

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Administración y Sistemas



TESIS

**Tecnologías de la información y comunicación y satisfacción del
cliente en un estudio jurídico del Distrito de El Tambo, 2021**

- Para optar : Título Profesional de Licenciada en
Administración
- Autor (es) : Bach. Mayta Martinez Cynthia Julia
Bach. Soriano Lozano Karen Jhoany
- Asesor : Dr. Juan Manuel Sanchez Soto
- Línea de investigación institucional : Ciencias Empresariales y Gestión de los
Recursos Humanos
- Fecha de inicio y culminación : 17 de junio del 2022 – 16 de junio del 2023

HUANCAYO-PERÚ

2022

HOJA DE APROBACIÓN POR LOS JURADOS

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

TESIS:

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN UN ESTUDIO JURÍDICO
DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2021.

PRESENTADA POR:

Bach. Mayta Martinez Cynthia Julia
Bach. Soriano Lozano Karen Jhoany

PARA OPTAR EL TITULO DE:

Licenciada en Administración

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS:
APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO

DECANO : _____
DR. VASQUEZ VASQUEZ WILBER GONZALO

PRIMER MIEMBRO : _____
MG. ROCIO MIRELLA GUTARRA ELIAS

SEGUNDO MIEMBRO : _____
MG. GINA URSULA LIÑAN RAMIREZ

TERCER MIEMBRO : _____
MG. IVO GENARO GUEVARA SINCHER

Huancayo, 01 de octubre de 2022

**TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN UN
ESTUDIO JURÍDICO DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2021**

ASESOR:

DR. JUAN MANUEL SANCHEZ SOTO

DEDICATORIA

A mi hijo Zahid por ser mi motivo de fortaleza y superación.

Cynthia.

A mi hijo Benjamín por ser mi motivo de fortaleza y superación.

Karen.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, queremos agradecer a Dios por que, sin él, no sería posible seguir con este paso, agradecer a nuestro asesor por la dedicación y apoyo incondicional en la culminación de nuestro trabajo.

Por último, queremos agradecer a nuestras familias, en especial a nuestros hijos por su comprensión en los momentos que nuestros ánimos decaían, solo con un abrazo nos fortalecían para seguir adelante.

Cynthia y Karen.

CONSTANCIA

DE SIMILITUD DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN POR EL SOFTWARE DE PREVENCIÓN DE PLAGIO TURNITIN

La Dirección de Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, hace constar por la presente, que el informe final de tesis titulado:

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN UN ESTUDIO JURÍDICO DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2021

Cuyo autor(es) : MAYTA MARTINEZ CYNTHIA JULIA.

SORIANO LOZANO KAREN JHOANY.

Facultad : CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES.

Escuela Profesional : ADMINISTRACION Y SISTEMAS.

Asesor(a) : DR. JUAN MANUEL SANCHEZ SOTO.

Que fue presentado con fecha 22.03.2023 y después de realizado el análisis correspondiente en el software de prevención de plagio Turnitin con fecha 30.03.2023; con la siguiente configuración de software de prevención de plagio Turnitin:

- Excluye bibliografía.
- Excluye citas.
- Excluye cadenas menores de a 20 palabras.
- Otro criterio (especificar)

Dicho documento presenta un porcentaje de similitud de **19%**.


En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el artículo N°11 del Reglamento de uso de software de prevención de plagio, el cual indica que no se debe superar el 30%. Se declara, que el trabajo de investigación: Si contiene un porcentaje aceptable de similitud.

Observaciones: Numero 01 de Intento(s).

En señal de conformidad y verificación se firma y sella la presenta constancia.

Huancayo, 31 de Marzo del 2023.




 Dr. Armando Juan Aduato Ávila
 Director de Unidad de Investigación
 Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

CONTENIDO

DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN.....	xvii
ABSTRACT	xviii
INTRODUCCIÓN.....	19
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	21
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	21
1.2 Delimitación del problema.....	30
1.2.1 Delimitación Espacial.....	30
1.2.2 Delimitación temporal	30
1.2.3 Delimitación conceptual	30
1.3 Formulación del problema	30
1.3.1 Problema General	30
1.3.2 Problema(s) Específico(s).....	30
1.4 Justificación	31
1.4.1 Social	31
1.4.2 Teórica.....	31
1.4.3 Metodológica.....	32
1.5 Objetivos.....	32

1.5.1	Objetivo General.....	32
1.5.2	Objetivos Específicos	32
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO:		34
2.1	Antecedentes	34
2.1.1	Nacionales	34
2.1.2	Internacionales.....	37
2.2	Bases Teóricas o Científicas	38
2.2.1	Las Tecnologías de la Información y Comunicación	38
2.2.1.1	Concepto.....	38
2.2.1.2	Características	40
2.2.1.3	Clasificación.....	42
2.2.1.4	La atención al cliente y las Tecnologías de la Información	43
2.2.1.5	Las Tecnologías de la información y la toma de decisiones en la atención al cliente	48
2.2.1.6	Herramientas de tecnologías de la información y comunicación en la atención de clientes en el contexto del sector legal	50
2.2.1.7	Dimensiones	53
A.	Dimensión: Proceso virtual de atención al cliente	53
B.	Dimensión: Desempeño eficiente en el servicio	55
C.	Dimensión: Medios tecnológicos de Información.....	56

D.	Dimensión: Procesos y medios para la toma de decisiones.....	58
E.	Dimensión: Incremento de la productividad.....	60
2.2.2	La Satisfacción del cliente.....	62
2.2.2.1	Fundamentos o elementos en la satisfacción del cliente.....	63
2.2.2.2	La importancia de la satisfacción del cliente	67
2.2.2.3	Dimensiones:.....	69
A.	Dimensión: La calidad funcional del servicio.....	69
B.	Dimensión: Calidad técnica del servicio.....	70
C.	Dimensión: Valor de servicio percibido.....	71
D.	Dimensión: Confianza en el servicio.....	73
E.	Dimensión: Expectativas del servicio	74
2.3	Marco Conceptual.....	75
CAPITULO III: HIPOTESIS		77
3.1	Hipótesis General.....	77
3.2	Hipótesis Específicas	77
3.3	Variables	78
3.3.1	Definición conceptual.....	78
3.3.1.1	Tecnologías de la Información y la Comunicación.....	78
3.3.1.2	Satisfacción del cliente.....	78
3.3.2	Definición operacional	78

3.3.2.1	Tecnologías de la Información y la Comunicación.....	78
3.3.2.2	Satisfacción del cliente.....	78
3.3.3	Cuadro de operacionalización de variables	79
CAPITULO IV: METODOLOGÍA		80
4.1	Método de Investigación.....	80
4.1.1	General:	80
4.1.2	Específicos:.....	80
4.2	Tipo de Investigación.....	81
4.3	Nivel de Investigación	82
4.4	Diseño de la Investigación.....	82
4.5	Población y muestra.....	83
4.5.1	Población	83
4.5.2	Muestra	84
4.6	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.	86
4.6.1	Técnica de recolección de datos:	86
4.6.2	Instrumento de recolección de datos	86
4.7	Técnicas de procesamiento y análisis de datos	86
4.8	Aspectos éticos de la Investigación	88
CAPITULO V: RESULTADOS		89
5.1	Presentación de resultados	89

5.1.1	De la variable 1: Tecnologías de la Información y Comunicación	89
5.1.2	De la variable 2: Satisfacción del Cliente.....	96
5.2	Contrastación de hipótesis	102
5.2.1	De la Hipótesis General.....	102
5.2.2	De las hipótesis específicas	104
5.2.2.1	Hipótesis específica 1.....	104
5.2.2.1	Hipótesis específica 2.....	106
5.2.2.1	Hipótesis específica 3.....	108
5.2.2.1	Hipótesis específica 4.....	109
5.2.2.1	Hipótesis específica 5.....	111
	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	114
	CONCLUSIONES.....	121
	RECOMENDACIONES	123
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	125
	ANEXOS	133
	1-A.- Matriz de consistencia.....	134
	1-B.- Matriz de operacionalización de variables	135
	1-D.- El instrumento de investigación.....	136
	1-E.- Validación de Juicio de expertos del Instrumento.....	138
	1-F.- Constancia de aplicación del instrumento	144

1-G.- Consentimiento informado.....	149
1-H.- Declaración de autoría	150
1-I.- Autorización para la realización de la investigación	152

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla N° 1: Operacionalización de variables.....	79
Tabla N° 2: Distribución de número de clientes equivalente al de expedientes en giro por especialidad al 2021.....	84
Tabla N° 3: Distribución de número de clientes equivalente al de expedientes en giro por estado procesal al 2021.....	84
Tabla N° 4: Validadores de instrumento.....	87
Tabla N° 5: Escala de fiabilidad del instrumento de recolección de datos sobre Tecnologías de la información (TIC's).....	87
Tabla N° 6: Escala de fiabilidad del instrumento de recolección de datos sobre satisfacción al cliente.....	88
Tabla N° 7: Dimensión: Procesos virtuales de atención eficientes.....	89
Tabla N° 8: Dimensión: Desempeño eficiente del abogado.....	90
Tabla N° 9: Dimensión: Medios tecnológicos de Información fiables y accesibles.....	92
Tabla N° 10: Dimensión: Procesos y medios para la toma de decisiones.....	93
Tabla N° 11: Dimensión: Incremento de la productividad.....	94
Tabla N° 12: Dimensión: Calidad funcional del servicio.....	96
Tabla N° 13: Dimensión: Calidad técnica.....	97
Tabla N° 14: Dimensión: Valor de servicio percibido.....	98
Tabla N° 15: Dimensión: Confianza en el servicio.....	100
Tabla N° 16: Dimensión: Expectativas del servicio.....	101
Tabla N° 17: Pruebas de Rho de Spearman para la hipótesis general.....	103
Tabla N° 18: Pruebas de Rho de Spearman de la hipótesis específica 1.....	104
Tabla N° 19: Pruebas de Rho de Spearman de la hipótesis específica 2.....	106

Tabla N° 20: Pruebas de Rho de Spearman de la hipótesis específica 3	108
Tabla N° 21: Pruebas de Rho de Spearman de la hipótesis específica 4	110
Tabla N° 22: Pruebas de Rho de Spearman de la hipótesis específica 5	112

CONTENIDO DE GRAFICOS

Gráfico N° 1: Uso de reuniones virtuales en estudios jurídicos en EE.UU. durante la pandemia.....	22
Gráfico N° 2: Uso de almacenamiento en nubes en estudios jurídicos en EE.UU. durante la pandemia.....	22
Gráfico N° 3: Uso de plataformas de pago en estudios jurídicos en EE.UU. durante la pandemia.....	23
Gráfico N° 4: Ingresos en firmas legales a nivel mundial y latinoamericano durante la pandemia.....	25
Gráfico N° 5: Dimensión: Procesos virtuales de atención eficientes	89
Gráfico N° 6: Dimensión: Desempeño eficiente del abogado	91
Gráfico N° 7: Dimensión: Medios tecnológicos de Información fiables y accesibles	92
Gráfico N° 8: Dimensión: Procesos y medios para la toma de decisiones	93
Gráfico N° 9: Dimensión: Incremento de la productividad	95
Gráfico N° 10: Dimensión: Calidad funcional del servicio	96
Gráfico N° 11: Dimensión: Calidad técnica	97
Gráfico N° 12: Dimensión: Valor de servicio percibido	99
Gráfico N° 13: Dimensión: Confianza en el servicio	100
Gráfico N° 14: Dimensión: Expectativas del servicio	101

RESUMEN

La presente investigación titulada “**Tecnologías de la información y comunicación y satisfacción del cliente en un estudio jurídico del distrito de El Tambo, 2021**”, planteó como objetivo, determinar qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la satisfacción del cliente de un estudio jurídico del Distrito del Tambo en el año 2021. Como método de Investigación General se ha empleado el Método científico, como métodos específicos el Análisis - síntesis y el Deductivo – inductivo. Como tipo de Investigación, fue básica, pura o fundamental con un enfoque cuantitativo. El nivel de Investigación es Correlacional. El Diseño fue No experimental y transversal. La Población fue de 258 clientes del estudio Solórzano Macetas del Distrito de El Tambo – Huancayo, y como Muestra, según muestreo probabilístico un total de 155 clientes. Como técnicas e Instrumentos de recolección de datos se empleó la encuesta y como instrumento de recolección de datos el cuestionario. Se concluyó que existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la satisfacción del cliente de un estudio jurídico del Distrito del Tambo en el año 2021, al hallarse suficiente evidencia estadística para señalar que, siendo que se cumple la condición de $0,000 < 0,050$ entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a), determinado la existencia de correlación perfecta entre variables, la misma que, según el coeficiente de correlación de Rho de Spearman (0.959) es significativa.

Palabras clave: Tecnologías de la Información y Comunicación, Satisfacción del Cliente, Procesos virtuales, Calidad del servicio.

ABSTRACT

The present investigation entitled "Information and communication technologies and customer satisfaction in a legal study of the district of El Tambo, 2021", raised as an objective, to determine what relationship exists between Information and Communication Technologies and customer satisfaction of a legal study of the District of Tambo in the year 2021. As a General Investigation method, the Scientific Method has been used, as specific methods the Analysis - synthesis and the Deductive - inductive. As a type of Research, it was basic, pure or fundamental with a quantitative approach. The Research level is Correlational. The design was non-experimental and cross-sectional. The Population was 258 clients of the Solórzano Macetas study of the District of El Tambo - Huancayo, and as a Sample, according to probabilistic sampling, a total of 155 clients. The survey was used as data collection techniques and instruments and the questionnaire as the data collection instrument. It was concluded that there is a significant relationship between Information and Communication Technologies and customer satisfaction of a legal firm in the Tambo District in 2021, as sufficient statistical evidence was found to indicate that, since the condition of $0.000 < 0.050$, then H_0 is rejected and H_a is accepted, accepting the existence of perfect correlation between variables, which, according to Spearman's Rho correlation coefficient (0.959), is significant.

Wordkeys: Information and Communication Technologies, Customer Satisfaction, Virtual Processes, Service Quality.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación estudia el contexto de la pandemia producida por el COVID-19, la misma que ha tenido consecuencias económicas preocupantes en distintos sectores económicos en el mundo, siendo uno de ellos el sector legal que en nuestro país también se ha visto afectado a raíz de la declaratoria de emergencia en marzo de 2020. Así, distintas actividades relacionadas con el mercado jurídico quedaron suspendidas alrededor de 4 meses, provocando además del cierre temporal de muchos estudios jurídicos. En este contexto muchos *bufetes* de abogados en el Perú, así como en la ciudad de Huancayo, se han visto obligados a actualizarse y a implementar Tecnologías de la Información y la Comunicación, con la finalidad de brindar atención a sus clientes. Por ello la investigación plantea como objetivo, determinar qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la satisfacción del cliente de un estudio jurídico del Distrito del Tambo en el año 2021. Se empleó el método científico y el hipotético-deductivo; el tipo de Investigación es básica, pura o fundamental con enfoque cuantitativo. El nivel de Investigación es correlacional, siendo su diseño de tipo descriptivo correlacional y transversal la Población está constituida por 258 clientes de un estudio del Distrito de El Tambo, siendo la muestra 155 de ellos. Como técnica de recolección de datos se aplica la encuesta y como instrumento de recolección de datos el cuestionario. Como técnicas de procesamiento y análisis de datos, emplea la estadística descriptiva e inferencial.

Para ello, se estructura la presente en 4 acápite; comenzando por el Capítulo I: planteamiento y formulación del problema, el mismo que contiene la justificación, propósito y objetivos de la investigación.

En segundo lugar, se plantea y estructura el Capítulo II: Marco teórico, el mismo que considera y desarrolla los antecedentes, la formulación de las bases teóricas y el marco conceptual delimitante.

En tercer lugar, se plantea el Capítulo III: Hipótesis, el cual considera las hipótesis formuladas a partir de los objetivos planteados, así como el desarrollo de las variables de investigación.

En cuarto lugar, se tiene el Capítulo IV: Metodología, el en cual se desarrollan los aspectos metodológicos de la investigación, considerando el Método de Investigación, el Tipo de Investigación, el Nivel de Investigación, el Diseño de la Investigación, la Población y muestra, las Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, los Aspectos éticos de la Investigación.

Se plantea seguidamente el Capítulo V: Resultados, el mismo que contiene los resultados desarrollados descriptivamente, la contratación de las hipótesis y la discusión de resultados.

Por último, se formulan las conclusiones y recomendaciones; para finalmente consignar la biografía y anexos.

Las Autoras.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

La pandemia producida por el COVID 19, ha tenido consecuencias económicas preocupantes en distintos sectores económicos en el mundo, siendo uno de ellos el sector legal. En países como España el COVID-19 ha acelerado aún más el ritmo del cambio y la velocidad de la transformación de herramientas de tecnologías de la información en el sector legal, lo que ha obligado a países rezagados, como es el caso de Portugal a acelerar el paso para igualar a los líderes, de modo que, se han obligadas a responder a estos cambios con la finalidad de atender a sus clientes con la misma eficiencia y dedicación que en un contexto de normalidad. Por otro lado, en Estados Unidos, como cita Buendía (2022) el “(...) 83% de los estudios jurídicos en Estados Unidos empezó a sostener reuniones virtuales con sus clientes, el 79% comenzó a usar tecnología en la nube y el 73% empezó a aceptar pagos en línea.” (p. 2). Lo que implica una toma de decisión fundamental con respecto a la atención al cliente y sus implicancias en un contexto de pandemia como el de la provocada por la COVID-19. Estos datos, se reflejan a continuación en los siguientes gráficos:

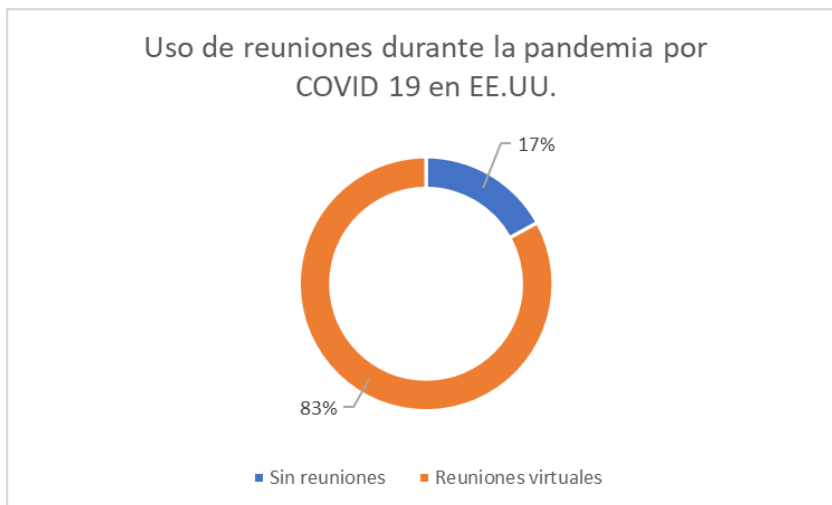


Gráfico N° 1: *Uso de reuniones virtuales en estudios jurídicos en EE.UU. durante la pandemia*
Buendía (2022)

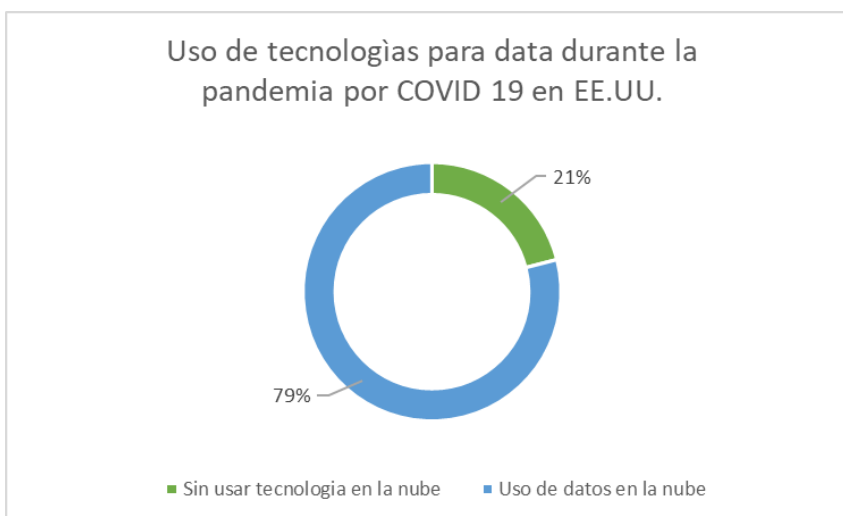


Gráfico N° 2: *Uso de almacenamiento en nubes en estudios jurídicos en EE.UU. durante la pandemia*
Buendía (2022)

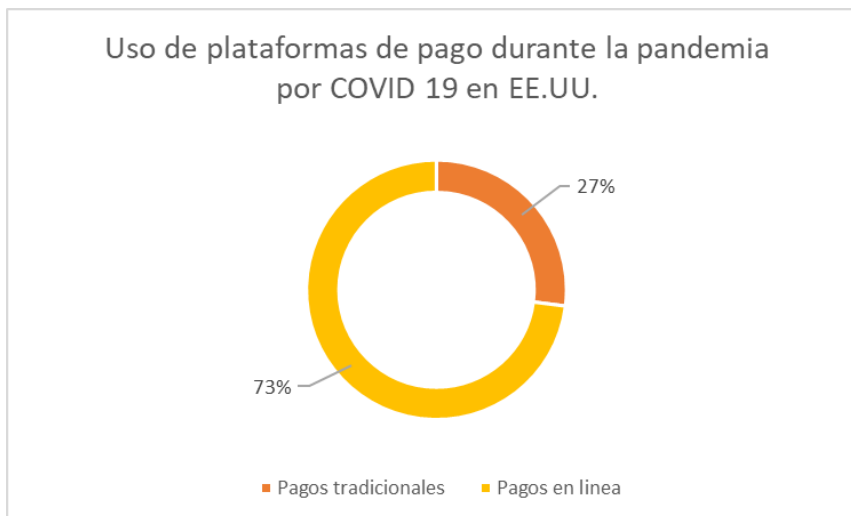


Gráfico N° 3: *Uso de plataformas de pago en estudios jurídicos en EE.UU. durante la pandemia*
Buendía (2022)

En el escenario latinoamericano, si bien la penetración de Internet y dispositivos móviles ha aumentado significativamente en la última década en América Latina y el Caribe (ALC), el uso de Tecnologías de la Información y Comunicación aún está muy concentrado en el subgrupo de empresas exportadoras y del sector de servicios, de acuerdo a un estudio del INTAL del BID, realidad que es distinta para los estudios jurídicos de la región que representan el 99% de las firmas y el 60% del empleo, según datos de CEPAL de 2018. Por ejemplo, en Chile, datos de la Encuesta Longitudinal de Empresas señalan que, aunque un 90% de las firmas tienen una conexión a Internet, su uso se limita a enviar y recibir correos electrónicos, mientras que solo un 40% tiene página web y un 27% realiza comercio electrónico, lo que se refleja consecuentemente en una satisfacción a la atención de sus clientes media – baja, escenario que no ha mejorado con la llegada de la pandemia por la COVID-19.

Bajo ese escenario, el uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación, que antes parecía un *extra* para aumentar la productividad y las ganancias, hoy bajo el contexto

de la pandemia, se ha vuelto un requisito para que las empresas sobrevivan. En particular, las firmas pequeñas y medianas que comienzan a transitar por la ruta de la transformación digital necesitan dotarse muy rápidamente de una serie de elementos. Por un lado, necesitan conexiones de calidad y dispositivos tecnológicos (computadoras y servidores). Por otro, requieren soluciones digitales, incluyendo sistemas informáticos para ventas, marketing y gestión de clientes adaptados a sus necesidades específicas, soluciones reforzadas de ciberseguridad, y herramientas para potenciar sus oportunidades de negocio (plataforma de comercio electrónico, medios de pago digital, etc.).

Ahora bien, en nuestro país, a raíz de la declaratoria de emergencia en marzo de 2020, distintas actividades relacionadas con el mercado jurídico en nuestro país quedaron suspendidas alrededor de 4 meses, siendo el Poder Judicial la entidad pública que mayor carga de atención tiene al respecto. Sin embargo, no es la única instancia a la que se recurre cuando se habla del sector legal, estando además instituciones como SUNARP, SUNAT, INDECOPI, entidades reguladoras, municipios y gobiernos regionales, entre otros similares.

La paralización de las actividades de los antes señalados, provocaron la suspensión de plazos, procesos y procedimientos emprendidos a comienzos de 2020, lo que ha provocado también su dilación y un evidente perjuicio a los ciudadanos que iniciaron dichos tramites. De manera paralela a la interrupción de funciones de las entidades públicas, los despachos jurídicos también se vieron obligados a suspender sus actividades. Aunque con el tiempo el retorno a las actividades fue gradual, las medidas de prevención propias a causa del COVID 19 alejaron a los clientes de los despachos jurídicos, provocando una disminución de ingresos para sus oficinas o incluso el cierre de las mismas. En efecto, en el mercado peruano, a decir de Vera (2021), derivado de los efectos de la pandemia en el mercado legal en el Perú, “(...) si bien los grandes estudios han logrado lidiar con la crisis pandémica, parte del sector de

servicios legales (especialmente los estudios medianos y pequeños) experimentaron una caída promedio de 15% de su facturación en 2020.”. Así pues, a nivel latinoamericano, se estimó que la facturación de las firmas legales se contrajo en un 5%.

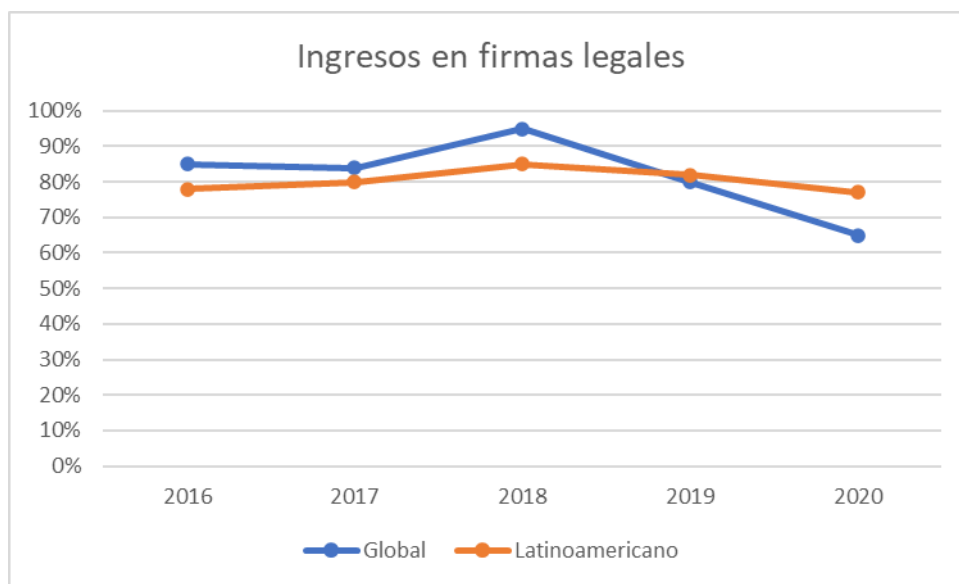


Gráfico N° 4: Ingresos en firmas legales a nivel mundial y latinoamericano durante la pandemia Vera (2021)

En la realidad local, esto es en la ciudad de Huancayo, estas condiciones se dieron de manera similar, derivando en el cierre de muchos despachos y bufetes de mediana y pequeña envergadura. Este contexto, plantea un reto para el mercado legal, el mismo que se ha visto obligado a actualizarse y a implementar la utilización de nuevas herramientas de atención a distancia, con la finalidad de seguir manteniendo su vigencia y la atención a sus clientes. Una de las medidas legislativa que se dieron para ayudar a reactivar las actividades en el mercado legal en nuestro país, se dieron a través del Decreto Supremo N° 101-2020-PCM, cuyo objetivo es el “Establecer protocolos para que los Colegios de Abogados del Perú, los estudios jurídicos, despachos de abogados y otros vinculados a los servicios que brindan los abogados a la ciudadanía, adopten las medidas pertinentes para el desarrollo de sus

actividades, considerando los enfoques de género, interculturalidad e interseccionalidad, salvaguardando las restricciones sanitarias y el distanciamiento social, durante la declaratoria de emergencia sanitaria producida por el COVID-19 en el Perú, en el marco del Decreto Supremo N° 008-2020-SA, y siguiendo los Lineamientos para la vigilancia de la salud de los trabajadores con riesgo de exposición a COVID-19, aprobados por el Ministerio de Salud.”. En ese sentido, la finalidad del mencionado dispositivo es el de “preservar la salud e integridad física del personal que presta servicios en los Colegios de Abogados del Perú, los estudios jurídicos, despachos de abogados y otros vinculados a los servicios que brindan los abogados a la ciudadanía y coadyuvar a mitigar la propagación del coronavirus (COVID - 19).” Sin embargo, de la adopción de estas medidas, eventos como los de la segunda ola en nuestro país y el incremento de contagios, no han permitido del todo, que los despachos jurídicos se reactiven del todo, provocando su cierre y dejando en desatención a sus clientes y la consecuente pérdida de empleos.

