



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Cultura organizacional en calidad de servicio en la empresa  
Communication Assistance E.I.R.L., San Juan de Lurigancho,  
2023

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciada en Administración**

**AUTORA:**

Collao Palacios, Jazmín Rosmery ([orcid.org/0009-0008-3138-4779](https://orcid.org/0009-0008-3138-4779))

**ASESOR:**

Dr. Dávila Arenaza, Víctor Demetrio ([orcid.org/0000-0002-8917-1919](https://orcid.org/0000-0002-8917-1919))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**LIMA – PERÚ**

**2023**

## **Dedicatoria**

A Dios, a mis padres y toda mi familia, por guiarme para salir adelante; y haber depositado su confianza en mí, y a mi hijo por todas las risas, que gracias a él tuve mayor fortaleza para seguir adelante.

## **Agradecimiento**

A Dios, por darme salud, por estar conmigo todos los días de mi vida y a pesar de los obstáculos no me abandona; a mi Asesor Víctor Dávila por sus enseñanzas y guiarme en todo el proceso; a mi familia por el apoyo brindado.

**Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, VICTOR DEMETRIO DAVILA ARENAZA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Cultura organizacional en calidad de servicio en la empresa Communication Assistance E.I.R.L., San Juan de Lurigancho, 2023", cuyo autor es COLLAO PALACIOS JAZMIN ROSMERY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 22.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 28 de Junio del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
VICTOR DEMETRIO DAVILA ARENAZA DNI: 08467692 ORCID: 0000-0002-8917-1919	Firmado electrónicamente por: VDAVILAA el 30-06- 2023 18:55:59

Código documento Trilce: TRI - 0556767

**Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, COLLAO PALACIOS JAZMIN ROSMERY estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Cultura organizacional en calidad de servicio en la empresa Communication Assistance E.I.R.L., San Juan de Lurigancho, 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
COLLAO PALACIOS JAZMIN ROSMERY DNI: 72182355 ORCID: 0009-0008-3138-4779	Firmado electrónicamente por: JCOLLAOP el 28-06- 2023 22:06:05

Código documento Trilce: INV - 1430406

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Declaratoria de Autenticidad del Asesor.....	iv
Declaratoria de Originalidad de la Autora.....	v
Índice de contenidos.....	vi
Índice de tablas.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
<b>I. INTRODUCCIÓN:</b> .....	10
<b>II. MARCO TEÓRICO</b> .....	12
<b>III. METODOLOGÍA</b> .....	18
<b>3.1. Tipo y diseño de investigación</b> .....	18
<b>3.2. Variables y operacionalización</b> .....	18
<b>3.3. Población</b> .....	21
<b>3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b> .....	21
<b>3.5. Procedimientos</b> .....	21
<b>3.6. Método de análisis de datos</b> .....	21
<b>3.7. Aspectos éticos</b> .....	22
<b>IV. RESULTADOS</b> .....	23
<b>V. DISCUSIÓN</b> .....	29
<b>VI. CONCLUSIONES</b> .....	33
<b>VII. RECOMENDACIONES</b> .....	34
REFERENCIAS.....	35
ANEXOS.....	38

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> <i>Tabla de frecuencia agrupada de la variable independiente cultura organizacional</i> .....	23
<b>Tabla 2.</b> <i>Tabla de frecuencia agrupada de la variable dependiente calidad del servicio</i> .....	23
<b>Tabla 3.</b> <i>Prueba de hipótesis general</i> .....	24
<b>Tabla 4.</b> <i>Prueba de Hipótesis Específica 1</i> .....	25
<b>Tabla 5.</b> <i>Prueba de Hipótesis Específica 2</i> .....	26
<b>Tabla 6.</b> <i>Prueba de Hipótesis Específica 3</i> .....	27

## RESUMEN

La tesis tuvo como objetivo determinar la influencia de la cultura organizacional en calidad de servicio; la estrategia metodológica que se ha utilizado ha sido: tipo aplicada, enfoque cuantitativo, nivel explicativo – causal, diseño no experimental de corte transeccional y método hipotético deductivo; la población total estuvo constituida por 50 trabajadores. La obtención de datos se realizó mediante la técnica encuesta y como instrumento se utilizó un cuestionario de tipo Likert debidamente validado y con una confiabilidad calificada como excelente; los resultados descriptivos e inferenciales fueron procesados mediante el programa SPSS; los mismos que nos permiten concluir que existe influencia significativa de la variable cultura organizacional en calidad de servicio.

**Palabras clave:** cultura, organizacional, calidad, servicio.



## **ABSTRACT**

The objective of the thesis was to determine the influence of organizational culture on service quality; The methodological strategy that has been used has been: applied type, quantitative approach, explanatory - causal level, non-experimental design of transectional cut and hypothetical deductive method; the total population consisted of 50 workers. Data collection was carried out using the survey technique and a duly validated Likert-type questionnaire was used as an instrument, with reliability rated as excellent; the descriptive and inferential results were processed using the SPSS program; the same ones that allow us to conclude that there is a significant influence of the organizational culture variable on service quality.

**Keywords:** culture, organizational, quality, service.

## **I. INTRODUCCIÓN:**

La cultura organizacional ha sido fundamental para orientar la productividad dentro de una empresa, ya que esta se basa en las creencias y hábitos así como los valores, expectativas, normas y tradiciones compartidas por los miembros de la organización, las cuales han evolucionado con el tiempo, los mismos que trascienden en la satisfacción del consumidor final mediante acciones de atención de calidad por parte de los trabajadores y que este sea como se les prometió para cubrir su necesidad y superar sus expectativas, solo así será beneficioso y rentable.

