



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**TESIS:**

La gestión del conocimiento y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la Ciudad de Pucallpa, Región Ucayali, 2022

**PARA OPTAR EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**AUTORES:**

Eva Aspajo Romaina (orcid.org/0009-0006-9789-833X)

Jose Manuel Jara Fumachi (orcid.org/0009-0006-4538-5866)

**ASESORA:**

Dra. Lila Ramirez Zumaeta (orcid.org/0000-0002-5423-8140)

**LINEA DE INVESTIGACIÓN:**

**Gestión y desarrollo organizacional**

**Sub-Línea:**

**Gestión empresarial**

**UCAYALI – PERÚ**

**2023**

## JURADO EVALUADOR



---

Dr. Hugo Vicente Flores Bonifacio  
**Presidente**



---

Mg. Gino Javier Pinedo Vargas  
**Secretario**



---

Mg. Adrian Marcelo Sifuentes Rosales  
**Vocal**



---

Dra. Lila Ramirez Zumaeta  
**Asesora**

# ACTA DE SUSTENTACIÓN



## UNIVERSIDAD PRIVADA DE PUCALLPA

### FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

*"Año del fortalecimiento y soberanía nacional"*

#### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

En la Ciudad de Pucallpa, siendo las 11:00 am del día miércoles 15 de marzo del 2023, a través de la modalidad virtual, se dio inicio el acto de sustentación de la TESIS titulada "LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA INVERSIONES BOLÍVAR ACTIVA E.I.R.L. DE LA CIUDAD DE PUCALLPA, REGIÓN UCAYALI, 2022" elaborado por los bachilleres JOSE MANUEL JARA FUMACHI y EVA ASPAJO ROMAINA.

El Presidente da inicio al acto público de sustentación de tesis, con los miembros del Jurado Evaluador integrado por los docentes: **Presidente Dr. Hugo Vicente Flores Bonifacio, Secretario Mg. Gino Javier Pinedo Vargas y Vocal Mg. Adrian Marcelo Sifuentes Rosales**; designados con RESOLUCIÓN N° 077-2023-FCCyA-UPP de fecha 08 de marzo del 2023; luego el señor presidente instó al secretario a la lectura de la Resolución de aprobación de tesis.

Acto seguido el Presidente del Jurado invitó a iniciar su exposición a los bachilleres **JOSE MANUEL JARA FUMACHI** y **EVA ASPAJO ROMAINA**, para que seguidamente absolviera las preguntas de cada jurado en su área.

Al terminar la sustentación, el Presidente indica al bachiller y público en general, que el jurado se retira para la deliberación.

Después de deliberar en forma reservada el Jurado emitió la calificación general, de cuyo resultado se establece que los bachilleres **JOSE MANUEL JARA FUMACHI** y **EVA ASPAJO ROMAINA** fueron:

- |                              |       |                                     |
|------------------------------|-------|-------------------------------------|
| - Aprobado por Excelencia    | 19-20 | <input type="checkbox"/>            |
| - Aprobado por Unanimidad    | 17-18 | <input checked="" type="checkbox"/> |
| - Aprobado por Mayoría       | 14-16 | <input type="checkbox"/>            |
| - Desaprobado por Mayoría    | 11-13 | <input type="checkbox"/>            |
| - Desaprobado por Unanimidad | 00-10 | <input type="checkbox"/>            |

Reiniciando el acto público, se dio lectura a la presente Acta dando por aprobado por unanimidad con nota 17 que los Miembros del Jurado la suscriben en señal de conformidad. **Realizado el juramento de honor y las felicitaciones de los miembros del jurado**, el Presidente dio por concluido el acto de sustentación siendo las 11:56 am Horas del mismo día, de lo que se da fe.

  
\_\_\_\_\_  
Dr. Hugo Vicente Flores Bonifacio  
Presidente

  
\_\_\_\_\_  
Mg. Gino Javier Pinedo Vargas  
Secretario

  
\_\_\_\_\_  
Mg. Adrian Marcelo Sifuentes Rosales

## DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Eva Aspajo Romaina** con DNI: 42929429 y **Jose Manuel Jara Fumachi** con DNI: 72162829, bachilleres en Administración de Negocios de la Universidad Privada de Pucallpa con la tesis titulada: “La gestión del conocimiento y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la Ciudad de Pucallpa, Región Ucayali, 2022”.

Declaro bajo juramento que:

1. La presente investigación es autoría de los suscritos.
2. En su redacción hemos respetado, normas de citas y referencias, no existiendo plagio total o parcial.
3. No existe auto plagio; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos contenidos y los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumimos las consecuencias y sanciones que de nuestras acciones se deriven, sometiéndonos a la normatividad vigente de la Universidad Privada de Pucallpa.

Pucallpa, 17 de febrero del 2023.

Eva Aspajo Romaina  
DNI: 42929429

Jose Manuel Jara Fumachi  
DNI: 72162829

## CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



### CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**N°021-2023**

El Coordinador de Investigación de la Universidad Privada de Pucallpa, hace constar por la presente, que el Informe Final (Tesis) Titulado:

**“La gestión del conocimiento y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la Ciudad de Pucallpa, Región Ucayali, 2022”**

Facultad	:	<b>Ciencias Contables y Administrativas</b>
Escuela Profesional	:	<b>Administración de Negocios</b>
Asesor(a)	:	<b>Dra. Lila Ramirez Zumaeta</b>
Cuyo autor (es)	:	<b>Eva Aspajo Romaina</b> <b>Jose Manuel Jara Fumachi</b>

Después de realizado el análisis correspondiente en el Sistema Antiplagio PlagScan, dicho documento presenta un porcentaje de similitud de **20.8%**.

En tal sentido, el cual está en los parámetros aceptados por las normas de la Universidad Privada de Pucallpa, que no se debe superar el **30%** de similitud.

Se declara, que el trabajo de investigación: **SI** contiene un porcentaje aceptable de similitud, por lo que **SI** se aprueba su originalidad.

En señal de conformidad y verificación se entrega la presente constancia.

**Fecha: 25/02/2023**

Atentamente,

---

Mg. Adrian Marcelo Sifuentes Rosales  
Coordinador de Investigación

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a mis padres por haberme dado la vida, por ser el pilar más importante de mi formación profesional. A mis hermanas Elizabeth y Zelma por sus cariños, sus palabras de fortaleza y apoyo incondicional a lo largo de mi carrera. A mis amadas mascotas Peluche, Mickey y Mouse que me llenan de amor cada día.

**Eva Aspajo**

Este trabajo lo dedico a mis padres que con su esfuerzo y cariño me han encaminado por el camino del bien para terminar mi carrera y lograr la culminación de mi trabajo de investigación.

**José Manuel Jara**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco principalmente a Dios por haberme dado una familia maravillosa, quienes han creído en mí siempre, dándome ejemplo de superación, humildad y sacrificios; enseñándome a valorar todo lo que tengo. A todos ellos dedico este trabajo, porque han fomentado en mí el deseo de superación y de triunfo en la vida.

**Eva Aspajo**

En primer lugar, agradezco a Dios por darme la vida y permitirme culminar mi carrera profesional.

A mis padres que han hecho posible lograr mi sueño anhelado.

**José Manuel Jara**

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la gestión del conocimiento y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022. El método utilizado fue el inductivo-deductivo, el tipo de investigación es descriptivo correlacional de corte transversal no experimental, la muestra de estudio estuvo conformada por 06 trabajadores de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022, a quienes se les aplicó dos instrumentos elaborados por el investigador, los mismos que fueron validados por criterio de jueces. Luego de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r= 0,986$  correlación muy alta positiva y  $pvalor= 0,00 < 0.01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%. Asimismo, el 66,70% de trabajadores refieren que realizan Gestión del conocimiento en la empresa seguido de 33.30% no sabe y 0.00% no, lo mismo el 83,30% de trabajadores refieren que tienen conocimiento sobre atención al cliente seguido de 16.70% no sabe y 0.00% no. Se concluye existe relación significativa entre la gestión del conocimiento y la atención del cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

**Palabras clave:** Gestión del conocimiento, atención al cliente.



## ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between knowledge management and customer service of the company Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. from the city of Pucallpa, Ucayali región, 2022. The method used was inductive-deductive, the type of study of research is descriptive, correlational, non-experimental cross-sectional, the study sample consisted of 06 workers from the company Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. from the city of Pucallpa, Ucayali región, 2022, to whom two instruments prepared by the research were applied, the same ones that were validated by judges criterion. After applying the Spearman statistical test,  $r = 0.986$  is obtained, a very high positive correlation and  $p = 0.00 < 0.01$ , that is, it is significant, the null hypothesis is rejected with a significance level of 1%. Likewise, 66.70% of workers report that they carry out Knowledge Management in the company followed by 33.30% do not know and 0.00% do not, the same 83.30% of workers report that have knowledge about customer service followed by 16.70% don't know and 0.00% don't. It is concluded that there is a significant relationship between knowledge management and customer service of the company Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. from the city of Pucallpa, Ucayali región, 2022.

**Keywords:** Knowledge management, customer service.

## ÍNDICE

Portada .....	i
JURADO EVALUADOR .....	ii
ACTA DE SUSTENTACIÓN .....	iii
DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD .....	iv
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT .....	ix
ÍNDICE.....	x
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS.....	xiii
INTRODUCCIÓN .....	xiv
<b>CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Planteamiento del problema .....	1
1.2. Formulación del problema.....	3
1.2.1. Problema general .....	3
1.2.2. Problemas específicos .....	3
1.3. Formulación de objetivos .....	4
1.3.1. Objetivo general .....	4
1.3.2. Objetivos específicos .....	4
1.4. Justificación de la investigación .....	4
1.4.1. Teórica .....	4
1.4.2. Práctica .....	4
1.4.3. Metodológica.....	5
1.5. Delimitación del estudio .....	5
1.5.1. Espacial .....	5
1.5.2. Temporal.....	5
1.6. Viabilidad del estudio.....	5
1.6.1. Viabilidad técnica.....	5
1.6.2. Viabilidad financiera .....	5
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>6</b>
2.1. Antecedentes del problema .....	6

2.1.1.	Antecedentes internacionales.....	6
2.1.2.	Antecedentes nacionales.....	10
2.1.3.	Antecedentes locales.....	14
2.2.	Bases teóricas .....	15
2.2.1.	Variable 1: Gestión del conocimiento .....	15
2.2.1.1.	Dimensiones e indicadores de la gestión del conocimiento .....	17
2.2.2.	Variable 2: Atención al cliente.....	18
2.2.2.1.	Dimensiones e indicadores de la atención al cliente.....	19
2.3.	Definición de términos básicos.....	20
2.4.	Formulación de hipótesis.....	22
2.4.1.	Hipótesis general .....	22
2.4.2.	Hipótesis específicas.....	22
2.5.	Variables.....	23
2.5.1.	Definición conceptual de la variable .....	23
2.5.2.	Definición operacional de la variable .....	23
2.5.3.	Operacionalización de las variables.....	24
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....</b>		<b>27</b>
3.1.	Diseño y tipo de investigación .....	27
3.1.1.	Diseño de investigación.....	27
3.1.2.	Tipo de investigación.....	28
3.2.	Población y muestra .....	29
3.2.1.	Población .....	29
3.2.2.	Muestra .....	29
3.2.3.	Método de investigación .....	30
3.3.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	30
3.3.1.	Técnica.....	30
3.3.2.	Instrumentos .....	30
3.4.	Validez y confiabilidad del instrumento .....	31
3.4.1.	Validez.....	31
3.4.2.	Confiabilidad del instrumento.....	31
3.5.	Técnicas para el procesamiento de la información .....	32
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>		<b>33</b>

4.1. Presentación de resultados .....	33
4.1.1. Prueba de Hipótesis .....	41
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>47</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>50</b>
<b>ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA .....</b>	<b>55</b>
<b>ANEXO 2: INSTRUMENTOS DE APLICACIÓN .....</b>	<b>56</b>
<b>ANEXO 3: MATRIZ DE VALIDACIÓN .....</b>	<b>59</b>
<b>Anexo 4: CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION .....</b>	<b>65</b>
<b>ANEXO 5: BASE DE DATOS .....</b>	<b>67</b>
<b>ANEXO 6: FOTOS DE APLICACIÓN DE ENCUESTAS .....</b>	<b>68</b>

## ÍNDICE DE TRABLAS Y FIGURAS

Tabla y Figura 01: Dimensión: Conocimiento interno.....	
Tabla y Figura 02: Dimensión: Conocimiento externo.....	
Tabla y Figura 03: Dimensión: Conocimiento individual.....	
Tabla y Figura 04: Variable: Gestión del conocimiento.....	
Tabla y Figura 05: Dimensión: Plan de atención al cliente.....	
Tabla y Figura 06: Dimensión: Gestión de la atención al cliente .....	
Tabla y Figura 07: Variable: Atención al cliente.....	
Tabla 08: Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre las variables gestión del conocimiento y atención al cliente .....	
Tabla 09: Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión conocimiento interno y la variable atención al cliente.....	
Tabla 10: Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión conocimiento externo y la variable atención al cliente.....	
Tabla 11: Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión conocimiento individual y la variable atención al cliente.....	

## INTRODUCCIÓN

De las diferentes estrategias que una empresa debe tener en cuenta para fortalecer sus procesos y ser más competitiva, es la gestión del conocimiento que en los últimos años ha tenido un gran impulso, donde el principio de esta es saber si una organización sabe, y aplica el conocimiento para ser más eficiente y fuerte, con la capacidad de aprender rápidamente permitiendo mantener la empresa en niveles de competitividad, actualización y cambios del entorno.

Como objetivo general, se planteó determinar la relación que existe entre la gestión del conocimiento y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

Como objetivos específicos se pretendió determinar la relación que existe entre las dimensiones conocimiento interno, conocimiento externo y conocimiento individual de la variable gestión del conocimiento y las dimensiones plan de atención al cliente y gestión de la atención al cliente de la variable atención al cliente.

Este trabajo de investigación fue estructurado en cuatro capítulos de la siguiente manera:

Capítulo I: El Problema de Investigación, se profundiza sobre el problema, su justificación, objetivos de la investigación y otros que se abordan para el correcto conocimiento del tema a investigar.

