientes del casino (validación del instrumento), ya que, por su excesiva ocupación académica, disponen de poco tiempo, por tal razón la validación se dilató.

Por parte de los colaboradores fue complicado disponer de los 15 minutos aproximadamente que toma el contestar la encuesta, ya que en principio había que coordinar con cada líder de cada área para que autorice la aplicación de la encuesta a su personal, cada jefe maneja una agenda complicada y pues muchas veces se cruzaba con algunas reuniones o asuntos de trabajo.

También se tuvieron algunas complicaciones con respecto a las encuestas de los clientes preferentes; aquí la primera dificultad estuvo primero en ubicar al personal de contacto del casino que tiene acceso a estos clientes, y luego ver la disponibilidad de tiempo que tienen los clientes para responder la encuesta.

Capítulo II: Marco Teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1 Internacional

Guzmán (2018), en su trabajo de investigación tiene por objetivo ofrecer a los trabajadores del restaurante EL PESCADOR las herramientas que les permitan mejorar el servicio al cliente, lo que generará un incremento en las ventas. El diseño de la investigación es no experimental, se utilizaron diferentes instrumentos, tales como: la observación directa, la encuesta y la entrevista. Para este trabajo la muestra estuvo conformada por todos los trabajadores del restaurante y de los clientes se seleccionó a 21 personas de una población de 200, que son los que asisten una vez por semana al restaurante. Los resultados evidenciaron que los trabajadores necesitan una capacitación que les permita mejorar habilidades, actitudes y conocimientos, ya que esta deficiencia se denota en el descontento de los clientes, que muy a pesar, de estar conformes con los productos ofrecidos, deja mucho que desear en la atención que reciben. Cabe resaltar que, en la entrevista al dueño del local, se pudo comprobar que tiene experiencia en el rubro, pero de manera empírica, esto se reflejó en los resultados, ya que no cuentan con una misión, visión o algún objetivo claro, lo cual puede ser examinado por otro experto. Proponen que, mediante capacitaciones, promoverán una cultura de excelencia en el servicio, obteniendo el éxito de la empresa, con la información recopilada se elaboró un programa de capacitación de venta y servicio al cliente.

Ruiz y Constanza (2017) en su estudio desean determinar los estilos de liderazgos predominantes en los jefes y coordinadores de la Planta de Harinas de la compañía de Alimentos

Balanceados Tequendama S.A. Se conoce que en la Planta de Harinas hay un total de 66 trabajadores de los cuales 7 tienen personal a cargo y son los que se utilizaron para el análisis, el cual tiene un enfoque cuantitativo, el instrumento que se utilizó fue la entrevista, se aplicó un test de liderazgo tipo escala de Likert que sirvió para medir actitudes y comportamientos del líder y que tipo de estilo de liderazgo es el más usado. Finalmente se concluye que la mayoría de los jefes y coordinadores de Plantas de Harinas manejan un estilo autocrático, quiere decir que está enfocado en las tareas y cumplimiento de objetivos, lo cual genera una baja participación y preocupación del personal. Se recomendó un programa estratégico de entrenamiento en dirección y habilidades a todos los niveles y específicamente a colaboradores con personal a cargo, esto con el fin de minimizar la rotación de personal y desarrollar el liderazgo más efectivo para la empresa.

Muñoz (2018) , en su trabajo de investigación tuvo como finalidad realizar una evaluación del trato al cliente en la Clínica veterinaria El Country y así realizar una mejora en el protocolo del servicio que ofrece, para este estudio se realizaron encuestas de satisfacción, después de cada atención, las cuales fueron anónimas para que así el encuestado tuviese la libertad de expresar su percepción en cuanto al servicio brindado, todo esto con respecto a la primera parte, en la segunda parte mediante la técnica de MAPA DE VIAJE EXISTENTE, se determinó los momentos de incertidumbre que vive el cliente en determinados eventos, así como también los momentos de satisfacción. Para este análisis se tomó de manera aleatoria 32 encuestas del buzón de sugerencias, para realizar la evaluación de los clientes, de los trabajadores solo 8 de ellos realizaron la encuesta, esto con el fin de medir la percepción que tienen ellos del trabajo que ofrecen, la información recolectada les permitió tener un diagnóstico de la situación actual, donde encontraron que un 80%

tanto clientes como trabajadores, se sentían satisfechos con el servicio de atención al cliente, pero que deberían realizar algunas mejoras como por ejemplo: en la organización del área del servicio de baño y peluquería, para evitar la espera, en cuanto a la infraestructura o el diseño de los ambientes, ordenarlo de tal manera que podamos obtener mejor espacio, en cuanto el servicio de post venta, era algo que había que implementar mejor para evitar que los clientes se sientan abandonados, estas fueron vistas como oportunidades de mejora.

Blanch (2018) explica la relación entre el liderazgo, y específicamente el liderazgo auténtico, y como ésta se relaciona con los resultados en los grupos de trabajo, en líneas generales se analiza la integración cognitiva, afectiva y el *engagement*. El presente estudio se desarrolló con una muestra que estaba compuesta por 132 grupos de trabajo procedentes de 32 organizaciones, que están totalmente digitalizadas, operando en el sector de telecomunicaciones y servicios financieros, como resultado de la presente investigación se puede evidenciar la aportación empírica que sustenta la relación totalmente positiva entre el liderazgo auténtico y la innovación en los equipos de trabajo. Por otro lado, podemos mencionar como los líderes auténticos con un trabajo de mediación fomentan la innovación, la integración en los equipos de trabajo, el cual retribuye en los niveles de compromiso. Para este trabajo se realizó encuestas en un rango de preguntas el cual fueron anclados en una escala Likert de 5 intervalos. Como conclusión, de un análisis teórico, destacamos que el incremento de diferentes conceptos y teorías sobre el liderazgo surgidas en los últimos años sugiere la necesidad de adoptar un punto de vista más inclusivo e integrador, por lo tanto, el liderazgo auténtico, aunque muy relevante, es sólo uno de ellos. Por lo tanto, el primer reto a plantear es la creación de una teoría integrada del liderazgo.

Paez, Cely, Herrera, Corredor y Jaramillo (2018) tienen como objetivo analizar el estilo de liderazgo del área del servicio al cliente en una aerolínea colombiana, lo que aportará en comprender las diferencias que existen entre el liderazgo ya instituido por la organización y lo que realmente se da en dicha área. Para este análisis se empleó como herramienta la escala de Likert, el instrumento empleado fue el cuestionario, la muestra estuvo compuesta por 30 trabajadores y 3 líderes del área en estudio, para obtener la apreciación en cuanto al estilo de liderazgo, se aplicó el cuestionario a los 30 trabajadores de la zona de servicio al cliente y para conocer que tanto manejan los estándares del liderazgo que la organización requiere, se aplicó otro cuestionario para los 3 líderes del área en estudio. En conclusión, esta investigación proporcionó sugerencias en la reducción de la disparidad entre el liderazgo percibido con lo ya establecido.

2.1.2 Nacionales

Frkovich (2018) se planteó como objetivo identificar qué relación tienen los diferentes estilos de liderazgo y el compromiso en una organización del sector bancario, se tomó como muestra a 147 trabajadores del área de micro finanzas, en el cual existen diferentes rangos, para este estudio se utilizó el programa estadístico SPSS21, también se realizó un análisis descriptivo de las variables Compromiso Organizacional y Estilos de liderazgo, mediante el alfa de Cron Bach se corroboró la confiabilidad de las escalas, la correlación de Spearman apoyó en la investigación de relación entre las variables, dando como resultado que los estilos de liderazgo como el transformacional y el estilo laissez faire, muestran una correlación con el compromiso de los trabajadores, pero que el liderazgo transaccional tiene un mayor porcentaje de aceptación por parte de los trabajadores, ya que cuando los líderes aplican este estilo de liderazgo, los trabajadores se

sienten más comprometidos, en conclusión la mayoría de trabajadores de este sector, se compromete más, cuando el líder aplica la recompensa para el logro de los objetivos.

Blas (2017) tiene por objeto analizar los estilos de liderazgo y su relación con el desempeño laboral en la municipalidad provincial del Santa, concretamente en el área de informática, es por ello que el muestreo no probabilístico utilizado fue por conveniencia o criterial, para este estudio se tomaron como muestra a 22 personas que conforman toda la población del área en estudio, para recoger la información se crearon dos cuestionarios, los cuales fueron validados por los expertos, el primer cuestionario se gestó con el fin de inspeccionar los estilos de liderazgo del gerente de la municipalidad, el segundo cuestionario sirvió para medir el nivel de desempeño laboral de los trabajadores del área de informática, todos los datos fueron procesados en el sistema IBM SPSS y Excel, se llegó a la conclusión de que el 81% de los trabajadores del área de informática de la municipalidad provincial del Santa, considera que el gerente aplica un estilo de liderazgo intermedio entre autoritario y democrático, medianamente orientado a las tareas y las relaciones, irregularmente intolerante, en cuanto a los trabajadores se encontró que el 100% de estos posee un desempeño laboral medio o regular, lo cual demuestra que el estilo de liderazgo se relaciona considerablemente con el desempeño laboral de los trabajadores del área de informática.

Inderique y Yanasupo (2017) plantearon como objetivo determinar de qué manera se relaciona el servicio al cliente que brindan los trabajadores del Tragamonedas MONEY MONEY y la competitividad de los mismos, para este proyecto de investigación se crearon dos instrumentos, uno por cada variable, las cuales fueron servicio al cliente y competitividad, estos instrumentos contenían una valoración de escala de Likert, la población que se tomó en

consideración fue de 1100 clientes, que estaban conformados por el número de personas que asistía diariamente, la muestra fue no probabilística y estuvo comprendida por el aforo del local, la cual fue de 445 clientes, para determinar la confiabilidad de los instrumentos se utilizaron dos técnicas o métodos que son el Coeficiente de correlación Pearson y el Coeficiente de Spearman – Brown, para cuantificar en nivel de fiabilidad se procedió aplicar el alfa de Cronbach, para ambos casos se obtuvo una excelente confiabilidad y validez, en conclusión se pudo observar que existe una fuerte relación entre el servicio al cliente y la competitividad en el Tragamonedas MONEY MONEY ubicado en Huancayo – Perú. A partir de dichos resultados se mostraron algunas recomendaciones para mejorar la percepción que tiene el cliente con respecto al servicio que ofrecen y poder mantenerse en el tiempo.