A nivel internacional la cultura organizacional y calidad de servicio según Barcillo et al. (2018) menciona que la cultura organizacional se caracteriza por tener una actitud abierta a cambiar totalmente la manera de pensar, modificando la misión y visión de las organizaciones y desarrollando acciones creativas y originales permanentemente. Impactando en la efectividad de la organización y calidad de servicio a los clientes. Lo manifestado por el autor ha sido puesto en práctica en todas las organizaciones transnacionales, los mismos que han permitido ser exitosas.

En el Perú las empresas y organizaciones en gran parte desarrollan sus actividades sin tomar en cuenta la cultura organizacional ni ofrecen servicios de calidad a los clientes por lo que no crecen, al contrario fracasan. En el contexto de la investigación la empresa Communication Assistance, se evidenció los problemas siguientes: 1. Deficiencia de seguridad reflejada en la falta de credibilidad y honestidad del colaborador. 2. Deficiencia de empatía entre el personal, 3. Confiabilidad deficiente del personal frente a su jefe.

Problema general: ¿Cuál es la influencia de la cultura organizacional en calidad de servicio en la empresa Communication Assistance EIRL San Juan de Lurigancho 2023? Específicos: 1. ¿Cuál es la influencia de cultura organizacional en seguridad en la empresa Communication Assistance EIRL San Juan de Lurigancho 2023?, 2. ¿Cuál es la influencia de cultura organizacional en empatía en la empresa Communication Assistance EIRL San Juan de Lurigancho 2023?, 3. ¿Cuál es la influencia de cultura organizacional en confiabilidad en la empresa Communication Assistance EIRL San Juan de Lurigancho 2023?

Desde el enfoque teórico, se justifica porque se ha conocido al detalle las variables estudiadas y su respectiva causa y efecto. Metodológicamente se ha creado un instrumento para recolectar datos y los mismos que podrán servir para futuras investigaciones.

El Objetivo General: Determinar la influencia de la cultura organizacional en calidad de servicio en la empresa Communication Assistance EIRL San Juan de Lurigancho 2023. Específicos: 1. Determinar la influencia de cultura organizacional en seguridad en la empresa Communication Assistance EIRL San Juan de Lurigancho 2023, 2. Determinar la influencia de cultura organizacional en empatía en la empresa Communication Assistance EIRL San Juan de Lurigancho 2023, 3. Determinar la influencia de cultura organizacional en confiabilidad en la empresa Communication Assistance EIRL San Juan de Lurigancho 2023.

La hipótesis general y específicos son: Existe influencia significativa de la cultura organizacional en calidad de servicio en la empresa Communication Assistance EIRL San Juan de Lurigancho 2023. Específicos: 1. Existe influencia significativa de cultura organizacional en seguridad en la empresa Communication Assistance EIRL San Juan de Lurigancho 2023, 2. Existe influencia significativa de cultura organizacional en empatía en la empresa Communication Assistance EIRL San Juan de Lurigancho 2023, 3. Existe influencia significativa de cultura organizacional en confiabilidad en la empresa Communication Assistance EIRL San Juan de Lurigancho 2023.

## II. MARCO TEÓRICO

Respecto a la variable cultura organizacional, los antecedentes fueron los siguientes: Según Omar & Urteaga (2010) en su artículo científico, la cultura organizacional es el esquema que determina el modo correcto de entender la relación a ciertas dificultades. El estudio tuvo como propósito revelar el posible vínculo entre los valores y las características de las prácticas de cultura organizacional. Teniendo como resultado que las practicas se relacionan en término medio con los valores de las organizaciones.

Siqueiros & Vera (2022) consideraron que cultura organizacional es primordial para el rendimiento de la empresa. Esta investigación tuvo como finalidad el estudio teórico y las variables de cultura empresarial. El resultado obtenido fue la correlación de cultura organizacional primordialmente con la variable desempeño y actividad creadora.

Belalcázar (2012), la cultura organizacional, se caracterizó por la proyección de la nueva manera de pensar de la empresa y el desarrollo de nuevas actividades. Tiene como objetivo el estudio de los escenarios construido socialmente que fortalece el inicio de esta cultura. Se concluye que gran parte de los escritores afirman que los valores, normas, son parte importante de la identidad de la organización.

Marcillo & Barcia (2018), Su investigación se centró en el cliente. Concluyendo que la cultura de la empresa busca satisfacción de sus consumidores, por tener canales de comunicación, directivos capaces y excelente ambiente laboral.

Ferrando (2015), mencionó que la cultura organizacional guía y evalúa las actitudes de los directivos, sirviendo de marco de referencia a los colaboradores y dictando las condiciones de cómo conducirse en ésta. Basado en un análisis de la efectividad de la cultura organizacional, se plantea algunas mejoras. Se demuestra que la cultura organizacional es eficaz, lo que beneficia al aspecto social y económico.

Montoya et al. (2021), para cultura organizacional, el líder es fundamental en la empresa, por lo que opta por un estilo de liderazgo democrático. Se concluyó en que el liderazgo es parte fundamental de la estrategia y la cultura, lo que permite que los colaboradores sean más asertivos, empáticos y estratégicos.

Yopan (2020), se justificó el estudio de cultura empresarial en instituciones sociales con ayuda de enfoques conceptuales, obteniendo como respuesta que se caracteriza por ser descriptivo e instrumental.

Salcedo (2022) planteó que cultura organizacional está formada por actitudes que tienen los colaboradores de la organización, apoyadas por sus experiencias y como se vinculan con el liderazgo gerencial. Se concluye en que la cultura política influye en el liderazgo de gerencia, el cual determina la estabilidad y adaptabilidad.