Capítulo II: El Marco Teórico, trata la fundamentación teórica; en la tesis se emplearon 3 dimensiones y 13 indicadores de la variable gestión del conocimiento, 2 dimensiones y 9 indicadores de la variable atención al cliente.

Capítulo III: La Metodología, contiene la metodología empleada para desarrollar el trabajo de investigación, como el tipo de investigación no experimental, el nivel de investigación correlacional, el esquema de la investigación, la población, la muestra, se define operativamente al instrumento de recolección de datos y se detalla las técnicas de recojo, procesamiento y presentación de datos.

Capítulo IV: Resultados y discusión, se presentan los resultados obtenidos con la aplicación del SPSSV22 y Excel 2010. En la discusión de resultados se presenta la confrontación de la situación problemática formulada, con los referentes bibliográficos de las bases teóricas, en base a la prueba de hipótesis y el aporte científico de la investigación.

Se finaliza el trabajo de investigación con la conclusión referida al cumplimiento del objetivo determinar la relación que existe entre la gestión del conocimiento y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

## **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Planteamiento del problema**

La necesidad de que las empresas y organizaciones de todo el mundo mejoren su calidad, atención al cliente y productividad, como una condición necesaria para poder competir y sobrevivir en los mercados globalizados, ha llevado a que las empresas ejecuten acciones con tendencia a priorizar las causas de sus diversos problemas y deficiencias. Sin la calidad, como razón de motivación y concientización, formación de equipos de calidad, control estadístico, exigencias a empleados y proveedores, cambios en mandos directivos, dirección de personal, automatización, incentivos al personal, etc. Los resultados que se obtienen no son satisfactorios para el servicio al cliente, mucho menos para la empresa.

Actualmente, existe una gran y ardua competencia entre las empresas por ser el primero en obtener la atención del cliente, mismo que puede llegar a tardar un largo proceso para convertirse en un cliente principal, consistiendo en frecuentes visitas a la empresa, o bien, de varias adquisiciones del producto que se ofrece, dependiendo del giro de la empresa; pero que a su vez, puede bastar con solo un minuto de romper las políticas establecidas para la calidad en el servicio, para perder ese cliente y que este opte por ir hacia la competencia.



Debido a los cambios que se están presentando en la actualidad las empresas están realizando cambios para mantenerse a la vanguardia con la utilización de estrategias y soluciones adecuadas que les permita mantenerse posesionados en el mercado. Las búsquedas realizadas han dado como resultado, la necesidad de realizar transformaciones sostenibles y duraderas, con la meta de conservarlas y tener compromiso organizacional dentro de las organizaciones en especial el personal que labora en ella.

De las diferentes estrategias que una empresa debe tener en cuenta para fortalecer sus procesos y ser más competitiva, es la gestión del conocimiento que en los últimos años ha tenido un gran impulso, donde el principio de esta es saber si una organización sabe, y aplica el conocimiento para ser más eficiente y fuerte, con la capacidad de aprender rápidamente permitiendo mantener la empresa en niveles de competitividad, actualización y cambios del entorno.

Algunos factores que han influido en gran medida en no alcanzar el éxito deseado son: que los directores, políticas y estrategias de las empresas no han estado convencidos realmente de la necesidad de cambiar en dirección a las necesidades del mercado globalizado, les ha faltado disciplina para encabezar un verdadero plan de mejora, no se han fundamentado en una visión de equipo y, sobre todo, que las administraciones de las empresas desconocen cuales son los aspectos vitales que se deben cambiar y mejorar en una empresa, y cómo, y con qué, se deben cambiar.

Las razones que han llevado a los investigadores a realizar esta investigación, es porque cada día el cliente va obteniendo más importancia dentro del ámbito de la competencia, la misma que en estos últimos años ha incrementado su demanda.

Teniendo en cuenta que la empresa investigada existen algunas falencias en el trato al cliente, nuestro interés es implementar un cronograma de capacitaciones enfocadas en el servicio al cliente y su importancia para el

crecimiento de la empresa, en donde nos permite reflexionar y desarrollar un cambio verdadero y factible para que se sientan satisfechos los empresarios, compañeros de trabajo y clientes, beneficiando así a la empresa y a todos los que conforman la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L., especializada en venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y sus partes, piezas y accesorios.

La presente investigación trata de determinar la relación que existe entre la gestión del conocimiento y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Qué relación existe entre la gestión del conocimiento y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- a. ¿Qué relación existe entre el conocimiento interno y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?
- b. ¿Qué relación existe entre el conocimiento externo y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?
- c. ¿Qué relación existe entre el conocimiento individual y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?

### **1.3. Formulación de objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar la relación que existe entre la gestión del conocimiento y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- a. Determinar la relación que existe entre el conocimiento interno y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.
- b. Determinar la relación que existe entre el conocimiento externo y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.
- c. Determinar la relación que existe entre el conocimiento individual y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

### **1.4. Justificación de la investigación**

#### **1.4.1. Teórica**

Se enfocó esta investigación en conocer la importancia de las variables gestión del conocimiento y atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

#### **1.4.2. Práctica**

El desarrollo del presente trabajo de investigación y su posterior aplicación a partir de las recomendaciones, sugerencias y conclusiones de la tesis, tiende a resolver de una u otra manera la problemática encontrada en la unidad de análisis, sobre la importancia de poseer la gestión del conocimiento en el desarrollo de innovación empresarial en el fortalecimiento del talento en la función gerencial de la empresa.

### **1.4.3. Metodológica**

El método más adecuado para el tipo de investigación fue el inductivo y deductivo, según Ramos, E. (2008), Métodos y técnicas de investigación; indica que el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales.

## **1.5. Delimitación del estudio**

### **1.5.1. Espacial**

La investigación se desarrolló en la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

### **1.5.2. Temporal**

La presente investigación tuvo una duración de seis meses, desde el mes de setiembre del 2022 a febrero del año 2023.

## **1.6. Viabilidad del estudio**

### **1.6.1. Viabilidad técnica**

El trabajo de investigación fue factible por la disposición de los recursos teóricos, financieros, humanos, materiales necesarios para su ejecución, considerando las normativas vigentes en la Universidad Privada de Pucallpa en concordancia con la nueva Ley Universitaria.

### **1.6.2. Viabilidad financiera**

Fue financiado en su totalidad por los investigadores.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes del problema**

#### **2.1.1. Antecedentes internacionales**

López & Mariño (2010). En el estudio sobre: *“Hacia una evolución en el campo del conocimiento de la disciplina administrativa: de la administración de empresas a la gestión de organizaciones”*, el desarrollo de la disciplina administrativa ha llevado a entender más a fondo sobre la manera como se desarrolla la acción de quien gestiona (funcionario), asimismo, se ha hecho interrogantes sobre la finalidad, haciendo la interrogante sobre el direccionamiento de la gestión. El mencionado desarrollo se ha evidenciado durante este último siglo, no solamente lo referido a la producción de nuevas herramientas, imprescindibles para el proceso de la gestión. Asimismo, en el proceso de consolidar la base teórica propia. En estos tiempos la gestión de organizaciones comprende entender como ha sido la evolución en la disciplina administrativa y así obtener una dirección idónea y así comprender aquellos retos del entorno. En un medio que se encuentra en constante cambio, las administraciones realizadas tradicionalmente con ausencia en contribuir a las expectativas que se tiene de las organizaciones en estos tiempos. Debe entenderse a la mayoría de las organizaciones como algo complejo compuestas por subsistemas o áreas operativas, así como de finanzas, recursos humanos, mercadeo, producción estando estas interrelacionadas, así tornándose la misma en una perspectiva necesaria para su entendimiento,

así como su inclusión. Partiendo de la perspectiva de la complejidad, es importante reiterar que la mayoría de las organizaciones están caracterizadas por la falta de equilibrio, aquellas sociedades verticales, así como aquellas funciones sobresalientes, así necesariamente esto llevará a una planificación en base a estas consideraciones, pudiendo nombrarse como una gestión no fácil. Consecuentemente, así la gestión en las organizaciones será direccionar a la mejor propuesta que contribuya solucionar aquellos retos que lleve consigo reconocer lo complejo que puede ser dicho fenómeno organizacional. En cierta forma, dicha perspectiva contribuye a incrementar la creatividad y generación así tomando estos elementos se mejorará la visión de la organización para que así esta pueda pasar de un estado previsto a un generado, de este modo respondiendo a un diseño preestablecido así también dándole lugar a aquellos que no esté planificado. Por lo tanto, para la buena comprensión de lo complejo que es la gestión de las organizaciones, comprende al cambiante ambiente de socializaciones: asimismo, dándose prósperas interrelaciones de los directivos y trabajadores sobre el conocimiento; siendo dichas relaciones de calidad entre los que reciben el servicio y los que promueven dicho servicio, nuevas relaciones de calidad para la satisfacción de las necesidades de la población a la que se brinda el servicio, propiciándose así una interrelación entre el pasado con el futuro, a partir de este punto de vista se observa que se mejora generación tanto mecánica como de reducción, del mismo modo la visión parcial y funcional, de este modo contribuirá a estructurar respuestas oportunas al fenómeno organizacional.

Palomeque & Ruiz (2019), Investigación denominada “*Impacto de la gestión institucional sobre la generación de conocimiento científico en instituciones de educación superior*”, en la que sostuvo que el objetivo principal de la investigación fue determinar el nivel de incidencia de la gestión institucional en la generación del conocimiento científico, respecto a la producción científica, a la tecnología e innovación y a la transferencia y difusión de conocimientos, en el sistema educativo universitario

ecuatoriano. La modalidad de la investigación es de un diseño no experimental, transversal, exploratorio, descriptivo y correlacional, el instrumento empleado incluye una encuesta que recoge la información de diversas fuentes implicadas en el proceso institucional. La determinación de la muestra fue no probabilística intencional. El tamaño de la muestra seleccionado fue de 100 elementos (docentes investigadores), para aplicar este número de encuestas en las 20 universidades ecuatorianas, categorizadas A y B por el CEAACES. La escala utilizada para medir cada uno de los indicadores de cada variable se ha dispuesto una escala de Likert de 5 niveles para establecer calificaciones del 1 al 5 que van de insatisfactorio (1) hasta totalmente satisfactorio (5), siendo el nivel satisfactorio (3) el neutral. Entre los resultados obtenidos, según la opinión de los encuestados, el 44% opinan que son poco satisfactorios los cursos, seminarios de capacitación, títulos PhD, Becas recibidos por cada docente titular durante el año 2016, con una producción de entre 1 y 3 de estos elementos. El 38% de los consultados se siente insatisfecho con una nula oferta de ponencias o conferencias dadas por cada docente titular en universidades nacionales e internacionales durante el año 2016. De forma similar, el 65% también se muestra insatisfecho con el reconocimiento, premios, obtenidos por Docentes y/o estudiantes en la participación de concursos, ferias, casa abierta, stand, deportes, obtenidos en el año 2016. Mientras que el 76% tiene un nivel satisfactorio o muy satisfactorio por los acuerdos y convenios con universidades nacionales e internacionales suscritos en el 2016. Permittiéndose concluir que, el impacto de la gestión institucional respecto a la generación de conocimiento científico en el sistema educativo superior ecuatoriano, según los análisis de correlación mediante el coeficiente de Rho Spearman y Tau de Kendall, se comprueba de forma directamente proporcional.

Arceo (2009), En su investigación: *“El Impacto de la gestión del conocimiento y las tecnologías de información en la innovación: un estudio en las pymes del sector agroalimentario de Cataluña”*, consistió en la

construcción de un modelo explicativo relacional que involucre las prácticas de GC, la innovación y las TI. Específicamente, el estudio se centra en el impacto de las prácticas de GC, considerando las TI, sobre el desempeño innovador de las PYME agroindustriales. Entre los resultados de la investigación, la obtención de conocimiento tácito a partir de conocimiento tácito puede adquirirse a través de la observación, la imitación y la práctica con respecto a las actividades de socialización, se observa la escasa relación con los competidores por parte de las empresas del estudio, ya que los dos ítems relacionados con este aspecto, obtuvieron los valores en medias más bajos. Asimismo, la descripción de las respuestas para las actividades de exteriorización, considerando que para la conversión de conocimiento tácito a explícito se usa el lenguaje, oral o escrito. Las desviaciones de todas las preguntas se observan relativamente bajas, lo que indica que las respuestas fueron similares en la mayoría de los casos. La actividad relacionada con el uso de metáforas y analogías fue la que obtuvo menor calificación, mientras que las actividades de creación de manuales y bases de datos obtuvieron las mejores respuestas, como era de esperarse. En cuanto a las actividades de combinación son las más comunes y fáciles de identificar y realizar, dado que involucran sólo al conocimiento explícito. La conversión de conocimiento explícito a tácito inmersa en las actividades del proceso de interiorización, están estrechamente relacionadas con el “aprendiendo haciendo” En las actividades del proceso de interiorización, es la simulación con métodos y procedimientos de los competidores la que obtiene la menor media, lo que corrobora los resultados obtenidos en las actividades de socialización. Estos resultados le permitieron concluir que, las PYME catalanas del sector agroalimentario realizan prácticas de GC, pese a que éstas no se hacen de forma consciente, y, por tanto, estratégica. Se puntualizan las actitudes propicias mostradas por estas empresas para la realización de tales prácticas.