Gallegos y Bringas (2019), en su investigación tienen como finalidad determinar de qué manera los estilos de liderazgos influyen en la satisfacción organizacional, dando a conocer que actitudes de los jefes puedan contribuir y como estos tienen un papel fundamental en los mandos medios y supervisión, así como sentirse cómodos con sus actividades y por ende comprometidos con la empresa, el presente trabajo se elabora en dos ciudades representativas de la región como Lima y Arequipa. Se realizó un estudio cuantitativo, de corte regresional y de toma de datos transversal, el número de la muestra fue de 251 participantes, entre 21 y 65 años, en promedio de edad 36 años, con una desviación estándar de 8.41. Se realizó, a través de la correlación de Pearson, teniendo pruebas en ajuste a la distribución normal en los puntajes. Siendo la primera, el tipo de correlación, y la segunda para organizaciones no paramétricas. En el procesamiento descriptivo de datos primeramente se realizó los análisis de consistencia interna, hallando que la Satisfacción

Organizacional alcanzo un alfa de Cronbach superiores al 0.8, la satisfacción intrínseca con 0.850, la satisfacción en la supervisión con 0.880, la satisfacción con la participación con un índice de 0.862 y la satisfacción con la calidad de la producción con 0.906. Por su lado, el liderazgo transformacional obtuvo un 0.935 y, el liderazgo transaccional obtuvo uno de 0.827. En cuanto al estilo correctivo, alcanzó un alfa de Cronbach de 0.763 y el estilo pasivo evitador obtuvo un 0.832. En ambos casos se puede afirmar la confiabilidad de los datos. Como conclusión de acuerdo con todos los ítems, en cuanto a los objetivos se recomienda incluir nuevas variables como rasgos de personalidad, percepción de clima social y fluidez laboral, esto debido a que la influencia en los estilos de liderazgo es baja y se necesita implementar mejoras laborales como procedimientos en relación con la salud y seguridad en el trabajo, con el fin de percibir la preocupación de la empresa con los colaboradores en lo físico y psicológico, por otro lado se podría brindar una línea de carrera que este alineada con las metas de la empresa, lo cual generaría a las organizaciones un balance entre la satisfacción organizacional, el desarrollo personal y la productividad empresarial

Barrientos (2017), se plantea como objetivo identificar de qué manera la calidad del servicio influye en la satisfacción del cliente en la sala de juegos Las Vegas en Chiclayo, el cual establece la correlación de las variables, calidad de servicio, que se relaciona con el clima laboral, comportamientos, actitudes y competencia, el cual influye en la gestión organizacional, liderazgo, desempeño, compromiso. Así mismo de la variable Satisfacción del cliente, la cual depende del clima organizacional, se desprenden actuaciones dinámicas, oportunas y solidarias de los colaboradores, quienes a través de su know how encaran problemas, mejoran la atención e intervención oportuna, tratamiento afectivo. Para la siguiente investigación se aplicaron dos cuestionarios con una muestra de 61 usuarios, de los cuales 31 fueron entre directivos y

colaboradores y 30 clientes frecuentes de la sala de juegos. El promedio demostró científicamente el problema, 6.71 en calidad de servicio, el cual observo deficiencias en motivación, liderazgo, habilidades y comunicación. 7.21 en satisfacción del cliente observando limitaciones en dimensiones: empatía, responsabilidad, seguridad y confiabilidad. El tipo de estudio fue descriptivo correlacional, dado que identifica la relación entre las variables. Como conclusión se observó la relación que existe entre las variables al compararlas, mediante el análisis de regresión múltiple y con el uso del software estadístico SPSS, se encontró una relación moderada, débil y baja entre las variables Calidad de servicio y Satisfacción al cliente, gracias a la investigación correlacional se promueven cambios de actitud, compromisos, actualizaciones en procedimientos y estructura organizacional, liderazgo estratégico y clima institucional afectivo, lo cual permitirá la adaptación con nuevas coyunturas de gestión, servicios de calidad, satisfacción a clientes, innovación, y fortalecimiento de competencias para nuevos desafíos.

2.2 Bases teóricas

Liderazgo

Historia

El liderazgo se remonta a épocas ancestrales, en su tesis Ramírez (2017) nos menciona que:

El desarrollo del Liderazgo se debió en gran medida al trabajo y esfuerzo de muchos hombres, que estaban dirigidos por líderes, los cuales la historia tiene grabados, porque estos planeaban, organizaban y controlaban guerras, exploraciones, manifestaciones, entre otros. Lo mencionado nos lleva a recordar a las culturas antiguas y muy influyentes como: Egipto, Babilonia, China,

Grecia, Roma, Sumeria, hebreos, que aportaron a la evolución del liderazgo, cabe resaltar el aporte del militarismo, la religión, el feudalismo, la ética protestante, y cualquier forma de agrupación hasta culminar con la Revolución Industrial. Muchos historiadores nos han demostrado que el progreso de la humanidad tiene muchas fases o ciclos, pero se mencionaron estas porque están relacionadas directamente con la mejoría de los pueblos y también por su relevancia en la transformación de lo que es la administración en la actualidad.

Considerando el gran desarrollo del mundo en muchos aspectos, podría decirse que se debió en gran parte al liderazgo, porque según la historia siempre hubo un hombre que se destacó entre muchos, rompió esquemas y se dispuso como llegar a la meta, cumplir un objetivo o alcanzar el bien común, como el gran Salomón en la cultura hebrea, el gran Marco Antonio en Roma, Cleopatra en Egipto, que en realidad se distinguieron por sus habilidades de llegada hacia sus súbditos y todo esto les sirvió para recibir el favor de la gente y poder cumplir con sus planes, cada uno con diferentes características y estilos.

Hasta el momento no se puede estandarizar un único estilo que defina el liderazgo en sí, porque es un campo muy amplio. (Torres, 2020)

En la actualidad se conoce que el líder debe de ser integro, para transmitir confianza, esto significa inspirar y animar a las personas de manera positiva, para tratar de crear un mundo mejor para las nuevas generaciones, sin lugar a duda es un peso muy grande para los considerados guías de hoy.

Concepto

Existen diferentes autores como Chiavenato (2014) quien afirma:

El liderazgo es de vital importancia en cualquier grupo humano, por ende, dentro de una compañía y sus departamentos, es inherente en toda labor que implica la administración, ya que el líder debe tener pleno conocimiento sobre las técnicas de motivación para sus trabajadores, esto con el fin de influir en ellos, ósea liderar.

Por su parte Caseras, Gonzales y Siliceo (1999) Menciona que el líder deberá lograr cumplir con los objetivos de la empresa, por ser el encargado de construir el clima laboral, en base al clima tenemos a los valores, creencias, lineamientos, camaradería, que le da al trabajador una razón para comprometerse con la organización. Por tanto, el líder termina siendo el responsable de ello. (como se citó en Amasifuen, 2020)

De acuerdo con esto también podemos afirmar que el liderazgo es la forma de llegar o cumplir con los objetivos planteados por la empresa en un ambiente donde se fomente el trabajo en equipo, y los colaboradores deseen cooperar para este fin de manera intrínseca. (Paez et al, 2018)

“El ambiente de trabajo o cualquier otro lugar donde se aplique el liderazgo o se requiera del mismo, imita lo que el líder hace, dice o piensa, creando así hábitos y costumbres que va a depender bastante de él”. (Amasifuen, 2020, p. 11)

Por consecuencia el liderazgo tiene una relación directa y proporcional con la productividad del trabajador, ya que, a mejor liderazgo aplicado, mayor será el entusiasmo del colaborador y por ende esto se verá reflejado en las ganancias de la organización. En cambio, si el liderazgo aplicado es desfavorable disminuirá la motivación de los colaboradores hasta generarles complicaciones en

su estado emocional hasta el punto de dañar su salud, lo cual provocará perjuicios a la organización. (Ruiz y Constanza, 2017)

Estilos de liderazgo

Existen muchas investigaciones acerca de las diferentes características y comportamientos que deberían de tener los líderes, reconociendo así distintos estilos de liderazgo, entre los cuales se ha aceptado el modelo propuesto por Bass (1985), que menciona la Teoría Multifactorial del liderazgo, el cual se divide en tres estilos: transformacional, transaccional y laissez-faire. (como se citó en Blanch, 2018) los cuales se detallan a continuación.

El estilo transformacional

Como menciona Bryman (1996)

el liderazgo transformacional se sitúa dentro de los nuevos enfoques sobre el liderazgo, con una connotación orientada a la participación y flexibilidad en la organización. Abandonando las teorías del súper hombre y su fuente de influencia se centra más en dar significado a la tarea. (como se citó en Rojas, 2012, p. 22)

Este tipo de estilo de liderar tiene que ver más con la forma de transmitir mediante el ejemplo, una actitud positiva que aliente a los trabajadores a apasionarse con sus metas personales, que además los lleve al éxito, volviéndolos cada vez más competitivos de tal manera que siempre tengan la disposición de cumplir retos, los cuales estarán alineados a los de la organización, estos líderes transformacionales son inspiradores y siempre están apasionados con crecer, sin perder su alta vocación de servir, dándole el toque humano que los caracteriza, ya que su influencia

idealizada se da por la forma en que ellos construyen su liderazgo, realizando un trabajo personalizado, estos líderes conocen las necesidades de cada uno de sus colaboradores, un valor agregado de este tipo de estilo es que en la medida que ayuden a desarrollar a los demás a la vez también crecen ellos, creando así un clima de compañerismo y reciprocidad donde todos están comprometidos en lograr las metas propuestas. (Blanch, 2018)

“los líderes transformacionales son los que articulan una visión e inspiran a sus seguidores. Poseen así mismo la capacidad de motivar, moldear la cultura organizacional y crear un ambiente favorable al cambio organizacional” (Koontz y Weihrich,2003 como se citó en Villacreses, 2021, p. 7)

El estilo Transaccional

Según Hollander (1990) Nos afirma que este tipo de liderazgo en el mundo organizacional consta de un trueque, quiere decir que el colaborador dedica su tiempo a ciertas labores, a cambio le ofrecen un sueldo o algunos premios, según lo acordado, por su parte el líder resuelve que desea obtener, lo cual en su mayoría es cumplir con los objetivos, para esto le otorga los medios necesarios para que puedan resolver las tareas asignadas, en conclusión el intercambio consiste en lo que el líder está dispuesto a darles con el fin de que los colaboradores culminen con su tarea. (como se citó en Ramirez O., 2017, p. 24)

Por otro lado tenemos a Imiron V.(2015); et al, quien afirma “El liderazgo transaccional está basado en los modelos tradicionales, se fundamenta en el intercambio o transacción, el líder utiliza

el poder, recompensando o sancionando a los trabajadores en función de su rendimiento”(como se citó en Villacreses, 2021, p. 7-8)

Podría decirse que una “transacción” sería como una especie de arreglo entre el colaborador y el líder al realizar determinada tarea o ya sea en sus prácticas diarias dentro de una organización, la cual garantice el cumplimiento de los objetivos, esto quiere decir que si se logra o se cumple con lo asignado, los trabajadores obtendrán el premio y reconocimiento, de lo contrario el líder deberá tomar las medidas correctivas del caso.

De modo que este tipo de estilo se manifiesta en algunas organizaciones de tal manera que, un trabajador que ha logrado alcanzar su meta, sabe que va a obtener un beneficio, el cual podría manifestarse en viajes, efectivo, ascenso, entre otros. El liderazgo transaccional puede presentarse durante la tarea de manera activa, pues hay un monitoreo y control por parte del líder quien constantemente le dará el feedback respectivo para corregir ciertos errores y poder lograr la excelencia, por otro lado también se puede dar al finalizar la tarea de una forma pasiva esperando que se concluya con éxito, dándole más apertura y confianza para que puedan ser más creativos. (Rojas, 2012)

El estilo Laissez- faire

Empezando a definir el estilo Maquera (2010) explica:

Laissez faire como una expresión en el idioma francés que significa “dejad hacer”, esta fue usada por primera vez por Jean Claude Marie Vicent de Goumay, contra el intervencionismo del gobierno en la economía, al referirse a una libertad relacionada con el libre mercado, impuestos

bajos o inexistentes, libre manufactura y consiguientemente mínima intervención del gobierno. Es así como con el pasar de los años, los estudiosos de las ciencias sociales utilizaron este término para referirse a un estilo de liderazgo cuyo significado “dejad hacer” se convierte en la característica principal de éste. (p. 33)

De acuerdo con Chiavenato y Gorrochotegui (1998, 1997) quien nos menciona que este estilo se identifica porque los y las líderes abandonan a sus colaboradores, llegando incluso a responsabilizarlos de sus propias funciones, se podría decir que en algunos casos, esta abierto a la autonomía, pero en otros donde se requiere el acompañamiento del líder, sería perjudicial, en este estilo liberal muy permisivo, le otorga al colaborador mucha libertad y responsabilidad. (Como se citó en González & González,2012)

En este estilo de liderazgo existe poca dirección y control, el líder no se compromete con sus subordinados, lo que hace que estos no tengan claro si su desempeño es bueno o malo creando un clima de trabajo agobiante.