Saiz y Jácome (2022), la cultura organizacional se proyectó de manera sistemática cada uno de sus procesos, los cuales permitieron mejorar cada ítem evaluado de manera minuciosa. El estudio tuvo como propósito determinar qué elementos tienen mayor importancia en la cultura organizacional y como estas favorecen al desarrollo económico y social. Obteniendo como resultado que la cultura organizacional permite cumplir con los estándares de calidad.

Carro et al. (2017), la cultura organizacional marca la diferencia en la institución, generando un sentido de identidad y orientado a que se cumplan los fines de la organización, esto facilita la adaptación, el aprendizaje y mantiene sólido el ambiente interno. El propósito fue comprobar la afinidad de cultura y sustentabilidad empresarial. Como resultado encontramos que influye en las dimensiones, siendo necesario definir estrategias para que desarrolle sustentabilidad en las empresas.

Tuesta et al. (2023), como propósito se estableció la existencia de cultura empresarial en la atención al cliente de la universidad. La investigación en el contexto universitario dio como resultado que efectivamente existe influencia positiva.

Guerrero & Silva (2017), concluyen en que la cultura genera compromiso con los valores corporativos, lo cual haría que los empleados laboren por algo en lo que creen.

Concerniente al antecedente de calidad de servicio: Tuesta et al. (2023) En su artículo científico, determino en qué medida calidad es influida por la cultura. Se concluyó en que existe una influencia positiva ( $p$ -valor  $< 0,05$ ;  $r=0,93$ ) entre ambas variables.

Hernandez et al. (2009), la investigación se basa en la capacidad de satisfacer al cliente bajo sus requerimientos, exigencias y perspectivas. Se concluye que en la tienda de Zulía el servicio de calidad, referente a su atención al consumidor es de regular a mala.

Galbán et al. (2013), calidad de servicio fue el beneficio en cada uno de sus ámbitos (social, cultural, económico y tecnológico) que experimenta el hombre, lo cual condiciona sus necesidades como consumidor. Este artículo examina a las Telecom, como elemento competitivo en las empresas. Con este estudio se concluyó en que las necesidades del cliente fueron satisfechas. La mayoría de los factores están presentes excepto accesibilidad.

Según Berdugo et al. (2016), para las instituciones es un conflicto medir la calidad del servicio brindada a sus compradores, ya que es dificultoso juzgar algo que no se puede tocar. Este estudio explica los modelos propuesto para explicar la calidad de los servicios bancarios. Se concluye que después de un análisis exhaustivo y una minuciosa clasificación de variables, destacan las variables tangibles.

Henao (2020), Esta investigación tuvo como finalidad plantear un modelo conceptual que revele los antecedentes de la satisfacción por parte del cliente según el modelo SERVQUAL. En síntesis, no se guarda relación entre las expectativas y la variable satisfacción.

Según Oruna et al. (2023), el objeto de este artículo fue comprobar la semejanza entre servicio de calidad y lealtad del consumidor. En resumen, existe afinidad preferencial de las variables investigadas, en función de la confiabilidad

y seguridad relativas del usuario, usando diversos mecanismos de comunicación.

Mosqueira (2020), La calidad es una herramienta que requiere una cultura empresarial a fin, así como responsabilidad por parte de todo el personal, para obtener la fidelización del cliente y diferenciarse de los competidores. En resumen, existe incidencia media entre cultura empresarial en calidad.

Rojas et al. (2020), las organizaciones tienen como finalidad posicionarse en el mercado, ser una empresa líder y reconocida, pero, sobre todo buscan satisfacer a su consumidor final. La finalidad de su artículo fue analizar los servicios de calidad como factor esencial de la RSE en las Pymes. Se llegó a la conclusión que responsabilidad social tiene un grado bajo de dependencia con respecto al servicio de calidad.

Hernandez et al. (2008) estudia la incidencia de cultura organizacional en calidad del servicio de un hospital. Se obtuvo como conclusión que la calidad es buena, pero a pesar de ello se presencia deficiencia en cuanto a prestación del servicio.

Larico (2022) en su artículo, define a la calidad del servicio en los restaurantes de Cañete como un instrumento que reconoce apropiadamente el aumento de la competencia. Como conclusión se obtuvo que dichas empresas presentan debilidad en cuanto a la satisfacción de sus clientes, la cual debe ser asumida por los propietarios y ser subsanada.

Según Molina et al. (2022), la calidad de servicio lo definen diferentes autores, y mencionan que constantemente tienen relación calidad de servicio con satisfacción. Se investiga respecto a la lealtad por parte del público que utilizan aplicativos de delivery, así como que factores son más relevantes. Se concluye que las variables garantía, personalización, relación con la marca y trazabilidad tienen un resultado significativo respecto a la lealtad de los usuarios de apps de delivery.

Neyra et al. (2021), la calidad de los servicios consiste en que cada empresa debe mantener la innovación orientado al cliente, esto impacta en su

rentabilidad. Este estudio, tuvo como propósito establecer categorías de evaluación de calidad en la universidad nacional. En conclusión, se realizó las modificaciones necesarias para mantener un adecuado ambiente de la comunidad educativa.

Las tesis a nivel Internacional son: Redondo (2004), la investigación señalo la sociedad de cultura empresarial y servicio de calidad. Dio como resultado que entre ambas variables existe un vínculo.

Ramirez (2012), el propósito fue, el nexo entre cultura organizativa y calidad de excelencia en los CETPROS. Se concluyó que existe relación entre los conceptos, es decir, calidad y satisfacción.

Las tesis a nivel Nacional son: Turpo & Jaimes (2017), se concluye que la evaluación de esta institución se vio perjudicado por las variables cultura gerencial y calidad de servicio del centro educativo.