### 2.1.2. Antecedentes nacionales

Morales, Barreda, Romero, Távora et al. (2014). En su investigación denominado: *“Modelo de gestión de la innovación para los gobiernos locales del Perú”*, basándose de acuerdo al análisis realizado hasta dicho innovador en los gobiernos locales del Perú. El plan planteado es tomado en cuenta las características tanto técnicos como políticos de modo progresivo, permitiendo así una adecuada comprensión así garantizar una continua utilidad y permanencia, por medio del monitoreo y calificando la eficacia de la sugerencia planteada. Lograron identificarse, algunas propuestas en la que se fundamentan el desarrollo de gestionar para poder innovar, siendo estos: gestión del conocimiento, algunos elementos que incentivan a innovar, y así como la capacidad de adaptarse al medio y el entorno cultural. A causa del previo estudio de la teoría y realizando un análisis de experiencias tanto nacionales e internacionales se logró conocer los siguientes: generación de propuesta, selección de propuesta, desarrollo de la misma, utilización, mantenimiento, y monitoreo y análisis; y cuatro etapas: creación de propuesta, monitoreo, selección, incorporación. Se puede mencionar como aquellas características para generar así como innovar en los gobiernos siendo uno de ellos local son las normas que rigen a estas que comprenden al rol de los trabajadores jurídicos basándose en las normas, que dichas normas ponen límites para poder probar otras maneras de gestionar así como satisfacción de necesidades en el gobierno local, no estando estas normadas, motivando la mantención de lo ya está propuesto ello debido al miedo a la sanción que pueda imponer el ente de supervisión del gobierno, ello limita la generación y promover que los gobiernos como el local puedan innovar.

Alarcón (2007). Realizó la investigación titulada: *“Modelo de gestión del conocimiento aplicado a la gestión de procesos de negocio”*. En relación al plan sugerido se llega a la conclusión que la interrelación entre la administración del conocimiento, es un elemento de gran importancia en lograr las metas trazadas, asimismo, el uso de los medios tecnológicos para una organización que genere un aporte a la entidad. El plan sugerido

estructura el inicio del conocimiento, ello ayuda a potenciar aquellos procedimientos de la entidad así estas desenvuelvan de una manera eficiente y eficaz, a través del correcto direccionamiento de la organización. Dichos procedimientos propiciarán la información a la dirección así la generación de procedimientos novedosos que continúen con las guías previamente establecidas por la entidad, y que consecuentemente contribuirá a los que laboran aumentar e interrelacionar la información que poseen. Asimismo, de aportar de manera directa en la estructuración de procedimientos basados en la experiencia adquirida.

Gauchi (2012). En su investigación denominado: “*Aproximación teórica a la relación entre los términos gestión documental, gestión de información y gestión del conocimiento*”. Monitoreando el inicio y progreso de la diferencia e importancia de las pautas propuestas mostrando de este modo que no solo son teóricas, sino que también prácticas. En la actualidad a un se continua manteniendo la información de la manera tradicional predominando dicho concepto, luego de la etapa industrial por su importancia relevante en la generación, dispersión y manejo de información, para conceptualizar a la agrupación social de la información puede disociar el concepto de la generación exclusiva en lo referente a innovar de manera tecnológica para el aporte exclusivamente económico además de adjuntar en su característica el cambio a nivel global del progreso esto como fuente en las áreas cognitivas. Para la caracterización desarrollada se tomaron los siguientes: información, usuarios y usos de la tecnología aplicado al conocimiento y la difusión del mismo; dicha combinación de los mismos promueve nuevas aptitudes que contribuyen al desarrollo de la entidad, por ello la importancia de su aporte, las entidades que se adquiriera los nuevos enfoques por parte de sus componentes, así cuando la documentación y demás elementos de una organización no están adecuadamente organizadas su uso será más complicado por parte de los usuarios, por ello la importancia de organizar de manera concisa y práctica dicha documentación y elementos, con el

fin de poder agilizar tanto los procedimientos de comunicación como los de información, consolidando un sistema de información. Tomando una visión práctica el logro de una adecuada información y conocimiento, las entidades deben sistematizar la parte documental, ello se logrará cuando pongan en práctica nuevos programas de gestión del conocimiento. La misión de las entidades en la actualidad es la de cambiar el enfoque en lo referente al manejo de los documentos así como el conocimiento, para tomar una decisión adecuada, de modo se pueda actuar de acuerdo al medio, promoviendo encontrar alternativas nuevas e incrementando la eficiencia en la administración empresarial; en conclusión las entidades tienen que tener la capacidad de administrar de forma sistemática y conjunta, los recursos disponibles de conocimiento tanto externo como interno, teniendo en cuenta que los que contribuyen a su difusión son los usuarios, siendo indispensable conocer la información para el buen desenvolvimiento de sus roles.

Pérez (2016) En su investigación titulada "*Gestión del conocimiento institucional y su relación con la calidad del servicio educativo ofertado por las instituciones educativas públicas del distrito de Ate-Lima*", se planteó determinar la relación existente entre la gestión del conocimiento, la gestión institucional y la calidad del servicio educativo ofertado por las instituciones educativas públicas del distrito de Ate, 2013. La investigación fue desarrollada dentro del enfoque cuantitativo, tipo de investigación básica, diseño no experimental, descriptivo correlacional, se trabajó con una muestra intencionada. Entre los resultados encontrados el 52,2% de los datos se ubica en el nivel medio en lo que respecta a su percepción sobre la gestión del conocimiento, seguido por el 45,7% que se ubica en el nivel bajo, observándose sólo del 2% que se ubica en el nivel alto. En lo que respecta a su percepción sobre la transferencia del conocimiento, el 46,9% que se ubica en el nivel bajo, observándose sólo el 0,8% que se ubica en el nivel alto. En cuanto a la gestión institucional el 72% de los datos se ubica en el nivel medio en lo que respecta a su percepción sobre la gestión institucional, seguido por el 27% que se ubica en el nivel bajo,

observándose sólo del 1% que se ubica en el nivel alto. Estos resultados le permitieron llegar a la conclusión que, entre gestión del conocimiento y desarrollo institucional, se demuestra que existe una correlación moderada.

Toussaint y Vallejos (2017). En su tesis titulada: "*Capacitación en personal training y habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en el área de deportes de la tienda Ripley, en la ciudad de Trujillo en el año 2016*" en el trata sobre ejecutar un proyecto de instrucción en asesores de deporte y competencia de amabilidad a la clientela para aumentar las condiciones de servicio ofrecido en el área de deportes de la tienda Ripley, en la ciudad de Trujillo, 2016; es decir, diseñar el programa de capacitación y evaluar s resultados obtenidos después de la implementación de la misma. La metodología utilizada fue descriptiva explicativa. Los resultados principales fueron que los clientes no se sentían acorde con las condiciones de servicio ofrecido y ejecutar un proyecto de instrucción en asesores de deporte y competencia de amabilidad a la clientela, sería beneficioso. La clientela de dicha área, nota un nivel de calidad de servicio eficaz, dentro de ellas podemos destacar las habilidades, la escucha, cortesía en el trato y contacto del trabajador. Por otro lado, la misma clientela hace mención que hay algunos aspectos que se debe mejorar: Menos tiempo de espera, mejorar la higiene en el área, mejorar la apariencia del personal y la confianza. Las conclusiones fueron que la clientela que usualmente visita el área de deportes en Ripley, valoran: la calidad de servicio, las capacidades del colaborador como escucha y amabilidad en la atención; otros aspectos a mejorar como el periodo de demora, imagen del colaborador, aseo del área, son algunos motivos por lo que revela que la ejecución de un proyecto de instrucción en asesores de deporte y competencia de amabilidad a la clientela contribuye de forma eficaz en el área, originando la satisfacción de la clientela. Las técnicas y estrategias de venta dentro de las diferentes áreas de una organización deben estar bien constituidas y puestas en práctica, ya que, gracias a ella, se puede

lograr alcanzar los objetivos de la organización, a su vez, poder entrenar y capacitar mejor al personal que está 11 directamente relacionado con los diferentes tipos de clientes y usuarios que visitan las instalaciones de un punto de venta.

### **2.1.3. Antecedentes locales**

Córdova (2021). En su tesis titulada: “*Calidad de servicio y nivel de satisfacción del cliente de la empresa Kashiri Estética & Salud de la ciudad de Pucallpa, provincia de coronel Portillo, región Ucayali, 2021*”, el objetivo de esta investigación fue determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Kashiri Estética & Salud de la ciudad de Pucallpa, provincia de Coronel Portillo, región Ucayali, 2021. El método utilizado fue el inductivo-deductivo, el tipo de investigación es descriptivo correlacional de corte transversal no experimental, la muestra de estudio estuvo conformada por 17 clientes de la empresa Kashiri Estética & Salud de la ciudad de Pucallpa, provincia de Coronel Portillo, región Ucayali, 2021, a quienes se les aplicó dos instrumentos elaborados por la investigadora, los mismos que fueron validados por criterio de jueces. Luego de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,691$  correlación alta positiva y  $p\text{valor} = 0,002 < 0,01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%. Asimismo el 53,00% de encuestados refieren que están totalmente de acuerdo con la calidad de servicio que brinda la empresa antes los clientes, seguido de 23,50% de acuerdo, 23,50% ni de acuerdo ni desacuerdo y 0.00% en desacuerdo y totalmente en desacuerdo por otro lado el 70,59% de encuestados refieren que están totalmente de acuerdo y satisfecho con el servicio que brinda la empresa seguido de 23,53% de acuerdo, 5,88% ni de acuerdo ni desacuerdo y 0.00% en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Se concluye existe relación significativa entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Kashiri Estética & Salud de la ciudad de Pucallpa, provincia de Coronel Portillo, región Ucayali, 2021.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Variable 1: Gestión del conocimiento**

Minakata (2009). “La gestión del conocimiento se define como un conjunto de procesos que utilizan el conocimiento para identificar y utilizar los activos intangibles existentes y generar nuevos activos”.

Ernst & Young (1998). “La gestión del conocimiento se basa en la premisa según la cual el conocimiento es la capacidad para crear lazos más estrechos con los clientes, la capacidad para analizar informaciones corporativas atribuyéndoles nuevos usos, la capacidad para crear procesos que habiliten a los trabajadores de cualquier local a acceder y utilizar información para conquistar nuevos mercados y, finalmente, la capacidad para desarrollar y distribuir productos y servicios para estos nuevos mercados de forma más rápida y eficiente que los competidores”.

Garvin (1998). “La gestión del conocimiento obtiene y comparte bienes intelectuales, con el objetivo de conseguir resultados óptimos en términos de productividad y capacidad de innovación de las empresas. Es un proceso que engloba generar, recoger, asimilar y aprovechar el conocimiento, con vistas a generar una empresa más inteligente y competitiva”.

Nonaka et al. (1999). Indica “que es un sistema facilitador de la búsqueda, codificación, sistematización y difusión de las experiencias individuales y colectivas del talento humano de la organización, para convertirlas en conocimiento globalizado, de común entendimiento y útil en la realización de todas las actividades de la misma, en la medida que permita generar ventajas sustentables y competitivas en un entorno dinámico”.

“En la última década ha ido apareciendo y consolidándose con fuerza una nueva disciplina focalizada sobre el ámbito de las

organizaciones: la Gestión del Conocimiento. Esta disciplina se encarga de diseñar sistemas y estrategias para aprovechar de forma sistemática el conocimiento involucrado en una organización. La aplicación de la Gestión del Conocimiento al contexto de las empresas ha supuesto una importante fuente de ventajas competitivas que puede garantizar el correcto funcionamiento y la supervivencia de las mismas en el actual escenario económico caracterizado por la dura competencia y globalización de mercados” (Pérez-Montoro, 2009).

### **Elementos para una estrategia de gestión del conocimiento**

Zack (1999). Manifiesta “la mayoría de las organizaciones se inclinan por implementar nuevos sistemas de tecnología de la información que proporcionarían el apoyo adecuado para la recopilación de datos, almacenamiento, recuperación y difusión del conocimiento explícito, pero dejan de lado elementos del conocimiento tácito que se presenta en el personal, así como las interacciones interpersonales y sociales que pueden brindar insumos importantes para la gestión del conocimiento”.

Riley (2002). Considera que “la gestión del conocimiento no es un problema de uso de tecnología, sino que compromete a otros elementos importantes tales como conectar a la gente con la gente, conectar a las personas con la información, permitir la conversión de la información en conocimiento, y fomentar la innovación a través de una cultura de intercambio y apoyo”.

Bhatt (2000). Señala que “las prioridades para una buena estrategia de gestión del conocimiento deben estar enfocadas en las personas en cuanto a sus actitudes, habilidades, motivación. También, señala que los procesos deben contar con mapas de la gestión del conocimiento, flujos de trabajo, integración, mejores prácticas e inteligencia de negocios”.

### **2.2.1.1. Dimensiones e indicadores de la gestión del conocimiento**

#### **Dimensión 1: Conocimiento interno**

“El conocimiento interno es aquel conocimiento que es crítico para el correcto funcionamiento de una organización. O, dicho de otra manera: aquel conocimiento sin el cual sería imposible que la organización funcionase. Si identificamos un laboratorio farmacéutico como una organización, los conocimientos que poseen los químicos de ese laboratorio o las patentes que éstos desarrollan son dos buenos ejemplos de conocimiento interno de esa organización” (Pérez-Montoro, 2009).

#### **Indicadores:**

- Planeamiento estratégico
- Liderazgo grupal
- Trabajo en equipo
- Política de reconocimiento
- Toma de decisiones
- Cambios del entorno

#### **Dimensión 2: Conocimiento externo**

“El conocimiento externo, es aquel conocimiento que utiliza una organización para relacionarse con otras organizaciones. El conocimiento contenido en los informes publicados sobre la organización o el incluido en su web externa, son ejemplos de este tipo de conocimiento” (Pérez-Montoro, 2009).

#### **Indicadores:**

- Necesidades de los clientes
- Mejora de procesos, productos y servicios
- Especificaciones requeridas por los clientes



### **Dimensión 3: Conocimiento individual**

“Por conocimiento individual podemos entender todos aquellos conocimientos que posee un miembro concreto de una organización. Por tanto, el conocimiento individual de una persona está formado por todos los conocimientos tácitos y explícitos que ésta posee. Las habilidades individuales, los contactos y relaciones personales o los conocimientos técnicos que tiene una persona pueden ser identificados como parte de ese conocimiento individual que ésta ostenta” (Pérez-Montoro, 2009).

#### **Indicadores**

- Aprovechamiento óptimo
- Programa de capacitación
- Programas de incentivos
- Empleo de estrategias

#### **2.2.2. Variable 2: Atención al cliente**

Según Humberto Serna (2006) “el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos”.