Podemos describir entonces a este estilo de liderazgo como uno donde el líder no se hace responsable de las actividades, ni se involucra, deja a libre albedrío a los trabajadores, porque en algunas circunstancias tiene pleno conocimiento de que ellos son capaces de resolver determinadas tareas; es decir, que en base a esta información es que no es tan negativo aplicar este estilo, ya que permite que los trabajadores desarrollen su creatividad, se empoderen y se arriesguen a tomar decisiones. La única forma de control que ejerce el liderazgo laissez faire es en base a resultados, porque de alguna manera establece las reglas del juego.

Por otro lado, tenemos que resultar ser poco eficiente en aquellas situaciones donde sí es necesario el acompañamiento al equipo de trabajo y donde los trabajadores no tengan las capacidades requeridas para dicha tarea, lo cual tendrá un impacto negativo y una baja motivación y desempeño de este, puesto que sienten desinterés por parte del líder, así como una dejadez porque no cumple con su rol. (Primo Broncano, 2018)

Servicio al cliente

Definición

Para comenzar debemos empezar a definir lo que son los servicios, Thompson (2006) menciona que:

Los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes (como se citó en Dávila y Barboza, 2019, p. 13-14)

Según esta definición el servicio está integrado al cliente, quien finalmente será el que se beneficie de los esfuerzos que hagan para satisfacer su necesidad, por ello se convierte en una sola variable.

Así mismo Uribe (2011) define que:

El servicio al cliente (también conocido como el servicio de atención al cliente) consta de muchas fases, en lo que respecta, no solo es un efecto de la compra, también incluye el momento de la entrega del servicio y la respuesta que se obtiene, cuando ya ha sido consumido por el cliente (como se citó en Davila y Barboza, 2019)

Sin embargo, la definición de Harovitz (1997) va un poco más allá, porque el menciona que el servicio al cliente “Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador, con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo” (como se citó en Enríquez, 2011, p.73) con ello nos hace ver que todo no termina en la venta, sino que existe una posventa.

También podemos decir que el servicio es integrado, por tanto, no solo es hacia el cliente externo, también se da hacia el cliente interno, así como menciona Fischman (2013) “el servicio también existe en la empresa: ayudando y apoyando a colegas en el trabajo, desarrollando y haciendo crecer a subordinados, preocupándose de ellos como personas”. (p. 137)

Características del servicio al cliente

Para diferenciar un producto de un servicio existen aspectos que son propios de los servicios como:

Intangibilidad

Como afirman los autores Zeithaml y Bitner (2002) es la característica más relevante que existe para poder distinguir a un producto con los servicios, ya que estos muchas veces no se pueden tocar, degustar, mirar, lo cual es una ventaja provechosa que tienen los productos, pues estos, si se pueden palpar, en ese sentido los servicios solo son percibidos en el momento de su uso.

Algunos ejemplos de cómo se materializa los servicios en algunos momentos podrían ser los productos que ofrecen los bancos, como las tarjetas de créditos o ahorros, los talonarios de cheque, pero es una parte solo del servicio que ofrecen en ese sector.

En función de lo que afirman los autores la intangibilidad produce algunos inconvenientes para los almaceneros porque los servicios no se pueden guardar o acumular, y esto porque los pedidos dependen del cliente de la susceptibilidad de éste, pues los servicios son más fáciles de poder ser plagiados, ya que no se pueden patentar, además tampoco se pueden mostrar o darle al cliente algún alcance, solo de manera verbal y sabemos que eso no es suficiente.

Por parte del cliente le resulta complejo y dificultoso dar una opinión, por parte de la empresa precisar costos en función de la calidad también es complicado, porque como menciona Serna (1999) la percepción del cliente es importante para poder darle una valoración o fijación de precio al servicio, ya que esta característica genera expectativa (como se citó en García, 2016, p. 386)

Integral

Para la elaboración de un servicio cada miembro aporta una cuota o valor de su esfuerzo, por tal razón es sumamente importante mantener el buen clima laboral que permita un excelente flujo de comunicación, la cual dará como resultado culminar con éxito y a tiempo los objetivos propuestos para lograr la satisfacción del cliente, ya que todo esto se cumple como un equipo integrado.

Heterogeneidad

Esta característica particular del servicio depende del colaborador, grupo de colaboradores y del ambiente del trabajo, porque muchas veces la opinión que da el cliente es hacia el trabajador, puesto que el servicio otorgado no es el mismo, asimismo también obedece al tipo de cliente y de que características o personalidad tenga, del estado de ánimo, entre otros.

Por tal razón el servicio no será homogéneo porque dependerá de factores como el mantener un ambiente de trabajo adecuado para asegurar que el colaborador ofrezca su mejor predisposición ante los clientes y que estos también puedan comunicar de forma correcta sus pedidos para lograr un entendimiento mutuo y poder complacerlos.

Producción y consumo simultáneo

Este aspecto es relevante porque tanto el trabajador o creador del servicio como el cliente están presentes en el momento que se da la prestación del servicio, por tanto, la experiencia que el cliente percibe puede ser expresada en ese instante como positivo o negativo, sabemos que esto depende del estado de ánimo o personalidad tanto del que ofrece y recibe el servicio, el colaborador deberá tener la mayor atención en este trance porque es la imagen de la organización.

En esta característica se contemplan tres restricciones: la primera sería que los servicios no se pueden elaborar de forma masiva, la segunda es que la calidad del servicio obedece a la percepción del cliente en el momento de la producción del servicio y por último el proveedor no puede separarse del mismo.

Perecederos

En cuanto a la percibibilidad de los servicios, estos son imposibles de poder ser guardados, ya que se elaboran y consumen en ese mismo momento, tampoco son devueltos o revendidos por la misma razón, de manera que resulta dificultoso prever una demanda exacta, puesto que los servicios no se almacenan.

Si no se complace de manera excelente al cliente con el servicio se deberá implementar nuevas tácticas que permitan retener y reconquistar al cliente, considerando que será quien nos va a referenciar y la publicidad boca a boca tiene un peso considerable para las organizaciones.

Promesa básica

Esta característica está asociada a la buena comunicación que exista de ambas partes para poder otorgarle al cliente lo que requiere, desde el primer momento, nunca se debe engañar al cliente con promesas falsas tratando de retenerlo o con tal de no perder la venta, la transparencia y sinceridad sumará, lo cual llenará de confianza al cliente y así podrá regresar, por consiguiente, la promesa básica es cumplir con lo que se estableció con el cliente desde un inicio.

Satisfacción

La finalidad de un buen servicio al cliente es la total satisfacción del mismo, se conoce que todo servicio es consumido en el instante en que se produce, por esta razón es la ocasión precisa en la que el colaborador o la empresa brinda su mayor potencial, porque de esto depende la máxima satisfacción del cliente y por ende la calificación que nos otorgue como proveedores de servicios.

Valor agregado

En este punto tenemos por conocimiento que la mayoría de las empresas quieren distinguirse del resto y saben que para lograrlo deben ofrecer un servicio personalizado y diferenciado, que solo se logra de forma integrada agregando valor, ya que en la actualidad tenemos muchos competidores en este entorno globalizado.

Ahora bien, el cliente tiene una perspectiva de esto, pues para ellos existe una serie de formas que asocian el valor con algunas características que observan, de ahí que el valor percibido está reflejado en base a lo que han gastado.(García, 2016)

Elementos que conforman un buen servicio

Según Barquero (2003) dichos elementos fundamentales para poder ofrecer un buen servicio al cliente son:

Accesibilidad: La empresa deberá contar con una tienda física u operadores de servicio, para que los clientes puedan comunicarse con ellos.

Capacidad de respuesta: Cumplir con los plazos y tiempos acordados, para que no haya forma de que el cliente reclame por algún retraso.

Cortesía: Debe darse en todo momento, mostrar respeto, amabilidad y atención con los clientes.

Credibilidad: Los trabajadores que tiene contacto con el público deben tener una imagen de transparencia para que los clientes se sientan en confianza.

Fiabilidad: Darle al cliente lo ofrecido y superar sus expectativas para asegurar que regrese.

Seguridad: Capacitar al personal y darle los conocimientos para que ellos muestren seguridad y confianza al momento de ofrecer el servicio al cliente.

Profesionalismo: Definitivamente a los clientes les gusta contar con personal muy preparado y experto.

Empatía: La atención personalizada, cuidando de los detalles que gusta cada uno de los clientes, denota una preocupación por ellos (como se citó en Dávila y Barboza, 2019)

2.3 Definición de términos básicos

Capacitación

Decenzo, Robbins y Coulter (2013) definen qué “La capacitación es una experiencia de aprendizaje que produce un cambio permanente en el colaborador y que mejora su capacidad para desempeñar un trabajo. La capacitación implica un cambio de habilidades, conocimientos, actitudes o de comportamiento” (como se citó en Alayo, 2019, p. 23)

Cliente

“Un cliente es la persona o empresa receptora de un bien, servicio, producto o idea, a cambio de dinero u otro artículo de valor” (Alayo, 2019, p. 45)

Estrategias

Como lo menciona Loly & Terrones (2013)“Es la determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de los cursos de acción y asignación de los recursos necesarios para alcanzarlos”. (p. 15), es decir, una estrategia es un plan que contiene una serie de pasos que tienen como fin el logro de un determinado objetivo.

Feedback

El *feedback* en español significa retroalimentación, el cual consiste en brindarle información al colaborador acerca de su desempeño laboral, dándole algunos alcances de cuáles podrían ser sus propuestas de mejora y también felicitarle por haber alcanzado los objetivos propuestos, así como brindarle algunos consejos para seguir desarrollando su crecimiento personal y profesional. (Kaye & Winkle, 2017)

Liderazgo

Gutierrez (2019) menciona que “Es el proceso de dirigir el comportamiento de las personas por una vía que les permita alcanzar algunos objetivos. En este caso, dirigir significa llevar a las personas a actuar de cierta manera o seguir un curso determinado de acción”. (p.11)

Manejo de conflictos

Es una competencia que permite resolver los problemas de manera eficiente, ya que se predispone la inteligencia emocional del líder para poder dar una solución perfecta, mediante la

cual se pueda evitar que la empresa desgaste tiempo, esfuerzo y dinero. (Guerra, 2017)

Motivación

La motivación es lo que hace que una persona actúe y se comporte de una determinada manera. Es una combinación de procesos intelectuales, fisiológicos y psicológicos que decide, en una situación dada, con qué fuerza se actúa y en qué dirección se dirige la energía (Butterfield, 2005 como se citó en Linares, 2017, p. 26)

Objetivos

En lenguaje corporativo, se denomina objetivos a las situaciones deseadas que toda empresa proyecta lograr y puede darse en las distintas áreas que la componen, algunas veces dichos objetivos se encuentran dentro de la misión o visión de la organización, los cuales deberán especificar el tiempo: largo, mediano o corto plazo (Loly & Terrones, 2013)

Productividad

Macavilca (2018), nos indica que la productividad permite verificar la cantidad de recursos aportados y la cantidad producida de bienes y servicios; es decir, es el cociente entre lo producido y la cantidad de horas utilizadas para ello, en ese sentido podemos afirmar que a menor recurso consumido mayor es la productividad.