Cabello (2019), su propósito fue examinar la impresión de cultura y servicios de calidad en el consejo municipal de Cajay. Se finaliza que la cultura de la organización vulnera la calidad del trabajo en los municipios.

La teoría científica que se tuvo en cuenta ha sido la de Schein en la cual detalló que existe tres categorías de cultura, que no son fijos ni autónomos, pero se relacionan entre ellas y se reserva el nivel más profundo de sospechas básicas; primero, observar el espacio social y físico; segundo, valores que reflejan relaciones con los individuos; tercero, presunciones subyacentes básicas (solución de problemas). Pedraza et al. (2015)

Las definiciones conceptuales de la variable cultura organizacional poseen limitaciones metodológicas, debido a que no existen formas de conocer sus dimensiones culturales más relevantes, sin antes conocer sus niveles profundos. Schein (1988), afirma que los supuestos básicos comenzaron como valores y el enfoque para la cultura organizacional determina los valores, creencias, actitudes y conductas, que todos están compartiendo o casi todos los miembros de una empresa. Belalcázar (2012)



Nosnik (2015), conjunto de valores, principios, creencias, hábitos compartidos por los que integran la asociación, para alcanzar, las metas procedentes de la misión que tiene la empresa.

Las definiciones conceptuales de la variable dependiente calidad de servicio son: Vargas (2011), calidad y servicio son dimensiones que siempre están relacionadas en beneficio y para satisfacer las necesidades del cliente. Larrea (1991), la apreciación de un cliente por un producto o servicio y si este cumple sus expectativas. Salvador (2008), es el resultado de comparar expectativas y sentimientos del cliente, es decir, va con una idea de cómo será el servicio.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

Investigación aplicada, el enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y corte transeccional, de nivel explicativo-causal y de metodología hipotético deductivo. Sustentadas por Hernández et al. (2016).

#### 3.2. Variables y operacionalización

##### 3.2.1. Variable1: Cultura organizacional

Guerrero & Silva (2017), asegura que “la cultura generara compromiso con los valores corporativos, lo cual haría que los empleados trabajen por algo en lo que creen”.

##### **Definición operacional:**

Es la forma como se han medido las variables.

##### **Dimensión 1:** Comunicación

Es una actividad muy importante en donde los individuos entran en contacto con las demás personas, en donde se tiene conocimiento del mundo y toma decisiones importantes.

##### **Indicadores:**

Gestión administrativa, coordinación y predisposición:

##### **Dimensión 2:** Liderazgo

Capacidad de liderar, logrando que sus colaboradores o grupo de trabajo tengan un mismo fin.

##### **Indicadores:**

Funciones delegadas, trabajo en equipo.

Empatía: se ofrece atención de manera personal para cada uno de clientes.

##### **Dimensión 3:** Motivación

Es el motivo que determina a la persona para lograr su meta y objetivo de acuerdo a su necesidad propia.

**Indicadores:**

Compromiso, solución de conflictos, metas.

**3.2.2. Variable 2: Calidad de servicio**

Según Peña & Suárez (2019), es una costumbre que tienen y deben desarrollar las empresas para suplir las carencias y expectativas del consumidor, para que tengan un servicio bueno.

**Definición operacional:**

Es la forma como se han medido las variables.

**Dimensión 1: Seguridad**

Duque (2005), define como el sentimiento por parte del cliente cuando confía a una empresa la solución de sus dificultades y cree que lo hará de la mejor manera posible.

**Indicadores:****Credibilidad:**

Se refiere a la capacidad de aceptar como verdad ciertas afirmaciones, está vinculado con lo que otras personas piensan sobre el tema. La persona o información debe inspirar a otros a creerle.

**Integridad**

Se identifico con la capacidad de estar en el momento presente, de lo que se está haciendo y como lo que se hace, impacta en los demás.

**Honestidad**

Es una cualidad de hablar con la verdad, ser consecuente con lo que se dice y se hace.

**Dimensión 2: Empatía**

Alves (2000), mejor conocida como la atención individual y cuidadosa que la organización tiene con sus consumidores. Morocho & Burgos (2018), se debe brindar un servicio individualizado al gusto del cliente.

**Indicadores:****Atención:**

Según Batlle (2018), es la conducta de una persona que presta atención a los mensajes que el entorno comunica, se interesa por lo que se escucha, esto es para entender lo que significa.

**Conocimiento de las necesidades del cliente:**

Según Lane y Kotler (2006) la organización debe conocer cuáles son las necesidades del consumidor al momento de ofrecer el producto y/o servicio, para generar la confianza de lo que van a adquirir lo que nos permitirá aumentar las ventas y beneficios al negocio.

**Apoyo al resolver las dudas:**

La decisión que tomamos debe de resolver los problemas que enfrentamos, para poder solucionar una incógnita.

**Dimensión 3: Confiabilidad**

Según Morocho & Burgos (2018), ha sido la destreza para realizar el servicio de modo minucioso y fiable, tratando que sea de forma segura, haciendo las cosas bien desde el comienzo.

**Indicadores:****Cumplimiento de compromisos:**

Según Lehman (2019) obligación del cumplimiento de una promesa ya pactada, que dio su palabra y tendría que cumplirlo.

**Solución de problemas:**

Según Jiménez (2013) es cuando se busca una salida ante una dificultad que se presenta ya sea grande o pequeño para obtener cambios efectivos y/o una mejor respuesta.

**Atención Oportuna:**

Es la capacidad de brindar soporte antes y después del servicio prestado, ante las necesidades que probablemente pueda tener el cliente.

**3.2.3. Escala de medición:**

Se utilizó la escala ordinal.

#### **3.2.4. Matriz de operacionalización de variables:**

Ver primer anexo.

### **3.3. Población**

Compuesta por 50 empleados de la organización Communication Assistance E.I.R.L.