Este contexto, ha propiciado el uso de las tecnologías de la información dentro de las actividades en la abogacía, siendo cierto lo sostenido por Ramos (2020) quien señala que la realidad es que el avance más claro propiciado por la pandemia ha sido el uso de tecnologías que permitan a los estudios jurídicos ser más eficientes al momento de ofrecer sus servicios, lo que provocara una mayor satisfacción de sus clientes, lo que se reflejara además en ciertos aspectos, como es el caso de la firma de documentos y la certificación y autenticidad de los mismos. En ese mismo sentido, dice Rodríguez (2021) que para el 79% de firmas legales las tecnologías de la información son indispensables para la continuidad del sector en tiempos de pandemia. En el futuro cercano, esta automatización de procesos podría ahorrar un 30% en tiempo a las firmas y las ganancias podrían rondar un 20% más en una primera fase de implementación.

Una Investigación del Centro de Estudios de Justicia de las Américas - CEJA (2022), señala que la tecnología ha tenido amplio impacto no sólo en los tribunales, sino que también en los estudios o despachos jurídicos y de manera consecuente en la satisfacción de los clientes de estas dependencias vinculadas al sistema de justicia y el mercado legal. Esta hipótesis se refuerza por ejemplo con estudios como el realizado por Gil (2019), en el que se resaltan las ventajas que proporcionan las tecnologías de la información y la comunicación – TIC´s para las empresas del sector, sobre todo en términos de ahorro de costes y tiempo, como también se ampliamente reportado en la literatura; no obstante, sin embargo, reconoce la investigadora, sobre todo en el sector legal, se ha prestado escasa atención a su influencia que tienen este tipo de tecnologías en la satisfacción del cliente. Sin embargo, estudios como los de Fuentes (2018), dejan entrever que un impacto del empleo de las TIC´s en los clientes del sector jurídico se traduce en una comunicación diferente y muy rápida, de modo que se hace necesario para las empresas del sector potenciar la imagen de la Marca a través de las redes sociales.

Es necesario tener en consideración que, en nuestro país, el sector legal siempre ha sido de modelo conservador y tradicional, a comparación del sector legales a nivel internacional, porque al momento de tomar la decisión de una implementación estratégica de marketing o de comunicación digital no la creen útil para su negocio. Además, los procesos legales como los trámites, las citaciones, los casos pendientes, los expedientes, las sentencias, entre otros, ya no se llevan de forma presencial, ahora se realizan de forma virtual, como explica el estudio Ygnacio (2020). Sin embargo, en nuestro país ya existen empresas jurídicas que están utilizando herramientas tecnológicas a su favor, fomentando así la transformación digital en el rubro de la abogacía. Si bien es cierto que los medios virtuales y tecnologías de la comunicación en el sector legal, como por ejemplo la denominada “LegalTech”, está en sus

primeros pasos, no cabe duda que en unos años estaremos recibiendo más asesorías legales vía Zoom, Google Meet o WhatsApp. En ese sentido, la implementación de tecnologías de la información, la virtualización y digitalización en la prestación en el servicio legal, parece ser una de las salidas más plausibles y eficientes para mantener en vigencia las actividades de los estudios jurídicos en la ciudad de Huancayo, que alberga al menos 5000 miembros hábiles en su colegio profesional.

El mercado legal en la ciudad de Huancayo tiene como limitantes la falta de implementación de mecanismos para la atención virtual de sus clientes, así como la utilización de estrategias para facilitar el manejo digital de la documentación e información. Más allá de que instituciones como el Poder Judicial hayan implementado soluciones y mecanismo de teleconferencia para llevar a cabo audiencias y diligencias de distinto tipo, respecto de la relación cliente abogado, los despachos de abogados aún no han sorteado con eficiencia el manejo de su clientela por medio de mecanismos virtuales.

El Estudio Solorzano, ubicado en el Distrito de El Tambo, Provincia de Huancayo, cuya especialidad es el derecho laboral, civil y administrativo, no ha sido ajeno a los efectos de las medidas de restricción aplicadas a principios de 2020. Así pues, como el común denominador de los estudios ubicados en el distrito, se caracteriza por una atención tradicional de sus clientes, es decir, primando los mecanismos de atención presenciales. Empero, como se ha contextualizado en líneas anteriores, a raíz del estado de emergencia decretado por el estado y las medidas de atención virtual progresivas que ha facilitado el poder judicial y otras instancias administrativas mediante la habilitación de mesa de partes virtuales, han derivado en la imperiosa necesidad de prever la utilización de herramientas específicas de las tecnologías de la información, con la finalidad de continuar con la atención a sus clientes y, obviamente, el trámite de los procesos judiciales y administrativos en curso,

herramientas que con anterioridad a las condiciones del estado de emergencia no eran de uso común en el estudio jurídico. En efecto, si bien el uso de la Casilla electrónica del Poder Judicial representa una de las medidas cuyo empleo se ha dado con anterioridad, no ha sido considerada como una medida igualmente satisfactoria por el estudio, sino hasta mediados de 2020, donde, derivado de las medidas de restricción por el estado de emergencia, se han convertido hasta el día de hoy en herramientas imprescindibles para la atención eficiente de los clientes, pues, a diferencia de la atención presencial para la presentación de escritos que se encuentra obviamente limitada por el horario de trabajo del personal, la utilización de mecanismos electrónicos, como es el caso de las mesas de partes virtuales, permite la presentación de documentación los 7 días de la semana y en cualquier momento del día. El mismo escenario se replica respecto al empleo de mecanismos de video y programación de reuniones, de modo que, frente a la atención presencial que implica la coordinación de horarios y agendas que se complican por el término de la distancia, la implementación y uso de las reuniones virtuales dinamiza ampliamente la concreción y toma de decisiones entre el cliente y el abogado, contexto que es igual de productivo respecto de la implementación de las audiencias virtuales, cuya aplicación ha reducido drásticamente el ausentismo de los clientes en las audiencias llevadas a cabo en el estudio. Así pues, aunque parece evidente, resulta necesario poder demostrar y acaso determinar en qué medida el empleo de las Tecnologías de la Información y Comunicación se relacionan con la satisfacción del cliente de un estudio jurídico del Distrito del Tambo en el año 2021, enfatizando esta correlación también en un conjunto de determinadas dimensiones como son la calidad funcional del servicio, la calidad técnica del servicio, el valor del servicio percibido por los clientes, la confianza del servicio y; la expectativa del servicio.

1.2 Delimitación del problema

1.2.1 Delimitación Espacial

El proyecto se aplicará en el Estudio Solórzano Macetas, Ubicado en el Distrito de El Tambo, Provincia de Huancayo, Departamento de Junín.

1.2.2 Delimitación temporal

El proyecto se aplicará en el periodo de enero a junio de 2022.

1.2.3 Delimitación conceptual

La presente investigación se delimitará a profundizar teóricamente a las variables de investigación, como son el desarrollo de teorías, enfoques, conceptualización, caracteres, objetivos y dimensiones y herramientas de las tecnologías de la información y comunicación en el sector legal como son las plataformas de videoconferencia como Zoom y Google Meet, el uso de asistentes para el manejo de agendas y tareas como Google Calendar, el uso de mesas de partes virtuales y casillas electrónicas, así como respecto del desarrollo de la satisfacción del cliente y sus correspondientes dimensiones.

1.3 Formulación del problema

1.3.1 Problema General

¿Qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la satisfacción del cliente de un estudio jurídico del Distrito del Tambo en el año 2021?

1.3.2 Problema(s) Específico(s)

- 1) ¿Qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la calidad funcional del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021?

- 2) ¿Qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la calidad técnica del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021?
- 3) ¿Qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y el valor del servicio percibido de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021?
- 4) ¿Qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la confianza en el servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021?
- 5) ¿Qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la expectativa en el servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el 2021?

1.4 Justificación

1.4.1 Social

La investigación se justifica socialmente por cuanto pretende beneficiar en primer lugar a los clientes del estudio jurídico Solórzano Macetas, ubicado en Distrito de El Tambo, a partir de identificar sus niveles de satisfacción con el empleo de tecnologías de la información y comunicación y a partir de esos resultados diseñar estrategias para la mejora de la calidad funcional y técnica del servicio brindado a los clientes, así como tener indicadores para evaluar y mejorar el valor del servicio percibido de los clientes, incrementar la confianza y expectativas del servicio jurídico recibido y ampliar los mecanismos de comunicación con los clientes. En segundo lugar, se pretende beneficiar también a otras empresas y actores del sector legal del Distrito, con la finalidad de concientizarlos respecto del empleo de las TIC's y sus beneficios inmediatos para la satisfacción de los usuarios.

1.4.2 Teórica

La justificación teórica de nuestra investigación se centra en la necesidad de profundizar teóricamente las variables de investigación, sobre todo en lo que respecta a las

tecnologías de la Información respecto de su implementación o uso en el sector legal y su relación con la satisfacción de los clientes, aspecto que ha sido poco evidenciado en la literatura y estudios realizados a la fecha, tanto a nivel nacional o como a nivel local o regional.

1.4.3 Metodológica

La presente investigación se justifica metodológicamente, por cuanto se pretende el diseño de un instrumento de recolección de datos para ayudar a identificar la satisfacción de los clientes de un estudio jurídico en el Distrito del Tambo y el uso de las tecnologías de la información, empleado para ello tanto la estadística descriptiva (por el cual mostramos los resultados obtenidos) y la estadística inferencial (por medio de la cual se busca hallar la relación entre ambas variables empleando el coeficiente de correlación de Rho de Spearman) . En ese sentido, resulta coherente que el estudio tome un enfoque cuantitativo, por la naturaleza de la información que se ha de recolectar y de los sujetos de la población y muestra del estudio, esto es los clientes de un estudio Jurídico, los mismos que serán sometidos a una encuesta.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Determinar qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la satisfacción del cliente de un estudio jurídico del Distrito del Tambo en el año 2021.

1.5.2 Objetivos Específicos

- 1) Determinar qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la calidad funcional del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021

- 2) Determinar qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la calidad técnica del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.
- 3) Determinar qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y el valor del servicio percibido de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.
- 4) Determinar qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la confianza del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.
- 5) Determinar qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la expectativa del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO:

2.1 Antecedentes

2.1.1 Nacionales

Ramírez (2021), en cuya investigación de pregrado titulada “*Asistente virtual para apoyar la atención al cliente en consultas legales de ámbito laboral en la empresa abogados Romero*”; para obtener el título de licenciado en administración de empresas tuvo como objetivo optimizar la atención al cliente mediante la implementación de un Asistente Virtual en la empresa Romero Abogados. Metodológicamente, la investigación es de tipo aplicada, de nivel experimental. Como población empleo a un grupo de clientes de la empresa Romero Abogados, siendo la muestra de carácter no probabilístico. Como resultados se obtuvo que la implementación de herramientas de comunicación virtual, como es el caso de un asistente virtual, tiene efectos positivos en la atención a los clientes de la Empresa Romero Abogados, por cuanto los encuestados han señalado que la atención del estudio se ha dinamizado, así como la absolución de consultas rápidas y sobre el seguimiento de expedientes a cargo de la referida empresa jurídica.

Mondragón y Santa Cruz (2018), en cuya investigación de pregrado titulada “*Uso de los Sistemas Informáticos para optimizar la calidad del servicio a los clientes en el estudio jurídico y contable Vásquez Malca en la ciudad de Jaén 2016*”; para la obtención del título de licenciado en administración de empresas, se ha tenido por objetivo obtener información que relacione las variables sobre el uso de los sistemas informáticos y la optimización de la calidad del servicio a los clientes en el Estudio Jurídico y Contable Vásquez Malca en la ciudad de Jaén, con el propósito de recomendar las mejores prácticas para optimizar la calidad del servicio por parte de la empresa. La muestra del presente estudio estuvo compuesta por 226 clientes o usuarios utilizando un muestreo aleatorio estratificado de los

clientes de Régimen general y 5ta categoría. Para lograr los objetivos descritos se procedió a la aplicación de un instrumento para la recolección de los datos, se aplicó un pre test y posteriormente a la aplicación del programa un pos test al mismo grupo, información que sirvió para medir la calidad del servicio a los clientes y público utilizando los sistemas informáticos, compuesto por 18 elementos. Dentro de los resultados obtenidos se encontró que existe relación altamente significativa entre el uso de los sistemas informáticos con la optimización de la calidad del servicio al público. Por tanto, los resultados del presente estudio ayudarán a mejorar la calidad del servicio en la atención a los clientes del estudio Jurídico y Contable Vásquez Malca en la Ciudad de Jaén y con ello le permitirá optimizar la calidad del servicio a los clientes o usuarios con un mejor servicio.

Pérez (2019) en cuya investigación de pregrado titulada *“Diseño e implementación de un sistema informático con tecnología web para la gestión de procesos legales en el estudio Jurídico Jiménez Troya S.R.L”*; para la obtención del título de licenciado en administración de empresas, se tuvo como objetivo buscar los casos que gestiona el estudio y saber en el estado en que se encuentran, la cual es de un interés prioritario para los clientes, esto su vez genera incomodidad a ambas partes. Para ellos se desarrolló el sistema para la gestión de procesos judiciales, el cual permitirá gestionar y controlar cada caso y manejar un orden adecuado para cada uno, la metodología elegida para la elaboración del sistema es Extreme Programming, conocida como la metodología XP, la cual se ejecutó en un plazo aproximado de cuatro meses, teniendo como población a los estudios jurídicos del distrito judicial de Tarapoto, tomando como muestra al Estudio jurídico Jiménez Troya S.R.L. Y contando con una herramienta indispensable en estos tiempos el cual es el Internet, el sistema se desarrolla en el lenguaje PHP, para poder plasmar los resultados obtenidos con los instrumentos utilizados, consistentes en encuestas y entrevistas. Por medio del sistema implementado los

usuarios y los clientes de estudio jurídico podrán acceder a él desde cualquier lugar, esto permitirá a los clientes realizar consultas sobre sus casos sin la necesidad de acudir al estudio jurídico. La implantación del sistema permitirá al estudio estar a la vanguardia de la tecnología y así poder agilizar sus procesos, lo cual es muy importante en este mundo competitivo

Gervacio (2020), en cuya investigación de pregrado titulada “*TICs y gestión judicial en la unidad de flagrancia delictiva desde la perspectiva del personal jurisdiccional - Lima Sur, 2020*”; para la obtención del título de licenciado en administración de empresas se tuvo como objetivo establecer de qué manera se relacionan TIC's y gestión judicial en la Unidad de Flagrancia Delictiva desde la perspectiva del personal jurisdiccional – Lima Sur, 2020; la investigación es de tipo básica, diseño no experimental, corte transeccional, alcance descriptivo correlacional, enfoque cuantitativo, método deductivo. El cuestionario fue validado por dos metodólogas y un temático en gestión pública, se encuestó a 41 personas, la respuesta se sometió al análisis del SSPS 25, se obtuvo un 0,874 de confiabilidad. Se realizó el análisis de datos en el software SPSS a lo cual arrojó un grado de significancia de $0.244 > 0.05$, a lo que se acepta la hipótesis nula, que advierte: existe relación directa entre las TIC's y gestión judicial en la Unidad de Flagrancia Delictiva desde la perspectiva del personal jurisdiccional – Lima Sur, 2020 y se rechaza la hipótesis alterna. Concluyo que no existe relación directa entre Tics y gestión Judicial en la Unidad de Flagrancia Delictiva desde la perspectiva del personal jurisdiccional - Lima Sur, 2020, ante ello se rechazó la hipótesis alterna y se admitió la hipótesis nula, porque el nivel de significancia es de $p=0.244 > 0.05$.

Huarag (2022), con su artículo científico titulado “*Efectos de la pandemia de covid-19 sobre la adopción de las tic en el Perú*”; en cual de investigación analiza el impacto de la

pandemia de COVID-19 en el Perú, en la adopción e implementación de las tecnologías de la información y comunicación. Para ello, se analiza el estado de implementación de las TIC antes de la pandemia, y los cambios que se producen para enfrentarla, tanto en los campos de gestión de salud pública, comercio electrónico y teletrabajo. El estudio concluye que, la pandemia de COVID-19 encontró un país con una deficiente penetración de Internet en los hogares, y un escaso uso de las TIC en hogares, empresas y Estado, especialmente si nos comparamos con otros países de la región. No obstante, el hecho de tener que enfrentar como sociedad los efectos de pandemia ha sido un enorme incentivo para implementar el uso intensivo de las TIC en nuevas actividades cotidianas. Como resultado, el país ha recibido un impulso muy importante en la implementación de los servicios de la sociedad de la información. Pero queda aún mucho por hacer. La reducción de la brecha digital es imperativa para asegurar la inclusión digital de sectores importantes de la población peruana largamente postergada y vulnerable. Los avances logrados en el campo de gestión de la sanidad pública, comercio electrónico, trabajo remoto y educación siempre se encontrarán limitados a quienes tienen acceso a las TIC, excluyendo a quienes no.

2.1.2 Internacionales

Orbe (2020), con su artículo científico titulado “*Las Tics, El Nuevo Ejercicio Profesional y El Acceso a La Justicia*”; donde tiene en consideración que, los avances tecnológicos vienen transformando toda nuestra realidad y tanto como el ejercicio profesional de la abogacía y su enseñanza no podía escapar a este nuevo escenario, pero sin dudas uno de las consecuencias más importantes en el ámbito jurídico de la pandemia declarada a nivel mundial con motivo del Covid-19 fue la necesaria utilización de estas herramientas informáticas para superar el aislamiento impuesto por cuestiones sanitarias. Pero no podemos dejar de señalar que sin una eficiente capacitación de las abogadas y abogados en

las nuevas tecnologías corremos serio riesgo de obstaculizar el acceso a la justicia de la población.

Muñoz (2017), en cuya investigación de pregrado titulada “*Análisis de los procesos internos para mejorar el servicio al cliente de un Estudio Jurídico e implementación de una herramienta de tecnología de información y comunicacione*”; para la obtención del título de licenciado en administración de empresas analiza los procesos internos de un estudio jurídico para mejorar el servicio al cliente. Se determina mediante un diagnóstico situacional los factores relevantes de los procesos internos respecto a la atención a los clientes. La metodología es de carácter cuantitativo, se emplea el tipo de investigación descriptivo y las técnicas de investigación: observación, análisis de documentos, encuesta y sesiones grupales, esta metodología permite evaluar de forma cualitativa la calidad del servicio al cliente y de forma cuantitativa el grado de aceptación de los usuarios y la reducción de costos en los procesos al implementar la propuesta. En la propuesta se determinan las características y funcionalidades del aplicativo, que permitirá agilizar procesos, captar clientes, y adaptar el estudio jurídico a las exigencias tecnológicas actuales. Se tendrá una mayor cartera de clientes y un alto nivel de competitividad.

2.2 Bases Teóricas o Científicas

2.2.1 Las Tecnologías de la Información y Comunicación

2.2.1.1 Concepto

En el desarrollo teórico de las tecnologías de la información, se han formulado un bagaje importante de conceptos, de los cuales señalaremos algunos a continuación:

Para Sáez (2017), las Tecnologías de la información son “(...) las que se aplican en la adquisición, procesamiento, almacenamiento y disseminación de información vocal, icónica,

textual o numérica. (...) Aunque es un término cada vez más utilizado, no lo es siempre con el mismo significado.” (p.56).

Por su parte para Valle, et al. (2011) Las tecnologías de la información son:

(...) aquéllas cuyo propósito es el manejo y tratamiento de la información, entendida ésta como conjunto de datos, señales o conocimientos, registrados o transportados sobre soportes físicos de muy diversos tipos. Las tecnologías de la información abarcan técnicas, dispositivos y métodos que permiten obtener, transmitir, reproducir, transformar y combinar dichos datos, señales o conocimientos. (p. 25).

Para Sánchez (2008), citando una definición de las naciones unidas, las tecnologías de la información son:

(...) el universo de dos conjuntos, representados por las tradicionales Tecnologías de la Comunicación (TC) –constituidas principalmente por la radio, la televisión y la telefonía convencional– y por las Tecnologías de la Información (TI) caracterizadas por la digitalización de las tecnologías de registros de contenidos (informática, de las comunicaciones, telemática y de las interfaces). (p. 87).

Para Daccach (2000), son aquellas “(...) tecnologías que se necesitan para la gestión y transformación de la información, y muy en particular el uso de ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, proteger y recuperar esa información.” (p. 39).

Por su parte, para Cabero (2005), las tecnologías de la información son aquellas que: “(...) giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexionadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas.” (p. 56).

2.2.1.2 Características

En lo descrito por Jonassen, citado por Cordovez (2012), se considera que las tecnologías de la información se conciben como caracteres en base a comportamientos, como los que sigue:

- a) Cuando los estudiantes participan procesando inteligentemente la Información, son responsables de los resultados, utilizan el computador como herramienta para adquirir conocimiento o para aumentar su productividad con el fin de alcanzar resultados se convierten en estudiantes activos.
- b) Cuando los estudiantes integran las ideas nuevas a su conocimiento previo, dándoles sentido y significado y utilizan los computadores como herramientas cognoscitivas o medios de producción estamos hablando de estudiantes que construyen su conocimiento.
- c) Cuando los estudiantes trabajan en una comunidad de aprendizaje, en el que cada uno realiza su contribución tanto para alcanzar las metas establecidas, como para maximizar el aprendizaje de los otros y utiliza el computador para realizar presentaciones que promueven y apoyan el trabajo en equipo se está hablando de un aprendizaje colaborativo.
- d) Cuando los estudiantes tratan de alcanzar logros y objetivos claros en el conocimiento y los computadores les ayudan a organizar sus actividades se entiende que los estudiantes están logrando una educación intencionada.
- e) Cuando el Internet, el correo electrónico y las videoconferencias permiten expandir las comunidades constructoras de conocimiento, más allá de las paredes del aula y los estudiantes se enriquecen con el intercambio permanente de ideas y de conocimientos se habla de una didáctica conversacional.

- f) Cuando los estudiantes llevan a cabo tareas o proyectos que tienen que ver con situaciones de la vida real o donde éstas son simuladas mediante actividades enfocadas a la solución de problemas se considera una pedagogía contextualizada.
- g) Cuando los estudiantes al terminar un proyecto o tarea hacen una reflexión y análisis de los procesos que llevaron a cabo y de las decisiones que tomaron para articular lo que han aprendido quiere decir que se han vuelto reflexivos frente a su proceso de aprendizaje.

Por otro lado, en lo desarrollado por Guarín (2013), se pueden extender las siguientes características de las tecnologías de las comunicacionales:

- a) Inmaterialidad (Posibilidad de digitalización): Las Tecnologías de la información convierten la información, tradicionalmente sujeta a un medio físico, en inmaterial. Mediante la digitalización es posible almacenar grandes cantidades de información, en dispositivos físicos de pequeño tamaño (discos, CD, memorias USB, etc.).

A su vez los usuarios pueden acceder a información ubicada en dispositivos electrónicos lejanos, que se transmite utilizando las redes de comunicación, de una forma transparente e inmaterial.

Esta característica, ha venido a definir lo que se ha denominado como "realidad virtual", esto es, realidad no real. Mediante el uso de las TICs se están creando grupos de personas que interactúan según sus propios intereses, conformando comunidades o grupos virtuales.

- b) Instantaneidad: Se puede transmitir la información instantáneamente a lugares muy alejados físicamente, mediante las denominadas "autopistas de la información". Se han acuñado términos como ciberespacio, para definir el espacio virtual, no real, en el que

se sitúa la información, al no asumir las características físicas del objeto utilizado para su almacenamiento, adquiriendo ese grado de inmediatez e inmaterialidad.

- c) **Aplicaciones Multimedia:** Las aplicaciones o programas multimedia han sido desarrollados como una interfaz amigable y sencilla de comunicación, para facilitar el acceso a las TICs de todos los usuarios. Una de las características más importantes de estos entornos es la interactividad.

Es posiblemente la característica más significativa. A diferencia de las tecnologías más clásicas (TV, radio) que permiten una interacción unidireccional, de un emisor a una masa de espectadores pasivos, el uso del ordenador interconectado mediante las redes digitales de comunicación, proporciona una comunicación bidireccional (sincrónica y asincrónica), persona- persona y persona- grupo. Se está produciendo, por tanto, un cambio hacia la comunicación entre personas y grupos que interactúan según sus intereses, conformando lo que se denomina "comunidades virtuales".

El usuario de las Tics es, por tanto, un sujeto activo, que envía sus propios mensajes y, lo más importante, toma las decisiones sobre el proceso a seguir: secuencia, ritmo, código, etc.

2.2.1.3 Clasificación

- A. Tecnologías de la información sensoriales:** Son aquellas que permiten introducir información al sistema computacional. La información debe ser digitalizada para poder utilizarla. La información puede ser tomada como temperatura, distancia, movimiento, sonido, luz e incluso calor.
- B. Tecnologías de la información de despliegue:** Son aquellas que permiten mostrar la información del sistema computacional. La información debe ser convertida a un

- formato apropiado para los humanos, animales o cualquier otro receptor. La información puede ser mostrada como texto, gráficas, video, animación, olor, sonido
- C. Tecnologías de la información de análisis:** Son aquellas que permiten transformar la información del sistema computacional. La información se puede clasificar, totalizar, sumarizar, calcular. Los ejemplos típicos de este tipo de tecnologías de la información son las calculadoras, CPU, softwares (hojas de cálculo, procesadores de palabras, manejadores de correo electrónico)
- D. Tecnologías de la información de almacenamiento:** Son aquellos que permiten guardar la información del sistema computacional. La información debe ser convertida a un formato apropiado para el medio de almacenamiento. La información puede ser guardada en formato impreso, óptico, magnético.
- E. Tecnologías de la información sobre comunicación:** Son aquellas que permiten transmitir la información del sistema computacional. La información debe ser convertida a un formato apropiado para el medio de comunicación. La información puede ser comunicada a través de ondas de radiofrecuencia, luz infrarroja, señales eléctricas, sonido.

2.2.1.4 La atención al cliente y las Tecnologías de la Información

A decir de autores como Da Silva (2021), la asistencia virtual, o también denominada como servicio en línea, es definida como “(...) un tipo de servicio que brinda una empresa utilizando herramientas que emplean inteligencia artificial, es decir, sin interacción humana con el cliente.” (p. 89).

Su importancia para la empresa es capital, puesto que, por medio de ella, las empresas tienen la flexibilidad para resolver problemas comunes y casos simples para brindar una mejor experiencia al cliente.

Además, los agentes del equipo de servicio no pierden o dilatan de manera innecesaria el tiempo en casos mundanos y pueden concentrarse en resolver casos más complejos, que en realidad requieren el apoyo de humanos en lugar de máquinas.

Así es posible decir que la importancia de la atención virtual es que las empresas pueden llegar a más clientes más rápido, asegurarse de que todas las inquietudes sean respondidas y los casos se resuelvan de manera oportuna, especialmente porque los agentes podrán enfocarse en sus inquietudes. tarea más compleja.

Derivado de su importancia, el citado Da Silva (2021), reseña sobre sus ventajas a la reducción de costos que ofrece la adopción de la asistencia virtual se debe a que la inversión en la herramienta es rentable y se pueden asignar menos asesores para resolver consultas que se aclaran fácilmente, por ejemplo, en chats automatizados.