Pymes

Según SUNAT La Micro y Pequeña Empresa se define como la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades

de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Servicio al cliente

Identifica el servicio como el conjunto de actividades que producen un determinado servicio o producto y que se le brinda a un cliente con el fin de cubrir todos los requerimientos que estos ansían. (Enríquez, 2011)

Trabajo en equipo

El trabajo en equipo, es el medio por el cual cada colaborador aporta su máximo potencial en el logro de los objetivos comunes y es una capacidad que tiene el líder de poder identificar en cada uno de los integrantes del equipo su mayor virtud, por lo tanto permite que pueda asignar la tarea que va más acorde a sus talentos. (Guerra, 2017)

Capítulo III: Metodología de la investigación

3.1 Enfoque de la Investigación

Para este trabajo de investigación se está realizando un enfoque cuantitativo en el estudio de los factores “Liderazgo Organizacional y Servicio al Cliente en un casino del distrito de Miraflores, Lima – 2021” que son objeto del presente trabajo de investigación.

Según Monje (2011). Afirma que “la investigación cuantitativa parte de cuerpos teóricos aceptados por la comunidad científica, con base en los cuales se evalúan una serie de variables que hacen parte del problema central”. (como se citó en Jiménez y Contreras, 2016, p.48)

3.2 Variables

- ✓ Variable: Liderazgo organizacional
- ✓ Variable: Servicio al cliente

3.2.1 Operacionalización de variables.

Definiciones conceptuales de las variables:

Variable: Liderazgo Organizacional.

Definición:

Según Alles (2007) define:

el liderazgo como la capacidad para comunicar la visión estratégica y los valores de la organización a través de un modelo de conducción personal acorde con la ética, y motivar a los colaboradores a alcanzar los objetivos planteados con sentido de pertenencia y real compromiso (como se citó en Hernández et al, 2017 p. 14)

Primera Dimensión: Manejo de conflictos.

Es una habilidad que permite resolver los problemas de la manera óptima, es imprescindible que todo líder o encargado que tenga personas a cargo cuente con esta cualidad, ya que es importante que los conflictos se resuelvan de la mejor manera porque esto evitará que haya malas relaciones entre integrantes del equipo; pues el clima laboral repercute en el cumplimiento de los objetivos. (Yzaguirre, 2017)

Segunda Dimensión: Trabajo en equipo.

El trabajo en equipo es una competencia propia del líder y de todos los integrantes del equipo, la cual permite que cada uno aporte con sus ideas creativas algo en la conclusión de determinada tarea o proyecto, recordemos que cada integrante de un equipo cumple un rol y que es muy importante el papel que cumple el líder, porque debe lograr mantener un equipo con un alto nivel de compromiso y motivados a cumplir con los objetivos propuestos en un clima laboral favorable. (Huaman, 2019)

Matriz de Operacionalización

Variable: Liderazgo organizacional

1. Tabla

Operacionalización de la Variable Liderazgo organizacional.

Dimensiones	Indicadores	Ítems
MANEJO DE CONFLICTOS	Solución de problemas	P1: ¿Considera que sus líderes resuelven sus problemas?
		P2: ¿Cree que las alternativas de solución que establecen los líderes son las más adecuadas?
	Toma de decisiones oportuno	P3: ¿Los criterios empleados por parte de sus líderes para tomar decisiones son los correctos?
		P4: ¿Estima que sus líderes resuelven sus dudas de manera oportuna?
TRABAJO EN EQUIPO	Aportan ideas	P5: ¿Piensa que los líderes están abiertos a escuchar nuevas soluciones o aporte de ideas?
		P6: ¿Los líderes toman en cuenta las propuestas de los trabajadores?
	Cooperación	P7: ¿Siente que los líderes reconocen a los colaboradores que cooperan en la organización?
		P8: ¿Cree que su líder promulga la participación de los trabajadores en la organización?

Fuente: Elaboración propia.

Variable: Servicio al cliente**Definición:**

Según Alayo (2019) el servicio al cliente es toda actividad que se destine para atender al cliente comunicarse directamente con ellos. En caso necesiten resolver sus reclamos, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitar información adicional o sugerir algo adicional a la organización. Es decir, el servicio al cliente es todo momento de contacto entre el cliente y la organización. (p.46)

Primera Dimensión: Trato amable. –

Podemos describir el trato amable como el interés sincero por satisfacer las necesidades de los clientes, brindando una atención con cordialidad, el respeto debe de primar en esa interacción, demostrando empatía para poder resolver sus inquietudes y en algunas ocasiones tener alguna afinidad con el cliente, ya que eso los hace sentir importantes. (Quispe y Huaman 2016)

Segunda Dimensión: Confiabilidad. –

Según Zeithaml, Bitner, y Gremler (2009) afirman

Se define como la capacidad de entregar el servicio prometido de forma segura y precisa. Estamos hablando de una empresa que cumple sus promesas (sobre suministro del servicio, solución de problemas y fijación de precios). Los clientes prefieren a las empresas que cumplen sus promesas, en particular sus promesas sobre los resultados del servicio y los atributos centrales del servicio. Cuando una empresa no entrega el servicio central que los

clientes creen que están comprando les fallan a sus clientes en la forma más directa. (como se citó Droguett, 2012, p.14)

Matriz de Operacionalización

Variable: Servicio al cliente

2.Tabla

Operacionalización de la Variable Servicio al cliente.

Dimens iones	Indicadores	Ítems
TRATO AMABL E	Buen trato al cliente	P9: ¿Se siente usted satisfecho con el servicio y la atención brindada?
		P10: ¿El trato recibido por parte de los trabajadores es considerado y amable?
	Capacidad de respuesta	P11: ¿Atienden de manera efectiva sus consultas, quejas y/o sugerencias?
		P12: ¿Recibe una respuesta y solución inmediata a sus necesidades o inquietudes?
CONFIA BILIDA D	Tiempo de entrega del pedido	P13: ¿Considera que sus pedidos llegan rápido?
		P14: ¿Sus pedidos son atendidos según lo solicitado?
	Transparencia en las transacciones	P15: ¿Tiene usted confianza al realizar sus transacciones en la caja?
		P16: ¿El personal da una imagen de honestidad y confianza?

Fuente: Elaboración propia.

3.3 Hipótesis

3.3.1 Hipótesis general.

- ALTERNA: Si existe relación entre el liderazgo organizacional y el servicio al cliente en un casino del distrito de Miraflores, Lima – 2021.
- NULA: No existe relación entre el liderazgo organizacional y el servicio al cliente en un casino del distrito de Miraflores, Lima – 2021.

3.3.2 Hipótesis específicas.

- ALTERNA: Si existe relación entre el manejo de conflictos y la mejora del servicio al cliente en un casino del distrito de Miraflores, Lima – 2021.
- NULA: No existe relación entre el manejo de conflictos y la mejora del servicio al cliente en un casino del distrito de Miraflores, Lima – 2021.
- ALTERNA: Si existe relación entre el trabajo en equipo y los resultados en el servicio al cliente en un casino del distrito de Miraflores, Lima – 2021.
- NULA: No existe relación entre el trabajo en equipo y los resultados en el servicio al cliente en un casino del distrito de Miraflores, Lima – 2021.

3.4 Tipo de investigación

Por el tipo de investigación, el presente estudio reúne las condiciones necesarias para ser denominado como “Investigación descriptiva-correlacional” porque detallamos cualidades de nuestras variables y describimos de qué manera se relaciona Liderazgo Organizacional y Servicio al Cliente en un casino del distrito de Miraflores, Lima – 2021.

Como menciona Sánchez y Reyes (2006), en su libro de Metodología y Diseños en la Investigación Científica, explica claramente que la investigación descriptiva correlacional es la que se orienta a la determinación del grado de relación existente entre dos o más variables de interés en una misma muestra de sujetos o el grado de relación existente entre dos fenómenos o eventos observados. Cuando se trata de una muestra de sujetos, el investigador observa la presencia o ausencia de las variables que desea relacionar y luego las relaciona por medio de la técnica estadística de análisis de correlación. (como se citó en Natividad et al, 2017, p. 58)

3.5 Diseño de investigación.

Para el presente estudio el diseño de la investigación es “no experimental y de corte transversal”, pues sólo se recogió información en un momento único, sin manipulación de las variables.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2003); Esto se sustenta en dos pilares. Por una parte, su ejecución no contempló ningún tipo de intervención sobre los sujetos en estudio,

lo que justifica su naturaleza no experimental. Y por la otra, su realización consideró solo la aplicación de un cuestionario a los sujetos investigados en un momento determinado, lo que sirve de base para argumentar que se trata de un diseño transversal, no longitudinal. (como se citó en Rojas, 2012, p.38)

Se aplicó encuestas a los trabajadores y clientes del casino con la finalidad de obtener información que permita validar las hipótesis planteadas en la presente investigación. La contrastación de las hipótesis se realizó con pruebas no paramétricas, para determinar si hay o no relación entre las variables y el tipo de relación que existe entre tales variables.

3.6 Población y muestra

3.6.1 Población.

Todos los trabajadores y clientes de un casino del distrito de Miraflores, Lima – 2021, los cuales se estiman en 50 trabajadores y 50 clientes preferentes, dando como resultado un total de 100 personas en esta población.

3.6.2 Muestra.

Será una muestra aleatoria no probabilística, ya que estará compuesta por 35 trabajadores y 35 clientes preferentes de un casino del distrito de Miraflores, Lima – 2021.

3.7 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

3.7.1 Técnicas.

La técnica empleada en el presente trabajo de investigación ha sido la encuesta a través de los cuestionarios, esta técnica nos permite indagar, explorar y recolectar los datos que necesitamos, dicha encuesta estuvo compuesta por 16 preguntas en total, 8 por cada variable y se utilizó una escala de Likert por tratarse de preguntas con respuestas cerradas, utilizando la siguiente escala.

1. Nunca
2. Casi Nunca
3. Indiferente
4. Casi siempre
5. Siempre

Cabe mencionar que por la coyuntura de la covid-19 las encuestas fueron elaborados a través de la herramienta formulario de Google y tomados de manera virtual a los trabajadores y clientes preferentes del casino.

3.7.2 Instrumentos.

El instrumento utilizado fue el cuestionario, dichos instrumentos fueron sometidos a una prueba de confiabilidad aplicada en el programa SPSS versión 25 y obtuvo una validez a través de un juicio de expertos, los cuales aprobaron dichas encuestas, realizando una evaluación del mismo.

3.7.2.1 Análisis de fiabilidad del instrumento.

3. Tabla

Estadísticos de fiabilidad del instrumento Liderazgo Organizacional

		N	%
Casos	Válido	35	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	35	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,706	8

Fuente: Elaboración propia, SPSS Versión 25

Podemos observar que el instrumento de la variable Liderazgo Organizacional obtuvo un ,706 de fiabilidad que según el intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach, se puede afirmar que la valoración de la fiabilidad de los ítems analizados es buena, estos resultados fueron analizados en el programa SPSS.