- **Criterio de inclusión:** Trabajadores de la empresa Communication Assistance E.I.R.L en el año 2023.
- **Criterios de exclusión:** Trabajadores de la empresa Communication Assistance E.I.R.L en el año 2023.

#### **Unidad de análisis:**

Conformado por empleados de la organización Communication Assistance.

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

Encuesta, instrumento cuestionario. La validación se hizo según juicio de 3 expertos. Asimismo, se obtuvo la confiabilidad del instrumento derivado por un estudio piloto de población reducida, el mismo que se procesó en el programa estadístico SPSS a través del Alpha de Cronbach arrojando como resultado 0.919, sustentado en el anexo 6.

### **3.5. Procedimientos**

Se brindó una carta de presentación al Gerente General de la empresa Communication Assistance para que autorice el proceso de la investigación.

Los informes serán compilados previa autorización del responsable de la empresa en forma directa a cada trabajador.

### **3.6. Método de análisis de datos**

#### **Descriptivo**

Consistió en obtener tablas de frecuencia debidamente interpretada por cada variable.

### **Inferencial**

Se comprobaron las hipótesis planteadas por medio de estadísticos respectivos.

#### **3.7. Aspectos éticos**

Se han utilizado criterios de principios de ética tales como el respeto, honestidad y responsabilidad.

## IV. RESULTADOS

### 4.1 Descriptivos

**Tabla 1.** Tabla de frecuencia agrupada de la variable independiente cultura organizacional

		CULTURA ORGANIZACIONAL			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	3	6,0	6,0	6,0
	Algunas veces	10	20,0	20,0	26,0
	Casi siempre	30	60,0	60,0	86,0
	Siempre	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**Interpretación:** Conforme a los resultados obtenidos referente a la variable independiente cultura organizacional y las dimensiones: comunicación, liderazgo y motivación; se obtuvo que el 60% respondió casi siempre, el 20% algunas veces, el 14% siempre y el 6% muy pocas veces.

**Tabla 2.** Tabla de frecuencia agrupada de la variable dependiente calidad del servicio

		CALIDAD DE SERVICIO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	2	4,0	4,0	4,0
	Algunas veces	21	42,0	42,0	46,0
	Casi siempre	21	42,0	42,0	88,0
	Siempre	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**Explicación:** De los resultados adquiridos por las encuestas a los empleados referente a la variable calidad y las dimensiones: seguridad, empatía y confiabilidad; se deduce que el 42% respondió casi siempre, el 42% algunas veces, el 12% siempre y el 4% muy pocas veces.

#### 4.2. Inferencial:

**Coeficiente de correlación, condiciones y reglas de decisión (Ver Anexo N° 7)**

**Prueba de hipótesis general:** Existe influencia significativa de la cultura organizacional en calidad de servicio en la empresa Communication Assistance EIRL, San Juan de Lurigancho, 2023.

Ho: No existe influencia significativa de la cultura organizacional en calidad de servicio en la empresa Communication Assistance EIRL, San Juan de Lurigancho, 2023.

Ha: Existe influencia significativa de la cultura organizacional en calidad de servicio en la empresa Communication Assistance EIRL, San Juan de Lurigancho, 2023.

**Tabla 3. Prueba de hipótesis general**

		Correlaciones	
		CULTURA ORGANIZACIONAL	CALIDAD DE SERVICIO
Rho de Spearman	CULTURA ORGANIZACIONAL	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,665**
		N	50
	CALIDAD DE SERVICIO	Coeficiente de correlación	,665**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	50

**Explicación:** Como se observa en la tabla 3 el coeficiente es 0.665, con una correlación positiva media; la sig. bilateral es ,000 y de decisión  $p < 0.05$  de modo que, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. Por lo cual, existe influencia significativa de la variable independiente cultura organizacional en la variable dependiente calidad de servicio.

**Cálculo de coeficiente de determinación:**

$$C=R^2$$

$$\text{Significancia} = 0,665$$

$$R^2=0,665*0,665=0.4422$$



$R^2=44\%$

Explicación: de acuerdo al  $R^2$  la variable independiente cultura organizacional influye en la variable calidad de servicio en 44%.

**Prueba de hipótesis específica 1:** Existe influencia significativa de cultura organizacional en seguridad en la empresa Communication Assistance EIRL San Juan de Lurigancho 2023.

Ho: No existe influencia significativa de la cultura organizacional en seguridad en la empresa Communication Assistance EIRL, San Juan de Lurigancho, 2023.

Ha: Existe influencia significativa de la cultura organizacional en seguridad en la empresa Communication Assistance EIRL, San Juan de Lurigancho, 2023.

**Tabla 4.** Prueba de Hipótesis Específica 1

		Correlaciones		
			CULTURA ORGANIZACIONAL	SEGURIDAD
Rho de Spearman	CULTURA ORGANIZACIONAL	Coefficiente de correlación	1,000	,627**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	SEGURIDAD	Coefficiente de correlación	,627**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

**Interpretación:** En el cuadro 4 se corrobora que el coeficiente de correlación es 0,627, con una correlación positiva media; la sig. bilateral es ,000 y de decisión  $p<0.05$  por ello, rechazamos la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por lo cual, existe influencia significativa de la variable independiente cultura organizacional en la dimensión seguridad.

**Cálculo de coeficiente de determinación:**

$C=R^2$

Significancia = 0,627

$R^2=0,627*0,627=0.393$

$R^2=39\%$

Explicación: de acuerdo al R<sup>2</sup> la variable independiente cultura organizacional influye en seguridad en 39%.

**Prueba de hipótesis específica 2:** Existe influencia significativa de cultura organizacional en empatía en la empresa Communication Assistance EIRL San Juan de Lurigancho 2023.