Blanco (2001). La atención al cliente “representa una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores y lograr la percepción de diferencias en la oferta global de la empresa. Se puede decir que la atención al cliente es una acción encaminada a atraer aquellas personas o empresas para que consuman lo que los proveedores producen u ofrecen, y en consecuencia a este acto son ellos (clientes) los que valoran la atención que reciben”.

## 2.2.2.1. Dimensiones e indicadores de la atención al cliente

### Dimensión 1: Plan de atención al cliente

“Un plan de atención al cliente permitirá adaptar tu empresa a los cambios constantes del mercado global, hiper conectado y dinámico. Competir en un mundo con una curva de globalización cada vez más alta, implica adaptarse a los cambios constantes, y para eso es imprescindible contar con un plan de customer o de servicio al cliente efectivo, que ayude a implementar acciones personalizadas en cada cliente” (Mancuzo, 2021).

“Un plan de servicio es un proceso que busca alinear las operaciones de servicio al cliente de una empresa con las necesidades y expectativas del usuario final. Este proceso implica investigar en profundidad el perfil de cliente de la empresa, definiendo protocolos diferentes para cada tipo de cliente. Un plan de customer requiere considerar al usuario no solo como un elemento más de la operación de venta, sino como un individuo con características particulares, con un estilo de comunicación específico y con potencial para convertirse en un cliente cautivo a largo plazo. Al poner en marcha un plan de servicio, conocer con lujo de detalles al cliente será lo que aportará valor diferencial para cerrar la venta exitosamente, ya que te permitirá adaptarte a las necesidades específicas de cada segmento o cliente particular” (Mancuzo, 2021).

#### Indicadores:

- Plan estructurado
- Manual de atención al cliente
- Servicio al cliente
- Guía de atención al cliente
- Servicio al cliente

## **Dimensión 2: Gestión de la atención al cliente**

“La gestión de atención al cliente es el proceso conformado por un conjunto de tácticas y estrategias que van orientadas al soporte, resolución de incidentes y fidelización de los usuarios. Son acciones implementadas por las empresas que se centran en la asistencia y asesoramiento a las personas que compran o utilizan sus productos y servicios. Generalmente se piensa que el servicio de atención al cliente es algo que sucede cuando una persona se comunica con un negocio por un problema, pero eso solo es una parte. Una eficiente gestión de atención a los clientes optimiza sus canales de comunicaciones para dar a sus usuarios información de utilidad para su beneficio. Además de que también logra captar prospectos a través avisos y reseñas positivas” (Serna, 2006).

### **Indicadores:**

- Inducción al personal
- Evaluación del desempeño del trabajador
- Quejas del cliente
- Capacitación y motivación en la atención al cliente

### **2.3. Definición de términos básicos**

- **Eficacia:** “Es el logro de los resultados esperados en alguna actividad determinada, sin tomar en cuenta la calidad y cantidad de los recursos empleados en dichos resultados” (Baiza, 2004).
- **Eficiencia:** “Es la relación entre bienes producidos o adquiridos o en todo caso de los servicios prestados y los recursos utilizados para ello” (Baiza, 2004).
- **Toma de decisiones:** “Es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las opciones o formas para resolver diferentes situaciones laborales” (Baiza 2004, pp. 1-3).

- **Trabajo en equipo:** “Es un pequeño número de personas que, con conocimiento y habilidades complementarias, unen capacidades para lograr determinados objetivos y realizar actividades orientadas hacia la consecución de los mismos, el trabajo individual y colectivo propio del equipo, se realiza dentro de un contexto socio afectivo caracterizado por un clima de respeto y confianza mutua, satisfactoria y gratificante” (Egg y Aguilar, 2001).
- **Competitividad:** “Es la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales”. (Porter, 1985).
- **Liderazgo y valores:** “Los líderes tienen como valores fundamentales la búsqueda de un mundo en paz, la responsabilidad, la armonía, la libertad y el respeto mutuo, lo cual sostiene que los líderes se orientan más hacia el bienestar colectivo que hacia su propio bienestar” (Álvarez, 2007).
- **Comunicación organizacional:** “La comunicación organizacional es básica para la producción, innovación y mantenimiento de la empresa” (Rodríguez, 2006).
- **Capacitación:** “En la actualidad la capacitación se ha constituido en el eje central de los planes de acción encaminados a que las organizaciones logren un mejoramiento continuo y un mayor crecimiento, es decir, se ha constituido en una estrategia de competitividad, contribuyendo al desarrollo y crecimiento del capital humano. Sin la capacitación y las empresas y por ende sus colaboradores no podrían ser competitivos tal y como lo exige la economía actual, una empresa que no busque capacitar a sus colaboradores, simplemente no podrá sobrevivir al nuevo entorno mundial” (Drucker, 2001).
- **Satisfacción del trabajo:** “Es un conglomerado de emociones positivas o negativas con las que el individuo aprecia su labor, los mismos que son manifestados en ciertas conductas laborales. Se encuentran relacionados con la esencia de la labor y con los que constituyen el ambiente laboral:

trabajo de equipo, vigilancia, sistema organizativo, etc.” (Davis y Newstrom, 1991).

- **Servicio:** “Es un medio para entregar valor a los clientes, facilitando los resultados que los clientes quieren conseguir sin asumir costes o riesgos específicos” (Bon, 2008).
- **Cliente:** “Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios” (Thompson, 2009).
- **Calidad:** “La calidad es todo lo que alguien hace a lo largo de un proceso para garantizar que un cliente, fuera o dentro de la organización obtenga exactamente aquello que desea en términos de características intrínsecas, costos y atención que arrojará indefectiblemente satisfacción para el consumidor. Es desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, útil y satisfactorio para el consumidor” (Kaoru Ishikawa, 1988).

## **2.4. Formulación de hipótesis**

### **2.4.1. Hipótesis general**

Existe una relación significativa entre la gestión del conocimiento y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L., de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

### **2.4.2. Hipótesis específicas**

a. Existe una relación significativa entre el conocimiento interno y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L., de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

b. Existe una relación significativa entre el conocimiento externo y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L., de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

- c. Existe una relación significativa entre el conocimiento individual y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar activa E.I.R.L., de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

## **2.5. Variables**

### **2.5.1. Definición conceptual de la variable**

#### **Variable 1: Gestión del conocimiento**

“La Gestión del Conocimiento en una organización puede ser entendida como la disciplina que se encarga de diseñar e implementar un sistema cuyo principal objetivo es que todo el conocimiento tácito, explícito, individual, interno y externo involucrado en la organización pueda convertirse, sistemáticamente, en conocimiento organizacional o corporativo de manera que ese conocimiento corporativo, al ser accesible y poder ser compartido, permita que aumente el conocimiento individual de todos sus miembros y que esto redunde directamente en una mejora de la contribución de esos sujetos en la consecución de los objetivos que persigue la propia organización” (Pérez-Montoro, 2009).

#### **Variable 2: Atención al cliente**

Según Humberto Serna (2006) “el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos”.

### **2.5.2. Definición operacional de la variable**

#### **Definición operacional de la variable 1: Gestión del conocimiento**

Operacionalmente la variable gestión del conocimiento, se define mediante tres dimensiones: Conocimiento interno con seis indicadores (7 ítems), Conocimiento externo con tres indicadores (5 ítems), Conocimiento individual con cuatro indicadores (7 ítems), con tres opciones: No = 1, No sabe = 2, Si = 3.

## **Definición operacional de la variable 2: Atención al cliente**

Operacionalmente la variable atención al cliente, se define mediante dos dimensiones: Plan de atención al cliente con cinco indicadores (6 ítems), Gestión de la atención al cliente con cuatro indicadores (5 ítems), con tres opciones: No = 1, No sabe = 2, Si = 3.

### **2.5.3. Operacionalización de las variables**

Hernández, et al (2010) refiriéndose a la operacionalización de las variables, afirman que es: “el proceso que sufre una variable (o un concepto en general) de modo tal que a ella se le encuentran los correlatos empíricos que permiten evaluar su comportamiento en la práctica” (p. 77).

## Variable 1: La gestión del conocimiento

Dimensión	Indicadores	Ítems		Escala Valorativa
		N°	Contenido	
<b>Conocimiento interno</b>	Planeamiento estratégico	1	¿La gestión del conocimiento se expresa como base del planeamiento estratégico de la empresa?	
	Liderazgo grupal	2	¿Se establece líderes de grupo para mayor libertad de trabajo en todas las áreas de la empresa?	
	Trabajo en equipo	3	¿En su empresa se apoya el trabajo en equipo?	
	Política de reconocimiento	4	¿En su empresa se ha definido una política de reconocimiento a las nuevas ideas y proyectos?	
	Toma de decisiones	5	¿En su empresa se ha ampliado el área de la toma de decisiones donde todos participen?	
	Cambios del entorno	6	¿En su empresa se adaptan los cambios del entorno a las diferentes áreas de trabajo como algo natural y necesario?	
		7	¿En su empresa se efectúan evaluaciones a los cambios del entorno para adaptarlos sin demoras a los procesos internos?	
<b>Conocimiento externo</b>	Necesidades de los clientes	8	¿En su empresa se identifican las necesidades de sus clientes a fin de mejorar procesos, productos y servicios?	1. No 2. No sabe 3. Si
		9	¿En su empresa se considera que la principal fuente de conocimiento son los clientes y proveedores?	
	Mejora de procesos, productos y servicios	10	¿En su empresa existen programas con institutos de investigación, universidades y otras organizaciones para la mejora de los procesos, productos y servicios?	
	Especificaciones requeridas por los clientes	11	¿En su empresa se conocen las especificaciones requeridas por los clientes para generar conocimiento interno?	
		12	¿Se establece la integración cliente-empresa-competidores?	
<b>Conocimiento individual</b>	Aprovechamiento óptimo	13	¿Se ha identificado el conocimiento, habilidades y destrezas adquiridas por el personal para un aprovechamiento óptimo dentro de la empresa?	
	Programa de capacitación	14	¿Existe un programa de capacitación constante que favorezca el mejoramiento continuo en todas las áreas de la empresa?	
		15	¿Se mantiene actualizado al personal de las áreas claves de la empresa?	
		16	¿En su empresa se promueve la capacitación individual como base para la obtención de conocimiento?	
		17	¿En su empresa se analizan las capacidades del recurso humano para ejecutar los procesos y en función a ello orientar la capacitación?	
	Programas de incentivos	18	¿En su empresa se establecen programas de incentivos a las nuevas ideas y proyectos?	
	Empleo de estrategias	19	¿En su empresa se han empleado estrategias para la generación del conocimiento tácito y explícito entre empleados?	



## Variable 2: Atención al cliente

Dimensión	Indicadores	Ítems		Escala Valorativa
		N°	Contenido	
Plan de atención al cliente	Plan estructurado	1	¿En su empresa existe algún plan estructurado de atención al cliente, que se ponga en práctica actualmente?	1. No
	Manual de atención al cliente	2	¿En su empresa existe algún manual de atención al cliente?	
	Guía de atención al cliente	3	¿En su empresa existe alguna guía de atención al cliente?	
	Servicio al cliente	4	¿El servicio al cliente es parte fundamental dentro de la empresa?	
		5	¿Su empresa realiza un adecuado servicio al cliente?	
		6	¿Considera usted que el servicio al cliente es importante en su empresa?	
	Incremento de ventas	7	¿Considera usted que el incremento de ventas depende del servicio que se brinda al cliente en su empresa?	2. No sabe
		8	¿El servicio excelente al cliente mejora el incremento en las ventas en su empresa?	
Gestión de la atención al cliente	Inducción al personal	9	¿En su empresa al momento de ingresar un nuevo trabajador, se le brinda inducción en el cargo que va a ocupar y en la atención al cliente?	3. Si
	Evaluación del desempeño del trabajador	10	¿En su empresa se evalúa el desempeño del trabajador en la atención al cliente?	
		11	¿En su empresa existe algún incentivo para los trabajadores que desempeñan bien su trabajo, al atender a los clientes?	
	Quejas del cliente	12	¿En su empresa se atienden los casos de quejas del cliente en forma inmediata?	
Capacitación, y motivación en la en la atención al cliente	13	¿En su empresa se brindan capacitaciones y motivación al personal en la atención al cliente?		

## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

### 3.1. Diseño y tipo de investigación

#### 3.1.1. Diseño de investigación

El diseño que se utilizó en la presente investigación es de tipo no experimental, transversal:

**No experimental:** Este estudio es de tipo no experimental, dado que el investigador no manipulara los datos de las variables. Al respecto, Hernández, et, al. (2010). Señalan: “Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (p.149).

**Transversal:** “Es de corte transversal porque se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede” (Hernández et. al, 2010 p. 151).

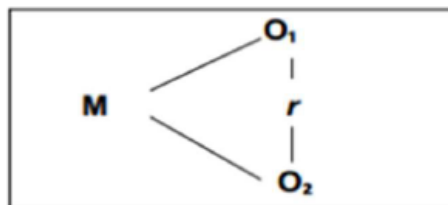
### 3.1.2. Tipo de investigación

Descriptivo y correlacional:

**Descriptivo:** “Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández, 2010, p. 85).

**Correlacional:** La presente investigación es de nivel correlacional, dado que se pretenderá determinar la relación o asociación entre las variables en estudio. Al respecto, Hernández et. Al. (2010) sostuvieron que: “Su finalidad es conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular” (p. 87).

El diseño de este estudio, se representa en la figura siguiente:



Donde:

M: Muestra de estudio.

O<sub>1</sub>: Observaciones sobre la variable: Gestión del conocimiento

O<sub>2</sub>: Observaciones sobre la variable: Atención al cliente

r: Relación entre las variables de estudio

## 3.2. Población y muestra

### 3.2.1. Población

“La población es el conjunto de unidades de observación bien definidas, con características comunes y observables, agrupados con fines de estudio” (Córdova, 2013, p. 84).

Hernández (2014), menciona que es “un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p, 174).