4. Tabla

Estadísticos de fiabilidad del instrumento Servicio al cliente

		N	%
Casos	Válido	35	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	35	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,896	8

Fuente: Elaboración propia, SPSS Versión 25

Podemos observar que el instrumento de la variable Servicio al cliente obtuvo un ,896 de fiabilidad que según el intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach, se puede afirmar que la valoración de la fiabilidad de los ítems analizados es buena, estos resultados fueron analizados en el programa SPSS.

3.7.2.2 Validez del instrumento.

5. Tabla

Validación del instrumento de recolección de datos por juicio de expertos

Grado, nombres y apellidos	Resultado
Experto 01 Mg. Loly Bonilla, César Enrique	El instrumento está aprobado con 46 pts.
Experto 02 Mg. Castillo Pebes, Roberto	El instrumento está aprobado con 42 pts.
Experto 03 Mg. Ponce de León Muñoz, Jaime M.	El instrumento está aprobado con 49 pts.
Resultado general	Se puede aplicar

Fuente: Elaboración propia

Capítulo IV: Resultados

4.1 Análisis de los Resultados

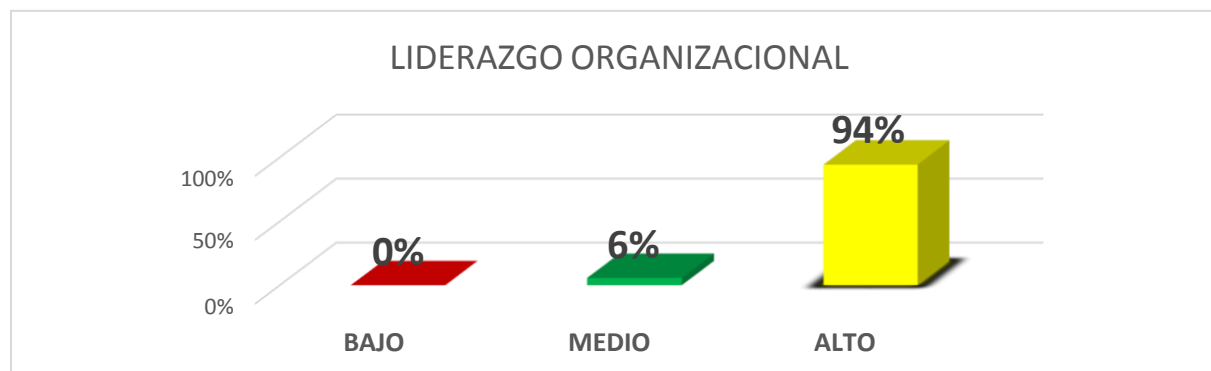
6. Tabla

Estadística descriptiva de la variable Liderazgo Organizacional

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%ACUMULADO
BAJO	0	0%	0%
MEDIO	2	6%	6%
ALTO	33	94%	100%
Total	35	100%	

Figura 1

Liderazgo Organizacional.



Nota. Elaboración propia

Se observa que un 94% de los trabajadores del casino considera que hay un nivel alto de aprobación para la variable Liderazgo Organizacional, mientras que solo un 6% considera que el nivel es medio.

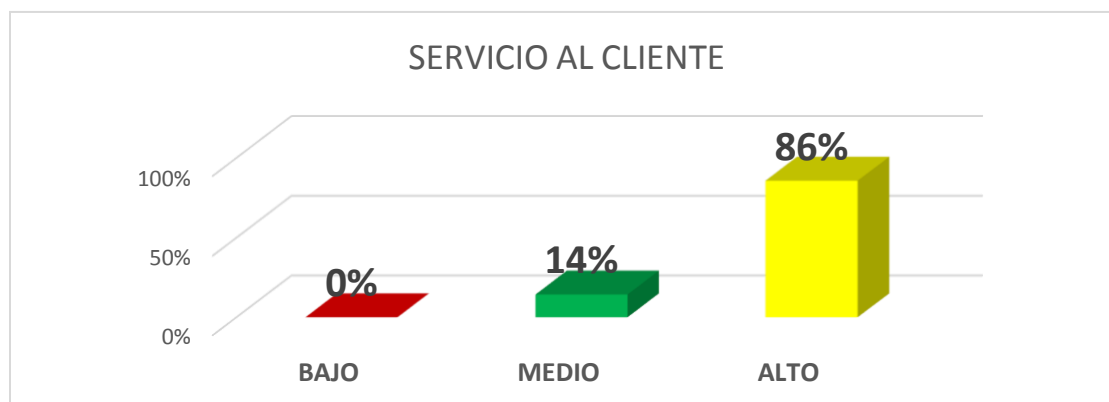
7.Tabla

Estadística descriptiva de la variable Servicio al cliente

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%ACUMULADO
BAJO	0	0%	0%
MEDIO	5	14%	14%
ALTO	30	86%	100%
Total	35	100%	

Figura 2

Servicio al cliente.



Nota. Elaboración propia

Se observa que un 86% de los clientes de un casino considera que hay un nivel alto de Servicio al cliente, mientras que solo un 14% considera que el nivel es medio.

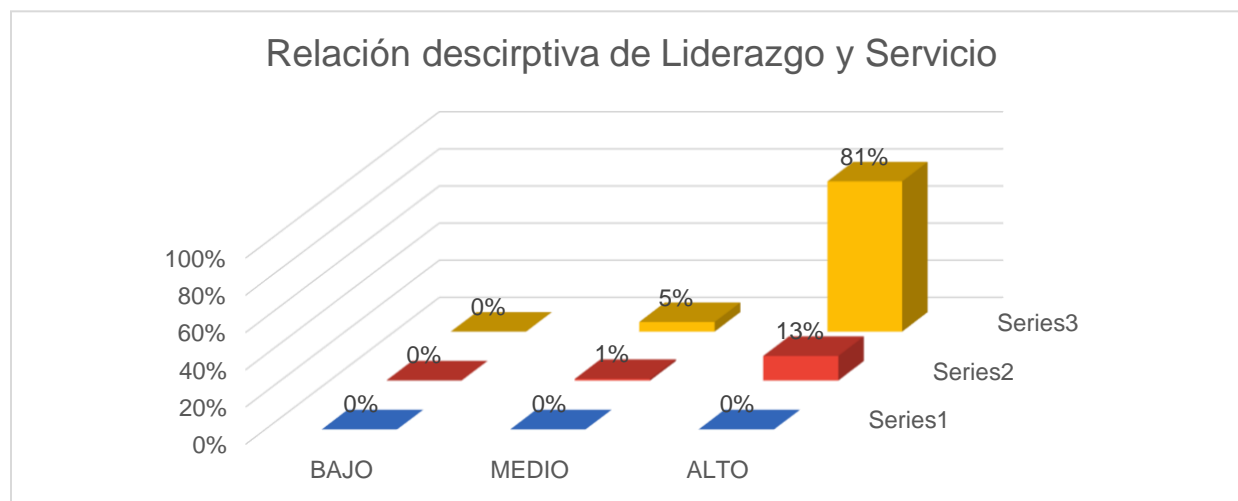
8.Tabla

Relación entre variables

ITEMS		LIDERAZGO ORGANIZACIONAL						TOTAL	
		BAJO		MEDIO		ALTO		f	%
		f	%	f	%	f	%	f	%
SERVICIO AL CLIENTE	BAJO	0	0%	0.00	0%	0	0%	0	0%
	MEDIO	0	0%	0.29	1%	4.71	13%	5	14%
	ALTO	0	0%	1.71	5%	28.29	81%	30	86%
TOTAL		0	0%	2	6%	33	94%	35	100%

Figura 3

Relación descriptiva de liderazgo y servicio.



Nota. Elaboración propia

Observamos que existe un grupo representativo del 81% que percibe un nivel ALTO para la variable Liderazgo Organizacional y a la vez un nivel ALTO para la variable Servicio al cliente, asimismo, un 13% señala que el Liderazgo y el Servicio al cliente alcanzan un nivel MEDIO y ALTO respectivamente.

Prueba de normalidad

Hipótesis para contrastar

H0: Los datos analizados siguen una distribución normal

H1: Los datos analizados no siguen una distribución normal

Si $p > 0.05$ Aceptamos la hipótesis nula

Si $p < 0.05$ Rechazamos la hipótesis nula de manera significativa

Si $p < 0.01$ Rechazamos la hipótesis nula de manera altamente significativa

9. Tabla

Estadística inferencial prueba de normalidad

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Liderazgo Organizacional	,169	35	,013	,916	35	,011
Servicio al Cliente	,198	35	,001	,900	35	,004

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia, SPSS Versión 25

Para esta investigación seleccionaremos la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, por tratarse de menos de 35 encuestas procesadas. Los resultados de la tabla de prueba de normalidad arrojan que la variable Liderazgo Organizacional obtuvo una significancia de ,011 que es mucho

menor al $p < 0.05$, por lo tanto rechazamos la hipótesis nula de manera significativa, en cuanto a la variable Servicio al cliente la significancia fue de ,004, que es mucho menos al $p < 0.01$, lo cual indica que rechazamos la hipótesis nula de manera altamente significativa, por consiguiente concluimos en que los datos no siguen una distribución normal, en ese sentido se recomienda realizar una prueba no paramétrica, la prueba de correlación Rho de Spearman.

10. Tabla

*Estadística inferencial correlaciones***Correlaciones**

			Manejo de Conflictos	Trabajo en Equipo	Liderazgo Organizacional	Trato Amable	Confiabilidad	Servicio al Cliente
Rho de Spearman	Manejo de Conflictos	Coeficiente de correlación	1,000	,548**	,916**	,593**	,569**	,616**
		Sig. (bilateral)	.	,001	,000	,000	,000	,000
		N	35	35	35	35	35	35
	Trabajo en Equipo	Coeficiente de correlación	,548**	1,000	,828**	,485**	,469**	,502**
		Sig. (bilateral)	,001	.	,000	,003	,005	,002
		N	35	35	35	35	35	35
	Liderazgo Organizacional	Coeficiente de correlación	,916**	,828**	1,000	,602**	,615**	,644**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.	,000	,000	,000
		N	35	35	35	35	35	35
	Trato Amable	Coeficiente de correlación	,593**	,485**	,602**	1,000	,673**	,891**
		Sig. (bilateral)	,000	,003	,000	.	,000	,000
		N	35	35	35	35	35	35
	Confiabilidad	Coeficiente de correlación	,569**	,469**	,615**	,673**	1,000	,925**
		Sig. (bilateral)	,000	,005	,000	,000	.	,000
		N	35	35	35	35	35	35
	Servicio al Cliente	Coeficiente de correlación	,616**	,502**	,644**	,891**	,925**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,002	,000	,000	,000	.
		N	35	35	35	35	35	35

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia, SPSS Versión 25

Con relación a los resultados de la tabla podemos determinar que la variable Liderazgo Organizacional y Servicio al cliente guardan una relación alta porque obtuvo un coeficiente del Rho de Spearman de ,644 también observamos que la significancia es de ,000 al ser menor que 0,01 concluimos que existe relación entre Liderazgo Organizacional y Servicio al cliente con un nivel de error de 0,01 por lo tanto aceptamos la hipótesis alterna.

En cuanto a la dimensión Manejo de conflictos y la variable Servicio al Cliente vemos que la significancia es de ,000 al ser menor que ,01 concluimos que existe relación entre el Manejo de conflictos que emplea el líder y la mejora del servicio al cliente con un coeficiente del Rho de Spearman de ,616 con un nivel de error de 0,01 por lo tanto aceptamos la Hipótesis alternativa.