Ho: No existe influencia significativa de la cultura organizacional en empatía en la empresa Communication Assistance EIRL, San Juan de Lurigancho, 2023.

Ha: Existe influencia significativa de la cultura organizacional en empatía en la empresa Communication Assistance EIRL, San Juan de Lurigancho, 2023.

**Tabla 5. Prueba de Hipótesis Específica 2**

			Correlaciones	
			CULTURA ORGANIZACIONAL	EMPATÍA
Rho de Spearman	CULTURA ORGANIZACIONAL	Coeficiente de correlación	1,000	,532**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	EMPATÍA	Coeficiente de correlación	,532**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

**Explicación:** Se visualiza en el cuadro 5 que el coeficiente de correlación es 0.532, es considera como correlación positiva media; la sig. bilateral es ,000 y de decisión  $p < 0.05$  de manera que, rechazamos la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por lo cual, existe influencia significativa de la variable cultura organizacional en la dimensión empatía.

**Cálculo de coeficiente de determinación:**

$$C = R^2$$

$$\text{Significancia} = 0,532$$

$$R^2 = 0,532 * 0,532 = 0.283$$

$R^2=28\%$

Interpretación: De acuerdo con el  $R^2$  la variable independiente cultura organizacional influye en empatía en 28%.

**Prueba de hipótesis específica 3:** Existe influencia significativa de cultura organizacional en confiabilidad en la empresa Communication Assistance EIRL San Juan de Lurigancho 2023.

Ho: No existe influencia significativa de la cultura organizacional en confiabilidad en la empresa Communication Assistance EIRL, San Juan de Lurigancho, 2023.

Ha: Existe influencia significativa de la cultura organizacional en confiabilidad en la empresa Communication Assistance EIRL, San Juan de Lurigancho, 2023.

**Tabla 6. Prueba de Hipótesis Específica 3**

			Correlaciones	
			CULTURA ORGANIZACIONAL	CONFIABILIDAD
Rho de Spearman	CULTURA ORGANIZACIONAL	Coeficiente de correlación	1,000	,520**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	CONFIABILIDAD	Coeficiente de correlación	,520**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

**Explicación:** Observando el cuadro 6 el coeficiente de correlación es 0,520, es considera como correlación positiva media; con una sig. bilateral de ,000 y de decisión es  $p<0.05$ , rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna. Por ende, existe influencia significativa de la variable cultura organizacional en la dimensión confiabilidad.

**Cálculo de coeficiente de determinación:**

$$C=R^2$$

Significancia = 0,520

$R^2=0,520*0,520=0.270$

$R^2=27\%$

Interpretación: conforme con el  $R^2$  la variable independiente cultura organizacional influye en confiabilidad en 27%.

## V. DISCUSIÓN

5.1. El presente estudio determino como objetivo general la influencia de cultura organizacional en calidad de servicio en la empresa Communication Assistance EIRL, San Juan de Lurigancho, 2023; según los hallazgos encontrados en los resultados descriptivos-inferenciales, se determinó que la cultura organizacional impacta significativamente en la calidad del servicio.

Siendo este resultado coincidente a los artículos científicos siguientes: Tuesta et al. (2023), concluye que la investigación en el contexto universitario dio como resultado que efectivamente existe influencia positiva, Carro et al. (2017), reflejo que, la cultura organizacional influye en las dimensiones sociales, siendo necesario definir estrategias para que la sustentabilidad sean importantes desarrollar en las empresas. Montoya et al. (2021), concluyó en que el liderazgo es parte fundamental de la estrategia y la cultura, lo que permite que los colaboradores sean más asertivos, empáticos y estratégicos.

Son similares las tesis de: Redondo (2003), quien concluyó que existe un nexo entre cultura y calidad de servicio, Cabello (2019) quien infiere que la cultura de la organización vulnera la calidad del trabajo en los municipios.

Asimismo, las conclusiones del estudio están comprendidas en la teoría científica de Schein (1988), consiste en que la cultura cuenta con tres fases fluctuantes e independientes, pero se relacionan entre ellas; primero, observar el espacio físico y social; segundo, valores que reflejan la manera en que los individuos se relacionan; tercero, presunciones subyacentes básicas (solución de problemas).

Los resultados también están comprendidos en los enfoques conceptuales: Nosnik (2005), conjunto de valores, principios, creencias, hábitos compartidos por los miembros de una institución, con el propósito de respetar las metas y objetivos procedentes de la misión que tiene la empresa, Vargas (2011), servicio y calidad

son dimensiones que siempre están relacionadas en beneficio y para satisfacer las necesidades del cliente.

5.2. Referente al Específico 1, Se determinó la influencia de cultura organizacional en seguridad en la empresa Communication Assistance EIRL, San Juan de Lurigancho, 2023; en base a los hallazgos encontrados se determinó que existe significancia positiva de cultura en calidad.

Los resultados guardan congruencia con las conclusiones de los siguientes artículos científicos: Belalcázar (2012), se concluye que gran parte de los escritores afirman que los valores, identidad de la organización, normas, son una parte importante del estudio de la cultura organizacional, Berdugo et al. (2016), Se concluye que después de un análisis exhaustivo y una minuciosa clasificación de variables, destacan las variables tangibles, garantía, seguridad y capacidad de respuesta, Oruna et al. (2023), obtuvo como conclusión, la existencia de afinidad preferencial de las variables estudiadas, en función de la confiabilidad y seguridad del usuario, usando diversos mecanismos de comunicación.

Los resultados también están comprendidos en los enfoques conceptuales: Schein (1990) afirma que los supuestos básicos comenzaron como valores y el enfoque para la cultura organizacional determina los valores, creencias, actitudes y conductas, que todos están compartiendo de una empresa. Granell (1997).