Asimismo, señala en referido autor, por medio de la asistencia virtual, los clientes pueden recibir un servicio más eficiente porque los problemas se pueden resolver rápidamente con respuestas pre programadas.

Dentro de las formas más comunes de atención a los clientes en medios virtuales tenemos a:

- 1) **Asistentes virtuales:** El asistente virtual está programado para contestar números o frases, como la ARU (Unidad de Respuesta de Audio).
- 2) **Chatbots:** Los chatbots son bots de servicio que funcionan a través de inteligencia artificial y pueden implementarse en chats en sitios web de empresas, así como en redes sociales como Facebook o WhatsApp. Con estos, el cliente puede responder rápidamente a su solicitud sin tener que abandonar el canal en el que se encuentra.

- 3) **Autoservicio:** Mediante el autoservicio, los clientes pueden encontrar soluciones a los problemas por sí mismos sin la ayuda de un tercero. Las preguntas frecuentes son un gran ejemplo de autoservicio.
- 4) **E-mail:** El correo electrónico también se puede considerar una forma de soporte virtual, ya que se pueden configurar respuestas automáticas para mantener a los clientes informados sobre el progreso de sus solicitudes. Esto automatiza el proceso y permite a los consumidores mantenerse informados.

Ahora bien, en la atención de clientes, el empleo de tecnologías de la información es fundamental. Así pues, partimos por reconocer que, en la actualidad, hay problemas con los sistemas tradicionales de servicio al cliente. Todavía hay muchas personas que prefieren que las marcas respondan a sus preguntas y solicitudes por teléfono o incluso en persona, pero este canal de atención tiene cada vez menos seguidores desde la perspectiva del cliente y de la marca.

La explicación de lo anterior es simple: la nueva generación de millennials, etc. Prefieren chatear en lugar de hablar por teléfono.

Para ello, las empresas están implementando sistemas de atención basados en las nuevas preferencias de los consumidores, es decir, están transformando digitalmente todo lo relacionado con la atención al cliente de acuerdo a sus preferencias tecnológicas.

Moreno (2019), describe un conjunto de caracteres al respecto:

- 1) Ante quejas o solicitudes de información, el tiempo de respuesta de la marca permitirá evitar, por ejemplo, la viralización de críticas negativas en las redes sociales, y las consiguientes consecuencias.
- 2) Independientemente del canal utilizado para contactar con la marca, el sistema debe centralizar todas las comunicaciones con los clientes.

- 3) Es necesario distinguir el tipo de comunicación con el cliente. Está claro que no tendrá la misma prioridad una reclamación que una solicitud de información, en la que no se deben tratar de la misma forma las cuestiones relativas a las características específicas de los productos que las cuestiones de carácter comercial mencionadas -por ejemplo- las facilidades de pago.

Los sistemas o métodos anteriores, están claramente vinculados con la calidad y eficiencia del servicio, que según Torres (2011) se define como una evaluación de todos los aspectos que son importantes para los consumidores. En otras palabras, la atención es solo un aspecto de la calidad del servicio. Para los consumidores, existen otros "aspectos" importantes de la calidad. Esta es una evaluación multidimensional.

También se debe considerar, según he citado autor, la tangibilidad del servicio. Rapidez de respuesta, fiabilidad de lo que entrego, certeza de que la solución será correcta, capacidad de resolución de problemas, etc. Entonces, no se trata solo del servicio al cliente, se trata de los procesos que la empresa tiene para brindar soluciones y garantizar la ejecución efectiva del servicio. El objetivo es lograr la satisfacción del cliente.

Para la medición en el desempeño y la calidad en el servicio, según explica Torres (2011), La escala de calidad de servicio es la base. Se refiere al tipo de encuesta que se estandariza frente a la industria y debe establecerse "provisionalmente". Las propias empresas lo necesitan, pero también se puede utilizar para comparar con la competencia.

Las escalas son las más utilizadas, generalmente un "likert" de siete a cinco puntos donde los clientes evalúan y evalúan continuamente el nivel de calidad de su empresa y sus competidores. Esta es la herramienta principal.

Otro de los factores a analizar en la atención al cliente en el empleo de tecnologías de la información es la productividad. Salazar (2016), reseña algunos aspectos a tener en

consideración respecto del incremento de la productividad y su vinculación con la atención al cliente:

- 1) **La reacción del cliente:** Además de la infraestructura en términos de mano de obra y personas, la columna vertebral de cualquier empresa que la soporte es el impacto del producto en el cliente. Una vez que comencemos a lanzar nuestra propuesta, podemos medir esto, analizando un índice de satisfacción del cliente basado en la calidad del servicio.
- 2) **El esfuerzo del equipo:** Hay una cosa en común entre la satisfacción del cliente con un producto y el esfuerzo realizado por el equipo responsable de producir ese producto. Es una relación directa, muchas veces expresada como un mayor esfuerzo que da como resultado un producto de mejor calidad, algo que los consumidores aprecian mucho.
- 3) **Mayor volumen de gasto:** Uno de los objetivos de la empresa debe enmarcarse en aumentar la productividad para potenciar el resultado positivo del producto, potenciando así el impacto en los clientes. La satisfacción del público significa que está más dispuesto a incurrir en costos adicionales, lo que simultáneamente aumentará los ingresos de la empresa.
- 4) **Optimizar recursos:** Saber administrar los recursos internos, promover el compromiso de los empleados, hacer que se esfuercen más y se desempeñen mejor en la empresa, los resultados dependerán del impacto en el cliente. Por eso no es necesario escatimar en medios para garantizar que las condiciones de los trabajadores sean óptimas para aumentar la productividad. Mejorar las condiciones de trabajo e introducir incentivos sería una excelente manera de reasignar los recursos ganados para la satisfacción del cliente. Cuanta más satisfacción se genera, más se puede mejorar la productividad, por lo que la empresa no deja de mejorar.

- 5) **Conocer el mercado:** Es importante conocer a sus clientes, pero también es importante investigar otros departamentos. En base a estos datos, se pueden introducir medidas productivas para ayudar a un rendimiento más acorde con los datos del mercado, optimización de recursos y posibles mejoras para aumentar los buenos resultados

2.2.1.5 Las Tecnologías de la información y la toma de decisiones en la atención al cliente

Autores como Cáceres (2019) advierten las siguientes etapas y considerando para una correcta gestión de los procesos y medios para la toma de decisiones en el desarrollo de un servicio:

- 1) **Observar el problema:** El primer paso en cualquier decisión estratégica es comprender la situación actual y hacia dónde se quiere ir. Esta etapa implica asumir que existe un problema real que necesita ser resuelto y que el supervisor tiene los recursos para resolverlo. Es importante consultar a los actores relevantes tanto como sea posible sobre sus puntos de vista sobre la situación actual. Siempre es útil tener otras perspectivas sobre el problema para ayudar a verlo en todas sus complejidades.
- 2) **Revisar el objetivo:** Toda decisión tiene una consecuencia. Es más fácil apuntar la brújula en la dirección correcta cuando se debe tomar una decisión sobre qué, por qué y por qué. Incluso si todo está bien inicialmente, el objetivo que se busca es aumentar las ventas o aumentar las ganancias, y tener claro este objetivo ayudará a identificar las acciones que lograrán el objetivo.
- 3) **Evaluar los recursos:** Saber qué está disponible y qué no es fundamental antes de tomar decisiones estratégicas. De lo contrario, las falsas expectativas o las decisiones poco realistas que nunca se pueden cumplir pueden generar frustración para el equipo.

Los recursos evaluados incluyen recursos humanos, financieros y logísticos. El tiempo también es uno de los recursos a considerar en la evaluación.

- 4) **Analizar las alternativas:** Cuando se trata de toma de decisiones ejecutivas de alto nivel, la lista de pros y contras a la hora de tomar una decisión es insuficiente. El análisis de alternativas debe basarse en criterios como el tiempo de implementación, los recursos necesarios para cada alternativa, los beneficios a largo plazo y la alineación con las metas estratégicas de la administración.
- 5) **Tomar la decisión:** Con base en las alternativas propuestas y su análisis, el gerente debe decidir qué criterios de evaluación son mejores que otros, y en base a esto evaluar toda la información disponible y tomar una decisión. No todos los estándares comunes en las decisiones son iguales. En un momento, tal vez el tiempo sea más importante que otros criterios, y en otro momento, RRHH será la prioridad. Depende del problema y de tu situación.
- 6) **Ejecutar, hacer seguimiento y aprender:** Las decisiones estratégicas no terminan cuando se toma una decisión. En cambio, inicia un segundo proceso de ejecución, monitoreo y aprendizaje continuo, comunicando la decisión a las personas relevantes, poniéndola en acción y viendo si el problema se resuelve. Sin asumir este paso como parte del proceso de toma de decisiones, los ejecutivos corren el riesgo de ineficiencia y estancamiento. Una decisión estratégica no cuenta hasta que se ejecuta y comienzas a aprender de ella, evaluando lo que funcionó, lo que no funcionó y lo que se puede aprender.

2.2.1.6 Herramientas de tecnologías de la información y comunicación en la atención de clientes en el contexto del sector legal

Según detalla Janusz, (2020), existen un conjunto de recursos que se han ido implementado en el curso de la pandemia por la Covid 19. En efecto, según explica la citada autora, La propagación del virus de la Covid - 19 ha causado una crisis en el mundo, lo que provocado a muchos sectores empresariales a lanzarse en la búsqueda de nuevas formas para manejar sus negocios, clientes y colaboradores.

La revitalización en el uso de correos electrónicos en el desempeño de los servicios legales ha cobrado una vigencia mayor respecto a pesar de haber sido relativamente desplazadas por otras herramientas un tanto más inmediatas en el envío de mensajería, como es el caso de WhatsApp o Telegram.

En ese sentido, Martín (2021), destaca recursos importantes de Tecnologías de la Información y la Comunicación a disposición de los despachos jurídicos para atención de sus clientes:

A. *Herramientas de consultas Online:* Quizá una de las herramientas que más se ha popularizado es la relacionada con las reuniones online. Desde llamar a los abuelos hasta reunirse con los clientes, estos sistemas de videoconferencia han aumentado sus usuarios más allá del 300%. A causa de la popularización de estas herramientas (que no son una tecnología especialmente reciente), muchas firmas medianas y grandes han apostado por implantarlas a nivel interno, pero también en función de los clientes. Con Zoom, Meets, Jitsi o con sistemas combinados, las firmas han querido implantar el modelo de consultas online en mayor o menor medida, pero siempre con vocación definitiva. Las videoconferencias, las reuniones online o las video consultas han llegado para quedarse.

B. Chatbots: El abanico de aplicaciones concretas de la Inteligencia Artificial en la abogacía es un marco de acción que sigue en expansión. La organización de datos, base del análisis y beneficios del Big Data, facilita también la optimización en la clasificación de los mismos para crear herramientas enfocadas en:

- ✓ Clasificación de textos legales
- ✓ Ordenación de bases de datos
- ✓ Reconocimiento de voz
- ✓ Machine Learning
- ✓ Procesamiento y generación de lenguaje natural

Aunque cada una de ellas por sí misma son un campo de juego propio con herramientas, startups e investigación dedicadas a su desarrollo, la conjunción de todas ellas ha resultado en la creación e implantación de “Agentes Virtuales”.

Los Agentes virtuales (chatbots) son programas informáticos (con apariencia de chat escrito o por voz) capaces, no sólo de simular una interacción dialéctica humana, sino de dar respuesta a cuestiones jurídicas simples: en tanto que asistente digital, se utiliza como primer paso en la relación cliente-despacho (a juicio de cada uno valorarlo positiva o negativamente).

Existen creadores de chatbots jurídicos como SaaS desarrollados y empaquetados para su implantación casi inmediata con el fin de captar a los clientes que entran a través de nuestra web. Pero no sólo eso: también es posible aceptar pagos, cambiar “a modo manual”, recopilar información...

Un chatbot es una opción a tener en cuenta para la que, incluso, el propio despacho puede participar de su creación con las siguientes herramientas, algunas de ellas realmente sencillas: DialogFlow, FlowXO, FormOne o Manychat son los más relevantes.

C. Servicios jurídicos online: En la práctica, los servicios jurídicos online son aplicaciones o portales online en los que el cliente no tiene la necesidad de acceder a reuniones porque su principal diferenciación es que no va a ver a ningún abogado. Se trata de apps para reclamar, crear documentos jurídicos inteligentes (como testamentos), o simplemente la conjunción de un grupo de profesionales bajo una misma plataforma online (como reclamador.es) especialmente provechosos para temas sencillos y automatizables.

D. Herramientas para mercados digitales o Marketplaces: Un marketplace jurídico es, salvando las distancias, un mercado de abogados: buscador de especialistas, directorios activos de profesionales, plataformas de abogados independientes, etc.

En líneas generales, el cliente accede a la web, plantea su caso a través de un formulario, y recibe entre dos y seis respuestas de abogados especializados entre los cuales podría decidir contratar; o bien sencillamente se trata de un portal conjunto, como Lawyou, en el que los profesionales independientes son acogidos por una estructura que les aporta marca, herramientas y posicionamiento.

No se trata de un sistema innovador o nacido de la era postcovid, sin embargo, su popularidad ha aumentado los últimos meses principalmente por la avalancha de reclamaciones y litigios sencillos en que estos marketplaces se han hecho un hueco en la cuota de mercado.

E. Herramientas de Ciberseguridad: Es en el área de seguridad, evidencia digital y protección de datos es, quizá, donde más startups han puesto el foco estos últimos años. La ciberseguridad es, a menudo, asumida por los despachos como un coste. Sin embargo, se trata, más bien, de una inversión a la que muchos despachos, grandes y pequeños pueden tener acceso. Firma digital, evidencia y certificación digital a través

de blockchain, encriptación de datos, etc., son las principales áreas en las que se desarrolla la actividad. Sus aplicaciones destacan por su utilidad en el día a día de los despachos y su bajo coste.

2.2.1.7 Dimensiones

A. Dimensión: Proceso virtual de atención al cliente

A decir de autores como Da Silva (2021), la asistencia virtual, o también denominada como servicio en línea, es definida como “(...) un tipo de servicio que brinda una empresa utilizando herramientas que emplean inteligencia artificial, es decir, sin interacción humana con el cliente.” (p. 89).

Su importancia para la empresa es capital, puesto que, por medio de ella, las empresas tienen la flexibilidad para resolver problemas comunes y casos simples para brindar una mejor experiencia al cliente.

Además, los agentes del equipo de servicio no pierden o dilatan de manera innecesaria el tiempo en casos mundanos y pueden concentrarse en resolver casos más complejos, que en realidad requieren el apoyo de humanos en lugar de máquinas.

Así es posible decir que la importancia de la atención virtual es que las empresas pueden llegar a más clientes más rápido, asegurarse de que todas las inquietudes sean

respondidas y los casos se resuelvan de manera oportuna, especialmente porque los agentes podrán enfocarse en sus inquietudes. tarea más compleja.

Derivado de su importancia, el citado Da Silva (2021), reseña sobre sus ventajas a la reducción de costos que ofrece la adopción de la asistencia virtual se debe a que la inversión en la herramienta es rentable y se pueden asignar menos asesores para resolver consultas que se aclaran fácilmente, por ejemplo, en chats automatizados.

Asimismo, señala en referido aitor, por medio de la asistencia virtual, los clientes pueden recibir un servicio más eficiente porque los problemas se pueden resolver rápidamente con respuestas preprogramadas.

Dentro de las formas mas comunes de atencion al clientes en medios virtuales tenemos a:

5) Asistentes virtuales

El asistente virtual está programado para contestar números o frases, como la ARU (Unidad de Respuesta de Audio).

6) Chatbots

Los chatbots son bots de servicio que funcionan a través de inteligencia artificial y pueden implementarse en chats en sitios web de empresas, así como en redes sociales como Facebook o WhatsApp.

Con estos, el cliente puede responder rápidamente a su solicitud sin tener que abandonar el canal en el que se encuentra.

7) Autoservicio

Mediante el autoservicio, los clientes pueden encontrar soluciones a los problemas por sí mismos sin la ayuda de un tercero. Las preguntas frecuentes son un gran ejemplo de autoservicio.

8) E-mail

El correo electrónico también se puede considerar una forma de soporte virtual, ya que se pueden configurar respuestas automáticas para mantener a los clientes informados sobre el progreso de sus solicitudes. Esto automatiza el proceso y permite a los consumidores mantenerse informados.

B. Dimensión: Desempeño eficiente en el servicio

La calidad y eficiencia del servicio, según Torres (2011) se define como una evaluación de todos los aspectos que son importantes para los consumidores. En otras palabras, la atención es solo un aspecto de la calidad del servicio. Para los consumidores, existen otros "aspectos" importantes de la calidad. Esta es una evaluación multidimensional.

También se debe considerar, según el citado autor, la tangibilidad del servicio. Rapidez de respuesta, fiabilidad de lo que entrego, certeza de que la solución será correcta, capacidad de resolución de problemas, etc. Entonces, no se trata solo del servicio al cliente, se trata de los procesos que la empresa tiene para brindar soluciones y garantizar la ejecución efectiva del servicio. El objetivo es lograr la satisfacción del cliente.

Para la medición en el desempeño y la calidad en el servicio, según explica Torres (2011), La escala de calidad de servicio es la base. Se refiere al tipo de encuesta que se estandariza frente a la industria y debe establecerse “provisionalmente”. Las propias empresas lo necesitan, pero también se puede utilizar para comparar con la competencia.

Las escalas son las más utilizadas, generalmente un "likert" de siete a cinco puntos donde los clientes evalúan y evalúan continuamente el nivel de calidad de su empresa y sus competidores. Esta es la herramienta principal.

C. Dimensión: Medios tecnológicos de Información

En la actualidad, hay problemas con los sistemas tradicionales de servicio al cliente. Todavía hay muchas personas que prefieren que las marcas respondan a sus preguntas y solicitudes por teléfono o incluso en persona, pero este canal

de atención tiene cada vez menos seguidores desde la perspectiva del cliente y de la marca.

La explicación de lo anterior es simple: la nueva generación de millennials, etc. Prefieren chatear en lugar de hablar por teléfono.

Para ello, las empresas están implementando sistemas de atención basados en las nuevas preferencias de los consumidores, es decir, están transformando digitalmente todo lo relacionado con la atención al cliente de acuerdo a sus preferencias tecnológicas.

Moreno (2019), describe un conjunto de caracteres al respecto:

- 4) Ante quejas o solicitudes de información, el tiempo de respuesta de la marca permitirá evitar, por ejemplo, la viralización de críticas negativas en las redes sociales, y las consiguientes consecuencias.
- 5) Independientemente del canal utilizado para contactar con la marca, el sistema debe centralizar todas las comunicaciones con los clientes.
- 6) Es necesario distinguir el tipo de comunicación con el cliente. Está claro que no tendrá la misma prioridad una reclamación que una solicitud de información, en la que no se deben tratar de la misma forma las cuestiones relativas a las características específicas de los productos

que las cuestiones de carácter comercial mencionadas - por ejemplo- las facilidades de pago.

D. Dimensión: Procesos y medios para la toma de decisiones

Autores como Cáceres (2019) advierten las siguientes etapas y considerando para una correcta gestión de los procesos y medios para la toma de decisiones en el desarrollo de un servicio:

7) Observar el problema

El primer paso en cualquier decisión estratégica es comprender la situación actual y hacia dónde se quiere ir. Esta etapa implica asumir que existe un problema real que necesita ser resuelto y que el supervisor tiene los recursos para resolverlo.

Es importante consultar a los actores relevantes tanto como sea posible sobre sus puntos de vista sobre la situación actual. Siempre es útil tener otras perspectivas sobre el problema para ayudar a verlo en todas sus complejidades.

8) Revisar el objetivo

Toda decisión tiene una consecuencia. Es más fácil apuntar la brújula en la dirección correcta cuando se debe tomar una decisión sobre qué, por qué y por qué. Incluso si todo está bien inicialmente, el objetivo que se busca es aumentar las ventas o aumentar las ganancias, y tener

claro este objetivo ayudará a identificar las acciones que lograrán el objetivo.

9) Evaluar los recursos

Saber qué está disponible y qué no es fundamental antes de tomar decisiones estratégicas. De lo contrario, las falsas expectativas o las decisiones poco realistas que nunca se pueden cumplir pueden generar frustración para el equipo.

Los recursos evaluados incluyen recursos humanos, financieros y logísticos. El tiempo también es uno de los recursos a considerar en la evaluación.

10) Analizar las alternativas

Cuando se trata de toma de decisiones ejecutivas de alto nivel, la lista de pros y contras a la hora de tomar una decisión es insuficiente.

El análisis de alternativas debe basarse en criterios como el tiempo de implementación, los recursos necesarios para cada alternativa, los beneficios a largo plazo y la alineación con las metas estratégicas de la administración.

11) Tomar la decisión

Con base en las alternativas propuestas y su análisis, el gerente debe decidir qué criterios de evaluación son

mejores que otros, y en base a esto evaluar toda la información disponible y tomar una decisión.

No todos los estándares comunes en las decisiones son iguales. En un momento, tal vez el tiempo sea más importante que otros criterios, y en otro momento, RRHH será la prioridad. Depende del problema y de tu situación.

12) Ejecutar, hacer seguimiento y aprender

Las decisiones estratégicas no terminan cuando se toma una decisión. En cambio, inicia un segundo proceso de ejecución, monitoreo y aprendizaje continuo, comunicando la decisión a las personas relevantes, poniéndola en acción y viendo si el problema se resuelve. Sin asumir este paso como parte del proceso de toma de decisiones, los ejecutivos corren el riesgo de ineficiencia y estancamiento.

Una decisión estratégica no cuenta hasta que se ejecuta y comienzas a aprender de ella, evaluando lo que funcionó, lo que no funcionó y lo que se puede aprender.

E. Dimensión: Incremento de la productividad

Salazar (2016), reseña algunos aspectos a tener en consideración respecto del incremento de la productividad y su vinculación con la atención al cliente:

6) La reacción del cliente

Además de la infraestructura en términos de mano de obra y personas, la columna vertebral de cualquier empresa que la soporte es el impacto del producto en el cliente. Una vez que comencemos a lanzar nuestra propuesta, podemos medir esto, analizando un índice de satisfacción del cliente basado en la calidad del servicio.

7) El esfuerzo del equipo

Hay una cosa en común entre la satisfacción del cliente con un producto y el esfuerzo realizado por el equipo responsable de producir ese producto. Es una relación directa, muchas veces expresada como un mayor esfuerzo que da como resultado un producto de mejor calidad, algo que los consumidores aprecian mucho.

8) Mayor volumen de gasto

Uno de los objetivos de la empresa debe enmarcarse en aumentar la productividad para potenciar el resultado positivo del producto, potenciando así el impacto en los clientes. La satisfacción del público significa que está más dispuesto a incurrir en costos adicionales, lo que simultáneamente aumentará los ingresos de la empresa.

9) Optimizar recursos

Saber administrar los recursos internos, promover el compromiso de los empleados, hacer que se esfuercen

más y se desempeñen mejor en la empresa, los resultados dependerán del impacto en el cliente. Por eso no es necesario escatimar en medios para garantizar que las condiciones de los trabajadores sean óptimas para aumentar la productividad. Mejorar las condiciones de trabajo e introducir incentivos sería una excelente manera de reasignar los recursos ganados para la satisfacción del cliente. Cuanta más satisfacción se genera, más se puede mejorar la productividad, por lo que la empresa no deja de mejorar.

10) Conocer el mercado

Es importante conocer a sus clientes, pero también es importante investigar otros departamentos. En base a estos datos, se pueden introducir medidas productivas para ayudar a un rendimiento más acorde con los datos del mercado, optimización de recursos y posibles mejoras para aumentar los buenos resultados.

2.2.2 La Satisfacción del cliente

Para poder entender lo que comprende la satisfacción al cliente, es necesario, previamente, revisar brevemente lo que la teoría administrativa entiende por atención al cliente, y como es que esta se concibe.

Para Kotler (1997), el servicio “(...) es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico” (p. 656).

Como herramienta de marketing corporativo, la atención al cliente puede ser vista como “el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo”. (Escolme, 2013, p. 1)

2.2.2.1 Fundamentos o elementos en la satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente, como instrumento de control de calidad, y como proceso, reviste ciertos fundamentos o elementos que se deben de tomar en cuenta al momento de desarrollarse. De este modo, se ha tomado como referencia los trabajos de Aceves y Solórzano (2013) y Duque (2005); así como las clasificaciones expuestas en los documentos de trabajo de la universidad, según Escolme (2013), obteniendo de ellos la siguiente clasificación:

- a) **La relación en la solución de problemas al cliente:** Este primer elemento o fundamento en la satisfacción al cliente, se centra o basa, en la relación que establece el cliente con el personal de la empresa. De este modo, una organización debe de mantener constantemente capacitados al personal en su conjunto, y no selectivamente al personal que trate de manera directa con el cliente, pues, la conceptualización del servicio modernamente maneja, amerita que todos los procesos que intervienen en el deben estar vinculados, de este modo, se espera que el cliente, obtenga una buena relación con el personal en todas las fases del servicio que se le brinda.
- b) **Los contactos con el cliente:** Mantener una agenda bien organizada y estructurada con respecto a las formas de contactarse con un cliente es una manera básica y elemental de lidiar con los problemas de la interconexión en tiempo real.

Este fenómeno nos exige que cada vez seamos más expeditivos al momento de resolver las quejas y consultas de un cliente. Sin embargo, este paradigma también ha ampliado el

precepto que se tiene del cliente potencial, pues, ahora es factible acceder a tecnología que nos brinda los datos de los clientes futuros y tratarlos más que dicha etiqueta.

Es por ello, que la organización debe de contar con las herramientas de contacto más actuales para poder estar al día con las inquietudes de los clientes. En ese sentido el manejo de las redes sociales, ha propiciado la aparición de nuevos gestores de información y contacto. Los denominados Community Managers.

Las redes sociales, como se sabe, son una fuente importante de información de los clientes a los que deseamos captar; así también son una plataforma eficaz para la absolución de consultas e inquietudes, pero, sin embargo, esta tarea amerita el contar con los profesionales adecuados y bien entrenados en técnicas de comunicación y persuasión.

- c) **La atención de dudas y reclamos a tiempo:** Unos de los elementos más subestimados por la ingeniería y diseño de los servicios para la satisfacción de los clientes es el sistema de atención de reclamos y quejas; y es a la vez, el elemento que más problemas causa a las organizaciones, pues estas a menudo crean clientes insatisfechos y por lo mismo, estas cuotas reducen nuestra capacidad de ostentar con un servicio de atención al cliente de calidad.

Las formas de solución de reclamos con los clientes, representa ahora más que nunca, verdaderos retos para las organizaciones modernas, pues se cae en la dificultad de no entrenar bien a los recursos humanos en técnicas de persuasión y negociación, lo que más adelante deriva en procesos de solución de controversias en organismos de protección al consumidor, como en nuestro país, es tarea del INDECOPI.

- d) **El diseño de las instalaciones:** El diseño de las instalaciones, debe guardar coherencia en el diseño de servicio. Para lograr clientes más satisfechos se les debe de procurar el diseño de un ambiente apropiada para cada fase del servicio al que le sometamos, con

iluminación y espacios adecuados, con los colores apropiados, que estimulen en el cliente la sensación de estar percibiendo justo lo que quiere o necesita en ese momento.

Sin embargo, este elemento, al igual que la atención de los reclamos, como ya habíamos señalado antes, es a veces muy subestimado o mal interpretado por las empresas. Existe el riesgo común de anteponer los gustos propios, al de los que requiere nuestro público objetivo. Así pues, la sensación de malestar, pueden involucrar restar puntos en los niveles de satisfacción del cliente.