La población del estudio estuvo conformada por 6 trabajadores de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L., de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

### 3.2.2. Muestra

La presente investigación utiliza una muestra no probabilística, ya que según Hernández (2014), afirma que “las muestras no probabilísticas, también llamadas dirigidas, suponen un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que un criterio estadístico de generalización. Se utilizan en diversas investigaciones cuantitativas y cualitativas” (p. 189). La muestra lo conforman 6 trabajadores de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L., de la Ciudad de Pucallpa, Región Ucayali, 2022, según detalle:

N°	Áreas de trabajo	Cantidad
1	Administrador	1
2	Asistente administrativo	1
3	Supervisor	1
4	Verificador	1
5	Asesor de venta	2
<b>Total</b>		6

Fuente: Elaboración propia.

### **3.2.3. Método de investigación**

**Inductivo:** Estudia los fenómenos o problemas desde las partes hacia el todo, es decir analiza los elementos del todo para llegar a un concepto o ley.

**Deductivo:** Es lo contrario del anterior. Estudia un fenómeno o problema desde el todo hacia las partes, es decir analiza el concepto para llegar a los elementos de las partes del todo.

## **3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **3.3.1. Técnica**

“Toda medición o instrumento de recolección de datos debe reunir tres requisitos esenciales: confiabilidad, validez y objetividad” (Hernández, 2014, p. 200).

Para el recojo de información de la presente investigación, se utilizó la técnica de la encuesta a los trabajadores de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L., de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

### **3.3.2. Instrumentos**

Para el recojo de información se utilizó dos cuestionarios, uno para cada variable de la investigación a los objetivos específicos planteados y de la definición operacional de las variables.

“Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis” (Hernández, 2014, p. 217).

### 3.4. Validez y confiabilidad del instrumento

#### 3.4.1. Validez

Según Hernández, S. et al. (2014, p. 200) "La validez es el grado en que un instrumento mide realmente la variable que desea medir"; para lo cual se determinó claramente las dimensiones con sus respectivos indicadores.

#### Validez de contenido por juicio de expertos del instrumento de la variable gestión del conocimiento y atención al cliente

Grado académico	Apellidos y nombres del experto	Apreciación
Doctor	Rojas Elescano, Jaime Augusto	Aplicable
Magister	Aliaga Rojas, Cesar Dolores	Aplicable
Magister	Sifuentes Rosales, Adrian Marcelo	Aplicable

#### 3.4.2. Confiabilidad del instrumento

Según Hernández, S. et al., (2014, p. 200. "La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales, consistentes y coherentes". Se utilizó el coeficiente de Alfa de Cronbach.

#### Alfa de Cronbach

Universidad de Valencia (2003), afirma que "la validez de un instrumento se refiere al grado en que el instrumento mide aquello que pretende medir y la fiabilidad de la consistencia interna del instrumento que se puede estimar con el Alfa de Cronbach. La medida de la fiabilidad mediante el alfa de Cronbach asume que los ítems miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados. Cuanto más cerca se encuentre el valor del alfa a 1 mayor es la consistencia interna de los ítems analizados. La fiabilidad de la escala debe obtenerse siempre con los datos de cada muestra para garantizar la medida fiable del constructo en la muestra concreta de investigación" (Universidad de Valencia, 2003, p. 1).

### Variable 1: Gestión del conocimiento

Estadística de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Ítems
0,764	19

Fuente: Programa SPSSV.22

**Interpretación:** El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,764 por ende, el instrumento es altamente confiable para la investigación por el resultado que arrojó.

### Variable 2: Atención al cliente

Estadística de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Ítems
0,784	13

Fuente: Programa SPSSV.22

**Interpretación:** El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,784 por ende, el instrumento es altamente confiable para la investigación por el resultado que arrojó.

### 3.5. Técnicas para el procesamiento de la información

Las principales técnicas que se utilizaron en el trabajo de investigación son la tabulación de datos y el análisis estadístico de las encuestas a través del Excel y el programa SPSS-Versión 22 (Programa de estadística para Ciencias Sociales) y se procesó en tablas y figuras las variables y dimensiones del estudio.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Presentación de resultados

Procesando las encuestas a través del programa SPSSV22 y EXCEL 2010 se presentan los resultados en tablas y figuras de variables y dimensiones.

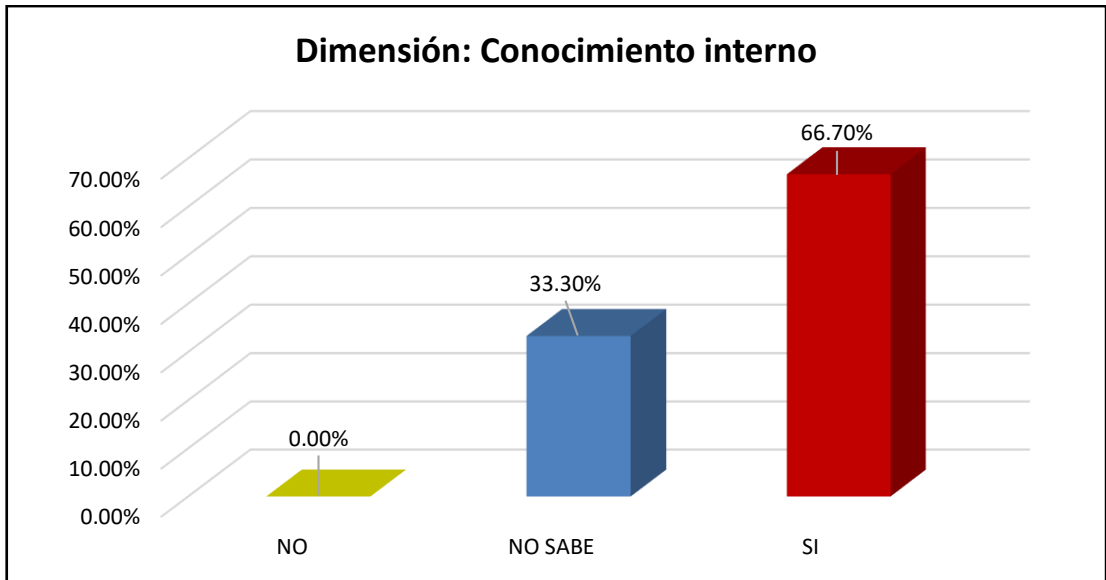
**Tabla 01**

**Dimensión: Conocimiento interno de la empresa Inversiones Bolívar activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	4	66,70
	No sabe	2	33,30
	No	0	0,00
	TOTAL	06	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22





**Figura 01: Dimensión: Conocimiento interno**

**Fuente: Tabla 01**

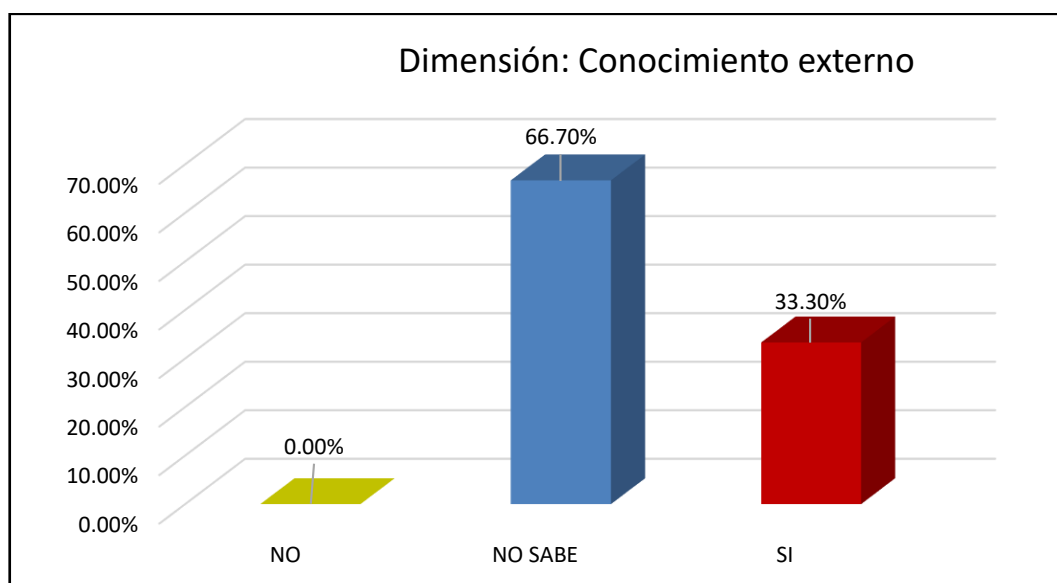
**Interpretación:** De la figura y tabla 01, se observa que el 66,70% de trabajadores refieren que tienen conocimiento interno de la empresa seguido de 33.30% no sabe y 0.00% no.

**Tabla 02**

**Dimensión: Conocimiento externo de la empresa Inversiones Bolívar activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	2	33,30
	No sabe	4	66,70
	No	0	0,00
	TOTAL	06	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



**Figura 02: Dimensión: Conocimiento externo**

Fuente: Tabla 02

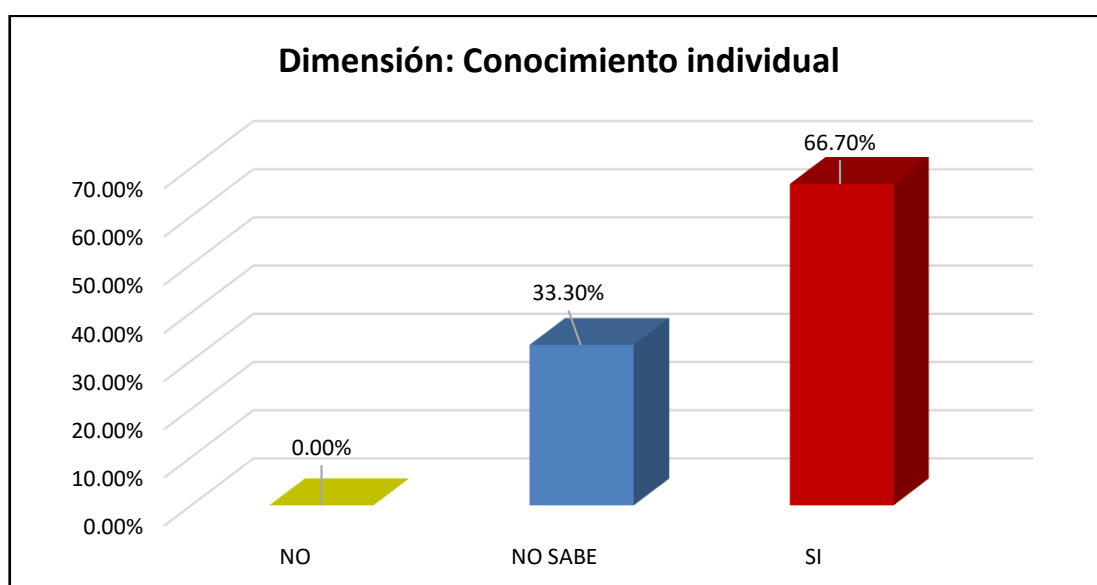
**Interpretación:** De la figura y tabla 02, se observa que el 33,30% de trabajadores refieren que tienen conocimiento externo de la empresa seguido de 66.70% no sabe y 0.00% no.

**Tabla 03**

**Dimensión: Conocimiento individual de la empresa Inversiones Bolívar activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	4	66,70
	No sabe	2	33,30
	No	0	0,00
	TOTAL	06	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



**Figura 03: Dimensión: Conocimiento individual**

Fuente: Tabla 03

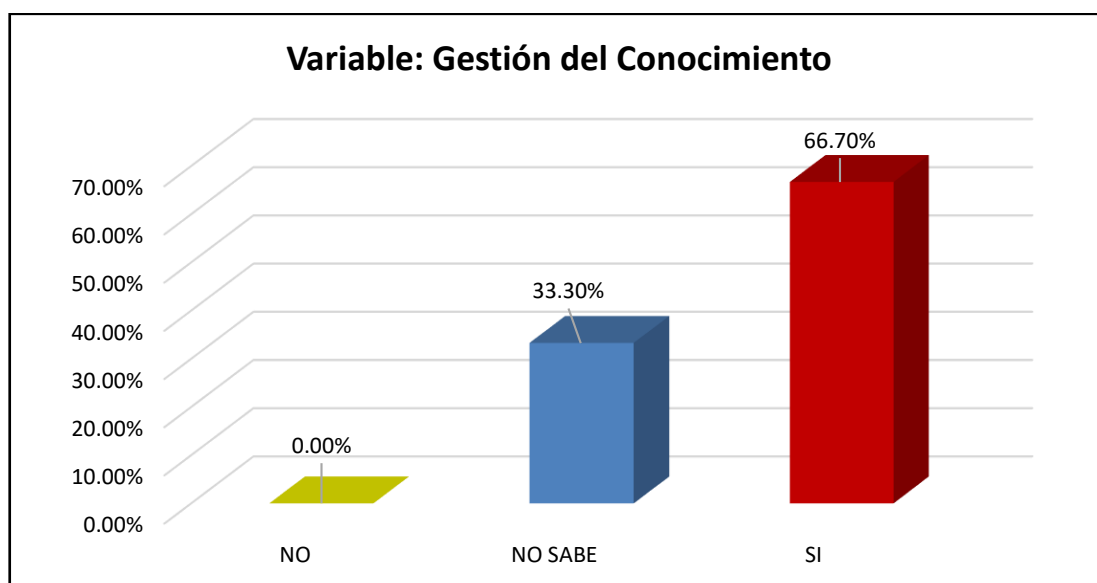
**Interpretación:** De la figura y tabla 03, se observa que el 66,70% de trabajadores refieren que tienen conocimiento individual de la empresa seguido de 33.30% no sabe y 0.00% no.