5.3. Referente al Específico 2, Se determinó la influencia de cultura organizacional en empatía en la empresa Communication Assistance EIRL, San Juan de Lurigancho, 2023; según los resultados descriptivos - inferenciales y los hallazgos, se determinó la significancia de cultura organizacional en calidad de servicio.

Guardan coherencia los artículos científicos siguientes: Omar & Urteaga (2010), teniendo como resultado que las practicas se relacionan en término medio con los valores de las organizaciones, Montoya et al. (2021), concluyó en que el

liderazgo es parte fundamental de la estrategia y la cultura, lo que permite que los colaboradores sean más asertivos, empáticos y estratégicos.

Los resultados también están comprendidos en los enfoques conceptuales: Salvador (2008), es el resultado de comparar expectativas y sentimientos del cliente, es decir, va con una idea de cómo será el servicio.

5.4. Referente al Específico 3, Se determinó la influencia de cultura organizacional en confiabilidad en la empresa Communication Assistance EIRL, San Juan de Lurigancho, 2023; según los resultados descriptivos - inferenciales y los hallazgos encontrados se ha determinado que existe significancia de cultura organizacional en calidad de servicio.

Guardan congruencia con las conclusiones de: Marcillo y Barcia (2018), concluyeron que la cultura de la empresa busca la satisfacción de sus consumidores, por tener canales de comunicación, directivos capaces y excelente ambiente laboral, Saiz & Jácome (2022), obtuvieron que la cultura organizacional permite cumplir con los estándares de calidad.

Las conclusiones están comprendidas por la teoría de Schein (1988) en la cual detalló que existe tres niveles de cultura, primero, observar el espacio físico y social; segundo, valores que reflejan relaciones con los individuos; tercero, presunciones subyacentes básicas (solución de problemas).

Los resultados también están comprendidos en los enfoques conceptuales: Larrea (1991), es la apreciación de un cliente por un producto o servicio y si este cumple sus expectativas.

5.5. La hipótesis general ha sido, existe influencia significativa de cultura organizacional en calidad de servicio de la empresa Communication Assistance EIRL, San Juan de Lurigancho, 2023; de acuerdo con los resultados de las pruebas de hipótesis, con un coeficiente de correlación es 0,665 y la significación es 0,000;

según el coeficiente de determinación, la influencia de las variables de cultura organizacional en la calidad del servicio es del 44%.

5.6. Hipótesis específica 1, existe influencia significativa de cultura organizacional en seguridad de la empresa Communication Assistance EIRL, San Juan de Lurigancho, 2023; respecto a los resultados de las pruebas de hipótesis, el coeficiente de correlación es 0.627 y significación de ,000; según al coeficiente de determinación, la variable cultura organizacional influye en seguridad en 39%.

5.7. Hipótesis específica 2, existe influencia significativa de cultura organizacional en empatía de la empresa Communication Assistance EIRL, San Juan de Lurigancho, 2023; respecto a los resultados de las pruebas de hipótesis, el coeficiente de correlación es 0.532 y significancia ,000; según al coeficiente de determinación, la variable cultura organizacional influye en empatía en 28%.

5.8. Hipótesis específica 3, existe influencia significativa de cultura organizacional en confiabilidad de la empresa Communication Assistance EIRL, San Juan de Lurigancho, 2023; respecto a los resultados de las pruebas de hipótesis, el coeficiente de correlación es 0.520 y significancia ,000; de acuerdo al coeficiente de determinación la variable cultura organizacional influye en confiabilidad en 27%.



## **VI. CONCLUSIONES:**

6.1. Respecto al objetivo general se evidenció que la variable independiente cultura organizacional influye en la variable dependiente calidad de servicio en la empresa Communication Assistance.

6.2. Respecto al objetivo específico 1, se determinó que existe influencia de cultura organizacional en seguridad en la empresa Communication Assistance.

6.3. Respecto al objetivo específico 2, se determinó que existe influencia de cultura organizacional en empatía en la empresa Communication Assistance.

6.4. Respecto al objetivo específico 3, se determinó que existe influencia de cultura organizacional en confiabilidad en la empresa Communication Assistance.

## **VII. RECOMENDACIONES**

7.1. En base a la primera conclusión, sobre el objetivo general, existe influencia de cultura organizacional en calidad de servicio, se recomienda a la gerencia, desarrollar retroalimentación constante, escuchando sus opiniones, sugerencias y resaltar sus logros, esto motivara para que sus colaboradores, brinden un servicio de calidad.

7.2. Teniendo en cuenta la segunda conclusión relacionada con el objetivo específico 1, sobre la influencia de la cultura organizacional en la seguridad, se recomienda a la gerencia, desarrollar servicios de calidad con garantía, utilizando las herramientas necesarias y seguridad total, los mismos que reflejaren una adecuada imagen, honestidad, confianza e integridad.

7.3. En base a la tercera conclusión relacionada con el objetivo específico 2, sobre la influencia de la cultura organizacional en empatía, se recomienda, optimizar los tiempos de atención y entrega del servicio prestado al cliente, resolver sus dudas efectivamente, también se debe motivar al trabajador a mantener una actitud empática con el consumidor, lo que es parte de la cultura de la organización.

7.4. Teniendo en cuenta la cuarta conclusión, respecto al objetivo específico 3, que ha sido, existe influencia de la cultura organizacional en confiabilidad, se recomienda al gerente, generar la unión y cooperación de los colaboradores frente a los problemas y dar una oportuna solución, así mismo se debe ofrecer un buen servicio desde el primer momento y hasta después del trabajo realizado, estableciendo una excelente experiencia y fidelizando al usuario, esto se encuentra dentro de los alcances de cultura organizacional.