- e) **El diseño de procesos:** El diseño de los procesos de atención al cliente, son herramientas valiosas para darle coherencia al proceso de servicio que se le brinda. Un conjunto de procesos mal diseñado, con poca coherencia, que no tome en cuenta los tiempos y los procesos incluidos o involucrados deviene no solo en ineficiente, sino aún más preocupante en perjudicial para la organización. De este modo, el cliente no se siente satisfecho pues percibe que el servicio que le brindan, presenta contratiempos e incoherencias.
- f) **El Valor de servicio percibido:** A decir de Robles (2018), el valor percibido consiste o se define como “(...) la valía o mérito que un consumidor asigna a un producto o servicio. Por lo general, los compradores desconocen los factores que intervienen en la fijación de precios de un determinado bien, como los costos reales o estimados de producción.” (p. 45).

Según el referido autor, las ventajas del análisis y consideración del valor del servicio percibido son:

- 1) Esta estrategia ofrece grandes márgenes de beneficio a las líneas de productos con precios económicos. El valor de marca, el servicio al cliente y la calidad mejoran la percepción del producto.

- 2) Incrementa la lealtad de los consumidores. Si los usuarios perciben que un producto es de alta calidad, pueden desarrollar una lealtad de primer nivel que ayudará a generar negocios repetidos para la compañía.
 - 3) Transparencia. Los usuarios se vuelven aún más seguros para pagar sus servicios porque saben el valor que obtendrán del precio que están invirtiendo y están satisfechos con él.
 - 4) Ingresos predecibles de cada nuevo cliente. Con un precio basado en el valor, siempre se puede predecir exactamente lo que se obtendrá de cualquiera de los nuevos consumidores, por lo que le resultará fácil a una empresa medir su éxito.
 - 5) Confianza. Los usuarios saben que siempre pueden consultar y hacer preguntas sin costo adicional. Ellos confían en la opinión de la compañía, ya que, después de todo, es conocida por ofrecer valor.
 - 6) Los clientes pagan por valor, no por tiempo. A diferencia de los precios basados en los costos, los consumidores invierten por el valor que la empresa proporciona en lugar del tiempo o el costo de producción.
- g) La Confianza en el servicio:** El elemento de "confianza" está presente en todas las operaciones comerciales posibles. En algunas áreas de negocios, la importancia de la confianza es aún más pronunciada; por ejemplo, la tarifa aérea a menudo se paga antes de que comience el servicio. Por lo tanto, se requiere un cierto nivel de seguridad para garantizar que el desempeño futuro esté en línea con las expectativas, lo que significa "confiar" en la empresa.

Sin embargo, a pesar de su importancia, el concepto de "confianza" es uno de los conceptos menos analizados en la literatura empresarial. Esto se debe a que el concepto popular de "confianza" la concibe como un "estado de ánimo subjetivo", es decir,

fundamentalmente emocional y personal. No hay duda de que confiar en una persona o en una empresa es una decisión emocional. Pero resulta que ninguna decisión se toma en base a argumentos estrictamente racionales: las emociones siempre están ahí para acompañar, apoyar o incluso justificar las decisiones.

Lo mismo se aplica a la confianza. La carga emocional siempre va acompañada de factores racionales que no solo pueden ser identificados y analizados, sino también gestionados de forma consciente, planificada y planificada.

h) Las Expectativas del servicio: Las expectativas del cliente son lo que los compradores nuevos o habituales quieren cumplir a través de su empresa, sus productos y servicios. Esto también incluye la experiencia que espera tener al comprar o usar el producto. No hace falta decir que cada cliente tiene sus propias expectativas.

Depende de la experiencia que ya tengan con su empresa o una empresa similar. Por supuesto, también depende del mensaje que comunique su organización: todo, desde su logotipo hasta la publicidad y la apariencia de su sitio web, es importante.

Según Londoño (2018), las expectativas del cliente son:

(...) todas aquellas situaciones y resultados que tu cliente espera encontrar en cada interacción con tu empresa. Algunas de estas expectativas tendrán un carácter estratégico, es decir, que son producto de una evaluación y un proceso de información detallado, mientras que otras serán más emocionales o reactivas. (p. 34).

2.2.2.2 La importancia de la satisfacción del cliente

La importancia en la satisfacción al cliente, pueden verse en lo señalado por el profesor Vartuli, citado por Aceves y Solórzano (2013); el mismo que establece 15 beneficios para las

empresas que utilizan la satisfacción al cliente como un principio básico de su modelo organizativo:

- 1) Mayor lealtad de los consumidores, clientes y usuarios.
- 2) Incremento de las ventas y la rentabilidad.
- 3) Ventas más frecuentes, mayor repetición de negocios con los mismos clientes, usuarios o consumidores.
- 4) Un más alto nivel de ventas individuales a cada cliente, consumidor o usuario.
- 5) Más ventas, ya que los clientes satisfechos se muestran más dispuestos a comprar los otros servicios o productos de la empresa.
- 6) Más clientes nuevos captados a través de la comunicación boca-a-boca y, las referencias de los clientes satisfechos.
- 7) Menores gastos en actividades de marketing: las empresas que ofrecen baja calidad se ven obligadas a hacer mayores inversiones en marketing para “reponer” los clientes que pierden continuamente.
- 8) Menos quejas y reclamaciones y, en consecuencia, menores gastos ocasionados por su gestión.
- 9) Mejor imagen y reputación de la empresa.
- 10) Una clara diferenciación de la empresa respecto a sus competidores.
- 11) Un mejor clima de trabajo interno, ya que los empleados no están presionados por las continuas quejas de los consumidores, usuarios y clientes.
- 12) Mejores relaciones internas entre el personal ya que todos trabajan, unificados, hacia un mismo fin.
- 13) Menos quejas y ausentismo por parte del personal, por ende, una productividad más alta.

- 14) Menor rotación del personal.
- 15) Una mayor participación de mercado

2.2.2.3 Dimensiones:

Para efectos de dimensionar la calidad del servicio, de conformidad al criterio establecido por Kotler y Armstrong (2003), y cuya adaptación fue realizada por Mejías y Manrique (2011):

A. Dimensión: La calidad funcional del servicio

Según Ruiz (2016), citando también a Kotler y Armstrong (2003), la calidad funcional del servicio es definida como “(...) el juicio del consumidor sobre la superioridad o excelencia general del producto o servicio. En la calidad del servicio toma especial relevancia el cómo se desarrolla y cómo se recibe el proceso productivo y no tan sólo el qué se recibe.” (p. 78).

A su turno, Duque (2005) citando a Grönroos, dice que la calidad funcional “(...) se encarga de la manera en que el consumidor es tratado en el desarrollo del proceso de producción del servicio. En palabras de Grönroos, es la dimensión del cómo”.

Al respecto de esta dimensión, la tesis de Parasuraman citado por Duque (2005), identifica un conjunto de indicadores que evalúan la calidad en el desarrollo del servicio en su aspecto funcional:

- a) tangibles, entendida como las facilidades físicas, equipamiento y apariencia del personal;
- b) confiabilidad, que es la habilidad de desempeñar el servicio prometido exactamente y con formalidad;
- c) sensibilidad, la cual definen como la buena voluntad para ayudar a los clientes y proveer un servicio oportuno;
- d) aseguramiento, que comprende el conocimiento y cortesía de los empleados y sus habilidades para inspirar confianza y;
- e) empatía, que abarca la atención y cuidado individualizado que la compañía provee a sus clientes.

B. Dimensión: Calidad técnica del servicio

Según Ruíz (2001) citando también a Kotler y Armstrong (2003), se le define como aquella cualidad que el cliente valora en la transacción el resultado técnico del proceso, es decir, qué es lo que recibe.

En ese sentido pues, dice Ruíz (2001), puede ser medida de una manera bastante objetiva.

En otro entender Alfonso (2018), señala que la calidad técnica es el “(...) resultado del proceso de prestación del servicio, es lo que los clientes reciben, qué se ofrece en el servicio (...)” (p. 67).

A decir de Zevallos (2017), la calidad técnica se enfoca en un servicio técnicamente correcto y que conduzca a un

resultado aceptable. En ese sentido, se puede afirmar que este enfoque se preocupa de todo lo concerniente al soporte físico, los medios materiales, la organización interna.

Entonces, como señala Zevallos (2017), citando a Grönroos que esta es la denominada dimensión del "qué". Lo que el consumidor recibe.

Concluyentemente, como explican Kotler y Armstrong (2003), la calidad técnica del servicio se entiende como aquella que se basa en un correcto servicio técnico que conlleva a un resultado óptimo, un buen producto. Es todo lo concerniente al soporte físico, lo tangible que recibe el consumidor en sus manos.

C. Dimensión: Valor de servicio percibido

A decir de Robles (2018), el valor percibido consiste o se define como “(…) la valía o mérito que un consumidor asigna a un producto o servicio. Por lo general, los compradores desconocen los factores que intervienen en la fijación de precios de un determinado bien, como los costos reales o estimados de producción.” (p. 45).

Según el referido autor, citando además a Kotler y Armstrong (2003), las ventajas del análisis y consideración del valor del servicio percibido son:

- 7) Esta estrategia ofrece grandes márgenes de beneficio a las líneas de productos con precios económicos. El valor de

marca, el servicio al cliente y la calidad mejoran la percepción del producto.

- 8) Incrementa la lealtad de los consumidores. Si los usuarios perciben que un producto es de alta calidad, pueden desarrollar una lealtad de primer nivel que ayudará a generar negocios repetidos para la compañía.
- 9) Transparencia. Los usuarios se vuelven aún más seguros para pagar sus servicios porque saben el valor que obtendrán del precio que están invirtiendo y están satisfechos con él.
- 10) Ingresos predecibles de cada nuevo cliente. Con un precio basado en el valor, siempre se puede predecir exactamente lo que se obtendrá de cualquiera de los nuevos consumidores, por lo que le resultará fácil a una empresa medir su éxito.
- 11) Confianza. Los usuarios saben que siempre pueden consultar y hacer preguntas sin costo adicional. Ellos confían en la opinión de la compañía, ya que, después de todo, es conocida por ofrecer valor.
- 12) Los clientes pagan por valor, no por tiempo. A diferencia de los precios basados en los costos, los consumidores invierten por el valor que la empresa proporciona en lugar del tiempo o el costo de producción.

D. Dimensión: Confianza en el servicio

El elemento de "confianza", según se entiende por lo extendido en Kotler y Armstrong (2003), está presente en todas las operaciones comerciales posibles. En algunas áreas de negocios, la importancia de la confianza es aún más pronunciada; por ejemplo, la tarifa aérea a menudo se paga antes de que comience el servicio. Por lo tanto, se requiere un cierto nivel de seguridad para garantizar que el desempeño futuro esté en línea con las expectativas, lo que significa "confiar" en la empresa.

Sin embargo, a pesar de su importancia, el concepto de "confianza" es uno de los conceptos menos analizados en la literatura empresarial.

Esto se debe a que el concepto popular de "confianza" la concibe como un "estado de ánimo subjetivo", es decir, fundamentalmente emocional y personal. No hay duda de que confiar en una persona o en una empresa es una decisión emocional. Pero resulta que ninguna decisión se toma en base a argumentos estrictamente racionales: las emociones siempre están ahí para acompañar, apoyar o incluso justificar las decisiones.

Lo mismo se aplica a la confianza. La carga emocional siempre va acompañada de factores racionales que no solo

pueden ser identificados y analizados, sino también gestionados de forma consciente, planificada y planificada.

E. Dimensión: Expectativas del servicio

Las expectativas del cliente, a decir de Kotler y Armstrong (2003), son lo que los compradores nuevos o habituales quieren cumplir a través de su empresa, sus productos y servicios. Esto también incluye la experiencia que espera tener al comprar o usar el producto. No hace falta decir que cada cliente tiene sus propias expectativas.

Depende de la experiencia que ya tengan con su empresa o una empresa similar. Por supuesto, también depende del mensaje que comunique su organización: todo, desde su logotipo hasta la publicidad y la apariencia de su sitio web, es importante.

Según Londoño (2018), las expectativas del cliente son:

(...) todas aquellas situaciones y resultados que tu cliente espera encontrar en cada interacción con tu empresa. Algunas de estas expectativas tendrán un carácter estratégico, es decir, que son producto de una evaluación y un proceso de información detallado, mientras que otras serán más emocionales o reactivas.

(p. 34).

2.3 Marco Conceptual

Proceso de atención al cliente: Rivas (2020) señala que el proceso de atención al cliente, “(...) es el conjunto de operaciones que una empresa lleva a cabo con todo su personal, integrando diferentes departamentos para garantizar una experiencia sólida y satisfactoria a cada cliente.” (p. 9).

Información al cliente: Trillini (2013), expresa que la información al cliente como elemento de la atención “(...) hace referencia al manejo y diseño de canales de comunicación que destina una organización con fines de lucro para establecer contacto e interactuar con sus clientes.” (p.3).

Toma de decisiones: López (2021) indica que la toma de decisiones “(...) es el proceso en el cual un individuo o grupo de individuos deben elegir entre varias opciones. Este proceso se activa cuando hay que resolver un conflicto o situación que requiere de una acción concreta.” (p. 7)

Productividad: Sevilla (2019), explica que la productividad “(...) es una medida económica que calcula cuántos bienes y servicios se han producido por cada factor utilizado (trabajador, capital, tiempo, tierra, etc.) durante un periodo determinado.” (p. 7)

Calidad funcional del servicio: Londoño (2018) señala que la calidad funcional del servicio es un aspecto de evaluación de la calidad que “(...) se encarga de la manera en que el consumidor es tratado en el desarrollo del proceso de producción del servicio.” (p. 5).

Calidad técnica del servicio: Londoño (2018) dice que la calidad técnica, del servicio es un aspecto que “(...) toma especial relevancia el cómo se desarrolla y cómo se recibe el proceso productivo y no tan sólo el qué se recibe.” (p. 78).

Valor de servicio: Duque (2005), conceptúa al valor del servicio como “(...) una oportunidad de ejercer un poder que nace en ti mismo y que puede aplicarse en los diversos ámbitos ya mencionados.” (p. 96).

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis General

Existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la satisfacción del cliente de un estudio jurídico del Distrito del Tambo en el año 2021.

3.2 Hipótesis Específicas

- 1) Existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la calidad funcional del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021
- 2) Existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la calidad técnica del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.
- 3) Existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y el valor del servicio percibido de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.
- 4) Existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la confianza del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.
- 5) Existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la expectativa del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.

3.3 Variables

3.3.1 Definición conceptual

3.3.1.1 Tecnologías de la Información y la Comunicación

Valle, et al. (2011) dicen que las tecnologías de la información son: (...) aquellas (herramientas) cuyo propósito es el manejo y tratamiento de la información, entendida ésta como conjunto de datos, señales o conocimientos, registrados o transportados sobre soportes físicos de muy diversos tipos. Las tecnologías de la información abarcan técnicas, dispositivos y métodos que permiten obtener, transmitir, reproducir, transformar y combinar dichos datos, señales o conocimientos. (p. 25).

3.3.1.2 Satisfacción del cliente

Para Escolme (2013), citando a Kotler y Armstrong (2003), es “(...) el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo” (p. 1).

3.3.2 Definición operacional

3.3.2.1 Tecnologías de la Información y la Comunicación

Las tecnologías de la información consideran son herramientas que tienen en cuenta procesos virtuales que buscan el desempeño eficiente a través de medios tecnológicos de Información fiables y accesibles, facilitando además los procesos y medios para la toma de decisiones y consecuentemente el incremento de la productividad.

3.3.2.2 Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente comprende la evaluación de la calidad funcional de un determinado servicio, así como su calidad técnica, la percepción del valor del mismo por parte del cliente, la confianza que se genera y las expectativas.

3.3.3 Cuadro de operacionalización de variables

Tabla N° 1: Operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Variable X: Tecnologías de la información	Valle, et al. (2011) dicen que las tecnologías de la información son: (...) aquéllas (herramientas) cuyo propósito es el manejo y tratamiento de la información, entendida ésta como conjunto de datos, señales o conocimientos, registrados o transportados sobre soportes físicos de muy diversos tipos. Las tecnologías de la información abarcan técnicas, dispositivos y métodos que permiten obtener, transmitir, reproducir, transformar y combinar dichos datos, señales o conocimientos. (p. 25).	Las tecnologías de la información consideran son herramientas que tienen en cuenta procesos virtuales que buscan el desempeño eficiente a través de medios tecnológicos de Información fiables y accesibles, facilitando además los procesos y medios para la toma de decisiones y consecuentemente el incremento de la productividad	X1: Herramientas virtuales de atención	- Realización de consultas online - Atención de consultas a clientes vía remota - Atención y acceso a diligencias y audiencias programadas
			X2: Medios para el desempeño eficiente	- Manejo eficiente de agenda de audiencias - Diseño eficiente de la estrategia legal - Manejo automatizado para el diseño de demandas y legislación actualizada
			X3: Medios de acceso a información fiables	- Acceso a información del expediente a disposición del cliente - Manejo eficiente del estado situacional del expediente - Información
			X4: Procesos y medios para toma de decisiones	- Planteamiento oportuno de recursos y medios legales - Ofrecimiento de información oportuna al cliente - Mecanismos de información e investigación para el diseño de acciones y vías judiciales y extrajudiciales
			X5: Productividad	- Elaboración y diseño oportuno de demandas, recursos y escritos - Absolución de consultas a clientes - Asistencia oportuna a audiencias y/o diligencias
Variable Y: Satisfacción del cliente	Para Escolme, (2013), citando a Kotler y Armstrong (2003) es “el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo” (p. 1).	La satisfacción del cliente comprende la evaluación de la calidad funcional de un determinado servicio, así como su calidad técnica, la percepción del valor del mismo por parte del cliente, la confianza que se genera y las expectativas.	Y1: Percepción de la calidad funcional del servicio	- Solución satisfactoria de quejas y consultas - Conocimiento de los intereses y necesidades reales del cliente - Presentación optima de Recursos y medios procesales
			Y2: Percepción de la calidad técnica	- Percepción de la calidad de los servicios de atención - Satisfacción del servicio respecto de otros estudios - Efectividad del patrocinio o asesoría en el proceso.
			Y3: Valoración del servicio percibido	- Resolución de problemas con el servicio legal prestado - Confianza en la estrategia legal planteada - Observancia de mecanismos eficientes para la ejecución de la sentencia o resolución del caso
			Y4: Percepción de la confianza en el servicio	- Recomendación del servicio legal - Reserva y buen manejo de la información confiada - Fiabilidad y lealtad del personal
			Y5: Expectativas del servicio	- Claridad en la oferta del servicio - Percepción de profesionalidad del personal - Percepción de honorarios acordes con la calidad del servicio.

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1 Método de Investigación

4.1.1 General:

El método científico, es definido por Ñaupas, et al. (2018), como:

(...) un proceso ordenado que permite generar el conocimiento científico de la realidad y verificarlo, empieza con la identificación de un problema, continúa con la revisión de la literatura existente sobre el problema identificado, en base a estos conocimientos plantea hipótesis, luego recolecta la información necesaria que permita su verificación o no, para finalmente llegar a conclusiones que se constituyen en conocimientos científicos provisionales. (p. 171).

En la presente investigación se empleó el método científico pues a la identificación de las variables de estudio como son el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación y la satisfacción de los clientes de un estudio jurídico, hemos de caracterizarlas bajo el contexto de la pandemia por COVID-19, buscando identificar como se desenvuelven en la realidad problemática descrita, extraer objetivos y plantear hipótesis demostrables, con la finalidad de poder obtener además conocimiento nuevo respecto del problema planteado.

4.1.2 Específicos:

Hipotético-deductivo, el mismo que, a decir García (2016) consiste en tomar unas aseveraciones en calidad de hipótesis y en comprobar tales hipótesis deduciendo de ellas, junto con conocimientos de que ya disponemos, conclusiones que confrontamos con los hechos.

Este procedimiento, se aplicó en la presente investigación pues a partir de la confrontación de hechos, revisión de conceptos existentes, formación de nuevos conceptos,

conciliación de hipótesis con otras proposiciones teóricas, se han formulado hipótesis que han sido sujetas a un proceso de contrastación estadística, de modo que, tanto en lo referente a las Tecnologías de la Información y Comunicación, así como la satisfacción del cliente, se han confrontado los resultados hallados, con lo desarrollado en la teoría, para que luego sean contrastados con los resultados de los antecedentes citados, con la finalidad de generar una discusión y la generación de nuevos conocimientos a partir de ello.

4.2 Tipo de Investigación

Básica, pura o fundamental con enfoque cuantitativo:

A decir de Ñaupas, et al. (2018), señala que la investigación básica, pura o fundamental “(...) no está interesada por un objetivo crematístico, (...) se dice que es básica por qué sirve de cimientto a la investigación aplicada o tecnológica; y fundamental porque es esencial para el desarrollo de la ciencia” (p. 134).

En la presente investigación, el carácter básico de su desarrollo se desprende por cuanto se buscan describir un conjunto de fenómenos de las variables de estudio como son el clima organizacional y el desempeño laboral bajo un contexto de pandemia.

El enfoque cuantitativo, es empleado en la presente investigación por cuanto:

(...) utiliza la recolección de datos y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis formuladas previamente, además confía en la medición de variables e instrumentos de investigación, con el uso de la estadística descriptiva e inferencial, en tratamiento estadístico y la prueba de hipótesis; la formulación de hipótesis estadísticas, el diseño formalizado de los tipos de investigación; el muestro, etc. (Ñaupas, et al., p. 140).

4.3 Nivel de Investigación

La presente investigación es de nivel relacional por medio de la cual, a decir de Gay, citado por Ñaupas, et al. (2018):

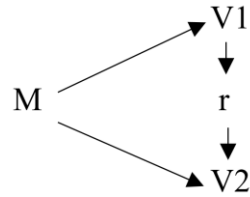
(...) (se) trata de descubrir cómo varía una variable al hacerlo la otra. Sin embargo, en este caso, solo estudiamos la dirección del movimiento y la intensidad de la relación. Por otro lado, debemos saber que la correlación no implica causalidad. Asimismo, para conocer el grado de variación, hay que calcular algún tipo de regresión; como la lineal o la múltiple. (p. 67).

En la presente investigación, este nivel de investigación se ha visto reflejado en la intención de verificar y acaso identificar la existencia de relación entre el uso de las tecnologías de la información y comunicación en la percepción de la satisfacción de los clientes en un estudio jurídico en el Distrito de El Tambo, ello por medio de un coeficiente estadístico coherente con la naturaleza de la investigación y si enfoque antes ya señalado.

4.4 Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es no experimental y trasversal: Es No experimental, por cuanto, no es posible manipular la muestra de estudio. En tanto es descriptivo correlacional, ya que, como dicen Ñaupas, Ñaupas, et al. (2018), permite “(...) determinar el grado de asociación entre varias variables. Las asociaciones entre variables nos dan pistas para suponer influencias y relaciones causa-efecto.” (p. 246). Es del mismo modo, de enfoque trasversal, por cuanto mediremos una o más características de las variables de estudio, en un momento dado en el tiempo.

Se muestra el siguiente esquema que grafica el diseño empleado:

**Donde:**

M: Muestra

V1: TIC's

V2: Satisfacción del cliente

r: Relación

4.5 Población y muestra**4.5.1 Población**

Según el citado García (2016), la población se define como el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. "El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros."

Para efectos de la presente investigación, se toma como población de estudio a un total de 258 clientes del estudio Solórzano Macetas del Distrito de El Tambo – Huancayo, que se corresponden al total de casos en giro llevados a cabo por la firma hasta el 2021.

La distribución de la población se muestra en los siguientes cuadros:

Tabla N° 2: Distribución de número de clientes equivalente al de expedientes en giro por especialidad al 2021

Materia	Número de expedientes en giro al 2021
Laboral y previsional	156
Civil	64
Administrativo	22
Penal	16
Total	258 clientes

Estudio Jurídico Solorzano Macetas (2022)

Tabla N° 3: Distribución de número de clientes equivalente al de expedientes en giro por estado procesal al 2021

Estado del expediente	Número de expediente en giro al 2021
Etapas de juicio	20
En vía de apelación	64
Vía de recurso de casación	14
En ejecución de sentencia	160
Total	258 clientes

Estudio Jurídico Solorzano Macetas (2022)

4.5.2 Muestra

A decir de Ñaupas, et al. (2018), la muestra es definida como el subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población.

Para efectivizar nuestro estudio se hará empleo de un método muestral, el mismo que, según los citados Ñaupas, et al. (2018), es el método utilizado para seleccionar a los componentes de la muestra del total de la población. "Consiste en un conjunto de reglas, procedimientos y criterios mediante los cuales se selecciona un conjunto de elementos de una población que representan lo que sucede en toda esa población. Para efectos de esta

investigación se hará uso del muestreo probabilístico, por cuanto, según García (2016) es el más recomendable si se está haciendo una investigación cuantitativa porque todos los componentes de la población tienen la misma posibilidad de ser seleccionados para la muestra. De este modo, cada uno de los elementos de la población tenga la misma probabilidad de ser seleccionados

La fórmula que se utilizará para determinar el tamaño muestra es la fórmula aleatoria simple para población finita.

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

Dónde:

N: Población

Z: 1.96 al 95% de confianza

p: porción esperada al 5% (0.05)

q: 1 - p (1 - 0.05 = 0.95)

d: precisión 5% (0,05)

$$n = \frac{258 * 1,96^2 * 0,05 * 0,95}{0,05^2 * (258 - 1) + 1,96^2 * 0,05 * 0,95}$$

$$n = 155 \text{ clientes}$$

Como criterio de inclusión, se ha tomado en consideración todos los expedientes en giro tramitados al 2021 en el estudio jurídico, siendo el criterio de exclusión, aquellos expedientes que ya han sido debidamente archivados y cuyas causas están debidamente resueltas. Por otro lado, se han considerado como criterio de exclusión, no incluir a los expedientes administrativos, por ser una cantidad reducida en el estudio jurídico.

4.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.

4.6.1 Técnica de recolección de datos:

La encuesta, que según Ñaupas, et al. (2018), se define como:

(...) una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características. (p. 80).

4.6.2 Instrumento de recolección de datos

El cuestionario, que a decir de García (2016), se define como aquel instrumento de investigación que “(...) consiste en un conjunto de preguntas u otros tipos de indicaciones con el objetivo de recopilar información de un encuestado. Éstas son típicamente una mezcla de preguntas cerradas y abiertas.” (p. 45). Para efectos de la presente investigación, se empleará el instrumento adaptado de Mejías y Manrique (2011).

4.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Como técnicas de procesamiento de datos se emplearán a la estadística descriptiva e inferencial. La estadística descriptiva, por medio de la cual se organizan y exponen de manera ordenada los resultados a obtener de la aplicación de nuestro instrumento de recolección de datos. Por otro lado, la estadística inferencial, por medio de la cual se empleará el coeficiente de correlación de Rho de Spearman. Como instrumentos para el procesamiento de la data estadística se empleará el software SPSS versión 25.

Para la validez del instrumento se utilizará como criterio el juicio de expertos, definido por Ñaupas, et al. (2018), como:

(...) un método de validación útil para verificar la fiabilidad de una investigación que se define como “una opinión informada de personas con trayectoria en el tema, que son

reconocidas por otros como expertos cualificados en éste, y que pueden dar información, evidencia, juicios y valoraciones. (p. 89).

La validación de expertos se ha realizado bajo el siguiente detalle:

Tabla N° 4: Validadores de instrumento

Grado académico	Validador	Lugar de trabajo	Suficiencia	Aplicabilidad
Maestro	Cesar Cristtian Ríos Ochoa	Universidad Peruana Los Andes	Si	Si
Maestro	Alcira Noelia Ortiz Elías	Universidad Peruana Los Andes	Si	Si
Maestro	Romeld Chavez Estrada	Universidad Peruana Los Andes	Si	Si

Por otro lado, para la confiabilidad del instrumento, se empleará el coeficiente de confiabilidad de Alfa de Cronbach, el mismo que, se emplea con regularidad con la finalidad de saber cuál es la fiabilidad de una escala o test aplicado a una muestra elegible.

Para ello, se tiene los siguientes datos de la escala de fiabilidad del instrumento de recolección de datos sobre Tecnologías de la información (TIC's):

Tabla N° 5: Escala de fiabilidad del instrumento de recolección de datos sobre Tecnologías de la información (TIC's)

Alfa de Cronbach	N de elementos
,987	15

De modo que, se tiene la condición, de que, si el coeficiente de Alfa está más próximo a la unidad, se demostrará más fiabilidad del instrumento. En el caso de nuestro instrumento de recolección de datos, se tiene el coeficiente de alfa es 0,987 para un total de 15 ítems analizados, por lo que podemos concluir que el instrumento estadísticamente, tiene una alta fiabilidad.