Por otro lado, la dimensión Trabajo en equipo y la variable Servicio al cliente vemos que la significancia es de ,002 al ser menor que ,01 concluimos que existe relación entre el Trabajo en equipo que establece el líder y los resultados del servicio al cliente con un coeficiente del Rho de Spearman de ,502 con un nivel de error de 0,01 por lo tanto aceptamos la Hipótesis alternativa.

11. Tabla

Estadística inferencial resumen de modelo

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,692 ^a	,479	,463	1,368

a. Predictores: (Constante), Liderazgo Organizacional

Fuente: elaboración propia, versión SPSS 25

Observamos la tabla N°11 Podemos visualizar que el R cuadrado o coeficiente de determinación es de ,479 el cual lo convertimos en porcentaje y es 47,9 % y decimos que el Liderazgo Organizacional es responsable de 47,9 % del servicio al cliente que es ofrecido por todos los colaboradores del casino.

12. Tabla

Estadística inferencial Anova

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	56,656	1	56,656	30,281	,000 ^b
	Residuo	61,744	33	1,871		
	Total	118,400	34			

a. Variable dependiente: Servicio al cliente

b. Predictores: (Constante), Liderazgo organizacional

Fuente: Elaboración propia, SPSS Versión 25

Observando la tabla N° 12 vemos que la significancia es de ,000 al ser menos que 0,01 por lo tanto aceptamos la Hipótesis alternativa indicando que existe relación entre la variable Liderazgo Organizacional y la variable Servicio al cliente con un nivel de error de ,005

4.2 Discusión

En el presente trabajo de investigación de Liderazgo Organizacional y Servicio al cliente en un casino del distrito de Miraflores, Lima 2021, en primer lugar se validaron los instrumentos por un juicio de expertos, luego se comprobó la confiabilidad de los instrumentos que fue buena, ya que obtuvo un alfa de Cronbach de ,896 para la variable Servicio al cliente y ,706 para la variable Liderazgo Organizacional, se eligió la prueba de normalidad Shapiro Wilk, , porque se tomaron 35 encuestas para una variable y 35 para la otra, dicha prueba nos llevó a seleccionar una prueba no paramétrica por tal razón elegimos la Correlación Rho Spearman, los datos fueron analizados en el programa SPSS versión 25.

A partir de los resultados obtenidos determinamos que existe relación entre la variable liderazgo organizacional y la variable servicio al cliente, ya que se obtuvo un coeficiente de correlación Rho Spearman de ,644 y un p valor de ,000, rechazando así la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna, también se concluyó que existe relación entre la dimensión Manejo de conflictos y la variable Servicio al Cliente con un coeficiente del Rho de Spearman de ,616 con un nivel de error de 0,01 la significancia es de ,000 al ser menor que ,01 se acepta la Hipótesis alterna. Esto quiere decir que la mejora del servicio al cliente dependerá de la habilidad que tiene el líder para resolver los conflictos en un casino. De la misma manera vemos que existe relación entre la dimensión Trabajo en equipo y la variable Servicio al cliente, ya que la significancia es de ,002 al ser menor que ,01 aceptamos la hipótesis alterna con un coeficiente del Rho de Spearman de ,502 con un nivel de error de 0,01. Por ende, decimos que los resultados del servicio al cliente dependen del trabajo en equipo que promueve y dirige el líder en el casino. En su trabajo Blas (2017) concluyó

que el liderazgo y el desempeño guardan una relación positiva y fuerte porque a medida que el líder es bueno el desempeño mejora, lo cual apoya nuestra investigación porque los resultados del servicio dependen en gran medida del desempeño del trabajador, por ende, el liderazgo debe ser bueno. Para su proyecto se tomó como muestra a 22 trabajadores del área de Informática de la Municipalidad provincial del Santa, el grado de confiabilidad de los instrumentos fue bueno, ya que se obtuvo un alfa de Cronbach de ,780 para la variable Liderazgo y ,789 para la variable Desempeño, a diferencia de nuestro trabajo aquí se aplicó la prueba de contrastación de hipótesis “Índice de correlación de Pearson”, la cual pudo aceptar su hipótesis alterna, los datos arrojaron que el 81.8% de los trabajadores considera que el liderazgo por el jefe era intermedio entre autoritario y democrático, también se comprobó que el desempeño de los trabajadores era medio o regular.

Frkovich (2018) demuestra qué estilo de liderazgo se relaciona más con el compromiso de una organización del sector bancario, y lo que más se puede resaltar de este trabajo es que en definitiva liderazgo es la forma como se aplica determinado estilo, si es que así lo quieren decir, puesto que no existe una sola forma o manera de hacer bien las cosas, también depende del ambiente y para este caso, pues el estilo transaccional hace que los trabajadores se comprometan más, porque existe un premio o castigo, pero eso no quiere decir que el estilo transformacional este por debajo sino que precisamente en este rubro se aplica más, ahora el que si tiene un impacto negativo es el estilo laissez- faire, si bien es cierto este trabajo no pertenece a nuestro rubro que es el de casinos, podría decirse que si trabaja con clientes y muy especiales que consideran que deben tener la prioridad y la mayor atención, se trabaja bajo mucha presión por la cantidad de dinero que maneja y el tipo de cliente que en su mayoría son retirados, personas

con cierta posición económica, tanto en los bancos como en los casinos los trabajadores deben tener un perfil orientado hacia el servicio y dar una imagen de confianza, por eso de alguna manera se relaciona con los casinos. Para este estudio se tomaron como muestra a 147 trabajadores del área de micro finanzas, por esa razón se tuvo que realizar la prueba de normalidad *Kolmogorov-Smirnov* por tratarse de una muestra mayor a 50, los análisis de fiabilidad nos mostraron un buen nivel de confiabilidad de la escala Compromiso ($\alpha = .79$) también encontramos buenos índices de confiabilidad en las 3 subescalas de liderazgo: transformacional ($\alpha = .97$), transaccional ($\alpha = .92$) y laissez-faire ($\alpha = .90$), así mismo para determinar la relación entre las variables se eligió la prueba no paramétrica de correlación de Spearman, la cual demostró que existe un correlación significativa entre el liderazgo transaccional y el compromiso.

Inderique y Yanasupo, (2017) en su investigación comprobaron que existe relación directa y significativa entre el servicio al cliente y la competitividad en el tragamonedas Money Money S.A.C. Huancayo 2017, el cual se obtuvo con la Rho de Spearman de 0,848 y con un nivel de confianza del 99%, aceptando así la hipótesis alterna planteada, asimismo, para las demás dimensiones que también mostraron una significancia directa con la competitividad, por su naturaleza el tipo de investigación tuvo un enfoque cuantitativo y un diseño descriptivo correlacional, se tomó la encuesta a 445 clientes del casino MONEY MONEY de Huancayo, los resultados evidenciaron que existe clientes que no están satisfechos con el servicio brindado en ese casino, lo que contrasta nuestra investigación, ya que nuestros datos arrojaron que existe un 86% de los clientes del casino del distrito de Miraflores que considera que hay un nivel alto de Servicio al cliente, mientras que solo un 14% considera que el nivel es medio.

Conclusiones

1. Con relación al objetivo general, se determinó que el liderazgo organizacional, sí tiene y guarda una relación con el servicio al cliente que brindan los trabajadores de un casino del distrito de Miraflores en el 2021, según los resultados se obtuvo un coeficiente de correlación del Rho de Spearman de ,644 y un nivel de error de 0,00, aceptando la hipótesis alternativa.
2. Con relación al primer objetivo secundario, se determinó que existe relación entre el Manejo de conflictos que emplea el líder y la mejora del servicio al cliente de un casino del distrito de Miraflores en el 2021, con un coeficiente del Rho de Spearman de ,616 con un nivel de error de 0,01 por lo tanto aceptamos la Hipótesis alternativa.
3. Con relación al segundo objetivo secundario, se determinó que existe relación entre el Trabajo en equipo que establece el líder y los resultados del servicio al cliente de un casino del distrito de Miraflores en el 2021, con un coeficiente del Rho de Spearman de ,502 con un nivel de error de 0,01 por lo tanto aceptamos la Hipótesis alternativa.

Recomendaciones

En base a la información recolectada por la presente investigación entre Liderazgo Organizacional y Servicio al cliente se realizan las siguientes recomendaciones:

1. Seguir promoviendo a los mejores talentos de forma horizontal y vertical, realizando previo a eso un seguimiento de su desempeño y tiempo de servicio en la empresa. Formar a nuestros líderes impartiendo más talleres y cursos donde puedan crecer de manera personal y profesional.
2. Implementar un programa de reconocimiento para generar una sana competencia que permita dar lo mejor de cada uno de los colaboradores, organizar un evento con cada uno de estos seleccionados para poder escuchar sus aportes e ideas.
3. Perfeccionar los Feedback que se ofrecen periódicamente y llevar un registro detallado de cuál fue la percepción de este y corregir posibles fallas, todo lo que nos permita alinear a los colaboradores con los objetivos de la empresa.

Aportes Científicos o Académicos

El presente estudio aportará a ampliar los datos sobre el liderazgo organizacional aplicado por los líderes de la empresa y cómo repercute en el servicio al cliente que ofrecen los trabajadores en un casino, para contrastarlos con otros estudios similares, y analizar las posibles variantes según la naturaleza de la empresa, giro del negocio, la gestión de la organización, el contexto.

Así mismo contribuye de manera metodológica, ya que los instrumentos diseñados fueron creación del autor, por tanto, son originales y servirán para futuras investigaciones que utilicen metodologías compatibles, de manera que se podrán realizar comparaciones entre periodos de tiempo, también buscará proveer de información a las empresas del rubro de casino, ya que será útil conocer los costos de aplicar un buen liderazgo en el logro de los objetivos, por consiguiente mantener un buen clima para que se refleje en el servicio al cliente y no decaiga el nivel de satisfacción del mismo, para esto, en este trabajo tenemos algunas sugerencias y formas de prevenirlo. De tal manera se debe considerar mantener siempre activos los flujos de comunicación tanto directos como virtuales, para que, tanto líder como trabajadores mantengan la misma línea de información, donde se les trasmite los objetivos y metas, empoderar a los colaboradores para el logro de mejor productividad, con esto lograr el compromiso en todos los niveles jerárquicos de la empresa. Como propuesta a la solución se recomienda de acuerdo con el cargo jerárquico actualización de todos los procedimientos, analizar la matriz de riesgos, talleres, capacitaciones, inclusión laboral, participación, esto de acuerdo con la misión y visión empresarial, así lograr el compromiso con la empresa, no sin mencionar realizar anualmente auditoría interna revisando el flujo de acuerdo con los procedimientos y acápites. Con esto se logrará identificar las oportunidades y mejora continua.