**Tabla 04**

**Variable: Gestión del conocimiento de la empresa Inversiones Bolívar activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	4	66,70
	No sabe	2	33,30
	No	0	0,00
	TOTAL	06	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



**Figura 04: Variable: Gestión del Conocimiento**

Fuente: Tabla 04

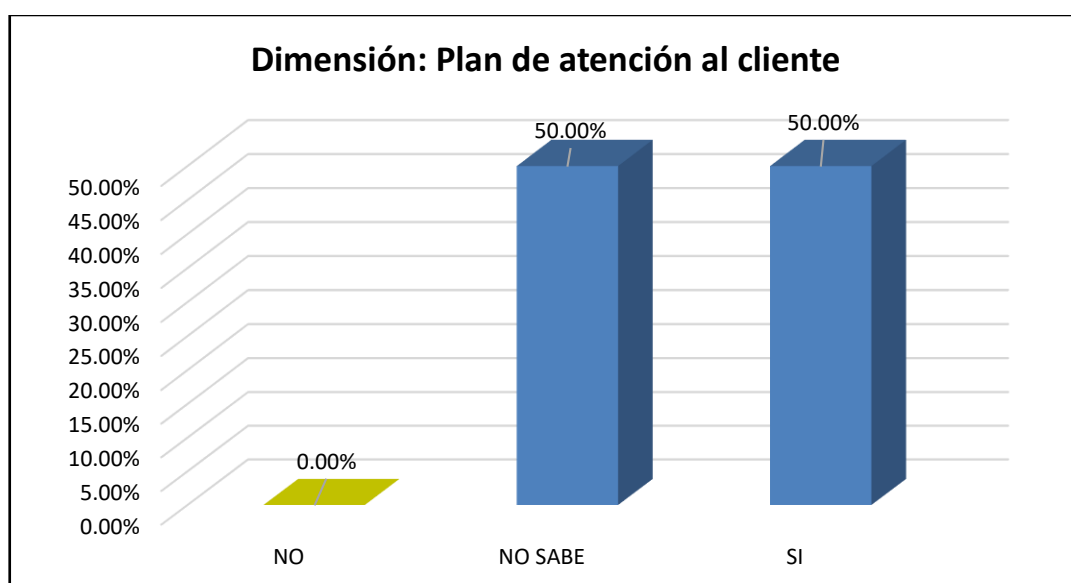
**Interpretación:** De la figura y tabla 04, se observa que el 66,70% de trabajadores refieren que realizan Gestión del conocimiento en la empresa seguido de 33,30% no sabe y 0,00% no.

**Tabla 05**

**Dimensión: Plan de atención al cliente en la empresa Inversiones Bolívar activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	3	50,00
	No sabe	3	50,00
	No	0	0,00
	TOTAL	06	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



**Figura 05: Dimensión: Plan de atención al cliente**

Fuente: Tabla N°05

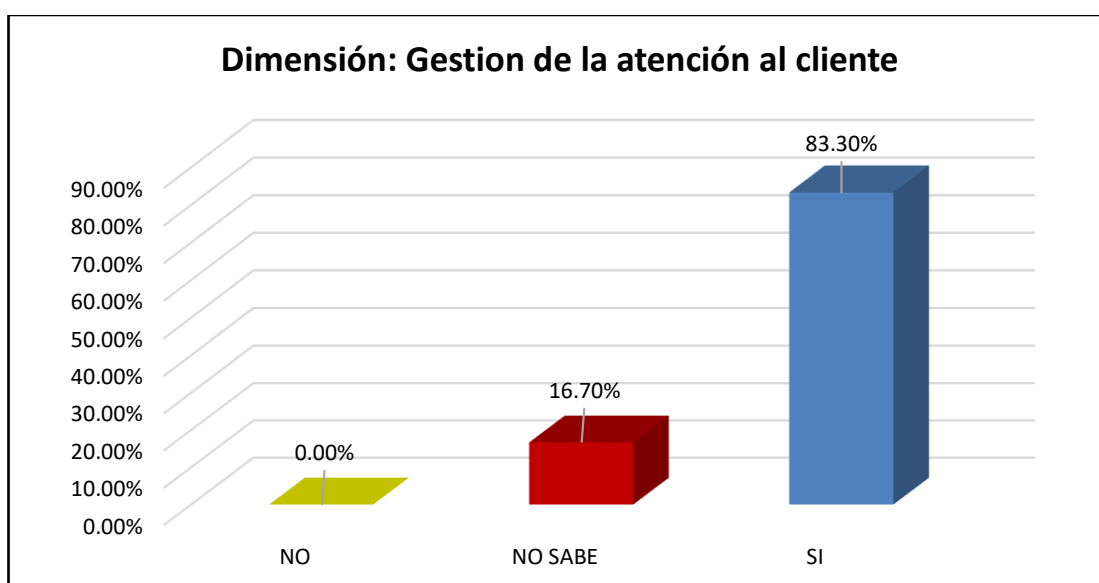
**Interpretación:** Del gráfico y tabla N°05, se observa que el 50,00% de trabajadores refieren que la empresa tiene un plan de atención al cliente seguido de 50.00% no sabe y 0.00% no.

**Tabla 06**

**Dimensión: Gestión de la atención al cliente en la empresa Inversiones Bolívar activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	5	83,30
	No sabe	1	16,70
	No	0	0,00
	TOTAL	06	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



**Figura 06: Dimensión: Gestión de la atención al cliente**

Fuente: Tabla 06

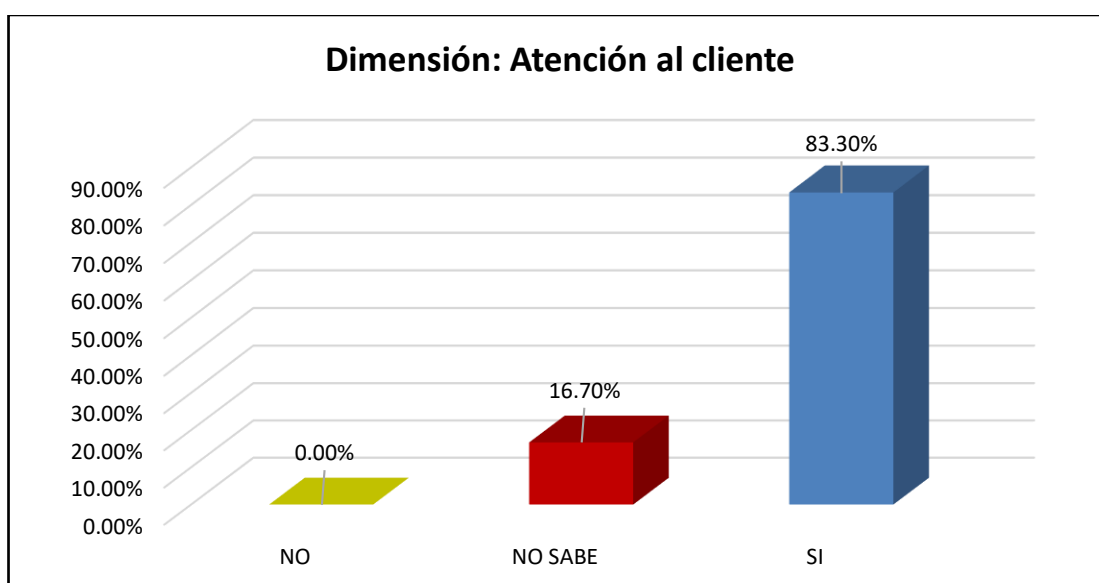
**Interpretación:** De la figura y tabla 06, se observa que el 83,30% de trabajadores refieren que tienen conocimiento sobre gestión de atención al cliente seguido de 16.70% no sabe y 0.00% no.

**Tabla 07**

**Variable: Atención al cliente en la empresa Inversiones Bolívar activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	5	83,30
	No sabe	1	16,70
	No	0	0,00
	TOTAL	06	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



**Figura 07: Dimensión: Atención al cliente**

Fuente: Tabla N°07

**Interpretación:** De la figura y tabla 07, se observa que el 83,30% de trabajadores refieren que tienen conocimiento sobre atención al cliente seguido de 16.70% no sabe y 0.00% no.

### 4.1.1. Prueba de Hipótesis

#### Hipótesis General

H0: No existe una relación significativa entre la gestión del conocimiento y la atención del cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

Hi: Existe una relación significativa entre la gestión del conocimiento y la atención del cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

**Tabla 08**

#### Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre las variables gestión del conocimiento y atención al cliente

Correlaciones				
			V1	V2
Rho de Spearman	Variable (V1): Gestión del conocimiento	Coeficiente de correlación	1,000	,986**
		Sig. (*bilateral)	.	,000
		N	06	06
	Variable(V2): Atención al cliente	Coeficiente de correlación	,986**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	06	06

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

**Fuente: Resultados obtenidos del procesamiento de la encuesta y procesado con el programa SPSS.V22.**

**Interpretación:** De la tabla 08, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,986$  correlación muy alta positiva y  $p\text{valor} = 0,00 < 0,01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye existe una relación significativa entre la gestión del conocimiento y la



atención del cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

### HIPÓTESIS ESPECÍFICA 01

H0: No existe una relación significativa entre conocimiento interno y la atención del cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

Hi: Existe una relación significativa entre conocimiento interno y la atención del cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

**Tabla 09**

### Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión conocimiento interno y la variable atención al cliente

Correlaciones				
			D1	V2
Rho de Spearman	Dimensión (D1): conocimiento interno	Coeficiente de correlación	1,000	,925**
		Sig. (*bilateral)	.	,008
		N	06	06
	Variable(V2): Atención al cliente	Coeficiente de correlación	,925**	1,000
		Sig. (bilateral)	,008	.
		N	06	06

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

**Fuente:** Resultados obtenidos del procesamiento de la encuesta y procesado con el programa SPSS.V22.

**Interpretación:** De la tabla 09, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,925$  correlación muy alta positiva y  $p\text{valor} = 0,008 < 0,01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye existe una relación significativa entre conocimiento interno y la atención

del cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

## HIPÓTESIS ESPECÍFICA 02

H0: No existe una relación significativa entre el conocimiento externo y la atención del cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

Hi: Existe una relación significativa entre el conocimiento externo y la atención del cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

**Tabla 10**

### Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión conocimiento externo y la variable atención al cliente

		Correlaciones		
			V1	V2
Rho de Spearman	Dimensión (D2): conocimiento externo	Coeficiente de correlación	1,000	,849*
		Sig. (*bilateral)	.	,033
		N	06	06
	Variable(V2): Atención al cliente	Coeficiente de correlación	,849*	1,000
		Sig. (bilateral)	,033	.
		N	06	06

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

**Fuente:** Resultados obtenidos del procesamiento de la encuesta y procesado con el programa SPSS.V22.

**Interpretación:** De la tabla 10, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,849$  correlación alta positiva y  $p\text{valor} = 0,033 < 0,05$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 5%, se concluye existe una relación significativa entre el conocimiento externo y la atención

del cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

### HIPÓTESIS ESPECÍFICA 03

H0: No existe una relación significativa entre la gestión del conocimiento y la atención del cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

Hi: Existe una relación significativa entre la gestión del conocimiento y la atención del cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

**Tabla 11 Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión conocimiento individual y la variable Atención al cliente**

		Correlaciones		
			D3	V2
Rho de Spearman	Dimensión (D3): Conocimiento Individual	Coeficiente de correlación	1,000	,838*
		Sig. (*bilateral)	.	,037
		N	06	06
	Variable(V2): Atención al cliente	Coeficiente de correlación	,838*	1,000
		Sig. (bilateral)	,037	.
		N	06	06

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Fuente: Resultados obtenidos del procesamiento de la encuesta y procesado con el programa SPSS.V22.

**Interpretación:** De la tabla 11, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r= 0,838$  correlación alta positiva y  $pvalor= 0,037 < 0.05$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 5%, se concluye existe una relación significativa entre el conocimiento individual y la atención del cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

## 4.2. Discusión

Para efectos de la discusión los resultados de esta investigación, se inicia con la formulación de la pregunta de investigación. ¿Qué relación existe entre la gestión del conocimiento y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?, donde se ha obtenido relación altamente significativa entre ambas variables de estudio que genera discusión.

De los resultados obtenido de la tabla N° 04, 07, se observa el 66,70% de trabajadores refieren que realizan Gestión del conocimiento en la empresa seguido de 33.30% no sabe y 0.00%, por otro lado, el 83,30% de trabajadores refieren que tienen conocimiento sobre atención al cliente seguido de 16.70% no sabe y 0.00% no. Los resultados coinciden con algunas de las conclusiones de Palomeque & Ruiz (2019), Cuando refiere, que el 76% tiene un nivel satisfactorio o muy satisfactorio por los acuerdos y convenios con universidades nacionales e internacionales suscritos, lo confirma Gauchi (2012).Refiere cuando se combina la información, usuarios, y usos de tecnologías aplicado al conocimiento contribuye al desarrollo de la entidad tomando una decisión adecuada, lo confirma Pérez (2016) Refiere que el 52,2% de los datos se ubica en el nivel medio en lo que respecta a su percepción sobre la gestión del conocimiento, seguido por el 45,7% que se ubica en el nivel bajo, observándose sólo del 2% que se ubica en el nivel alto. Hoy en día la gestionar conocimiento sobre atención al cliente en una empresa es importante lo que permite que su cliente se sienta satisfecho. Como lo dice Riley (2002), la gestión del conocimiento no es un problema de uso de tecnología, sino que compromete a otros elementos importantes tales como conectar a la gente con la gente, conectar a las personas con la información, permitir la conversión de la información en conocimiento, y fomentar la innovación a través de una cultura de intercambio y apoyo La variable Gestión de conocimiento se sustenta Minakata (2009), Ernst & Young (1998), Crespo, & Huarte (2013), y la variable atención al cliente se sustenta Serna (2006) y Blanco (2001). La hipótesis planteada se contrasta al aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r=$

0,986 correlación muy alta positiva y  $p\text{valor} = 0,00 < 0,01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye existe una relación significativa entre la gestión del conocimiento y la atención del cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

De los resultados obtenidos de la tabla N° 01, 02, 03, 05, 06, sobre la variable Gestión de conocimiento donde sus dimensiones que presenta mayor frecuencia son los niveles SI y No saben, es decir que las empresa debe tomar en cuentas que gestionar conocimiento es importante ayuda a cumplir con los objetivos institucionales que se persigue, luego de realizar la prueba de hipótesis específicas se obtiene que se rechazan las hipótesis nulas planteadas es decir cada uno de ellas existe relación significativa. Estas dimensiones están respaldadas por Garvin (1998), Nonaka et al. (1999), Zack (1999), Pérez-Montoro (2009), Mancuzo (2021), Serna (2006). Blanco (2001), Bhatt (2000). Ernst & Young (1998).