Así también se tiene la escala de fiabilidad del instrumento de recolección de datos sobre satisfacción al cliente:

Tabla N° 6: Escala de fiabilidad del instrumento de recolección de datos sobre satisfacción al cliente

Alfa de Cronbach	N de elementos
,992	20

De modo que, se tiene la condición, de que, si el coeficiente de Alfa está más próximo a la unidad, se demostrará más fiabilidad del instrumento. En el caso de nuestro instrumento de recolección de datos, se tiene el coeficiente de alfa es 0,992 para un total de 20 ítems analizados, por lo que podemos concluir que el instrumento estadísticamente, tiene una alta fiabilidad.

4.8 Aspectos éticos de la Investigación

El presente estudio es una elaboración propia donde se tomó en consideración para su redacción las normas y pautas de la Universidad Peruana Los Andes, y las normas APA; además, se respetó el derecho intelectual de los autores, se citó a cada uno a lo largo de la investigación y en la lista de referencias. Aunado a ello, se respetó la identidad de los participantes de la encuesta.

CAPÍTULO V: RESULTADOS

5.1 Presentación de resultados

5.1.1 De la variable 1: Tecnologías de la Información y Comunicación

Tabla N° 7: Dimensión: Procesos virtuales de atención eficientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total, desacuerdo	4	2,7	2,7	2,7
	En desacuerdo	21	13,3	13,3	16,0
	No opina	4	2,7	2,7	18,7
	De acuerdo	74	48,0	48,0	66,7
	Muy de acuerdo	52	33,3	33,3	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

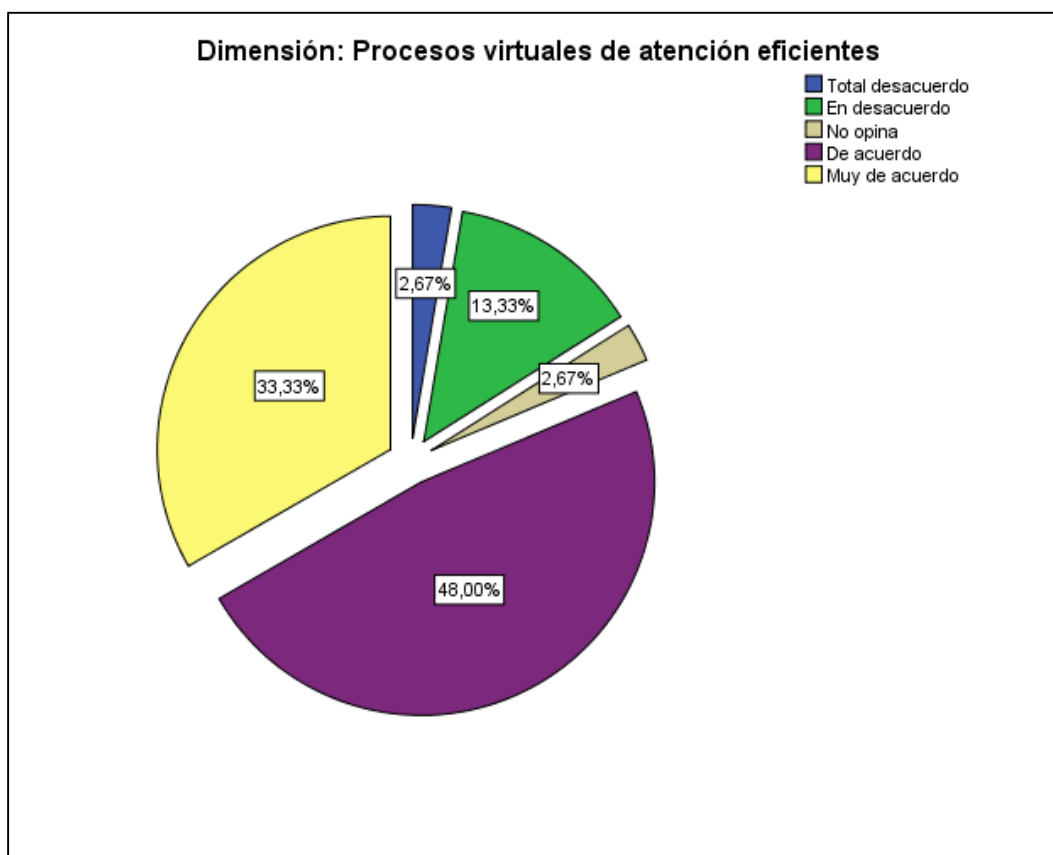


Gráfico N° 5: Dimensión: Procesos virtuales de atención eficientes

Interpretación: De la encuesta realizada a un total de 155 usuarios del Estudio Jurídico Solórzano Macetas en el Distrito de El Tambo, respecto del empleo de Tecnologías de la Información en la prestación de sus servicios, en la dimensión de Procesos virtuales de atención eficientes, se tiene que, sobre si su aplicación se da en el estudio, los encuestados están en total desacuerdo en un 2,7%, en desacuerdo 13,3%, los que no opina representan un 2,7%, los que están de acuerdo representan un 48% y muy de acuerdo 33,3%. En ese sentido, podemos afirmar que en gran medida los clientes de del referido estudio, están de acuerdo que se aplican efectivamente aspectos como las consultas online, la atención de consultas a clientes vía remota, la atención y acceso efectivo a las diligencias y audiencias programadas por el juzgado.

Tabla N° 8: Dimensión: Desempeño eficiente del abogado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	8,0	8,0	8,0
	No opina	6	4,0	4,0	12,0
	De acuerdo	95	61,3	61,3	73,3
	Muy de acuerdo	41	26,7	26,7	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

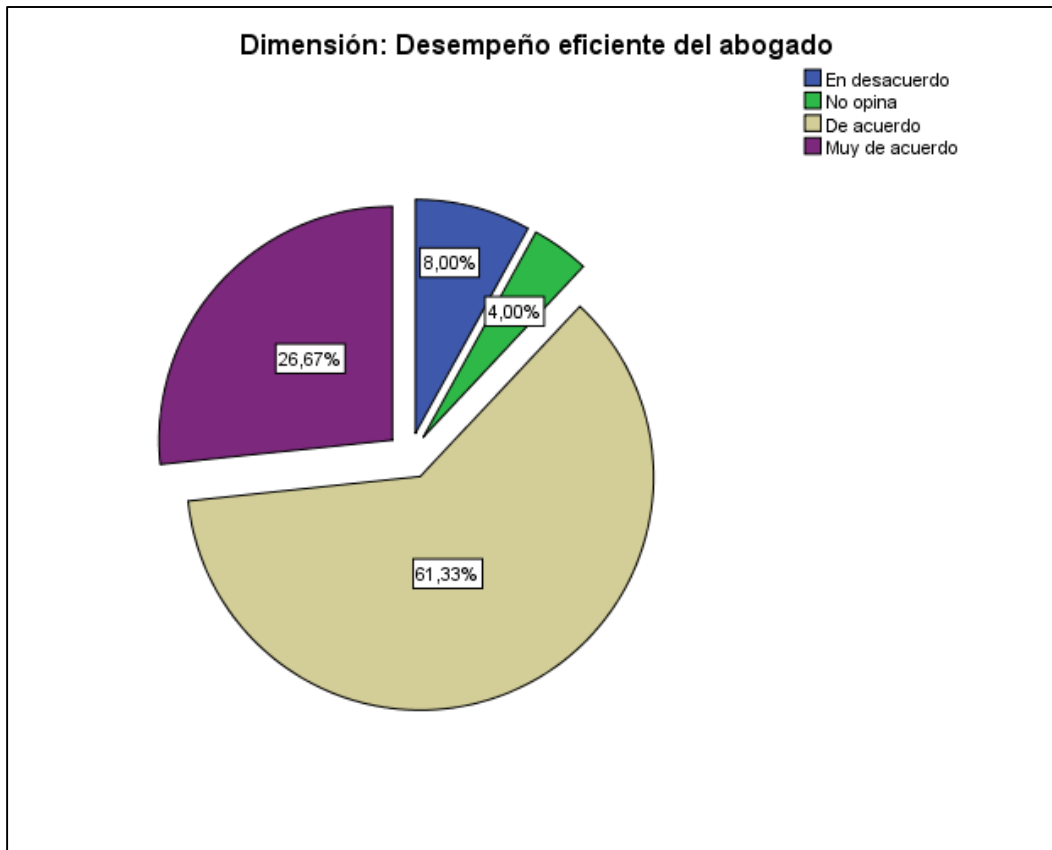
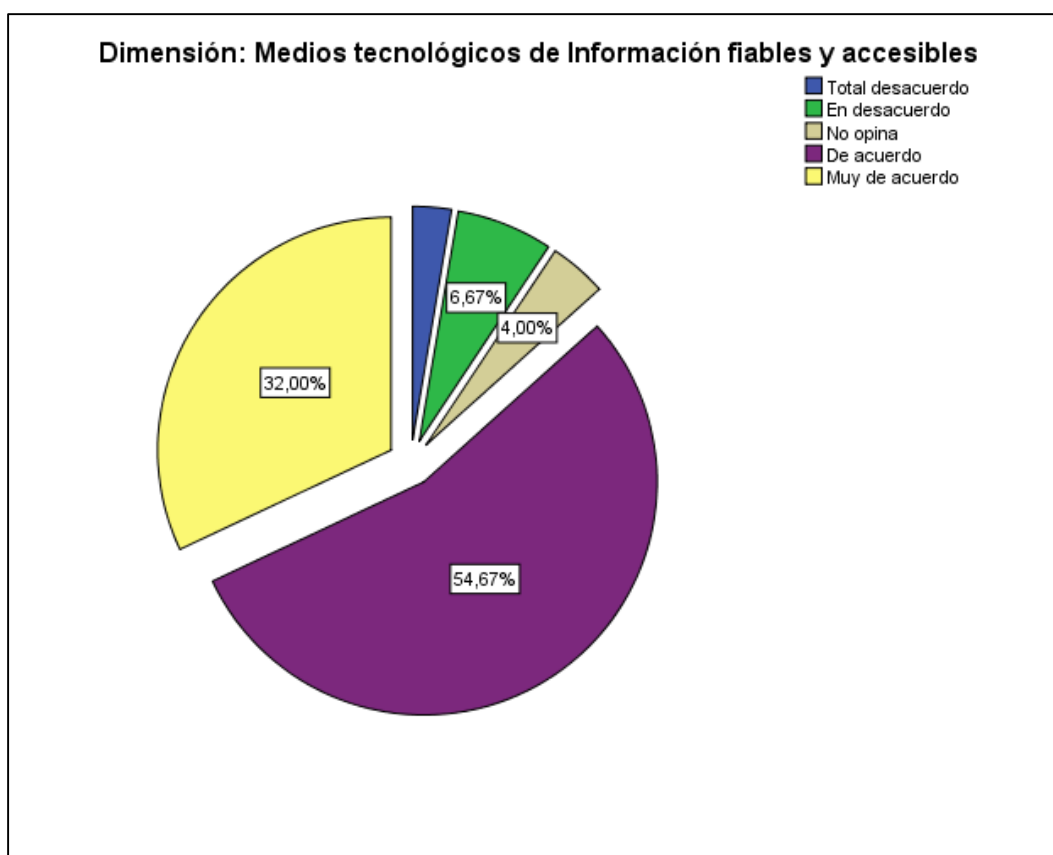


Gráfico N° 6: Dimensión: Desempeño eficiente del abogado

Interpretación: De la encuesta realizada a un total de 155 usuarios del Estudio Jurídico Solórzano Macetas en el Distrito de El Tambo, respecto del empleo de Tecnologías de la Información en la prestación de sus servicios, en la dimensión de Desempeño eficiente del abogado, se tiene que, sobre si esta característica se da en el estudio, los encuestados están en desacuerdo 8%, los que no opina representan un 4%, los que están de acuerdo representan un 61.33% y muy de acuerdo 26.67%. En ese sentido, podemos afirmar que en gran medida los clientes de del referido estudio, están de acuerdo que se evidencian efectivamente aspectos como el manejo eficiente de agenda de audiencias, el diseño eficiente de la estrategia legal y el manejo automatizado para el diseño de demandas y legislación actualizada.

Tabla N° 9: Dimensión: Medios tecnológicos de Información fiables y accesibles

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total, desacuerdo	4	2,7	2,7	2,7
	En desacuerdo	10	6,7	6,7	9,3
	No opina	6	4,0	4,0	13,3
	De acuerdo	85	54,7	54,7	68,0
	Muy de acuerdo	50	32,0	32,0	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

**Gráfico N° 7:** Dimensión: Medios tecnológicos de Información fiables y accesibles

Interpretación: De la encuesta realizada a un total de 155 usuarios del Estudio Jurídico Solórzano Macetas en el Distrito de El Tambo, respecto del empleo de Tecnologías de la Información en la prestación de sus servicios, en la dimensión de Medios tecnológicos de Información fiables y accesibles, se tiene que, sobre si su aplicación se da en el estudio, los

encuestados están en total desacuerdo en un 2,7%, en desacuerdo 6.67 %, los que no opina representan un 4%, los que están de acuerdo representan un 54.67% y muy de acuerdo 32%. En ese sentido, podemos afirmar que en gran medida los clientes de del referido estudio, están de acuerdo en que se aplican efectivamente aspectos como el acceso a información del expediente a disposición del cliente, el manejo eficiente del estado situacional del expediente y la información oportuna brindada al cliente.

Tabla N° 10: Dimensión: Procesos y medios para la toma de decisiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid	Total, desacuerdo	4	2,7	2,7	2,7
o	En desacuerdo	10	6,7	6,7	9,3
	No opina	12	8,0	8,0	17,3
	De acuerdo	70	45,3	45,3	62,7
	Muy de acuerdo	58	37,3	37,3	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

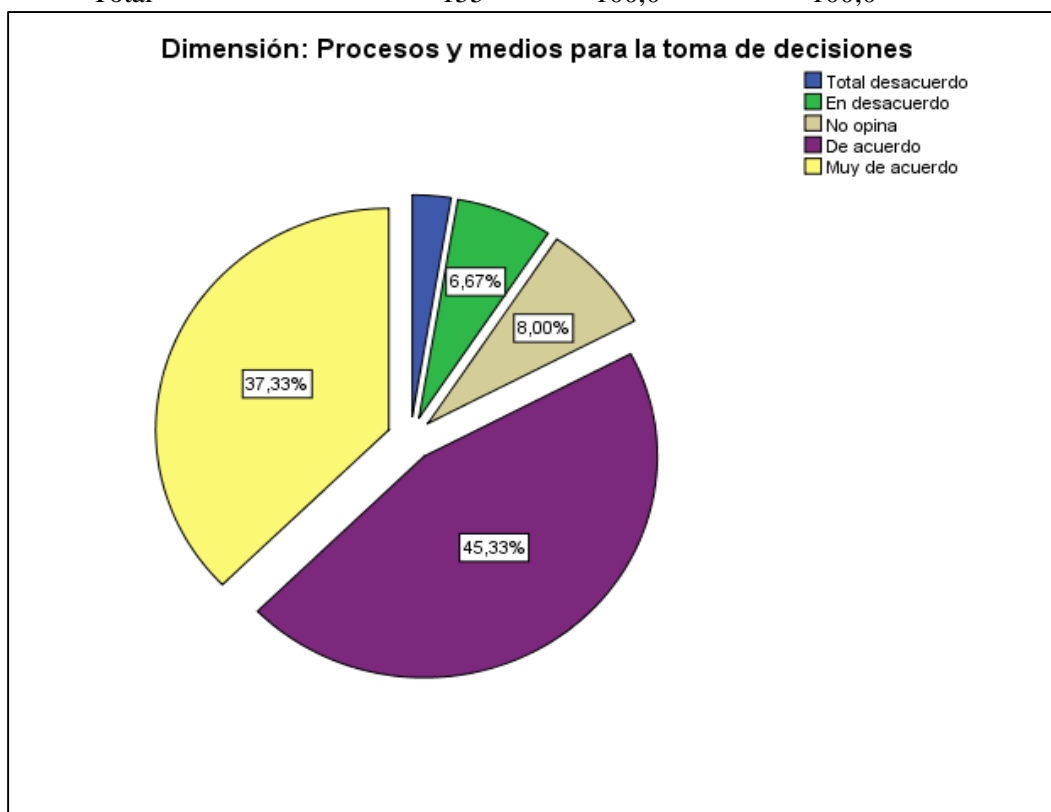


Gráfico N° 8: Dimensión: Procesos y medios para la toma de decisiones

Interpretación: De la encuesta realizada a un total de 155 usuarios del Estudio Jurídico Solórzano Macetas en el Distrito de El Tambo, respecto del empleo de Tecnologías de la Información en la prestación de sus servicios, en la dimensión de Procesos y medios para la toma de decisiones, se tiene que, sobre si su aplicación se da en el estudio, los encuestados están en total desacuerdo en un 2,7%, en desacuerdo 6.67%, los que no opina representan un 8 %, los que están de acuerdo representan un 45.3% y muy de acuerdo 37,3%. En ese sentido, podemos afirmar que en gran medida los clientes de del referido estudio, están de acuerdo que se aplican efectivamente aspectos como el planteamiento oportuno de recursos y medios legales, la Información oportuna al cliente y sobre los mecanismos de información e investigación para el diseño de acciones y vías judiciales y extrajudiciales.

Tabla N° 11: Dimensión: Incremento de la productividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	8,0	8,0	8,0
	No opina	2	1,3	1,3	9,3
	De acuerdo	87	56,0	56,0	65,3
	Muy de acuerdo	54	34,7	34,7	100,0
Total		155	100,0	100,0	

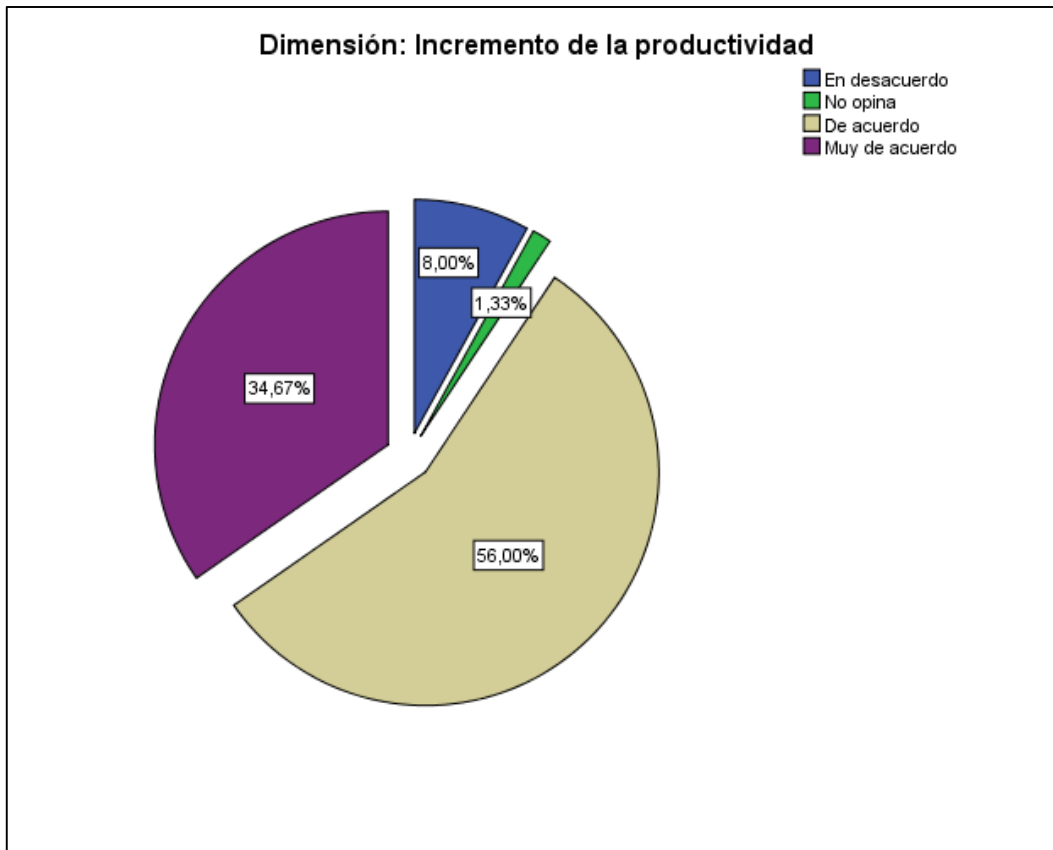


Gráfico N° 9: Dimensión: Incremento de la productividad

Interpretación: De la encuesta realizada a un total de 155 usuarios del Estudio Jurídico Solórzano Macetas en el Distrito de El Tambo, respecto del empleo de Tecnologías de la Información en la prestación de sus servicios, en la dimensión de Incremento de la productividad, se tiene que, sobre si su aplicación se da en el estudio, los encuestados están en desacuerdo 8%, los que no opina representan un 4.33%, los que están de acuerdo representan un 56% y muy de acuerdo 34,67%. En ese sentido, podemos afirmar que en gran medida los clientes de del referido estudio, están de acuerdo que se aplican efectivamente aspectos como demandas, recursos y escritos presentados al día, la absolución de consultas a clientes y finalmente un número importante de audiencias y/o diligencias llevadas a cabo con éxito al día.

5.1.2 De la variable 2: Satisfacción del Cliente

Tabla N° 12: Dimensión: Calidad funcional del servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	14	9,3	9,3	9,3
	No opina	2	1,3	1,3	10,7
	De acuerdo	64	41,3	41,3	52,0
	Muy de acuerdo	74	48,0	48,0	100,0
Total		155	100,0	100,0	

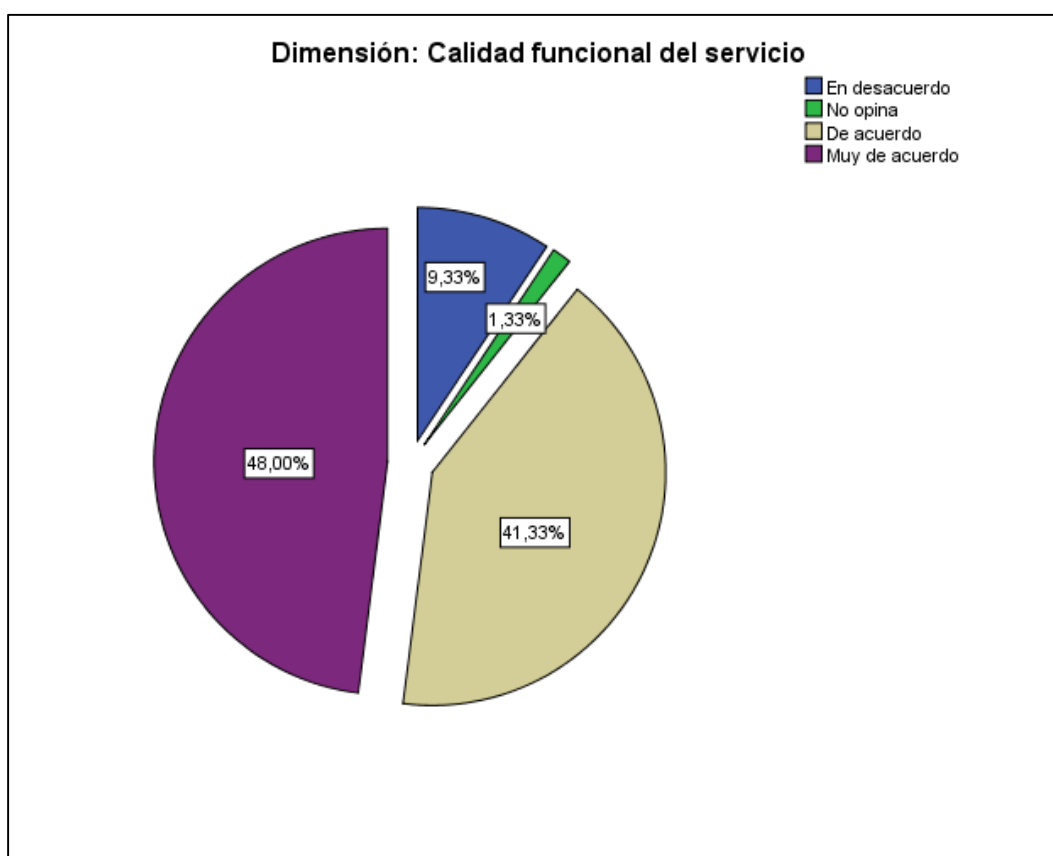


Gráfico N° 10: Dimensión: Calidad funcional del servicio

Interpretación: De la encuesta realizada a un total de 155 usuarios del Estudio Jurídico Solórzano Macetas en el Distrito de El Tambo, respecto de la satisfacción de los clientes en la prestación de sus servicios, en la dimensión de Calidad funcional del servicio, se tiene que, sobre si su aplicación se da en el estudio, los encuestados están en desacuerdo

9,33%, los que no opina representan un 1,3%, los que están de acuerdo representan un 41.33% y muy de acuerdo 48%. En ese sentido, podemos afirmar que en gran medida los clientes de del referido estudio, están de acuerdo que se aplican efectivamente aspectos como la Solución satisfactoria de quejas y consultas, el conocimiento de los intereses y necesidades reales del cliente y la utilización de recursos y medios procesales con eficiencia.

Tabla N° 13: Dimensión: Calidad técnica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	8,0	8,0	8,0
	No opina	2	1,3	1,3	9,3
	De acuerdo	79	50,7	50,7	60,0
	Muy de acuerdo	62	40,0	40,0	100,0
Total		155	100,0	100,0	

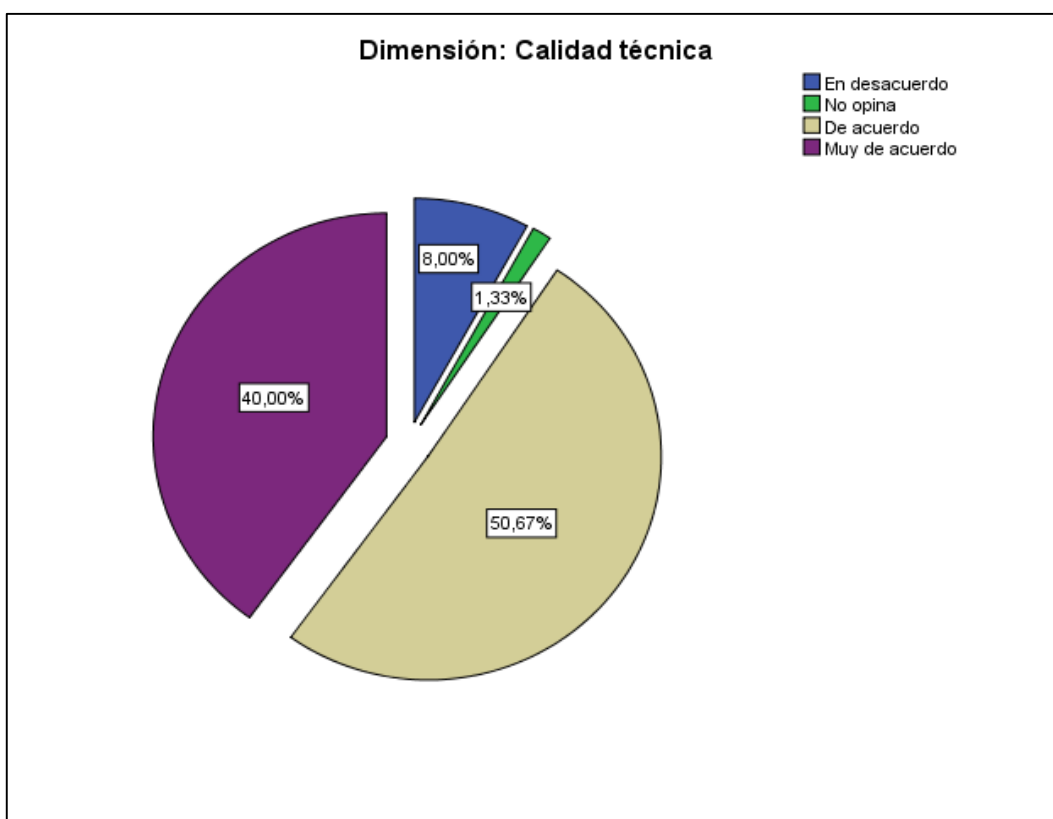


Gráfico N° 11: Dimensión: Calidad técnica

Interpretación: De la encuesta realizada a un total de 155 usuarios del Estudio Jurídico Solórzano Macetas en el Distrito de El Tambo, respecto de la satisfacción de los clientes en la prestación de sus servicios en la prestación de sus servicios, en la dimensión de Calidad técnica, se tiene que, sobre si su aplicación se da en el estudio, los encuestados están en desacuerdo 8%, los que no opina representan un 1.33%, los que están de acuerdo representan un 50.67% y muy de acuerdo 40%. En ese sentido, podemos afirmar que en gran medida los clientes de del referido estudio, están de acuerdo que se aplican efectivamente aspectos como la calidad efectiva de los servicios de atención, la Satisfacción del servicio respecto de otros estudios y la Efectividad del patrocinio o asesoría en el proceso.