Referencias

- Alayo Tasayco, J. S. (2019). La capacitación como herramienta para mejorar el servicio al cliente de la tienda Ripley San Borja para el período 2019. *La capacitación como herramienta para mejorar el servicio al cliente de la tienda Ripley San Borja para el período 2019*. Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur, Lima. Obtenido de http://repositorio.untels.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/55/1/Alayo_Jhon_Trabajo%20de%20Suficiencia_2019.pdf
- Amasifuen Manuyama, K. (2020). EL LIDERAZGO Y LA IMPORTANCIA EN LAS ORGANIZACIONES. *Trabajo de investigación para optar el grado académico de bachiller en Administración*. Universidad Privada de la Selva Peruana, Iquitos. <http://repositorio.ups.edu.pe/handle/UPS/245>
- Barrientos Vargas, F. (2017). *CALIDAD DEL SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE LA SALA DE JUEGOS LAS VEGAS – CHICLAYO*. Universidad Cesar Vallejo, Chiclayo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/11149>
- Blanch Baixauli , J. (2018). *Liderazgo auténtico, rendimiento e innovación: efecto mediador de las integraciones afectiva y cognitiva, y el engagement*. Madrid. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/46471/1/T39653.pdf>
- Blas Lara, E. A. (2017). Relación entre el liderazgo y el desempeño laboral en trabajadores del área de informática de la Municipalidad Provincial del Santa, 2017. *Maestro en Gestión*

Pública. Universidad César Vallejo, Perú.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/11942>

CHIAVENATO, I. (2014). *INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN*. D.F., México: McGrawHill/Interamericana Editores S.A.

Davila Alarcón, M. C., & Barboza Ramírez, M. D. (2019). *Servicio al cliente y la relación con la satisfacción del cliente, en el Restaurante Yenifer de Tarapoto, periodo 2016*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Tarapoto. <https://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/3314>

Droguett Jorquera, F. J. (2012). *Calidad y satisfacción en el servicio a clientes de la industria automotriz: análisis de principales factores que afectan la evaluación de los clientes*. UNIVERSIDAD DE CHILE, Santiago. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/108111>

Enríquez Chuga, J. F. (2011). *El servicio al cliente en restaurantes del Centro de Ibarra, estrategias de desarrollo de servicios*. Tesis de maestría, Universidad Técnica del Norte, Ibarra. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/1148>

Fischman, D. (2013). *El camino del lider*. Lima: PLANETA.

Frkovich Mallqui , B. (2018). *Relación entre los Estilos de Liderazgo y el Compromiso Organizacional. (Tesis de Licenciatura)*. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERU, LIMA - PERÚ. <https://core.ac.uk/download/pdf/196542835.pdf>

Gallegos Calderón, G., & Miranda Bringas, A. (2019). *La influencia de los estilos de liderazgo en*

- la satisfacción organizacional. *Programa de Maestría en Organización y Dirección de Personas*. Esan Graduate School of Business, Lima. Obtenido de https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1717/2016_MAODP_16-2_06_T.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Gamboa Guerrero, K., & Gómez Caballero, L. (2017). Universidad Externado de Colombia. *Diseño de un producto turístico de juegos de azar, enfocado en la actividad de los casinos de la Zona Rosa de Bogotá*. Universidad Externado de Colombia., Bogotá. Obtenido de <https://bdigital.uexternado.edu.co/handle/001/450>
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos, Revista de estudios interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 381-398. <https://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>
- González González, O., & González Cubillán, L. (2012). Estilos de liderazgo del docente universitario. *Multiciencias*, 35-44. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=904/90423275005>
- Guerra Padilla, Y. (2017). Escuela de postgrado. *Habilidades directivas y el nivel de comunicación interna en la Dirección General de Juegos de Casinos y Máquinas Tragamonedas, 2016*. Universidad César Vallejo, Lima. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/9002>
- Gutierrez Celis, Y. F. (2019). *EL LIDERAZGO ADAPTATIVO DE RONALD A. HEIFETZ. CARACTERÍSTICAS, ALCANCES Y LIMITACIONES*. MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS, UNIVERSIDAD DEL ROSARIO, Bogotá. Obtenido de

<https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/19871>

Guzmán Hernández, A. N. (2018). Propuesta de programa de capacitación en Ventas y Servicio al Cliente como un elemento detonador del éxito del restaurante "EL PESCADOR" Villa Hermosa, Tabasco, México. *LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN*. UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO A.C., TABASCO, MEXICO.

HERNÁNDEZ CLAVIJO, J. D., ESCORCIA BOLAÑO, M. V., MARTÍNEZ CANTE, N., & AYALA CASTELLANOS, R. M. (2017). *IMPACTO DEL MODELO POR COMPETENCIAS DE LIDERAZGO EN EL DESEMPEÑO DE LOS EQUIPOS DE COBRANZA DIRECTV*. ESPECIALIZACION EN GESTIÓN HUMANA DE LAS ORGANIZACIONES, UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA, BOGOTÁ D.C.

<http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/3104>

Huaman Carrasco, A. (2019). *Trabajo en equipo y competencia laboral en el Banco de Crédito de la agencia los Próceres de San Juan de Lurigancho*. TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE: Licenciada en Administración, UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/55721>

Inderique Chipana, P. R., & Yanasupo Roca, Y. T. (2017). RELACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE Y LA COMPETITIVIDAD EN EL TRAGAMONEDAS "MONEY MONEY" S.A.C. – HUANCAYO – 2017. *Licenciado en Administración*. UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES, Huancayo, Lima - Perú.
<https://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/892>

Jiménez Ayala, L. F., & Contreras Ríos, D. M. (2016). LIDERAZGO Y CLIMA ORGANIZACIONAL EN UN COLEGIO DE CUNDINAMARCA. *MAESTRÍA EN DIRECCIÓN*. UNIVERSIDAD DEL ROSARIO, Bogotá, Colombia.

<https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/11983>

Kaye, B., & Winkle, J. (2017). Ayúdalos a crecer o míralos irse. *Ayúdalos a crecer o míralos irse*. Gestión del conocimiento, Madrid.

Linares Marín , J. S. (2017). *Motivación laboral y desempeño laboral en el centro de salud la Huayrona 2017*. UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO, LIMA.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/9005>

Loly Sánchez, C., & Terrones Ríos, F. (2013). FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD. *Incidencia del presupuesto en el logro de los objetivos estratégicos de la empresa segurimaster E.I.R.L*. Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo. <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/141>

Macavilca Contreras, E. G. (2018). Escuela de postgrado. *Comportamiento organizacional en la productividad laboral de los trabajadores de la Dirección General de Juegos de Casinos y Máquinas Tragamonedas, Lima - 2018*. Universidad Cesar Vallejo, Lima. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/23368>

Maquera Sosa, J. P. (2010). *RELACION ENTRE EL LIDERAZGO*

TRANSFORMACIONAL, LIDERAZGO TRANSACCIONAL Y LIDERAZGO LAISSEZ FAIRE CON LA SATISFACCION, EFECTIVIDAD Y ESFUERZO EXTRA DE LOS DOCENTES DE LA UPeU PERIODO 2009. UNIVERSIDAD PERUANA UNION.

Obtenido de <https://digitalcommons.andrews.edu/dissertations/1708/>

Marzal Flores, L. (2020). ESCUELA DE POSGRADO. *Implementación del control de gestión para mejorar el área operativa en una empresa de casinos.* UNIVERSIDAD RICARDO PALMA, Lima. Obtenido de <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/3533>

Muñoz Higuera, L. K. (2018). Diagnóstico de la prestación del servicio al cliente en la Clínica Veterinaria El Country : consideraciones para la reestructuración del protocolo de servicio al cliente. *TESIS DE GRADO - MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN.* UNIVERSIDAD EAFIT, Barranquilla, COLOMBIA. <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/13775>

Natividad Carrasco, M. M., & Zavala Rivera, A. M. (2017). *Clima organizacional y su relación con la satisfacción laboral en los trabajadores Administrativos en la Constructora Río Bravo S.A.C. en el 2017.* UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS, LIMA, LIMA. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/623796>

Paez Mancilla, A. A., Cely Curacas, C., Herrera Matias, D. P., Corredor Quiroga, F. A., & Jaramillo Perdomo, J. (2018). *Liderazgo en el Área de Servicio al cliente de una Aerolínea Colombiana.* Trabajo de grado para obtener título de Especialista en Gestión Humana de las Organizaciones, UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA, FACULTAD DE

CIENCIAS

HUMANAS,

Bogotá.

<http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/10009>

Paz Couso, R. (2005). *Servicio al cliente, La comunicación y la calidad del servicio y la atención al cliente*. Vigo, España: Ideaspropias.

Primo Broncano, Y. (2018). *Estilo de liderazgo y la actitud emprendedora de los docentes de las instituciones educativas de la RED N°8 Puente Piedra-Lima, 2017*. TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE: Maestra en administración de la educación, UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO, Lima.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/13857>

Quispe Chanco, V. M., & Huaman Narvay, J. (2016). *ANALISIS DE TIEMPO EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE*”REALIZADO EN: “BBVA BANCO CONTINENTAL. TESIS PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS, CHINCHA.
<http://repositorio.autonomadeica.edu.pe/handle/autonomadeica/89>

Ramirez Ortiz, Y. V. (2017). *ESTILOS DE LIDERAZGO Y CLIMA ORGANIZACIONAL EN COLABORADORES DE UNA EMPRESA BANCARIA DEL ESTADO CON AGENCIAS EN LIMA. TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL Y RECURSOS HUMANOS*. UNIVERSIDAD RICARDO PALMA, LIMA, PERÚ.
<http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/1505>

- Rojas Jara, A. (2012). *EL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL EN DIRECTORES DE TRES LICEOS BICENTENARIO Y TRES LICEOS REGULARES DE LA REGIÓN METROPOLITANA*. tesis para optar al grado de Magíster en Ciencias Sociales Mención Sociología de la Modernización , UNIVERSIDAD DE CHILE .
<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/113354>
- Ruiz Galvis, D. I., & Constanza Galeano, L. (2017). *ESTILOS DE LIDERAZGO EN LOS JEFES DE LA COMPAÑÍA ALIMENTOS BALANCEADOS TEQUENDAMA S.A.PLANTA HARINAS*. UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA.
<http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/3103>
- Torre Rosales, A. (2019). FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES. *Propuesta del Benchmarking para lograr el posicionamiento de marca en el casino 4 ases de Huaraz - 2019*. Universidad César Vallejo, Huaraz. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41018/Torre_RAD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Torres Mujica, A. (2020). *La Relacion del Liderazgo entre las Teorías del liderazgo situacional y la Accion Humana*. Tesis doctoral, Universidad de Navarra.
<https://hdl.handle.net/10171/59713>
- Villacreses León, J. A. (2021). *Liderazgo en Trabajo en Equipos*. Quito. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/4742>
- Yzaguirre Culqui, G. P. (2017). *Estilos de liderazgo y manejo de conflictos en la oficina de*

administración en una institución pública. TESIS PARA OPTAR EL GRADO
ACADÉMICO DE:Maestra en Gestión Pública. Obtenido de
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/8895>

Apéndice

Apéndice 1: Matriz de consistencia

Título: EL LIDERAZGO ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN EN EL SERVICIO AL CLIENTE EN UN CASINO DE MIRAFLORES, LIMA - 2021

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable y Dimensiones	Metodología
¿De qué manera se relaciona el Liderazgo Organizacional y el Servicio al Cliente en un casino de Miraflores, Lima – 2021?	Determinar la relación entre el Liderazgo organizacional y el servicio al cliente en un casino de Miraflores, Lima – 2021.	Si existe relación entre el liderazgo organizacional y el servicio al cliente en un casino del distrito de Miraflores, Lima – 2021.	Liderazgo Organizacional	Tipo: Descriptiva-Correlacional
			Manejo de Conflictos	Diseño: No experimental y transversal Nivel: Descriptivo
			Trabajo en Equipo	Enfoque: Cuantitativo Población: Total de trabajadores y clientes de un Casino del distrito de Miraflores.
			Servicio al cliente	Muestra: 35 trabajadores y 35 clientes preferentes.
			Trato Amable	Técnica: La encuesta
			Confiabilidad	Instrumento: El cuestionario
Problema Especifico	Objetivo Especifico	Hipótesis Especificas		
¿De qué manera se relaciona el manejo de conflictos en la mejora del servicio al cliente en un casino de Miraflores, Lima - 2021?	Determinar qué relación tiene el manejo de conflictos en la mejora del servicio al cliente en un casino de Miraflores, Lima - 2021.	Si existe relación entre el manejo de conflictos y la mejora del servicio al cliente en un casino del distrito de Miraflores, Lima – 2021.		
Problema Especifico	Objetivo Especifico	Hipótesis Especificas		
¿De qué manera se relaciona el trabajo en equipo con los resultados en el servicio del cliente en un casino de Miraflores, Lima - 2021?	Determinar qué relación tiene el trabajo en equipo con los resultados en el servicio al cliente en un casino de Miraflores, Lima - 2021.	Si existe relación entre el trabajo en equipo y los resultados en el servicio al cliente en un casino del distrito de Miraflores, Lima – 2021.		

INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

Apéndice 2: Cuestionario de la variable: Liderazgo Organizacional



El presente cuestionario pretende recoger información sobre la investigación del Liderazgo Organizacional y Servicio al Cliente en un casino del distrito de Miraflores, Lima – 2021, solicitamos su participación respondiendo de forma anónima las preguntas que le presentamos a continuación.

Indicaciones

Lea atentamente la pregunta y marque con (x) dentro del recuadro respectivo de la respuesta que crea que es la correcta, según su opinión respecto al tema.

Utilice la siguiente leyenda:

Siempre	Casi Siempre	Indiferente	Casi nunca	Nunca
5	4	3	2	1

VARIABLE (X): Liderazgo Organizacional

N	Preguntas	Escala de Valoración				
		5	4	3	2	1
	Dimensión: Manejo de Conflictos					
1	¿ Considera que sus líderes resuelven sus problemas?					
2	¿ Cree que las alternativas de solución que establecen los líderes son las más adecuadas?					
3	¿ Los criterios empleados por parte de sus líderes para tomar decisiones son los correctos?					
4	¿ Estima que sus líderes resuelven sus dudas de manera oportuna?					
	Dimensión: Trabajo en equipo					
5	¿ Piensa que los líderes están abiertos a escuchar nuevas soluciones o aporte de ideas?					
6	¿ Los líderes toman en cuenta las propuestas de los trabajadores?					
7	¿ Siente que los líderes reconocen a los colaboradores que cooperan en la organización?					
8	¿ Cree que su líder promulga la participación de los trabajadores en la organización?					

Apéndice 3: Cuestionario de la variable: Servicio al cliente



El presente cuestionario pretende recoger información sobre la investigación de Liderazgo Organizacional y Servicio al Cliente en un casino del distrito de Miraflores, Lima – 2021 solicitamos su participación respondiendo de forma anónima las preguntas que le presentamos a continuación.

Indicaciones

Lea atentamente la pregunta y marque con (x) dentro del recuadro respectivo de la respuesta que crea que es la correcta, según su opinión respecto al tema.

Utilice la siguiente leyenda:

Siempre	Casi Siempre	Indiferente	Casi nunca	Nunca
5	4	3	2	1

VARIABLE (Y): Servicio al cliente

Nº	Preguntas	Escala de valoración				
	Dimensión: Trato amable	5	4	3	2	1
1	¿ Se siente usted satisfecho con el servicio y la atención brindada?					
2	¿ El trato recibido por parte de los trabajadores es considerado y amable?					
3	¿Atienden de manera efectiva sus consultas, quejas y/o sugerencias?					
4	¿ Recibe una respuesta y solución inmediata a sus necesidades o inquietudes?					
	Dimensión: Confiabilidad					
5	¿ Considera que sus pedidos llegan rápido?					
6	¿ Sus pedidos son atendidos según lo solicitado?					
7	¿Tiene usted confianza al realizar sus transacciones en caja?					
8	¿ El personal da una imagen de honestidad y confianza?					

Apéndice 4: Fichas de validación de juicio de expertos

Ficha de Validación de Juicio de Expertos N°01

VALIDACION CON JUICIO DE EXPERTO: CUESTIONARIO DE ENCUESTA

TEMA: LIDERAZGO ORGANIZACIONAL Y SERVICIO AL CLIENTE EN UN CASINO DEL DISTRITO DE MIRAFLORES, LIMA – 2021

BACHILLER:

GLORIA ISABEL CHÁVEZ FERNÁNDEZ

JUICIO DE EXPERTO:

1. La opinión que usted brinde es personal y sincera.
2. Marque con aspa "X" dentro del cuadro de valoración, solo una vez por cada criterio, el que usted considere su opinión para el cuestionario.

1: Muy Malo

2: Malo

3: Regular

4: Bueno

5: Muy Bueno

N°	CRITERIOS	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	Claridad Esta formulado con el lenguaje apropiado y comprensible				X	
2	Objetividad Permite medir hechos observables					X
3	Actualidad Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				X	
4	Organización Presentación Ordenada				X	
5	Suficiencia Comprende los aspectos en cantidad y claridad				X	
6	Pertinencia Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos					X
7	Consistencia Permite conseguir datos basados en modelos teóricos				X	
8	Coherencia Hay coherencia entre las variables indicadores y ítems				X	
9	Metodología La estrategia responde al propósito de la investigación				X	
10	Aplicación Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente				X	

Apellidos y Nombres del juez experto: Castillo Pebes, Roberto

Especialidad del juez experto: Auditoria Financiera, Contabilidad, Control Interno

Grado del juez experto: Magister

_____ Roberto Castillo P. _____



VALIDACION CON JUICIO DE EXPERTO: CUESTIONARIO DE ENCUESTA

Tema: Liderazgo Organizacional y Servicio al Cliente en un casino del distrito de Miraflores,
Lima – 2021

Bachiller: Gloria Isabel Chávez Fernández

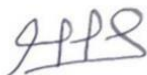
JUICIO DE EXPERTO:

1. La opinión que usted brinde es personal y sincera.
2. Marque con aspa "X" dentro del cuadro de valoración, solo una vez por cada criterio, el que usted considere su opinión para el cuestionario.

1: Muy Malo 2: Malo 3: Regular 4: Bueno 5: Muy bueno

N°	CRITERIOS	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	Claridad Esta formulado con el lenguaje apropiado y comprensible					X
2	Objetividad Permite medir hechos observables					X
3	Actualidad Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					X
4	Organización Presentación Ordenada					X
5	Suficiencia Comprende los aspectos en cantidad y claridad				X	
6	Pertinencia Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos					X
7	Consistencia Permite conseguir datos basados en modelos teóricos				X	
8	Coherencia Hay coherencia entre las variables indicadores y items				X	
9	Metodología La estrategia responde al propósito de la investigación				X	
10	Aplicación Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente					X

El instrumento está aprobado con 46 puntos



DNI 25406615

Apellidos y nombres del Experto: César Enrique Loli Bonilla
Grado del Experto: Maestro

Especialidad: Auditor Contador
Lugar de trabajo Universidad Peruana de la Américas

VALIDACIÓN CON JUICIO DE EXPERTO: CUESTIONARIO DE ENCUESTA

TÍTULO DE TESIS: Liderazgo Organizacional y Servicio al Cliente en un casino del distrito de Miraflores, Lima – 2021.

AUTOR: Gloria Isabel Chávez Fernández

Administración y Gestión de empresas

JUICIO DE EXPERTO:

1. La opinión que usted brinde es personal y sincera.
2. Marque con un aspa "X" dentro del cuadro de valoración, solo una vez por cada criterio, el que usted considere su opinión sobre el cuestionario.

- 1: Muy Malo
2: Malo
3: Regular
4: Bueno
5: Muy Bueno

N°	CRITERIOS	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	Claridad: Está formulado con el lenguaje apropiado y comprensible.					X
2	Objetividad: Permite medir hechos observables.				X	
3	Actualidad: Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4	Organización: Presentación ordenada.					X
5	Suficiencia: Comprende los aspectos en cantidad y claridad.					X
6	Pertinencia: Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos.					X
7	Consistencia: Permite conseguir datos basados en modelos teóricos.					X
8	Coherencia: Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítems.					X
9	Metodología: La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10	Aplicación: Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.					X

¡Muchas gracias por su respuesta!

Apellidos y Nombres del Juez Experto: PONCE DE LEÓN MUÑOZ JAIME M.

Especialidad de Juez Experto: FINANZAS

Grado del juez experto: **Magister**

JAIME M. PONCE DE LEÓN MUÑOZ
Firma y nombre del juez experto

Apéndice 5: Base de datos cuestionario Liderazgo Organizacional.

	MANEJO DE CONFLICTOS				D1	TRABAJO EN EQUIPO				D2	TOTAL
	1	2	3	4		5	6	7	8		
1	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	33
2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	40
3	4	5	5	4	18	5	4	4	5	18	36
4	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18	36
5	5	5	5	5	20	5	5	3	5	18	38
6	3	4	4	4	15	4	5	5	5	19	34
7	4	4	5	4	17	4	4	5	5	18	35
8	4	5	5	4	18	4	4	5	5	18	36
9	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	38
10	5	4	5	5	19	4	5	5	5	19	38
11	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	39
12	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	39
13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	32
14	4	4	5	4	17	5	4	5	5	19	36
15	4	4	5	4	17	5	4	5	5	19	36
16	4	5	5	5	19	5	4	5	5	19	38
17	5	5	4	5	19	4	5	5	5	19	38
18	4	5	5	4	18	5	5	5	5	20	38
19	4	5	4	4	17	5	4	5	5	19	36
20	4	5	4	5	18	5	5	5	4	19	37
21	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20	38
22	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	40
23	4	5	4	5	18	5	5	4	5	19	37
24	4	5	5	5	19	4	5	4	5	18	37
25	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	39
26	4	5	5	5	19	4	5	5	5	19	38
27	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	40
28	3	5	5	5	18	4	5	4	4	17	35
29	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20	37
30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	40
31	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	40
32	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19	38
33	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	40
34	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	40
35	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	40

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Apéndice 6: Base de datos cuestionario Servicio al cliente

	TRATO AMABLE				D1	CONFIABILIDAD				D2	TOTAL
	9	10	11	12		13	14	15	16		
1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	40
2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	40
3	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	40
4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	40
5	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	39
6	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	39
7	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	40
8	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	39
9	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	40
10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	40
11	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	39
12	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	40
13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	40
14	2	4	4	2	12	4	5	5	4	18	30
15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	40
16	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18	34
17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	32
18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	40
19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	40
20	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	34
21	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	34
22	4	4	5	5	18	4	4	5	5	18	36
23	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	38
24	4	4	5	5	18	4	5	5	5	19	37
25	4	4	5	5	18	4	5	5	5	19	37
26	4	4	5	5	18	5	5	5	4	19	37
27	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	38
28	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	38
29	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	38
30	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	38
31	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	38
32	4	4	5	5	18	4	5	5	5	19	37
33	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	38
34	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	38
35	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	38

Apéndice 7: Cuadros de fiabilidad de la variable Liderazgo Organizacional

Fiabilidad

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	35	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	35	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,706	8

Apéndice 8: Cuadros de fiabilidad de la variable Servicio al cliente

Fiabilidad

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	35	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	35	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,896	8