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

Se presentan las conclusiones de acuerdo a los objetivos e hipótesis planteados en la investigación.

#### **CONCLUSIÓN 1**

Se concluye existe relación significativa entre la gestión del conocimiento y la atención del cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022. Luego de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,986$  correlación muy alta positiva y  $p\text{valor} = 0,00 < 0.01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, Asimismo el 66,70% de trabajadores refieren que realizan Gestión del conocimiento en la empresa seguido de 33.30% no sabe y 0.00% , lo mismo el 83,30% de trabajadores refieren que tienen conocimiento sobre atención al cliente seguido de 16.70% no sabe y 0.00% no.

#### **CONCLUSIÓN 2**

Se concluye existe una relación significativa entre conocimiento interno y la atención del cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022. Luego de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,925$  correlación muy alta positiva y  $p\text{valor} = 0,008 < 0.01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%. Asimismo, el 66,70% de trabajadores refieren que tienen conocimiento interno de la empresa seguido de 33.30% no sabe y 0.00% no.

#### **CONCLUSIÓN 3**

Se concluye se concluye existe relación significativa entre el conocimiento externo y la atención del cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, Región Ucayali, 2022. Luego de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,849$  correlación alta positiva y  $p\text{valor} = 0,033 < 0.05$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de

significancia del 5%. Asimismo, el 33,30% de trabajadores refieren que tienen conocimiento externo de la empresa seguido de 66.70% no sabe y 0.00% no.

#### **CONCLUSIÓN 4**

Se concluye existe relación significativa entre el conocimiento individual y la atención del cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022. Luego de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r= 0,838$  correlación alta positiva y  $pvalor= 0,037 < 0.05$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 5%. Asimismo, el 66,70% de trabajadores refieren que tienen conocimiento individual de la empresa seguido de 33.30% no sabe y 0.00% no.

## RECOMENDACIONES

Se presentan las recomendaciones de acuerdo a los resultados obtenidos:

- Se recomienda a la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de acuerdo a los resultados obtenidos en la variable gestión del conocimiento se debe realizar talleres de sensibilización sobre la importancia de generar conocimiento en cada trabajador de la empresa es decir utilizar información para conquistar nuevos mercados y distribuir productos y servicios para estos nuevos mercados de forma más rápida y eficiente.
- Se recomienda a la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de acuerdo a los resultados obtenidos en la dimensión conocimiento interno se debe tomar en cuenta el planeamiento estratégico, trabajo en equipo, toma de decisiones que se vea reflejado en la atención del cliente.
- Se recomienda a la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de acuerdo a los resultados obtenidos en la dimensión conocimiento externo se debe tomar en cuenta las necesidades del cliente, mejora de los productos y especificaciones requeridas por los clientes.
- Se recomienda a la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de acuerdo a los resultados obtenidos en la dimensión conocimiento individual se debe tomar en cuenta que todo trabajador debe desarrollar habilidades individuales, contactos, relaciones personales que se identifique como conocimiento individual.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abecker, Andreas, et al. (2002). *Infraestructuras de información empresarial para la entrega activa de conocimiento sensible al contexto, en sistemas de gestión del conocimiento*. Editorial Thompson, Madrid.
- Alavi, Maryam, et al. (2002). *Sistemas en la práctica de sistemas de gestión del conocimiento*. Editorial Thompson, Madrid.
- Albano, Sergio (1999). Seminario: *La gestión del conocimiento*. Capacyt, México D.F.
- Amidon, Debra (2002). *El momento de la administración del conocimiento, entovation internacional*.
- Argyris, Chris (1999). *Sobre el aprendizaje organizacional*. Editorial Oxford Press, México D.F.
- Barnes, Stuart (2002). *Sistemas de gestión del conocimiento*. Editorial Thompson, Madrid.
- Baumael, Ulrike et al. (2002). *Gestión del conocimiento en corporaciones diversificadas, en sistemas de gestión del conocimiento*. Editorial Thompson, Madrid.
- Bañegil, T. y Sanguino, R. (2003). *Estrategia y Gestión del conocimiento*. Ponencia presentada en el XII Congreso de AECA. Cádiz.
- Balestrini. (1997). *Cómo se elabora el proyecto de investigación*. Caracas: Fotolito Quintana.
- Becerra, Manuel (2002). *El conocimiento y la dirección de empresas*. Revista de empresa, IESE. Madrid.
- Bernal, César Augusto (2000). *Metodología de la investigación para Administración y Economía*. Prentice Hall, Bogotá D.C.

- Briceño Moreno, M. D., & Bernal Torres, C. A. (2010). *Estudios de caso sobre la gestión del conocimiento en cuatro organizaciones colombianas líderes en penetración de mercado*. Estudios gerenciales Vol. 26N 117, 173-193.
- Brooking, A. (1997). *El capital intelectual*. Paidós, Barcelona.
- Bueno Campo, E., Rodríguez Jerico, P., & Salmador Sánchez, M. (1999). *Experiencias en medición del capital intelectual en España: El modelo intelect. En experiencias en medición del capital intelectual en España: El modelo intelect (pág. 220)*. España: Instituto Universitario Euroforum Escorial.
- Castells, E. (1997). *Tecnología e innovación en la empresa*. En E. Castells, Dirección y gestión (pág. 19). España: UPC.
- Castro Ruiz, C. A. (2012). *Gestión del conocimiento en una Organización Intensa en Conocimiento: el caso de un Centro de Investigación de excelencia en Colombia/Knowledge Management in a knowledge-intensive organization: the case of a research center of excellence in Colombia*. Civilizar N° 5, 52-70.
- CIC, M.C. (2003). *Modelo intellectus: medición y gestión del capital intelectual*. Serie Documentos Intellectus 5.
- De Urbina Criado, Maria (2002). *La teoría del conocimiento y la gestión del conocimiento. Estado de la cuestión*. Universidad Rey Juan Carlos, España.
- Drucker, P. (2002). *The Discipline of Innovation*. Harvard Business School Publishing.
- Edvinsson, L., & Malone, M. (1977). *Intellectual Capital. Realizing your Company's True Value by Findings its Hidden Brainpower*. New York: Harper Collins Publishers, Inc.
- Garvin. (1998). *La autoevaluación según los modelos de la gestión de calidad total del aprendizaje en la organización*. Tesis Doctoral. Valencia, España: Universidad de Valencia, España.

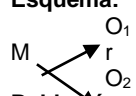
- Gauchi, V. (2012). En la investigación titulada: "*Aproximación teórica a la relación entre los términos gestión documental, gestión de información y gestión del conocimiento*".
- Haslinda, A, Sarihan, A. (2009). *A Review of Knowledge Management Models*. The Journal of International Social Reserch, 2,9.
- Hernández, Fernández y Baptista. L. (2014). *Validez y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos*. México (p. 243).
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación*. 6ta. Edición. México D.F. McGraw Hill Interamericana.
- Lemken, Birgit, et al. (2002). *Gestión del conocimiento en las organizaciones en sistemas de gestión del conocimiento*. Editorial Thompson, Madrid.
- Liberona, D., & Ruiz, M. (2013). *Análisis de la implementación de programas de gestión del conocimiento en las empresas chilenas*.
- Macías Gelabert, C., & Aguilera Martínez, A. (2012). *Contribución de la gestión de recursos humanos a la gestión del conocimiento*. Estudios gerenciales, Vol. 28, NO. 123, 133-148.
- Majaro. (1992). *Cómo generar ideas para generar beneficios*. Buenos aires, Argentina: Granica.
- Mejía Rocha, M. I., & Colín Salgado, M. O. (2013). *Gestión del conocimiento: una aproximación teórica y propuesta para su observación*. Desarrollo Gerencial, Vol, 5 No. 1-enero-junio 2013. Universidad Simón Bolívar-Colombia-ISSN 2145-5147, 145-17.
- Nonaka y Takeuchi. (1995). *La organización creadora del conocimiento*. New York: Oxford University Press.
- Parasuraman, A. Zeithaml, A. & Bitner. (1993). *Calidad total de la gestión de los servicios*. Madrid-España: Díaz de Satos S.A. Madrid.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A. & Berry, L. (2012). *La fiabilidad es la habilidad para la calidad*. México: Nirvana.

- Pérez Montoro Gutiérrez Mario (2009). *Gestión del conocimiento en las organizaciones*. Gijón: Trea.
- Pérez, V, (2007). *Calidad total en la atención al cliente: Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. Primera edición. Ideas propias. Editorial España p.p. 6, 8-16.
- Publicaciones Vértice S.L. (2010). *Atención al cliente*. Editorial Vértice. España p.p. 10.
- Publicaciones Vértice S.L. (2013). *La calidad en el servicio al cliente*. Editorial Vértice. España p.p. 1, 3.
- Rodríguez Díaz, M. T., & Gonzáles Millá, J. J. (2013). *Gestión del conocimiento y capital intelectual, a través de modelos universitarios*. Revista Económica CUC, Vol, 34, No. 1, Barranquilla, Colombia: Editorial Educosta, 85-116.
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2015). *Metodología y diseños en la investigación Científica*. Lima: Visión universitaria.
- Senge, P. (1990). *La Quinta Disciplina en la Práctica*. México: Ediciones Granítica.
- Senge, P. M. (2012). *La quinta disciplina: Como impulsar el aprendizaje en la organización inteligente*. Ediciones Granica S.A.
- Veliz M. Villanueva R. (2013). *Calidad percibida por los usuarios externos* Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

# **ANEXOS**

## ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

### Tesis: La gestión del conocimiento y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
¿Qué relación existe entre la gestión del conocimiento y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?	Determinar la relación que existe entre la gestión del conocimiento y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.	Existe una relación significativa entre la gestión del conocimiento y la atención del cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.	<b>Variable 1: Gestión del conocimiento</b>	Conocimiento interno	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planeamiento estratégico</li> <li>Liderazgo grupal</li> <li>Trabajo en equipo</li> <li>Políticas de reconocimiento</li> <li>Toma de decisiones</li> <li>Cambios del entorno</li> </ul>	<b>Tipo de Investigación:</b> No Experimental Transversal <b>Nivel de investigación:</b> Correlacional <b>Esquema:</b>  <b>Población:</b> 06 trabajadores <b>Muestra:</b> 06 trabajadores <b>Técnica:</b> La encuesta. <b>Instrumento:</b> Cuestionario de gestión del conocimiento y atención al cliente
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicas</b>		Conocimiento externo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Necesidades de los clientes</li> <li>Mejora de procesos, productos y servicios</li> <li>Especificaciones requeridas por los clientes</li> </ul>	
¿Qué relación existe entre el conocimiento interno y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?	Determinar la relación que existe entre el conocimiento interno y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.	Existe una relación significativa entre el conocimiento interno y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.		Conocimiento individual	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aprovechamiento óptimo</li> <li>Programa de capacitación</li> <li>Programas de incentivos</li> <li>Empleo de estrategias</li> </ul>	
¿Qué relación existe entre el conocimiento externo y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?	Determinar la relación que existe entre el conocimiento externo y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.	Existe una relación significativa entre el conocimiento externo y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.		<b>Variable 2: Atención al cliente</b>	Plan de atención al cliente	
¿Qué relación existe entre el conocimiento individual y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?	Determinar la relación que existe entre el conocimiento individual y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.	Existe una relación significativa entre el conocimiento individual y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.		Gestión de la atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inducción al personal</li> <li>Evaluación del desempeño del trabajador</li> <li>Quejas del cliente</li> <li>Capacitación y motivación en la atención al cliente</li> </ul>	

## ANEXO 2: INSTRUMENTOS DE APLICACIÓN

### CUESTIONARIO 1

Señor trabajador con el presente cuestionario pretendemos obtener información respecto a la gestión del conocimiento y la atención al cliente de la empresa Inversiones bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022, mucho agradeceremos a usted marcar con una (X) la alternativa que considere pertinente en cada caso.

#### VARIABLE 1: GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

CATEGORIA	VALOR
No	1
No sabe	2
Si	3

Ítems de indicadores			
<b>DIMENSIÓN 1: CONOCIMIENTO INTERNO</b>			Escala valorativa
<b>Indicador: Planeamiento estratégico</b>			No No sabe Si
1. ¿La gestión del conocimiento se expresa como base del planeamiento estratégico de la empresa?			
<b>Indicador: Liderazgo grupal</b>			
2. ¿Se establece líderes de grupo para mayor libertad de trabajo en todas las áreas de la empresa?			
<b>Indicador: Trabajo en equipo</b>			
3. ¿En su empresa se apoya el trabajo en equipo?			
<b>Indicador: Política de reconocimiento</b>			
4. ¿En su empresa se ha definido una política de reconocimiento a las nuevas ideas y proyectos?			
<b>Indicador: Toma de decisiones</b>			
5. ¿En su empresa se ha ampliado el área de la toma de decisiones donde todos participen?			
<b>Indicador: Cambios del entorno</b>			
6. ¿En su empresa se adaptan los cambios del entorno a las diferentes áreas de trabajo como algo natural y necesario?			
7. ¿En su empresa se efectúan evaluaciones a los cambios del entorno para adaptarlos sin demoras a los procesos internos?			
<b>DIMENSIÓN 2: CONOCIMIENTO EXTERNO</b>			
<b>Indicador: Necesidades de los clientes</b>			
8. ¿En su empresa se identifican las necesidades de los clientes a fin de mejorar procesos, productos y servicios?			
9. ¿En su empresa se considera que la principal fuente de conocimiento son los clientes y proveedores?			
<b>Indicador: Mejora de procesos, productos y servicios</b>			
10. ¿En su empresa existen programas con institutos de investigación, universidades y otras organizaciones para la mejora de los procesos, productos y servicios?			
<b>Indicador: Especificaciones requeridas por los clientes</b>			

11. ¿En su empresa se conocen las especificaciones requeridas por los clientes para generar conocimiento interno?			
12. ¿Se establece la integración cliente-empresa-competidores?			
<b>DIMENSIÓN 3: CONOCIMIENTO INDIVIDUAL</b>			
<b>Indicador: Aprovechamiento óptimo</b>			
13. ¿Se ha identificado el conocimiento, habilidades y destrezas adquiridas por el personal para un aprovechamiento óptimo dentro de la empresa?			
<b>Indicador: Programa de capacitación</b>			
14. ¿Existe un programa de capacitación constante que favorezca el mejoramiento continuo en todas las áreas de la empresa?			
15. ¿Se mantiene actualizado al personal de las áreas claves de la empresa?			
16. ¿En su empresa se promueve la capacitación individual como base para la obtención de conocimiento?			
17. ¿En su empresa se analizan las capacidades del recurso humano para ejecutar los procesos y en función a ello orientar la capacitación?			
<b>Indicador: Programas de incentivos</b>			
18. ¿En su empresa se establecen programas de incentivos a las nuevas ideas y proyectos?			
<b>Indicador: Empleo de estrategias</b>			
19. ¿En su empresa se han empleado estrategias para la generación del conocimiento tácito y explícito entre empleados?			