Tabla N° 14: Dimensión: Valor de servicio percibido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total desacuerdo	2	1,3	1,3	1,3
	En desacuerdo	10	6,7	6,7	8,0
	No opina	6	4,0	4,0	12,0
	De acuerdo	83	53,3	53,3	65,3
	Muy de acuerdo	2	34,7	34,7	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

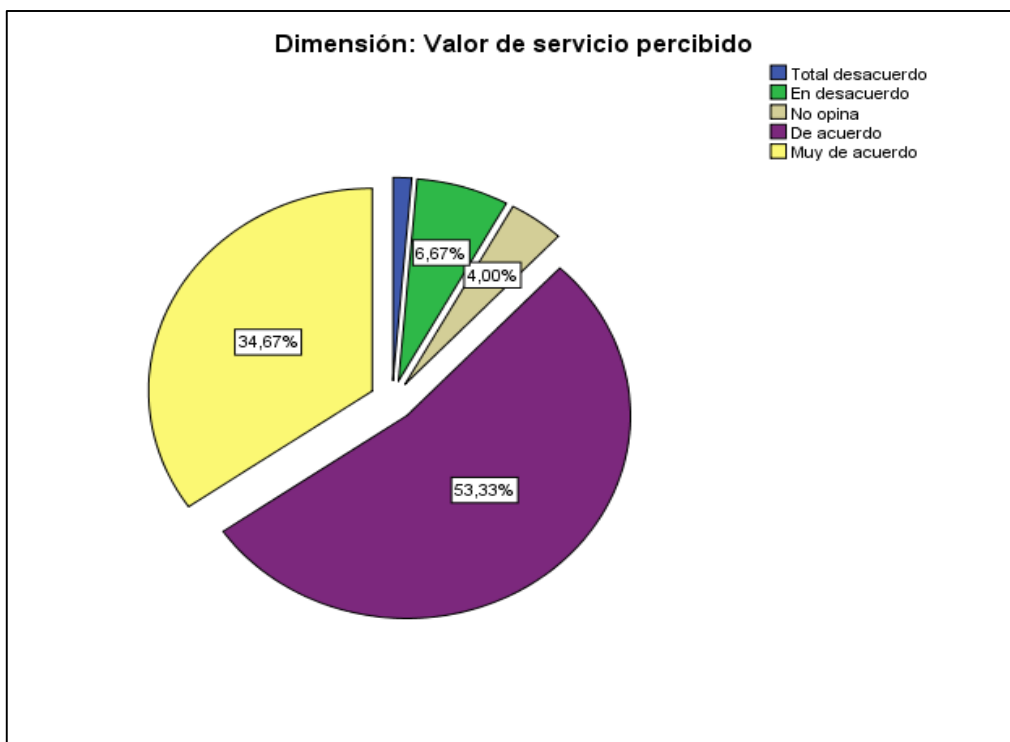
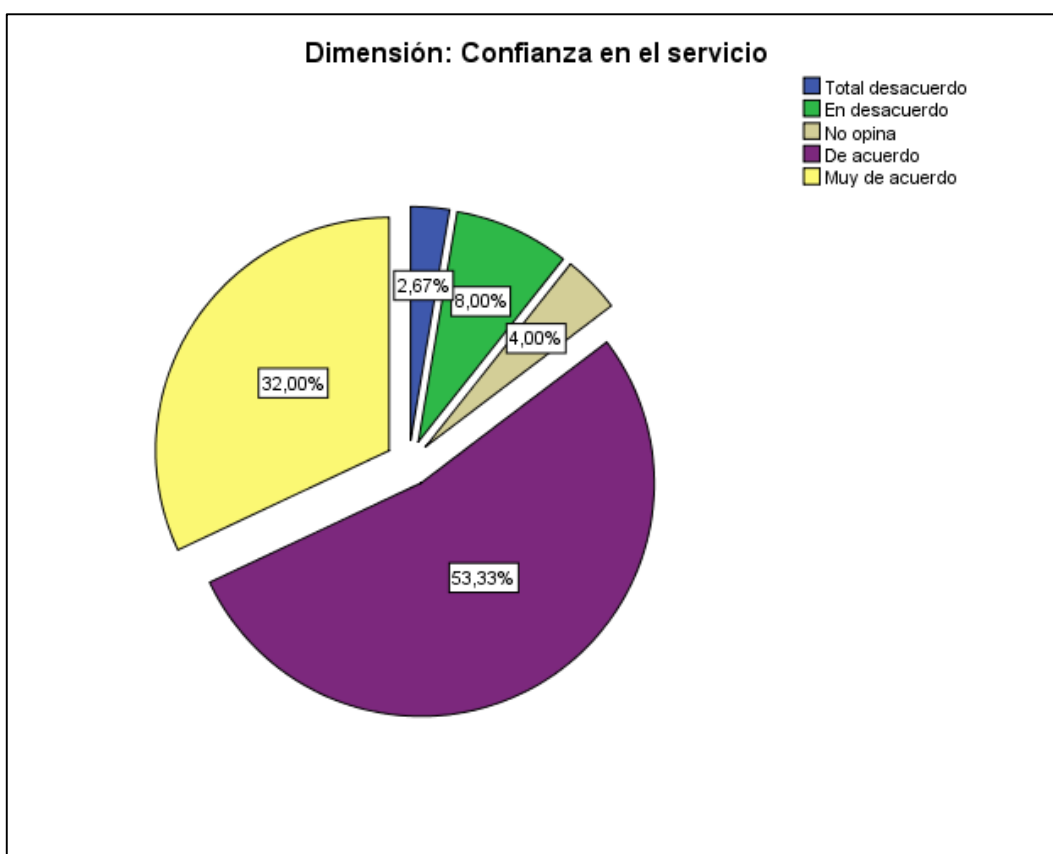


Gráfico N° 12: Dimensión: Valor de servicio percibido

Interpretación: De la encuesta realizada a un total de 155 usuarios del Estudio Jurídico Solórzano Macetas en el Distrito de El Tambo, respecto de la satisfacción de los clientes en la prestación de sus servicios en la prestación de sus servicios, en la dimensión de Valor de servicio percibido, se tiene que, sobre si se percibe un valor agregado por parte de los clientes en la prestación del servicio en el estudio, los encuestados están en total desacuerdo en un 1,3%, en desacuerdo 6,7%, los que no opina representan un 4%, los que están de acuerdo representan un 53,33% y muy de acuerdo 34,67%. En ese sentido, podemos afirmar que en gran medida los clientes de del referido estudio, están de acuerdo que se aplican efectivamente aspectos como la resolución efectiva de Problemas e inconvenientes con el servicio legal prestado y la Confianza en la estrategia legal planteada y Mecanismos eficientes para la ejecución de la sentencia o resolución del caso.

Tabla N° 15: Dimensión: Confianza en el servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total, desacuerdo	4	2,7	2,7	2,7
	En desacuerdo	12	8,0	8,0	10,7
	No opina	6	4,0	4,0	14,7
	De acuerdo	83	53,3	53,3	68,0
	Muy de acuerdo	50	32,0	32,0	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

**Gráfico N° 13:** Dimensión: Confianza en el servicio

Interpretación: De la encuesta realizada a un total de 155 usuarios del Estudio Jurídico Solórzano Macetas en el Distrito de El Tambo, respecto de la satisfacción de los clientes en la prestación de sus servicios en la prestación de sus servicios, en la dimensión de Confianza en el servicio, se tiene que, sobre si su aplicación se da en el estudio, los encuestados están

en total desacuerdo en un 2.67%, en desacuerdo 8%, los que no opina representan un 4%, los que están de acuerdo representan un 53.33% y muy de acuerdo 32%. En ese sentido, podemos afirmar que en gran medida los clientes de del referido estudio, están de acuerdo que se aplican efectivamente aspectos como la Recomendación del servicio legal, la Reserva y buen manejo de la información confiada y Fiabilidad y lealtad del personal.

Tabla N° 16: Dimensión: Expectativas del servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	8,0	8,0	8,0
	No opina	6	4,0	4,0	12,0
	De acuerdo	101	65,3	65,3	77,3
	Muy de acuerdo	35	22,7	22,7	100,0
Total		155	100,0	100,0	

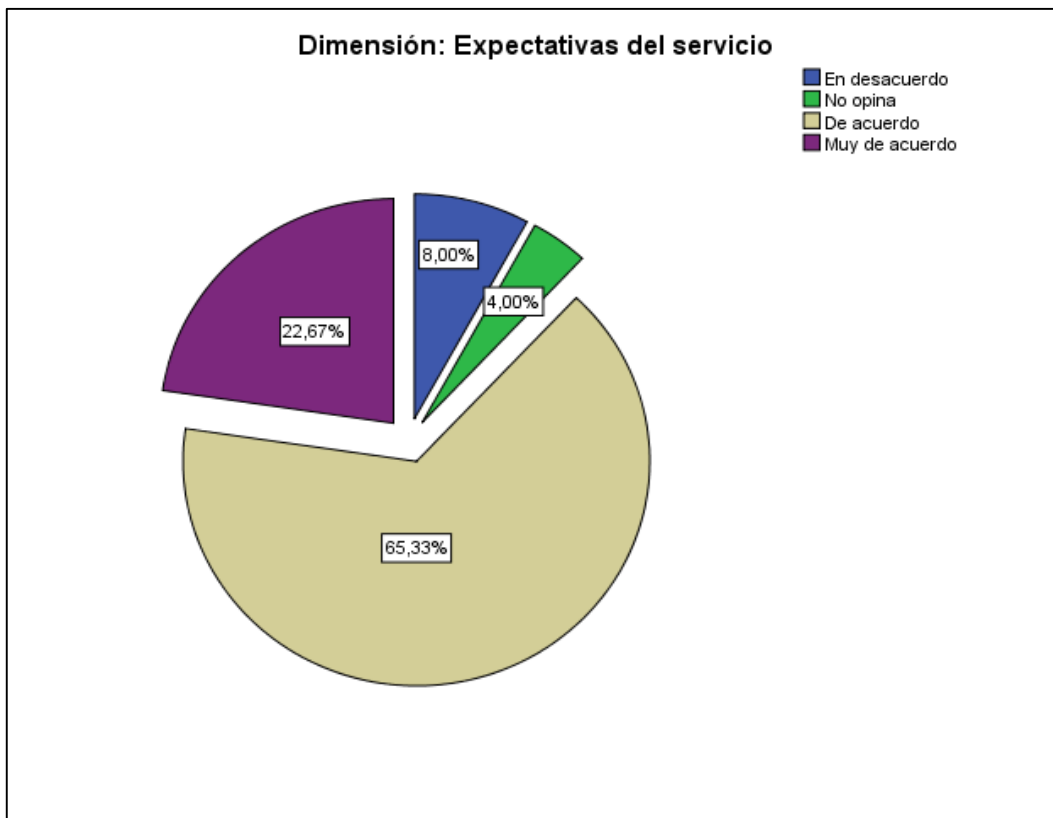


Gráfico N° 14: Dimensión: Expectativas del servicio

Interpretación: De la encuesta realizada a un total de 155 usuarios del Estudio Jurídico Solórzano Macetas en el Distrito de El Tambo, respecto del empleo de Tecnologías de la Información en la prestación de sus servicios, en la dimensión de Expectativas del servicio, se tiene que, sobre si los clientes del estudio tiene buenas expectativas en la prestación de los servicios jurídicos, los encuestados están en desacuerdo 8%, los que no opina representan un 4%, los que están de acuerdo representan un 65.33% y muy de acuerdo 22.67%. En ese sentido, podemos afirmar que en gran medida los clientes de del referido estudio, están de acuerdo que se aplican efectivamente aspectos como la Claridad en la oferta del servicio, la Profesionalidad del personal y Honorarios acordes con la calidad del servicio.

5.2 Contrastación de hipótesis

5.2.1 De la Hipótesis General

A efectos de contrastar nuestra hipótesis, se manejarán dos supuestos:

Ha0: Existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la satisfacción del cliente de un estudio jurídico del Distrito del Tambo en el año 2021.

Ho0: No existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la satisfacción del cliente de un estudio jurídico del Distrito del Tambo en el año 2021.

Se empleó el coeficiente de correlación de Rho de Spearman dado el carácter cualitativo de las variables de estudio. En el procesamiento de los datos recogido mediante el instrumento de recolección de datos se ha obtenido la siguiente data:

Tabla N° 17: Pruebas de Rho de Spearman para la hipótesis general

		Variable 1: Tecnologías de la información y Comunicación	Variable 2: Satisfacción del cliente
Variable 1: Tecnologías de la información y Comunicación	Coefficiente de correlación	1,000	,959**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	155	155
Variable 2: Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,959**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	155	155

De la Tabla N° 11 se tiene los siguientes datos relevantes:

- a) Coeficiente de Correlación bivariada: 0,959
- b) p Valor: 0,000
- c) Número de casos válidos: 155

De los datos obtenidos se ha de verificar el cumplimiento de la siguiente condición:

- 1) p Valor < 0.050 existe correlación, por lo tanto, se rechaza Ho0 y se acepta Ha0.
- 2) p Valor > 0.050 no existe correlación, por lo tanto, se acepta Ho0 y se rechaza Ha0.

Del análisis de los resultados se tiene que:

p Valor=0,000

Error Estándar =0,050 (5%)

Entonces: 0,000 < 0,050

De modo que se cumple la condición 1) para la hipótesis general donde, p Valor < 0.050 existe correlación directa y perfecta, por lo tanto, se rechaza Ho0 y se acepta Ha0.

Además, de los datos obtenido se tiene que el valor del coeficiente de correlación es 0,959, que estando próximo a la unidad implica la existencia de una correlación significativa entre variables.

Conclusión: Existe suficiente evidencia estadística para señalar que, siendo que se cumple la condición de $0,000 < 0,050$ entonces se rechaza H_0 y se acepta H_a , aceptando la existencia de correlación perfecta entre variables, la misma que, según el coeficiente de correlación de Rho de Spearman(0.959), es significativa por lo que podemos señalar que, en efecto existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la satisfacción del cliente de un estudio jurídico del Distrito del Tambo en el año 2021.

5.2.2 De las hipótesis específicas

5.2.2.1 Hipótesis específica 1

A efectos de contrastar nuestra hipótesis, se manejarán dos supuestos:

H_{a1} : Existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la calidad funcional del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.

H_{o1} : No existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la calidad funcional del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.

Se empleó el coeficiente de correlación de Rho de Spearman dado el carácter cualitativo de las variables de estudio. En el procesamiento de los datos recogido mediante el instrumento de recolección de datos se ha obtenido la siguiente data:

Tabla N° 18: Pruebas de Rho de Spearman de la hipótesis específica 1

	Variable 1: Tecnologías de la información y Comunicación	Dimensión: Calidad funcional del servicio
Variable 1: Tecnologías de la información y Comunicación	Coefficiente de correlación	0,817**
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	155
Dimensión: Calidad funcional del servicio	Coefficiente de correlación	1,000
	Sig. (bilateral)	.
	N	155

De los datos obtenidos se ha de verificar el cumplimiento de la siguiente condición:

- 1) p Valor < 0.050 existe correlación, por lo tanto, se rechaza Ho1 y se acepta Ha1.
- 2) p Valor > 0.050 no existe correlación, por lo tanto, se acepta Ho1 y se rechaza Ha1.

Del análisis de los resultados se tiene que:

p Valor=0,000

Error Estándar =0,050 (5%)

Entonces: 0,000 < 0,050

De modo que se cumple la condición 1) para la hipótesis específica 1 donde, p Valor < 0.050 existe correlación, por lo tanto, se rechaza Ho1 y se acepta Ha1.

De los datos obtenido se tiene que el valor del coeficiente de correlación es 0,817, que estando próximo a la unidad implica la existencia de una correlación significativa entre variables.

Conclusión:

Existe suficiente evidencia estadística para señalar que, siendo que se cumple la condición de 0,000 < 0,050 entonces se rechaza **Ho1** y se acepta **Ha1**, aceptando la existencia

de correlación perfecta entre variables, la misma que, según el coeficiente de correlación de Spearman es significativa (0,817), por lo que podemos señalar que, en efecto existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la calidad funcional del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.

5.2.2.1 Hipótesis específica 2

A efectos de contrastar nuestra hipótesis, se manejarán dos supuestos:

Ha2: Existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la calidad técnica del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.

Ho2: No existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la calidad técnica del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.

Se empleó el coeficiente de correlación de Rho de Spearman dado el carácter cualitativo de las variables de estudio. En el procesamiento de los datos recogido mediante el instrumento de recolección de datos se ha obtenido la siguiente data:

Tabla N° 19: Pruebas de Rho de Spearman de la hipótesis específica 2

		Variable 1: Tecnologías de la información y Comunicación	Dimensión: Calidad técnica
Variable 1: Tecnologías de la información y Comunicación	Coefficiente de correlación	1,000	,885**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	155	155
Dimensión: Calidad técnica	Coefficiente de correlación	,885**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	155	155

De la Tabla 15 se tiene que:

a) Coeficiente de Correlación bivariada: 0,885

b) p Valor: 0,000

c) Número de casos válidos: 155

De los datos obtenidos se ha de verificar el cumplimiento de la siguiente condición:

1) p Valor < 0.050 existe correlación, por lo tanto, se rechaza H_0 y se acepta H_a .

2) p Valor > 0.050 no existe correlación, por lo tanto, se acepta H_0 y se rechaza H_a .

Del análisis de los resultados se tiene que:

p Valor=0,000

Error Estándar =0,050 (5%)

Entonces: $0,000 < 0,050$

De modo que se cumple la condición 1) para la hipótesis general donde, p Valor < 0.050 existe correlación directa y perfecta, por lo tanto, se rechaza H_0 y se acepta H_a .

Además, de los datos obtenido se tiene que el valor del coeficiente de correlación es 0,885, que estando próximo a la unidad implica la existencia de una correlación significativa entre variables.

Conclusión:

Existe suficiente evidencia estadística para señalar que, siendo que se cumple la condición de $0,000 < 0,050$ entonces se rechaza H_0 y se acepta H_a , aceptando la existencia de correlación perfecta entre variables, la misma que, según el coeficiente correlación de Rho de Spearman (0,885) es significativa, por lo que podemos señalar que, en efecto existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la calidad técnica del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.

5.2.2.1 Hipótesis específica 3

A efectos de contrastar nuestra hipótesis, se manejarán dos supuestos:

Ha3: Existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y el valor del servicio percibido de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.

Ho3: No existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y el valor del servicio percibido de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.

Se empleó el coeficiente de correlación de Rho de Spearman dado el carácter cualitativo de las variables de estudio. En el procesamiento de los datos recogido mediante el instrumento de recolección de datos se ha obtenido la siguiente data:

Tabla N° 20: Pruebas de Rho de Spearman de la hipótesis específica 3

		Variable 1: Tecnologías de la información y Comunicación	Dimensión: Valor de servicio percibido
Variable 1: Tecnologías de la información y Comunicación	Coefficiente de correlación	1,000	,960**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	155	155
Dimensión: Valor de servicio percibido	Coefficiente de correlación	,960**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	155	155

De la Tabla N° 17 se tiene los siguientes datos relevantes:

a) Coeficiente de Correlación bivariada: 0,960

b) p Valor: 0,000

c) Número de casos válidos: 155

De los datos obtenidos se ha de verificar el cumplimiento de la siguiente condición:

1) p Valor < 0.050 existe correlación, por lo tanto, se rechaza H_0 y se acepta H_a .

2) p Valor > 0.050 no existe correlación, por lo tanto, se acepta H_0 y se rechaza H_a .

Del análisis de los resultados se tiene que:

p Valor=0,000

Error Estándar =0,050 (5%)

Entonces: $0,000 < 0,050$

De modo que se cumple la condición 1) para la hipótesis general donde, p Valor < 0.050 existe correlación directa y perfecta, por lo tanto, se rechaza H_0 y se acepta H_a .

Además, de los datos obtenido se tiene que el valor del coeficiente de correlación es 0,885, que estando próximo a la unidad implica la existencia de una correlación significativa entre variables.

Conclusión:

Existe suficiente evidencia estadística para señalar que, siendo que se cumple la condición de $0,000 < 0,050$ entonces se rechaza H_0 y se acepta H_a , aceptando la existencia de correlación perfecta entre variables, la misma que, según el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es significativa (0,960), por lo que podemos señalar que, en efecto existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y el valor del servicio percibido de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.

5.2.2.1 Hipótesis específica 4

A efectos de contrastar nuestra hipótesis, se manejarán dos supuestos:

Ha4: Existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la confianza del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.

Ho4: No existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la confianza del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.

Se empleó el coeficiente de correlación de Rho de Spearman dado el carácter cualitativo de las variables de estudio. En el procesamiento de los datos recogido mediante el instrumento de recolección de datos se ha obtenido la siguiente data:

Tabla N° 21: Pruebas de Rho de Spearman de la hipótesis específica 4

		Variable 1: Tecnologías de la información y Comunicación	Dimensión: Confianza en el servicio
Variable 1: Tecnologías de la información y Comunicación	Coefficiente de correlación	1,000	,974**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	155	155
Dimensión: Confianza en el servicio	Coefficiente de correlación	,974**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	155	155

De la Tabla N° 19 se tiene los siguientes datos relevantes:

- a) Coeficiente de Correlación bivariada: 0,974
- b) p Valor: 0,000
- c) Número de casos válidos: 155

De los datos obtenidos se ha de verificar el cumplimiento de la siguiente condición:

- 1) p Valor < 0.050 existe correlación, por lo tanto, se rechaza Ho0 y se acepta Ha0.
- 2) p Valor > 0.050 no existe correlación, por lo tanto, se acepta Ho0 y se rechaza Ha0.

Del análisis de los resultados se tiene que:

p Valor=0,000

Error Estándar =0,050 (5%)

Entonces: $0,000 < 0,050$

De modo que se cumple la condición 1) para la hipótesis general donde, p Valor < 0.050 existe correlación directa y perfecta, por lo tanto, se rechaza H_0 y se acepta H_a .

Además, de los datos obtenido se tiene que el valor del coeficiente de correlación es 0,974, que estando próximo a la unidad implica la existencia de una correlación significativa entre variables.

Conclusión:

Existe suficiente evidencia estadística para señalar que, siendo que se cumple la condición de $0,000 < 0,050$ entonces se rechaza H_0 y se acepta H_a , aceptando la existencia de correlación perfecta entre variables, la misma que, según el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es significativa (0,974), por lo que podemos señalar que, en efecto existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la confianza del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.

5.2.2.1 Hipótesis específica 5

A efectos de contrastar nuestra hipótesis, se manejarán dos supuestos:

Ha5: Existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la expectativa del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.

Ho5: No existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la expectativa del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.

Se empleó el coeficiente de correlación de Rho de Spearman dado el carácter cualitativo de las variables de estudio. En el procesamiento de los datos recogido mediante el instrumento de recolección de datos se ha obtenido la siguiente data:

Tabla N° 22: Pruebas de Rho de Spearman de la hipótesis específica 5

	Variable 1: Tecnologías de la información y Comunicación	Dimensión: Expectativa en el servicio
Variable 1: Tecnologías de la información y Comunicación	Coefficiente de correlación	,836**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	155
Dimensión: Expectativa en el servicio	Coefficiente de correlación	,836**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	155

De la Tabla N° 21 se tiene los siguientes datos relevantes:

a) Coeficiente de Correlación bivariada: 0,836

b) p Valor: 0,000

c) Número de casos válidos: 155

De los datos obtenidos se ha de verificar el cumplimiento de la siguiente condición:

1) p Valor < 0.050 existe correlación, por lo tanto, se rechaza Ho0 y se acepta Ha0.

2) p Valor > 0.050 no existe correlación, por lo tanto, se acepta Ho0 y se rechaza Ha0.

Del análisis de los resultados se tiene que:

p Valor=0,000

Error Estándar =0,050 (5%)

Entonces: 0,000 < 0,050

De modo que se cumple la condición 1) para la hipótesis general donde, p Valor < 0.050 existe correlación directa y perfecta, por lo tanto, se rechaza H_0 y se acepta H_a .

Además, de los datos obtenido se tiene que el valor del coeficiente de correlación es 0,836, que estando próximo a la unidad implica la existencia de una correlación significativa entre variables.

Conclusión:

Existe suficiente evidencia estadística para señalar que, siendo que se cumple la condición de $0,000 < 0,050$ entonces se rechaza H_0 y se acepta H_a , aceptando la existencia de correlación perfecta entre variables, la misma que, según el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es significativa (0,836), por lo que podemos señalar que, en efecto existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la expectativa del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Respecto de los resultados obtenidos, al objetivo general planteado, nos ha mostrado la importancia que tiene las Tecnologías de la Información y Comunicación en el desempeño y la prestación de un servicio profesional, respecto a su percepción en términos de satisfacción. En efecto, hemos podido constatar que, respecto del empleo de Tecnologías de la Información en la prestación de sus servicios, en lo referente a la dimensión de Procesos virtuales de atención eficientes, en gran medida los clientes están de acuerdo en que se aplican efectivamente aspectos como las consultas online por medio de redes sociales como Facebook Messenger o WhatsApp, la atención de consultas a clientes vía remota por aplicativos como Google Meet o Zoom, así como la atención y acceso efectivo a las diligencias y audiencias programadas por el juzgado cuando se realizan por mecanismos virtuales por video conferencia.

En efecto pues, esto representa un claro beneficio para los clientes de un estudio jurídico, pues como destaca Gutiérrez (2019), herramientas como la videoconferencia o el empleo de mecanismos de comunicación remota por redes sociales “(...) posibilitan la comunicación de imagen y sonido en tiempo real entre dos puntos distantes, de manera que la distancia física deja de ser un impedimento para la celebración de comparecencias en los procedimientos judiciales, como si los participantes se encontraran en la misma Sala.” (p. 27). Aunque también se reconocen un conjunto de contratiempos o desventajas respecto de la posibilidad efectiva de acceso a internet en ciertos espacios, resulta evidente que sus ventajas son mayores, sobre todo considerando escenarios como los de la pandemia por COVID-19, la cual ha imposibilitado hasta cierto punto las reuniones físicas en muchos sectores, no siendo ajeno a ello el sector jurídico como tal.

Bajo esa perspectiva pues, es meritorio destacar el beneficio actual que las tecnologías de información brindan y favorecen condiciones de atención eficiente reduciendo tiempo y costes de traslado, el mismo que puede traducirse en favor tanto de clientes como de los mismos abogados del estudio.

Por otro lado, respecto de la dimensión de Desempeño eficiente del abogado, se ha podido constatar que, en gran medida los clientes del estudio están de acuerdo que se evidencian efectivamente aspectos como el manejo eficiente de agenda de audiencias, el diseño eficiente de la estrategia legal y el manejo automatizado para el diseño de demandas y legislación actualizada.

En efecto, como bien reconoce Benfeld (2020) la digitalización, como proceso supone:

(...) la capacidad para recoger y analizar información relevante para la práctica profesional a través de dispositivos tecnológicos y medios digitales; la habilidad de trabajar en equipo en entornos digitales (trabajo en red); el conocimiento y manejo de programas, aplicaciones, bases de datos y motores de búsqueda relevantes para la profesión; la capacidad de posicionar y gestionar los productos y marcas legales en la red, etcétera. (p. 34).

En ese sentido, la capacidad del manejo eficiente de una agenda digital que organice las audiencias, reuniones y otras diligencias con los patrocinados, las mismas que puedan compartirse con estos para que sincronicen sus actividades, dejando plena constancia de su conocimiento, es una ventaja sobresaliente en el uso de las tecnologías de la información. Del mismo modo ocurre con la capacidad del abogado en diseñar una correcta estrategia legal, pues la información está disponible en la nube y es compartida con el cliente por medio de un conjunto de mecanismos como son Google Drive, de modo que pueda tenerse la información en tiempo real bajo un criterio de oportunidad.

Respecto de la dimensión de Medios tecnológicos de Información fiables y accesibles, se tiene que, sobre si su aplicación en el estudio en gran medida los clientes están de acuerdo en que se aplican efectivamente aspectos como el acceso a información del expediente a disposición del cliente, el manejo eficiente del estado situacional del expediente y la información oportuna brindada al cliente.

En efecto, una gran herramienta de la que disponen no solo el estudio jurídico en el cual se ha realizado la presente investigación, sino muchos otros a nivel nacional, es el denominado SIJE - Sistema Integrado Jurisdiccional de Expedientes del Poder Judicial, que brinda información en tiempo real y digitalizado sobre el estado del expediente. Así pues, el sistema permite el seguimiento de los expedientes judiciales, permitiendo visualización de los registros de los actos procesales y escritos que, tanto el órgano jurisdiccional o los abogados litigantes, presenten en el expediente, posibilitando además la descarga de las resoluciones u oficios pertinentes, en congruencia con el principio de Publicidad de los procesos judiciales.

Bajo esa perspectiva, es que los clientes han mencionado que, la orientación que reciben del personal del estudio, para poder hacer seguimiento virtual de sus expedientes, es eficiente pues ya no depende en estricto del abogado que los patrocina, salvo que del contenido de lo visualizado requieran información adicional.

Ahora bien, sobre la dimensión de Procesos y medios para la toma de decisiones, podemos afirmar que en gran medida los clientes del estudio, están de acuerdo que se aplican efectivamente aspectos como el planteamiento oportuno de recursos y medios legales, la Información oportuna al cliente y sobre los mecanismos de información e investigación para el diseño de acciones y vías judiciales y extrajudiciales.

En efecto, como sostiene Campos (2016), “(...) las tecnologías de información en la toma de decisiones, (...) permite la integración de la información de las principales áreas operativas de la empresa y al contar con esta automatización se incrementa el nivel de confiabilidad de los datos al diseñar un plan de acción o estrategia.” (p. 12).

Este efecto se traduce de manera efectiva en la percepción de los clientes del estudio, pues en el planteamiento oportuno de recursos y medios legales se efectúan un conjunto de procedimientos en el manejo de los expedientes y la digitalización de la información con la finalidad de que sea comprensible y confiable para los clientes, lo que provoca además que la Información sea oportuna al cliente en su manejo y toma de conocimiento.

De otro lado, respecto del Incremento de la productividad en gran medida los clientes del referido estudio, están de acuerdo que se aplican efectivamente aspectos como demandas, recursos y escritos presentados al día, la absolución de consultas a clientes y finalmente un número importante de audiencias y/o diligencias llevadas a cabo con éxito al día. Esto se condice efectivamente con lo que señala López (2004), en cuyo estudio se resalta “(...) la relación positiva y significativa de la inversión en TIC y el uso de las mismas con respecto a las mejoras de la productividad.” (p. 94).

Respecto del objetivo específico 1, sobre la satisfacción de los clientes en la prestación de sus servicios del estudio, como otro de los aspectos analizados, de modo que, respecto de la dimensión de Calidad funcional del servicio, se tiene que en gran medida los clientes del referido estudio, están de acuerdo que se aplican efectivamente aspectos como la Solución satisfactoria de quejas y consultas, el conocimiento de los intereses y necesidades reales del cliente y la utilización de recursos y medios procesales con eficiencia. En efecto, la importancia de evaluar efectivamente la calidad funcional del servicio se traduce en su utilidad práctica para la empresa, pues, como también señala Mora (2011) “(...) la satisfacción

es una consecuencia del rendimiento de la calidad (del servicio), esto ha sido confirmado empíricamente, así, la calidad se enmarca dentro de una evaluación específica de creencias (y experiencias), mientras que la satisfacción lo hace como una evaluación general de dicho constructo.” (p. 150).

Aspecto que también se traduce de manera similar en la dimensión de Calidad técnica, con respecto al objetivo específico 2, en la cual los encuestados han podido afirmar que en gran medida se aplican efectivamente aspectos como la calidad efectiva de los servicios de atención, la Satisfacción del servicio respecto de otros estudios y la Efectividad del patrocinio o asesoría en el proceso.

Sobre el objetivo específico 3, que considera el Valor de servicio percibido, en gran medida los clientes de del referido estudio, están de acuerdo que se aplican efectivamente aspectos como la resolución efectiva de Problemas e inconvenientes con el servicio legal prestado y la Confianza en la estrategia legal planteada y Mecanismos eficientes para la ejecución de la sentencia o resolución del caso. En efecto, siendo como dicen (Herrero, et. al., 2005), (...) la calidad percibida se relaciona con el juicio global o actitud asociada con la superioridad o excelencia de una empresa y con la diferencia entre expectativas y percepciones.” (p. 31).

En ese sentido, con referencia al objetivo específico 4, los clientes del estudio tienen la percepción que, respecto de la calidad del servicio percibido en la prestación de los servicios jurídicos que el estudio presta, tienen eficientes mecanismos de resolución de problemas y eventualidades; así como mecanismos legales eficientes para la ejecución efectiva de las sentencias en los casos de éxitos logrados; lo que se traduce también de manera copulativa, en cifras positivas en la dimensión de Confianza en el servicio, ya que, gran medida los clientes del referido estudio, están de acuerdo que se aplican efectivamente

aspectos como la Recomendación del servicio legal, la Reserva y buen manejo de la información confiada y Fiabilidad y lealtad del personal, así como también en la Expectativa del servicio, como objetivo específico 5, pues los clientes están de acuerdo que se aplican efectivamente aspectos como la Claridad en la oferta del servicio, la Profesionalidad del personal y Honorarios acordes con la calidad del servicio.

Estos resultados obtenidos se contrastan con la investigación de Ramírez (2021), en cuya investigación se obtuvo que la implementación de herramientas de comunicación virtual, como es el caso de un asistente virtual, tiene efectos positivos en la atención a los clientes de la Empresa Romero Abogados, por cuanto los encuestados han señalado que la atención del estudio se ha dinamizado, así como la absolución de consultas rápidas y sobre el seguimiento de expedientes a cargo de la referida empresa jurídica. Mondragón y Santa Cruz (2018), en cuya investigación se encontró que existe relación altamente significativa entre el uso de los sistemas informáticos con la optimización de la calidad del servicio al público. Por tanto, los resultados del presente estudio ayudarán a mejorar la calidad del servicio en la atención a los clientes del estudio Jurídico y Contable Vásquez Malca en la Ciudad de Jaén y con ello le permitirá optimizar la calidad del servicio a los clientes o usuarios con un mejor servicio. Pérez (2019) en cuya investigación se encontró que los usuarios y los clientes de estudio jurídico al poder acceder a la información de los datos de sus expedientes desde cualquier lugar, así como la posibilidad de realizar consultas sobre sus casos sin la necesidad de acudir al estudio jurídico, incrementa los niveles de fidelidad y satisfacción de los mismos respecto del servicio brindado. Gervacio (2020), en cuya investigación se determinó que existe relación directa entre las TIC's y gestión judicial en la Unidad de Flagrancia Delictiva desde la perspectiva del personal jurisdiccional – Lima Sur, 2020 y se rechaza la hipótesis alterna. Concluyo que no existe relación directa entre Tics y

gestión Judicial en la Unidad de Flagrancia Delictiva desde la perspectiva del personal jurisdiccional - Lima Sur, 2020, ante ello se rechazó la hipótesis alterna y se admitió la hipótesis nula, porque el nivel de significancia es de $p=0.244 > 0.05$. Así mismo con Huarag (2022), con su artículo científico donde se concluye que, la pandemia de COVID-19 encontró un país con una deficiente penetración de Internet en los hogares, y un escaso uso de las TIC en hogares, empresas y Estado, especialmente si nos comparamos con otros países de la región. No obstante, el hecho de tener que enfrentar como sociedad los efectos de pandemia ha sido un enorme incentivo para implementar el uso intensivo de las TIC en nuestras actividades cotidianas.

Por otro lado, Orbe (2020), con su artículo científico donde tiene en consideración que, los avances tecnológicos vienen transformando toda nuestra realidad y tanto como el ejercicio profesional de la abogacía y su enseñanza no podía escapar a este nuevo escenario, pero sin dudas uno de las consecuencias más importantes en el ámbito jurídico de la pandemia declara a nivel mundial con motivo del Covid-19 fue la necesaria utilización de estas herramientas informáticas para superar el Aislamiento impuesto por cuestiones sanitarias. En la misma línea, Muñoz (2017), en cuya investigación se determinó que el uso de tecnologías de la información permitirá agilizar procesos, captar clientes, y adaptar el estudio jurídico a las exigencias tecnológicas actuales. Se tendrá una mayor cartera de clientes y un alto nivel de competitividad.

CONCLUSIONES

- 1) Se puede determinar que existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la satisfacción del cliente de un estudio jurídico del Distrito del Tambo en el año 2021, al hallarse suficiente evidencia estadística para señalar que, siendo que se cumple la condición de $0,000 < 0,050$ entonces se rechaza H_0 y se acepta H_a , aceptando la existencia de correlación perfecta entre variables, la misma que, según el coeficiente de correlación de Rho de Spearman(0.959), es significativa.
- 2) Se puede determinar que existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la calidad funcional del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021, al hallarse suficiente evidencia estadística para señalar que, siendo que se cumple la condición de $0,000 < 0,050$ entonces se rechaza H_0 y se acepta H_a , aceptando la existencia de correlación perfecta entre variables, la misma que, según el coeficiente de correlación de Spearman es significativa (0,817), por lo que podemos señalar que, en efecto existe una relación significativa
- 3) Se puede determinar que existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la calidad técnica del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021, al hallarse suficiente evidencia estadística para señalar que, siendo que se cumple la condición de $0,000 < 0,050$ entonces se rechaza H_0 y se acepta H_a , aceptando la existencia de correlación perfecta entre variables, la misma que, según el coeficiente correlación de Rho de Spearman (0,885) es significativa, por lo que podemos señalar que, en efecto existe una relación significativa.

- 4) Se puede determinar que existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y el valor del servicio percibido de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021, al hallarse suficiente evidencia estadística para señalar que, siendo que se cumple la condición de $0,000 < 0,050$ entonces se rechaza H_{o3} y se acepta H_{a3} , aceptando la existencia de correlación perfecta entre variables, la misma que, según el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es significativa (0,960), por lo que podemos señalar que, en efecto existe una relación significativa.
- 5) Se puede determinar que existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la confianza del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021, al hallarse suficiente evidencia estadística para señalar que, siendo que se cumple la condición de $0,000 < 0,050$ entonces se rechaza H_{o4} y se acepta H_{a4} , aceptando la existencia de correlación perfecta entre variables, la misma que, según el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es significativa (0,974), por lo que podemos señalar que, en efecto existe una relación significativa.
- 6) Se puede determinar que existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la expectativa del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021, al hallarse suficiente evidencia estadística para señalar que, siendo que se cumple la condición de $0,000 < 0,050$ entonces se rechaza H_{o5} y se acepta H_{a5} , aceptando la existencia de correlación perfecta entre variables, la misma que, según el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es significativa (0,863), por lo que podemos señalar que, en efecto existe una relación significativa.

RECOMENDACIONES

- 1) Se recomienda al Estudio Solórzano el empleo y actualización de mejores softwares y herramientas de TIC's empleadas con la finalidad de ampliar el margen de satisfacción de sus clientes, ya que se ha demostrado la existencia de correlación entre el uso de las TICS y la satisfacción del cliente en la prestación de sus servicios.
- 2) Se recomienda así mismo al Estudio Jurídico Solorzano, que se puedan emplear herramientas de comunicación vinculadas a TIC'S, como el uso de Chat Boots, con la finalidad de mejorar el tiempo de atención a los clientes cuando realizan consultas online tanto para los potenciales clientes, como para los actuales.
- 3) Se recomienda al Estudio Solorzano, la implementación de plataformas como Google Suite, que permite el manejo de tiempos en procesos, con la finalidad de que se pueda dinamizar el proceso de atención al cliente y el diseño de estrategias legales.
- 4) Se recomienda al Estudio Jurídico Solorzano, el empleo de herramientas de recolección y procesamiento de información legal, como es el caso de la Plataforma Thompson & Reuters y el sistema SPIJ del Ministerio de Justicia, con la finalidad de dinamizar la obtención de información jurisprudencial actual y organizada para la mejor atención técnica de los clientes.
- 5) Se recomienda al estudio Solorzano, la creación de un portal web con la finalidad de poder consignar información fiable sobre el estudio, misión, visión, servicios y expectativas de los clientes en el servicio, con la finalidad de poder ampliar la percepción y confianza de los futuros clientes.
- 6) Se recomienda al estudio Solorzano, la implementación de un buzón de sugerencias virtual con la finalidad de que los clientes puedan consignar las mejoras y expectativas

de mejoras en el servicio brindado, y poder obtener un feedback más completo en la prestación del servicio.

- 7) Se recomienda a la Universidad Peruana Los Andes, la publicación de los resultados de la presente investigación, con la finalidad de que los mismos estén al alcance de la comunidad académica y al público en general, cuya validez y utilidad pueda servir de aplicación práctica, de modo que los mismos deben ser contrastados con rigurosidad, con la finalidad de no obtener resultados adversos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aceves López, J. N., & Solórzano Barrera, G. (2013). IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LAS EMPRESAS. *Revista del departamento de contaduría y finanzas de la Instituto tecnologico de sonora*, 1-9.
- Alfonso, Y. (12 de Enero de 2018). *Calidad del servicio, elementos, dimensiones y modelos de evaluación*. Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/calidad-del-servicio-elementos-dimensiones-y-modelos-de-evaluacion/>
- Benfeld, J. S. (2020). Profesión legal y tecnologías de la información y las comunicaciones: Una discusión necesaria. *Revista chilena de derecho y tecnolia*, vol.9 Nro. 2 .
- Buenadía, P. (27 de Setiembre de 2022). *Mariano Werner: La pandemia aceleró una transformación digital muy grande en el mundo jurídico*. Diario Oficial el Peruano: <https://www.elperuano.pe/noticia/192629-mariano-werner-la-pandemia-acelero-una-transformacion-digital-muy-grande-en-el-mundo-juridico>
- Cabero, J. (2005). *Cibersociedad y juventud: la cara oculta (buena) de la Luna*. La Coruña: Netbjblo .
- Cáceres, R. (19 de Noviembre de 2019). *Pasos básicos para tomar decisiones estratégicas*. Blog de la Escuela de posgrado de la UTP: <https://www.postgradoutp.edu.pe/blog/a/pasos-basicos-para-tomar-decisiones-estrategicas/>
- Campos, S. (08 de Agosto de 2016). *Tecnologías de información en la toma de decisiones de las empresas*. Bits - Innovation : <https://www.bits.com.mx/tecnologias-de-informacion-en-la-toma-de-decisiones-en-las->

empresas/#:~:text=Las%20tecnolog%C3%ADas%20de%20informaci%C3%B3n%20en%20la%20toma%20de%20decisiones%2C%20en,plan%20de%20acci%C3%B3n%20o%20estrategia.

Centro de Estudios de Justicia de las Américas - CEJA . (22 de Enero de 2022). *Estudio de vela cuáles son los efectos de las TICs en la abogacía*. Soto Claudio : <https://idealex.press/estudio-de-vela-cuales-son-los-efectos-de-las-tics-en-la-abogacia/>

Cordovez, C. (2012). LA UTILIZACIÓN DE LAS TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y COMUNICACIONES (TIC) EN LA ENSEÑANZA DE LA OPTOMETRÍA. *Actualización en Docencia*, 1-10.

Da Silva, D. (26 de Mayo de 2021). *¿Qué es la atención virtual? El siguiente nivel del servicio al cliente*. Retrieved 12 de Marzo de 2022, from Blog de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/atencion-virtual-que-es/>

Daccach, J. C. (2000). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC)*. Gestipolis.com: <http://www.gestipolis.com/delta/term/TER434.html>son

Duque Oliva, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista de ciencias administrativas y sociales INNOVAR*, 64-80.

Duque, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar vol. 15, Nro. 25*, ISSN 0121-5051.

Escandon, J. (2020). *El (ABOGADO) ROBOT CONSULTOR EN DERECHO PRIVADO Análisis de las herramientas de inteligencia artificial en el marco de consultoría en el derecho privado*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana .

- Escolme. (2013). *Docuemtos de capacitación Técnica*. Capacitación Escolme:
http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/servicio_cliente/contenido_u1.pdf
- Fuentes, P. (05 de Marzo de 2018). *El impacto de las nuevas tecnologías en el sector legal*.
Expansión: Blog de Tecnología e información :
<https://www.expansion.com/juridico/opinion/2018/03/05/5a9d83c2ca4741d37a8b45a7.html>
- García, J. (2016). *Metodología de la investigación para administradores* . Bogotá:
Ediciones de la U.
- Gervacio, H. M. (2020). *TICs y gestión judicial en la unidad de flagrancia delictiva desde la perspectiva del personal jurisdiccional - Lima Sur, 2020*. Lima: Universidad Cesar Vallejo .
- Guarín, A. M. (2013). *Tecnologías de información y comunicación*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Guerra, L., & Guerra, Z. (2021). La abogacía digital. Retos de la abogacía cubana frente a la digitalización del Derecho. *Boletín ONBC. Revista Abogacía, Nro. 66*, 1-14.
- Gutiérrez, A. (2019). El uso de la videoconferencia en el proceso penal: utilidades, requisitos y limitaciones. *Revista de Educación en Ciencias Sociales Nro. 14* , 27-42.
- Herrero, A., García, M. d., & Rodriguez, I. (2005). Calidad y Valor del Servicio Percibido como condiciones de la satisfacción . *Revista de Economía y Empresa Nro. 54*, 30-52.
- Huarag, E. M. (2022). Efectos de la pandemia de covid-19 sobre la adopción de las tic en el Perú. *Revista Ius Inkarri, Num. 9*, 325-346.

- Janusz, M. (12 de Abril de 2020). *Recursos para empresas y herramientas para tiempos de pandemia*. Think with Google : <https://bit.ly/3UpW63e>
- Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia*. México: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Marketing*. Prentice Hall.
- Londoño, P. (12 de Junio de 2018). *Expectativas del cliente: 8 consejos clave para gestionarlas*. HubSpot: <https://blog.hubspot.es/service/gestionar-las-expectativas-del-cliente>
- Lopez, A. (03 de Mayo de 2021). *Toma de decisiones: lo importante del qué, del cuándo, del cómo y del por qué*. Edix: <https://www.edix.com/es/instituto/toma-de-decisiones/>
- López, J. I. (2004). ¿Pueden las tecnologías de la información mejorar la productividad? *Universia Business Review*, núm. 1, primer trimestre, 82-95.
- Martín, I. (13 de Mayo de 2021). *Herramientas clave para la transformación digital de la abogacía en 2021*. Lean Abogados: <https://bit.ly/3zJJP1r>
- Mejías, A. A., & Manrique, S. (2011). Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: una aproximación mediante el análisis de factores. *Ingeniería Industrial*, vol. XXXII, núm. 1, enero-abril, 43-47.
- Mondragón, J. R., & Santa Cruz, F. (2018). *Uso de los Sistemas Informáticos para optimizar la calidad del servicio a los clientes en el estudio jurídico y contable Vásquez Malca en la ciudad de Jaén 2016*. Jaén : Universidad Privada Telesup.
- Mora, C. E. (2011). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, vol. 10, núm. 2, 146-162.

- Moreno, Á. (15 de Abril de 2019). *Atención al cliente a través de medios tecnológicos*. IMF: Blog de Marketing : <https://blogs.imf-formacion.com/blog/marketing/atencion-al-cliente-medios-tecnologicos/>
- Muñoz, G. E. (2017). *Análisis de los procesos internos para mejorar el servicio al cliente de un Estudio Jurídico e implementación de una herramienta de tecnología de información y comunicaciones*. Guayaquil : Universidad Católica de Santiago de Guayaquil .
- Núñez, J. (2022). *Innovación digital en el Poder Judicial en el Perú: : aplicación de las nuevas tecnologías*. *Informática Y Derecho. Revista Iberoamericana De Derecho Informático (2da. época)*.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cualitativa, cuantitativa y redacción de la tesis, 5ta. Ed. .* Bogotá: Ediciones de la U.
- Orbe, A. F. (2020). *Las Tics, El Nuevo Ejercicio Profesional y El Acceso a La Justicia*. *Legem, Vol. 6 Núm. 2 .*
- Pérez, R. P. (2019). *Diseño e implementación de un sistema informático con tecnología web para la gestión de procesos legales en el estudio Jurídico Jiménez Troya S.R.L.* Tarapoto: Universidad César Vallejo .
- Ramírez, O., García, L. G., & Díaz, O. A. (2018). *El uso de las TIC en la Ciencia Jurídica: la era de la inclusión digital*. *Boleín Científico de Ciencias Económico-Administrativas, Vol. 7, Núm. 13 .*
- Ramirez, W. O. (2021). *Asistente virtual para apoyar la atención al cliente en consultas legales de ámbito laboral en la empresa abogados Romero*. Chiclayo : Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo .

- Ramos, D. (30 de Julio de 2020). *¿Cuál es el impacto del Covid en la abogacía internacional?* IDEALEX.press: <https://idealex.press/cual-es-el-impacto-del-covid-en-la-abogacia-internacional/>
- Rivas, G. (01 de Abril de 2020). *Proceso de servicio al cliente: ¿Qué es y por qué lo necesita tu empresa?* gb Advisors: <https://www.gb-advisors.com/es/proceso-de-servicio-al-cliente-que-es-y-por-que-lo-necesita-tu-empresa/>
- Robles, J. (24 de Julio de 2018). *Gestión de precios: ¿en qué consiste el método del valor percibido?* Conexión Esan: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/gestion-de-precios-en-que-consiste-el-metodo-del-valor-percibido#:~:text=El%20valor%20percibido%20consiste%20en,reales%20o%20estimados%20de%20producci%C3%B3n.>
- Ruiz, C. (09 de Enero de 2001). *Gestión de la calidad del servicio*. Control de Gestión : <http://ciberconta.unizar.es/leccion/calidadserv/100.htm#:~:text=Calidad%20funcional%3A%20es%20el%20juicio,s%C3%B3lo%20el%20qu%C3%A9%20se%20recibe.>
- Saavedra, F. M. (2022). *Paradigma de la justicia digital en los procesos inmediatos en la provincia de San Martín, 2020*. San Martín: Universidad César Vallejo.
- Sáez, F. (1983). Las tecnologías de la tercera revolución de la información. *Mundo electrónico*, N° 183, 133-141.
- Salazar, H. (21 de Setiembre de 2016). *Incremento de la productividad para la satisfacción del cliente*. Grupo PYA: <https://grupo-pya.com/incremento-de-la-productividad-para-la-satisfaccion-del-cliente/>

- Sánchez, E. (2008). LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) DESDE UNA PERSPECTIVA SOCIAL. *Revista Electrónica Educare*, vol. XII, 155-162.
- Sevilla, A. (23 de Junio de 2019). *Productividad*. Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/productividad.html>
- Susskind, R. (2011). *The End of Lawyers? Rethinking the Nature of Legal Services*. New York : Pearson .
- Tocto, A. C. (2020). *Uso de TICs y la gestión de la marca personal del abogado de Tacna en el tercer trimestre del año 2020*. Tacna : Universidad Privada de Tacna.
- Torres, E. (25 de Agosto de 2011). *Cómo gestionar de manera eficiente la calidad de un servicio*. Retrieved 16 de Marzo de 2022, from Conexión Esan:
<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/como-gestionar-de-manera-eficiente-la-calidad-de-un-servicio>
- Trillini, C. (12 de Setiembre de 2013). *Definición de Atención al cliente*. Economía:
 Gestiona a tu favor : <https://economia.org/atencion-al-cliente.php>
- Trommans, L. (2019). *Law firms innovation – from incubators to transformation*. Boston : Pearson .
- Valle, R., Ros, F., Barberá, J., & Gamella, M. (1986). *Tecnologías de la información: electrónica, informática y telecomunicaciones*. Mexico D.F.: Departamento de promoción tecnológica de FUNDESCO.
- Vera, N. (05 de Marzo de 2021). *Estudios en pandemia: las firmas legales apuestan por la innovación y se adaptan al cambio en la demanda*. América Economía:
<https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/estudios-en-pandemia-las-firmas-legales-apuestan-por-la-innovacion-y-se-adaptan>

Ygnacio, N. E. (2020). *Gestión de la comunicación digital en Enríquez Asociados*

Consultoría Legal para desarrollarse en el mercado de la ciudad de lima durante la pandemia COVID-19 . Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.

Zevallos, I. (2017). *Calidad en servicios*. Bogotá: Ad Hoc. .