¡Muchas gracias!



## Anexo 2: Instrumentos de aplicación

### CUESTIONARIO 2

Señor trabajador con el presente cuestionario pretendemos obtener información respecto a la gestión del conocimiento y la atención al cliente de la empresa Inversiones bolívar Activa E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022, mucho agradeceremos a usted marcar con una (X) la alternativa que considere pertinente en cada caso.

#### VARIABLE 1: ATENCIÓN AL CLIENTE

CATEGORIA	VALOR
No	1
No sabe	2
Si	3

Ítems de indicadores			
DIMENSIÓN 1: PLAN DE ATENCIÓN AL CLIENTE	Escala valorativa		
Indicador: Plan estructurado	No	No sabe	Si
1. ¿En su empresa existe algún plan estructurado de atención al cliente, que se ponga en práctica actualmente?			
Indicador: Manual de atención al cliente			
2. ¿En su empresa existe algún manual de atención al cliente?			
Indicador: Guía de atención al cliente			
3. ¿En su empresa existe alguna guía de atención al cliente?			
Indicador: Servicio al cliente			
4. ¿El servicio al cliente es parte fundamental dentro de la empresa?			
5. ¿Su empresa realiza un adecuado servicio al cliente?			
6. ¿Considera usted que el servicio al cliente es importante en su empresa?			
Indicador: Incremento de ventas			
7. ¿Considera usted que el incremento de ventas depende del servicio que se brinda al cliente en su empresa?			
8. ¿El servicio excelente al cliente mejora el incremento en las ventas en su empresa?			
DIMENSIÓN 2: GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE			
Indicador: Inducción al personal			
9. ¿En su empresa al momento de ingresar un nuevo trabajador, se le brinda inducción en el cargo que va a ocupar y en la atención al cliente?			
Indicador: Evaluación del desempeño del trabajador			
10. ¿En su empresa se evalúa el desempeño del trabajador en la atención al cliente?			
11. ¿En su empresa existe algún incentivo para los trabajadores que desempeñan bien su trabajo, al atender a los clientes?			
Indicador: Quejas del cliente			
12. ¿En su empresa se atienden los casos de quejas del cliente en forma inmediata?			
Indicador: Capacitación y motivación en la atención al cliente			
13. ¿En su empresa se brindan capacitaciones y motivación al personal en la atención al cliente?			

¡Muchas gracias!

## ANEXO 3: MATRIZ DE VALIDACIÓN

### Anexo 03: Matriz de validación

Título: La gestión del conocimiento y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L., de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

Variables	Dimensión	Indicador	Items	Opción de respuesta		Criterio de evaluación											
				Si	No	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre ítem y la opción de respuesta		Observación					
						SI	NO	SI	NO	SI	NO						
Gestión del conocimiento	Conocimiento interno	Intelecto grupal Liderazgo grupal Trabajo en equipo Política de reconocimiento Toma de decisiones Cambios del entorno	¿La gestión del conocimiento se expresa como base del planeamiento estratégico de la empresa? ¿Se establece línea de grupo para mayor libertad de trabajo en todas las áreas de la empresa? ¿En su empresa se acepta el trabajo en equipo? ¿En su empresa se ha diseñado una política de reconocimiento a los nuevos ideas y proyectos? ¿En su empresa se adapta los cambios del entorno a las diferentes áreas de trabajo como algo natural y necesario? ¿En su empresa se discuten evaluaciones a los cambios del entorno para adaptarse sin darme a los procesos internos? ¿En su empresa se identifican las necesidades de los clientes a fin de mejorar procesos, productos y servicios? ¿En su empresa se conocen que la principal fuente de conocimiento son los clientes y proveedores? ¿En su empresa existen programas con métodos de investigación, necesidades y otras organizaciones para la mejora de los procesos, productos y servicios? ¿En su empresa se conocen las especificaciones requeridas por los clientes para generar conocimiento interno? ¿Se establece integración entre empresa-completos?			X		X		X		X					
						X		X		X		X		X			
						X		X		X		X		X			
						X		X		X		X		X			
						X		X		X		X		X			
						X		X		X		X		X			
						X		X		X		X		X			
						X		X		X		X		X			
						X		X		X		X		X			
						X		X		X		X		X			
Conocimiento externo	Mejora de procesos, productos y servicios	Especificaciones requeridas por los clientes	¿En su empresa se conocen las especificaciones requeridas por los clientes para generar conocimiento interno? ¿Se establece integración entre empresa-completos?			X		X		X		X					
						X		X		X		X		X			
Conocimiento individual	Aprovechamiento óptimo	Programa de capacitación	¿En su empresa se conocen las especificaciones requeridas por los clientes para generar conocimiento interno? ¿En su empresa se conocen que la principal fuente de conocimiento son los clientes y proveedores? ¿En su empresa existen programas con métodos de investigación, necesidades y otras organizaciones para la mejora de los procesos, productos y servicios? ¿En su empresa se conocen las especificaciones requeridas por los clientes para generar conocimiento interno? ¿Se establece integración entre empresa-completos?			X		X		X		X					
						X		X		X		X		X			

			¿Se mantiene actualizado al personal de los areas claves de la empresa?						X							X					X
			¿En su empresa se promueve la capacitación individual como base para la obtención de conocimientos?						X							X					X
			¿En su empresa se utilizan las capacidades del recurso humano para ejecutar los procesos y en función a ello ampliar la capacitación?						X							X					X
			¿En su empresa se mobilizan programas de incentivos a las nuevas ideas y proyectos?						X							X					X
			¿En su empresa se han implementado estrategias para la generación del conocimiento tácito y explícito entre empleados?						X							X					X
			¿En su empresa existe algún plan estructurado de atención al cliente, que se ponga en práctica actualmente?						X							X					X
			¿En su empresa existe algún manual de atención al cliente?						X							X					X
			¿En su empresa existe alguna guía de atención al cliente?						X							X					X
			¿El servicio al cliente es parte fundamental dentro de la empresa?						X							X					X
			¿Su empresa realiza un adecuado servicio al cliente?						X							X					X
			¿Considera usted que el servicio al cliente es importante en su empresa?						X							X					X
			¿Considera usted que el incremento de ventas depende del servicio que se brinda al cliente en su empresa?						X							X					X
			¿El servicio excelente al cliente mejora el incremento en las ventas en su empresa?						X							X					X
			¿En su empresa al momento de ingresar un nuevo trabajador, se le brinda inducción en el cargo que va a ocupar y en la atención al cliente?						X							X					X
			¿En su empresa se evalúa el desempeño del trabajador en la Atención al Cliente?						X							X					X
			¿En su empresa existe algún incentivo para los trabajadores que desempeñen bien su trabajo, al atender a los clientes?						X							X					X
			¿En su empresa se atienden los casos de quejas del cliente en forma inmediata?						X							X					X
			¿En su empresa se brindan capacitaciones y motivación al personal en la atención al cliente?						X							X					X
			¿En su empresa existe un plan de atención al cliente?						X							X					X
			¿En su empresa existe un manual de atención al cliente?						X							X					X
			¿En su empresa existe un plan de atención al cliente?						X							X					X

Fucallpa, 22 de diciembre del 2022

Dr. Jaime Augusto Rojas Elescano  
Validador

Anexo 03: **Matriz de validación**

Título: La gestión del conocimiento y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L., de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

Variables	Dimensión	Indicador	Items	Opción de respuesta		Criterio de evaluación																
				SI	NO	Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre ítem y la opción de respuesta		Observación y/o recomendación										
						SI	NO	SI	NO	SI	NO											
Gestión del conocimiento	Conocimiento interno	Planamiento estratégico Liderazgo grupal Trabajo en equipo Política de reconocimiento Toma de decisiones Cambio del entorno	¿La gestión del conocimiento se expresa como base del pensamiento estratégico de la empresa? ¿Se establece línea de grado para mayor libertad de trabajo en todas las áreas de la empresa? ¿En su empresa se apoya al trabajo en equipo? ¿En su empresa se ha definido una política de reconocimiento a las nuevas ideas y proyectos? ¿En su empresa se ha aplicado el área de la toma de decisiones donde todos participan? ¿En su empresa se adaptan los cambios del entorno a las diferentes áreas de trabajo como algo natural y necesario? ¿En su empresa se realizan evaluaciones a los cambios del entorno para adaptarlos en función a los procesos internos? ¿En su empresa se identifican las necesidades de los clientes a fin de mejorar procesos, productos y servicios? ¿En su empresa se considera que la principal fuente de conocimiento son los clientes y proveedores? ¿En su empresa existen programas con instancias de investigación, universidades y otras organizaciones para la mejora de los procesos, productos y servicios? ¿En su empresa se conocen las especificaciones requeridas por los clientes para generar conocimiento interno? ¿Se establece la integración cliente-empresa-proveedores?																			
Conocimiento externo	Mejora de procesos, productos y servicios Especificaciones requeridas por los clientes																					
Conocimiento individual	Aprovechamiento óptimo Programa de capacitación																					



Anexo 03: **Matriz de validación**

Título: La gestión del conocimiento y la atención al cliente de la empresa Inversiones Bolívar Activa E.I.R.L., de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

Variables	Dimensión	Indicador	Items	Criterio de evaluación												Observación y/o recomendación en su caso	
				Opción de respuesta			Relación entre la variable y la dimensión			Relación entre el indicador y el ítem			Relación entre ítem y la opción de respuesta				
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
Gestión del conocimiento	Conocimiento interno	Planamiento estratégico	¿La gestión del conocimiento se expresa como base del pensamiento estratégico de la empresa?	X				X				X					
			Liderazgo grupal	¿Se estableció líderes de grupo para mayor libertad de trabajo en todos los áreas de la empresa?	X				X				X				
				¿En su empresa se adopta el trabajo en equipo?	X				X				X				
				¿En su empresa se ha diseñado una política de reconocimiento a los nuevos ideas y proyectos?	X				X				X				
			Política de reconocimiento	¿En su empresa se ha implementado el área de la toma de decisiones donde todos participen?	X				X				X				
				¿En su empresa se adoptan los cambios del entorno a las diferentes áreas de trabajo como algo natural y necesario?	X				X				X				
			Cambios del entorno	¿En su empresa se ejecutan evaluaciones a los cambios del entorno para adaptarse sin dañar a los procesos internos?	X				X				X				
				¿En su empresa se identifican las necesidades de los clientes a fin de mejorar procesos, productos y servicios?	X				X				X				
			Necesidades de los clientes	¿En su empresa se corrigen que la principal fuente de conocimiento son los clientes y proveedores?	X				X				X				
				¿En su empresa existen programas con resultados de investigación, universidades y otras organizaciones para la mejora de los procesos, productos y servicios?	X				X				X				
Mejora de procesos, productos y servicios	Especializaciones requeridas por los clientes	¿En su empresa se conocen las especializaciones requeridas por los clientes para generar conocimiento interno?	X				X				X						
		¿Se establece integración cliente-empresa-proveedores?	X				X				X						
Conocimiento externo	Aprovechamiento óptimo	¿Se ha identificado el conocimiento, habilidades y destrezas adquiridas por el personal para un aprovechamiento óptimo de la empresa?	X				X				X						
		¿Existe un programa de capacitación constante que favorezca el mejoramiento continuo en todas las áreas de la empresa?	X				X				X						
Programa de capacitación	Programa de capacitación		X				X				X						
			X				X				X						



## Anexo 4: CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

Variable: Gestión del conocimiento

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Ítems
0,764	19

**Interpretación:** El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,764 por ende, el instrumento es altamente confiable para la investigación por el resultado que arrojó

Pucallpa, 10 de enero del 2023



.....  
**Validador**  
**Dr. Percy Orlando Rojas Medina**



## CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

Variable: Atención al cliente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Ítems
0,784	13

**Interpretación:** El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,784 por ende, el instrumento es altamente confiable para la investigación por el resultado que arrojó

Pucallpa, 10 de enero del 2023



.....  
**Validador**  
**Dr. Percy Orlando Rojas Medina**

## ANEXO 5: BASE DE DATOS

### BASE DE DATOS DE LA VARIABLE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

N°	ITEMS1	ITEMS2	ITEMS3	ITEMS4	ITEMS5	ITEMS6	ITEMS7	ITEMS8	ITEMS9	ITEMS10	ITEMS11	ITEMS12	ITEMS13	ITEMS14	ITEMS15	ITEMS16	ITEMS17	ITEMS18	ITEMS19
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2
3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3
4	2	2	2	2	3	3	2	2	3	1	3	3	2	2	2	3	3	2	2
5	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	3	2	3	3

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta Procesado con el programa SPSSV22.

Escala: Si: 3 No sabe: 2 No: 1

### BASE DE DATOS DE LA VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

N°	ITEMS1	ITEMS2	ITEMS3	ITEMS4	ITEMS5	ITEMS6	ITEMS7	ITEMS8	ITEMS9	ITEMS10	ITEMS11	ITEMS12	ITEMS13
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3
2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2
3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3
4	2	2	2	2	3	3	2	2	3	1	3	3	2
5	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta Procesado con el programa

SPSSV22. Escala: Si: 3 No sabe: 2 No: 1

**ANEXO 6: FOTOS DE APLICACIÓN DE ENCUESTAS**