ANEXOS

1-A.- Matriz de consistencia

TITULO: **TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN UN ESTUDIO JURÍDICO DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2021.**

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología
PG: ¿Qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la satisfacción del cliente en un estudio jurídico del Distrito del Tambo, 2021?	OG: Determinar qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la satisfacción del cliente de un estudio jurídico del Distrito del Tambo, 2021	HG: Existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la satisfacción del cliente de un estudio jurídico del Distrito del Tambo, 2021	Variable 1: TECNOLOGIAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	Herramientas virtuales de atención	1.1 Método de Investigación - General: Método científico - Específicos: * hipotético - deductivo 1.2 Tipo de Investigación Básica, pura o fundamental 1.3 Enfoque cuantitativo 1.4 Nivel de Investigación Correlacional 1.5 Diseño de la Investigación No experimental, transversal. 1.6 Población y muestra * Población: 258 clientes del estudio Solorzano Macetas del Distrito de El Tambo – Huancayo. * Muestra: Según muestreo probabilístico 155 personas. 1.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos. * Técnica de recolección de datos: - La encuesta * Instrumento de recolección de datos - El cuestionario 1.7 Técnicas e instrumentos de procesamiento y análisis de datos Como técnicas de procesamiento de datos se emplearán a la estadística descriptiva e inferencial. Como instrumentos para el procesamiento de la data estadística se empleará el software SPSS versión 25.
				Medios para el desempeño eficiente	
				Medios de acceso a información fiables	
				Procesos y medios para toma de decisiones	
				Productividad	
PE1: ¿Qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la calidad funcional del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo, 2021?	OE1: Determinar qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la calidad funcional del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021	HE1: Existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la calidad funcional del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021	Variable 2: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Percepción de la calidad funcional del servicio	
PE2: ¿Qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la calidad técnica del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo, 2021?	OE2: Determinar qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la calidad técnica del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.	HE2: Existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la calidad técnica del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.		Percepción de la calidad técnica	
PE3: ¿Qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y el valor del servicio percibido de un estudio jurídico del distrito del Tambo, 2021?	OE3: Determinar qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y el valor del servicio percibido de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021. OE3:	HE3: Existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y el valor del servicio percibido de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.		Valoración del servicio percibido	
PE4: ¿Qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la confianza del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo, 2021?	OE4: Determinar qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la confianza del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.	HE4: Existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la confianza del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.		Percepción de la confianza en el servicio	
PE5: ¿Qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la expectativa del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo, 2021?	OE5: Determinar qué relación existe entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la expectativa del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.	HE5: Existe una relación significativa entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la expectativa del servicio de un estudio jurídico del distrito del Tambo en el año 2021.		Expectativas del servicio	

1-B.- Matriz de operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica e Instrumento de recolección de datos	Escala
Variable 1: Tecnologías de la información	Herramientas virtuales de atención	- Realización de consultas online - Atención de consultas a clientes vía remota - Atención y acceso a diligencias y audiencias programadas	1,2,3	Técnica e instrumento Técnica de recolección de datos: El cuestionario	Escala de Likert Del 1 al 7, donde 1 representa total desacuerdo y 7, total acuerdo.
	Medios para el desempeño eficiente	- Manejo eficiente de agenda de audiencias - Diseño eficiente de la estrategia legal - Manejo automatizado para el diseño de demandas y legislación actualizada	4, 5,6		
	Medios de acceso a información fiables	- Acceso a información del expediente a disposición del cliente - Manejo eficiente del estado situacional del expediente - Información	7, 8, 9		
	Procesos y medios para toma de decisiones	- Planteamiento oportuno de recursos y medios legales - Ofrecimiento de información oportuna al cliente - Mecanismos de información e investigación para el diseño de acciones y vías judiciales y extrajudiciales	10, 11, 12		
	Productividad	- Elaboración y diseño oportuno de demandas, recursos y escritos - Absolución de consultas a clientes - Asistencia oportuna a audiencias y/o diligencias	13, 14, 15		
	Variable 2: Satisfacción del cliente	Percepción de la calidad funcional del servicio	- Solución satisfactoria de quejas y consultas - Conocimiento de los intereses y necesidades reales del cliente - Presentación optima de Recursos y medios procesales		
Percepción de la calidad técnica		- Percepción de la calidad de los servicios de atención - Satisfacción del servicio respecto de otros estudios - Efectividad del patrocinio o asesoría en el proceso.	5,6,7,8		
Valoración del servicio percibido		- Resolución de problemas con el servicio legal prestado - Confianza en la estrategia legal planteada - Observancia de mecanismos eficientes para la ejecución de la sentencia o resolución del caso	9, 10,11, 12		
Percepción de la confianza en el servicio		- Recomendación del servicio legal - Reserva y buen manejo de la información confiada - Fiabilidad y lealtad del personal	13,14,15,16		
Expectativas del servicio		- Claridad en la oferta del servicio - Percepción de profesionalidad del personal - Percepción de honorarios acordes con la calidad del servicio.	17,18,19,20		

1-D.- El instrumento de investigación

CUESTIONARIO DE APLICACIÓN SOBRE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACION
TEMA: TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y SATISFACCIÓN DEL CLEINTE EN EL
ESTUDIO JURIDICO SOLORZANO MACETAS.

Instrucciones: El modelo de encuesta usado en esta investigación, presenta ítems en la escala graduada de Likert, permitiendo al encuestado posicionarse en opciones que van desde el 1 al 5, donde 1 representa total desacuerdo y 5, total acuerdo.

Fecha: ___/___/2021

	Escala	1=Total desacuerdo 5= Total acuerdo				
		1	2	3	4	5
		1) La atención que se le brinda para la absolución de consultas online resulta ser idóneo				
2) La atención de consultas por su expediente o caso por vía remota resultado satisfactorio						
3) La atención y acceso a diligencias y audiencias programadas en su proceso o procedimiento, se ha llevado a cabo oportuna e idóneamente						
4) Se le comunicó oportunamente y de manera idónea la preparación de su audiencia en su caso concreto por medio de comunicación remota						
5) Se diseñó de forma eficiente de la estrategia legal para el desarrollo de su caso en concreto mediante medios de comunicación remota						
6) El manejo de medios para el diseño de la demanda planteada y la búsqueda de legislación actualizada para su caso es eficiente						
7) Tuvo acceso efectivo y guiado a la información del expediente de su caso por medio de mecanismos virtuales						
8) Supo manejar de manera eficiente la información del estado situacional del expediente de su contrato						
9) El estudio ha tenido información oportuna y precisa del órgano jurisdiccional o entidad administrativa en su caso						
10) Se presentó de manera oportuna e idónea su demanda o recurso apelación mediante mesa de partes virtuales						
11) Se le informó de manera oportuna sobre la presentación de escritos en su caso en concreto mediante medios digitales como WhatsApp.						
12) Se han manejado y provisto los mecanismos de información e investigación suficientes para el diseño de acciones y vías judiciales y extrajudiciales						
13) Se han presentado los escritos programados en la fecha prevista						
14) Se ha absuelto su consulta en el día por medios digitales						
15) Su audiencia o diligencia se ha llevado a cabo en la fecha programada a través de medios digitales						

CUESTIONARIO DE APLICACION SOBRE SATISFACCIÓN AL CLIENTE
TEMA: TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y SATISFACCIÓN DEL CLEINTE EN EL ESTUDIO
JURIDICO SOLORZANO MACETAS.

Instrucciones: El modelo de encuesta usado en esta investigación, presenta ítems en la escala graduada de Likert, permitiendo al encuestado posicionarse en opciones que van desde el 1 al 5, donde 1 representa total desacuerdo y 5, total acuerdo.

Fecha: ___/___/2021

	Escala				
	1=Total desacuerdo				
	5= Total acuerdo				
	1	2	3	4	5
1) La atención que se le brinda para la absolución de consultas online resulta ser idóneo					
2) La atención de consultas por su expediente o caso por vía remota resultado satisfactorio					
3) Se le comunicó oportunamente y de manera idónea la preparación de su audiencia en su caso concreto					
4) Se diseñó de forma eficiente de la estrategia legal para el desarrollo de su caso en concreto					
5) Tuvo acceso efectivo y guiado a la información del expediente de su caso					
6) Supo manejar de manera eficiente la información del estado situacional del expediente de su contrato					
7) Se presentó de manera oportuna e idónea su demanda o recurso apelación					
8) Se le informó de manera oportuna sobre la presentación de escritos en su caso en concreto.					
9) Se han presentado los escritos programados en la fecha prevista					
10) Se ha absuelto su consulta en el día					
11) Se ha prestado una solución satisfactoria de quejas y consultas por parte del personal					
12) Considera que se tiene conocimiento de los intereses y necesidades reales sobre su caso en concreto					
13) Considera que existe calidad de los servicios en la atención de su caso en concreto					
14) Considera que se ha satisfecho su necesidad de servicio respecto de otros estudios					
15) Se ha resuelto de manera oportuna e idónea los problemas con el servicio legal prestado					
16) Considera que ha habido confianza en la estrategia legal planteada					
17) Podría recomendar el servicio legal					
18) Considera que ha existido una reserva y buen manejo de la información confiada					
19) Considera que ha existido claridad en la oferta del servicio					
20) Cree usted que hay profesionalidad del personal jurídico en la prestación del servicio.					

1-E.- Validación de Juicio de expertos del Instrumento

JUICIO DE EXPERTO SOBRE VALIDEZ DE INSTRUMENTO SOBRE TIC's

Nro.	Ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1.	La atención que se le brinda para la absolución de consultas online resulta ser idóneo	X		X		X		Ninguno
2.	La atención de consultas por su expediente o caso por vía remota resulta satisfactorio	X		X		X		Ninguno
3.	La atención y acceso a diligencias y audiencias programadas en su proceso o procedimiento, se ha llevado a cabo oportuna e idóneamente	X		X		X		Ninguno
4.	Se le comunicó oportunamente y de manera idónea la preparación de su audiencia en su caso concreto por medio de comunicación remota	X		X		X		Ninguno
5.	Se diseñó de forma eficiente de la estrategia legal para el desarrollo de su caso en concreto mediante medios de comunicación remota	X		X		X		Ninguno
6.	El manejo de medios para el diseño de la demanda planteada y la búsqueda de legislación actualizada para su caso es eficiente	X		X		X		Ninguno
7.	Tuvo acceso efectivo y guiado a la información del expediente de su caso por medio de mecanismos virtuales	X		X		X		Ninguno
8.	Supo manejar de manera eficiente la información del estado situacional del expediente de su contrato	X		X		X		Ninguno
9.	El estudio ha tenido información oportuna y precisa del órgano jurisdiccional o entidad administrativa en su caso	X		X		X		Ninguno
10.	Se presentó de manera oportuna e idónea su demanda o recurso apelación mediante mesa de partes virtuales	X		X		X		Ninguno
11.	Se le informó de manera oportuna sobre la presentación de escritos en su caso en concreto mediante medios digitales como WhatsApp.	X		X		X		Ninguno
12.	Se han manejado y provisto los mecanismos de información e investigación suficientes para el diseño de acciones y vías judiciales y extrajudiciales	X		X		X		Ninguno
13.	Se han presentado los escritos programados en la fecha prevista	X		X		X		Ninguno
14.	Se ha absuelto su consulta en el día por medios digitales	X		X		X		Ninguno
15.	Su audiencia o diligencia se ha llevado a cabo en la fecha programada a través de medios digitales	X		X		X		Ninguno

Observaciones (Precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opción de aplicabilidad: (X) Aplicable () No aplicable

Nombres y Apellidos del Juez Validador: Romeld Chávez Estrada

DNI Nro.: 22511050

Pertinencia: Los ítems corresponden al concepto teórico

Relevancia: Los ítems son apropiados para la representación del componente o dimensiones del cuestionario

Claridad: Se entiende sin dificultad el enunciado, conciso, exacto y directo.

Huancayo, 01 de octubre de 2022.

Mg. Chávez Estrada, Romeld
DNI 22511050

**JUICIO DE EXPERTO SOBRE VALIDEZ DE INSTRUMENTO SOBRE
SATISFACCION AL CLIENTE**

Nro.	Ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1.	La atención que se le brinda para la absolución de consultas online resulta ser idóneo	X		X		X		Ninguno
2.	La atención de consultas por su expediente o caso por vía remota resulta satisfactorio	X		X		X		Ninguno
3.	Se le comunicó oportunamente y de manera idónea la preparación de su audiencia en su caso concreto	X		X		X		Ninguno
4.	Se diseñó de forma eficiente de la estrategia legal para el desarrollo de su caso en concreto	X		X		X		Ninguno
5.	Tuvo acceso efectivo y guiado a la información del expediente de su caso	X		X		X		Ninguno
6.	Supo manejar de manera eficiente la información del estado situacional del expediente de su contrato	X		X		X		Ninguno
7.	Se presentó de manera oportuna e idónea su demanda o recurso apelación	X		X		X		Ninguno
8.	Se le informó de manera oportuna sobre la presentación de escritos en su caso en concreto.	X		X		X		Ninguno
9.	Se han presentado los escritos programados en la fecha prevista	X		X		X		Ninguno
10.	Se ha absuelto su consulta en el día	X		X		X		Ninguno
11.	Se ha prestado una solución satisfactoria de quejas y consultas por parte del personal	X		X		X		Ninguno
12.	Considera que se tiene conocimiento de los intereses y necesidades reales sobre su caso en concreto	X		X		X		Ninguno
13.	Considera que existe calidad de los servicios en la atención de su caso en concreto	X		X		X		Ninguno
14.	Considera que se ha satisfecho su necesidad de servicio respecto de otros estudios	X		X		X		Ninguno
15.	Se ha resuelto de manera oportuna e idónea los problemas con el servicio legal prestado	X		X		X		Ninguno
16.	Considera que ha habido confianza en la estrategia legal planteada	X		X		X		Ninguno
17.	Podría recomendar el servicio legal	X		X		X		Ninguno
18.	Considera que ha existido una reserva y buen manejo de la información confiada	X		X		X		Ninguno
19.	Considera que ha existido claridad en la oferta del servicio	X		X		X		Ninguno
20.	Cree usted que hay profesionalidad del personal jurídico en la prestación del servicio.	X		X		X		Ninguno

Observaciones (Precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opción de aplicabilidad: (X) Aplicable () No aplicable

Nombres y Apellidos del Juez Validador: Romeld Chávez Estrada

DNI Nro.: 22511050

Pertinencia: Los ítems corresponden al concepto teórico

Relevancia: Los ítems son apropiados para la representación del componente o dimensiones del cuestionario

Claridad: Se entiende sin dificultad el enunciado, conciso, exacto y directo.

Huancayo, 01 de octubre de 2022.

Mg. Chávez Estrada, Romeld
DNI 22511050

JUICIO DE EXPERTO SOBRE VALIDEZ DE INSTRUMENTO SOBRE TIC's

Nro.	Ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
16.	La atención que se le brinda para la absolución de consultas online resulta ser idóneo	X		X		X		Ninguno
17.	La atención de consultas por su expediente o caso por vía remota resulto satisfactorio	X		X		X		Ninguno
18.	La atención y acceso a diligencias y audiencias programadas en su proceso o procedimiento, se ha llevado a cabo oportuna e idóneamente	X		X		X		Ninguno
19.	Se le comunicó oportunamente y de manera idónea la preparación de su audiencia en su caso concreto por medio de comunicación remota	X		X		X		Ninguno
20.	Se diseñó de forma eficiente de la estrategia legal para el desarrollo de su caso en concreto mediante medios de comunicación remota	X		X		X		Ninguno
21.	El manejo de medios para el diseño de la demanda planteada y la búsqueda de legislación actualizada para su caso es eficiente	X		X		X		Ninguno
22.	Tuvo acceso efectivo y guiado a la información del expediente de su caso por medio de mecanismos virtuales	X		X		X		Ninguno
23.	Supo manejar de manera eficiente la información del estado situacional del expediente de su contrato	X		X		X		Ninguno
24.	El estudio ha tenido información oportuna y precisa del órgano jurisdiccional o entidad administrativa en su caso	X		X		X		Ninguno
25.	Se presentó de manera oportuna e idónea su demanda o recurso apelación mediante mesa de partes virtuales	X		X		X		Ninguno
26.	Se le informó de manera oportuna sobre la presentación de escritos en su caso en concreto mediante medios digitales como WhatsApp.	X		X		X		Ninguno
27.	Se han manejado y provisto los mecanismos de información e investigación suficientes para el diseño de acciones y vías judiciales y extrajudiciales	X		X		X		Ninguno
28.	Se han presentado los escritos programados en la fecha prevista	X		X		X		Ninguno
29.	Se ha absuelto su consulta en el día por medios digitales	X		X		X		Ninguno
30.	Su audiencia o diligencia se ha llevado a cabo en la fecha programada a través de medios digitales	X		X		X		Ninguno

Observaciones (Precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opción de aplicabilidad: (X) Aplicable () No aplicable

Nombres y Apellidos del Juez Validador: Alcira Noelia Ortiz Elías

DNI Nro.:46871871

Pertinencia: Los ítems corresponden al concepto teórico

Relevancia: Los ítems son apropiados para la representación del componente o dimensiones del cuestionario

Claridad: Se entiende sin dificultad el enunciado, conciso, exacto y directo.

Huancayo, 01 de octubre de 2022.



Mg. Alcira Noelia Ortiz Elías
REGUC : 20594
Evaluador

**JUICIO DE EXPERTO SOBRE VALIDEZ DE INSTRUMENTO SOBRE
SATISFACCION AL CLIENTE**

Nro.	Ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
21.	La atención que se le brinda para la absolución de consultas online resulta ser idóneo	X		X		X		Ninguno
22.	La atención de consultas por su expediente o caso por vía remota resultado satisfactorio	X		X		X		Ninguno
23.	Se le comunicó oportunamente y de manera idónea la preparación de su audiencia en su caso concreto	X		X		X		Ninguno
24.	Se diseñó de forma eficiente de la estrategia legal para el desarrollo de su caso en concreto	X		X		X		Ninguno
25.	Tuvo acceso efectivo y guiado a la información del expediente de su caso	X		X		X		Ninguno
26.	Supo manejar de manera eficiente la información del estado situacional del expediente de su contrato	X		X		X		Ninguno
27.	Se presentó de manera oportuna e idónea su demanda o recurso apelación	X		X		X		Ninguno
28.	Se le informó de manera oportuna sobre la presentación de escritos en su caso en concreto.	X		X		X		Ninguno
29.	Se han presentado los escritos programados en la fecha prevista	X		X		X		Ninguno
30.	Se ha absuelto su consulta en el día	X		X		X		Ninguno
31.	Se ha prestado una solución satisfactoria de quejas y consultas por parte del personal	X		X		X		Ninguno
32.	Considera que se tiene conocimiento de los intereses y necesidades reales sobre su caso en concreto	X		X		X		Ninguno
33.	Considera que existe calidad de los servicios en la atención de su caso en concreto	X		X		X		Ninguno
34.	Considera que se ha satisfecho su necesidad de servicio respecto de otros estudios	X		X		X		Ninguno
35.	Se ha resuelto de manera oportuna e idónea los problemas con el servicio legal prestado	X		X		X		Ninguno
36.	Considera que ha habido confianza en la estrategia legal planteada	X		X		X		Ninguno
37.	Podría recomendar el servicio legal	X		X		X		Ninguno
38.	Considera que ha existido una reserva y buen manejo de la información confiada	X		X		X		Ninguno
39.	Considera que ha existido claridad en la oferta del servicio	X		X		X		Ninguno
40.	Cree usted que hay profesionalidad del personal jurídico en la prestación del servicio.	X		X		X		Ninguno

Observaciones (Precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opción de aplicabilidad: (X) Aplicable () No aplicable

Nombres y Apellidos del Juez Validador: Alcira Noelia Ortiz Elías

DNI Nro.: 46871871

Pertinencia: Los ítems corresponden al concepto teórico

Relevancia: Los ítems son apropiados para la representación del componente o dimensiones del cuestionario

Claridad: Se entiende sin dificultad el enunciado, conciso, exacto y directo.

Huancayo, 01 de octubre de 2022.



Mg. Alcira Noelia Ortiz Elías
REGUC : 20594
Evaluador

JUICIO DE EXPERTO SOBRE VALIDEZ DE INSTRUMENTO SOBRE TIC's

Nro.	Ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
31.	La atención que se le brinda para la absolución de consultas online resulta ser idóneo	X		X		X		Ninguno
32.	La atención de consultas por su expediente o caso por vía remota resulto satisfactorio	X		X		X		Ninguno
33.	La atención y acceso a diligencias y audiencias programadas en su proceso o procedimiento, se ha llevado a cabo oportuna e idóneamente	X		X		X		Ninguno
34.	Se le comunicó oportunamente y de manera idónea la preparación de su audiencia en su caso concreto por medio de comunicación remota	X		X		X		Ninguno
35.	Se diseñó de forma eficiente de la estrategia legal para el desarrollo de su caso en concreto mediante medios de comunicación remota	X		X		X		Ninguno
36.	El manejo de medios para el diseño de la demanda planteada y la búsqueda de legislación actualizada para su caso es eficiente	X		X		X		Ninguno
37.	Tuvo acceso efectivo y guiado a la información del expediente de su caso por medio de mecanismos virtuales	X		X		X		Ninguno
38.	Supo manejar de manera eficiente la información del estado situacional del expediente de su contrato	X		X		X		Ninguno
39.	El estudio ha tenido información oportuna y precisa del órgano jurisdiccional o entidad administrativa en su caso	X		X		X		Ninguno
40.	Se presentó de manera oportuna e idónea su demanda o recurso apelación mediante mesa de partes virtuales	X		X		X		Ninguno
41.	Se le informó de manera oportuna sobre la presentación de escritos en su caso en concreto mediante medios digitales como WhatsApp.	X		X		X		Ninguno
42.	Se han manejado y provisto los mecanismos de información e investigación suficientes para el diseño de acciones y vías judiciales y extrajudiciales	X		X		X		Ninguno
43.	Se han presentado los escritos programados en la fecha prevista	X		X		X		Ninguno
44.	Se ha absuelto su consulta en el día por medios digitales	X		X		X		Ninguno
45.	Su audiencia o diligencia se ha llevado a cabo en la fecha programada a través de medios digitales	X		X		X		Ninguno

Observaciones (Precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opción de aplicabilidad: (X) Aplicable () No aplicable

Nombres y Apellidos del Juez Validador: César Christian Ríos Ochoa

DNI Nro.: 44839148

Pertinencia: Los ítems corresponden al concepto teórico

Relevancia: Los ítems son apropiados para la representación del componente o dimensiones del cuestionario

Claridad: Se entiende sin dificultad el enunciado, conciso, exacto y directo.

Huancayo, 01 de octubre de 2022.



César Christian Ríos Ochoa
Evaluador

**JUICIO DE EXPERTO SOBRE VALIDEZ DE INSTRUMENTO SOBRE
SATISFACCION AL CLIENTE**

Nro.	Ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
41.	La atención que se le brinda para la absolución de consultas online resulta ser idóneo	X		X		X		Ninguno
42.	La atención de consultas por su expediente o caso por vía remota resultado satisfactorio	X		X		X		Ninguno
43.	Se le comunicó oportunamente y de manera idónea la preparación de su audiencia en su caso concreto	X		X		X		Ninguno
44.	Se diseñó de forma eficiente de la estrategia legal para el desarrollo de su caso en concreto	X		X		X		Ninguno
45.	Tuvo acceso efectivo y guiado a la información del expediente de su caso	X		X		X		Ninguno
46.	Supo manejar de manera eficiente la información del estado situacional del expediente de su contrato	X		X		X		Ninguno
47.	Se presentó de manera oportuna e idónea su demanda o recurso apelación	X		X		X		Ninguno
48.	Se le informó de manera oportuna sobre la presentación de escritos en su caso en concreto.	X		X		X		Ninguno
49.	Se han presentado los escritos programados en la fecha prevista	X		X		X		Ninguno
50.	Se ha absuelto su consulta en el día	X		X		X		Ninguno
51.	Se ha prestado una solución satisfactoria de quejas y consultas por parte del personal	X		X		X		Ninguno
52.	Considera que se tiene conocimiento de los intereses y necesidades reales sobre su caso en concreto	X		X		X		Ninguno
53.	Considera que existe calidad de los servicios en la atención de su caso en concreto	X		X		X		Ninguno
54.	Considera que se ha satisfecho su necesidad de servicio respecto de otros estudios	X		X		X		Ninguno
55.	Se ha resuelto de manera oportuna e idónea los problemas con el servicio legal prestado	X		X		X		Ninguno
56.	Considera que ha habido confianza en la estrategia legal planteada	X		X		X		Ninguno
57.	Podría recomendar el servicio legal	X		X		X		Ninguno
58.	Considera que ha existido una reserva y buen manejo de la información confiada	X		X		X		Ninguno
59.	Considera que ha existido claridad en la oferta del servicio	X		X		X		Ninguno
60.	Cree usted que hay profesionalidad del personal jurídico en la prestación del servicio.	X		X		X		Ninguno

Observaciones (Precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opción de aplicabilidad: (X) Aplicable () No aplicable

Nombres y Apellidos del Juez Validador: Cesar Christian Ríos Ochoa

DNI Nro.: 44839148

Pertinencia: Los ítems corresponden al concepto teórico

Relevancia: Los ítems son apropiados para la representación del componente o dimensiones del cuestionario

Claridad: Se entiende sin dificultad el enunciado, conciso, exacto y directo.

Huancayo, 01 de octubre de 2022.


 Cesar Christian Ríos Ochoa
 (Evaluador)

1-F.- Constancia de aplicación del instrumento









**ESTUDIO
SOLORZANO
MACETAS
ABOGADOS ASOCIADOS**

**RUBEN VALLEJO CHUCRIN
ABOGADO**
TELF. 52787726

**ESTUDIO JURIDICO
SABINA A. NUÑO TINOCO
ABOGADO**
Cel. 964255218

**Fredy J. Allada Medina
ABOGADO**
Cel. 897 138 831
OFICINA 227 - 286 - 7150

**ESTUDIO JURIDICO
RUBEN E. ALZAMORA HERRERA
ABOGADO**

**Hernesto Gómez Acuña
ABOGADO**
CEL. 964802202
OFICINA 408

**PROF. GEMEL ALVARO RAMIRO JIMENEZ
ABOGADO**

**ABG. ROSA E. SOLARZANO HERRERA
ABOGADO**

**ABG. POLA J. PALACIOS PEREZ
ABOGADO**

**ABG. RICARDO J. LÓPEZ GÓMEZ
ABOGADO**

67004781

02/07/2022 11:15



1-G.- Consentimiento informado

La presente investigación es conducida por las Bach. Mayta Martínez Cynthia Julia y Bach. Soriano Lozano Karen Jhoany, de la Universidad Peruana Los Andes de la Facultad de Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Escuela de Administración y sistemas. El propósito del estudio es recoger información acerca del tema: **TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN UN ESTUDIO JURÍDICO DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2021.**


Para responder las preguntas en el "cuestionario" (instrumento de investigación) tomará aproximadamente 30 minutos de tiempo, existiendo para ello una escala de respuestas.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta. investigación.

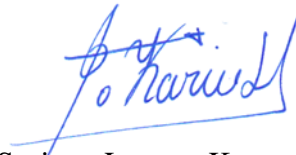
Las respuestas del "cuestionario" serán codificadas y tabuladas, para dar fe que lo extraído a través ella, de lo que se comprobará la certeza de la información recogida y cualquier interesado pueda observar y contrastar su veracidad.

Finalmente, reconozco que la información que yo provea en el trabajo de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento.

Huancayo, 30 de octubre de 2022.



Bach. Mayta Martínez Cynthia Julia
DNI Nro. 42370209

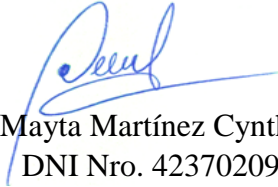


Bach. Soriano Lozano Karen Jhoany
DNI Nro. 46348851

1-H.- Declaración de autoría

Yo. MAYTA MARTÍNEZ CYNTHIA JULIA. identificada con DNI N° 42370209, domiciliada en Pje. San José N°125 - Huancayo, bachiller de la Facultad de Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana Los Andes, DECLARO BAJO JURAMENTO ser el autor del presente trabajo: por tanto. asumo las consecuencias administrativas y/o penales que hubiera lugar si en la elaboración de mi investigación titulada: " TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN UN ESTUDIO JURÍDICO DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2021", haya incurrido en plagio o consignados datos falsos.

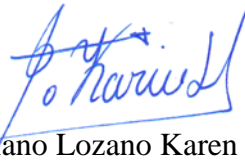
Huancayo, 30 de octubre de 2022



Bach. Mayta Martínez Cynthia Julia
DNI Nro. 42370209

Yo. SORIANO LOZANO KAREN JHOANY. identificada con DNI N°43348851, domiciliada en Jr. Don Bosco N°398 - Huancayo bachiller de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana Los Andes, DECLARO BAJO JURAMENTO ser el autor del presente trabajo: por tanto. asumo las consecuencias administrativas y/o penales que hubiera lugar si en la elaboración de mi investigación titulada: " TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN UN ESTUDIO JURÍDICO DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2021", haya incurrido en plagio o consignados datos falsos.

Huancayo, 30 de octubre de 2022



Bach. Soriano Lozano Karen Jhoany
DNI Nro. 46348851

1-I.- Autorización para la realización de la investigación



CONTACT: SMABOGADOS@GMAIL.COM
JIRÓN CHICLAYO 343, OF. 208
EL TAMBO, HUANCAYO

Huancayo, 10 de marzo de 2022

Srtas.

Karen Soriano Lozano

Cynthia Mayta Martinez

Huancayo.

Cuidad. -

Por medio de la presente expresarle mis saludos cordiales del Estudio Solorzano Macetas Asociados y vista su solicitud de fecha 05 de marzo de 2022, para el desarrollo de su investigación intitulada **"Tecnologías de la información y comunicación y satisfacción del cliente en un estudio jurídico del Distrito de El Tambo, 2021"** en nuestra institución, y previa coordinación con la dirección, les comunicamos nuestra aceptación para llevar a cabo el recojo de información necesario para el desarrollo de la tesis antes mencionada, pudiendo emplear nuestras instalaciones siempre y cuando no se interfiera con el desarrollo de las actividades de nuestras oficinas, empleados y personal de apoyo.

Seguros de que la información recabada se manejará con la responsabilidad y fines pertinentes, les expresamos una vez más muestras de nuestra deferencia personal.

Atentamente,



PAUL J. PALACIOS PÉREZ
ABOGADO
RUC CAJ 15180