## REFERENCIAS

- Alves, J. (2000). Liderazgo y Clima organizacional. *Revista de Psicología del deporte*, 9(1-2), 123-133.
- Bayón Pérez, J. (2019). *Cultura empresarial*. España, España: Editorial Elearning S.L.
- Belalcázar, S. d. (Enero-Junio de 2012). Cultura organizacional. *Informes Psicológicos*, 12(1), 11.
- Berdugo, C., Barbosa, R., & Prada, L. (2016). Variables relevantes para la medición de la calidad percibida del Servicio bancario. *Universidad Nacional de Colombia*, 213-222.
- Cabello Sandoval, L. (2019). *CULTURA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DE SERVICIOS EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CAJAY, HUARI, 2018*. UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN, Ancach. Huari: Repositorio Universidad Nacional José Faustino Sanchez Carrión.
- Carro Suarez, J., Sarmiento, S., & Rosano, G. (2017). La cultura organizacional y su influencia en la sustentabilidad empresarial. La importancia de la cultura en la sustentabilidad empresarial. *UNIVERSIDAD ICESI*, 365.
- Duque Oliva, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición INNOVAR. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(25), 64-80.
- Ferrando, A. (Enero-Junio de 2015). ANÁLISIS DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS DE LIMA METROPOLITANA. *Universidad Nacional Agraria La Molina*, 168-176.
- Galbán, O., Clemenza, C., & Araujo, R. (mayo-agosto de 2013). Calidad de servicio en el sector de telecomunicaciones elemento competitivo en las empresas de. *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 10(2), 61-82.
- Guerrero Bejarano, M. A., & Silva Siu, D. (2017). La Cultura Organizacional, su importancia en el desarrollo de las empresas. *INNOVA Research Journal*, 2(3), 110-115.
- Henaó Colorado, L. C. (2020). Calidad de servicio y valor percibido como antecedentes de la satisfacción de los clientes de las empresas de telecomunicaciones en Colombia. *Universidad Nacional Autónoma de México*, 65(3), 1-23.
- Hernandez de Velazco, J., Chumaceiro, A. C., & Atencio, E. (2009). Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(47), 458-472.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2016). *Metodología de la investigación*. México D.F., México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernandez, V., Quintana, L., Mederos, R., Guedes, R., García, B., & Cabrera, P. (2008). Influencia de la cultura organizacional en la calidad del servicio en el Hospital "Mario Muñoz Monroy. *Revista Cubana de Medicina Militar*, 37(3), 8.
- Larico, B. N. (2022). Calidad del servicio en restaurantes de Cañete-Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(7), 556-571.

- Larrea, P. (1991). *Calidad de Servicio del Marketing a la estrategia*. Madrid, España: Ediciones Diaz de Santos, S.A.
- Marcillo Indacochea, M., & Barcia Pincay, D. (enero de 2018). Cultura organizacional de servicio al cliente en las entidades públicas del sector educativo. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 4(1), 337-384.
- Molina, M. A., Ramírez, K. G., Campoverde, R., Gonzáles, V. H., & Vera, C. (2022). Evaluation of the Quality of Service of Delivery Applications and its Influence on Consumer Loyalty. *20th LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education, and Technology*, 11.
- Montoya, Á., Londoño, C., Ramírez, J., Quijano, J., & Santos, Y. (2021). LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y CULTURA ORGANIZACIONAL. *Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano*, 4(4), 9.
- Morocho Revolledo, T., & Burgos, S. (2018). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alepecorp S.A. *Revista Valor agregado*, 5(1), 22-39.
- Mosqueira Rodriguez, G. B. (2020). La cultura organizacional y su incidencia en la calidad de servicio del personal administrativo de la Universidad Nacional de Trujillo: 2016. *Revista Ciencia y Tecnología*, 16(2), 157-163.
- Neyra, L., Flores, J. A., & Pacheco, M. (2021). Calidad de servicio en tiempos de Covid-19 en estudiantes universitarios. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(5), 108-122.
- Nosnik Ostrowiak, A. (2015). *Culturas Organizacionales: origen, consolidación y desarrollo*. España: Producción editorial: Gesbiblo, S.L.
- Omar, A., & Urteaga, A. F. (Enero-abril de 2010). El impacto de la cultura nacional sobre la cultura organizacional. *UNIVERSYTAS PSYCHOLOGICA*, 9(1), 79-92.
- Oruna, A., Oruna, M., Aranguren, P., & Sánchez, J. (abril-junio de 2023). Calidad de servicio de la banca móvil y lealtad del consumidor. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(102), 855-871.
- Pedraza, L., Obispo, K., Vázquez, L., & Gómez, L. (Enero-junio de 2015). Cultura organizacional desde la teoría de Edgar Schein: Estudio fenomenológico. *Revista Clío America*, 9(17), 17-25.
- Peña, O., & Suárez, D. (2019). Calidad de servicios en centros maternopediátricos del estado Zulia en Venezuela. *Calidad de servicio en centros maternopediátricos del estado Zulia en Venezuela*, 24(86), 395-415.
- Ramirez Almazo, S. (2012). *Cultura organizacional y calidad de servicio en los centros de formación técnico laboral de aprendices binacional*. Universidad Rafael Beloso Chacín. Maracaibo: Coordinación de Postgrado.
- Redondo, C. (2004). *La cultura organizacional y la calidad de servicio en los centros hospitalarios*. Universidad Dr. Rafael Beloso Chacín. Venezuela: División de postgrado e investigación.
- Rojas, C., Niebles, W., Pacheco, C., & Hernandez, H. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Información tecnológica*, 31(4), 221-232.

- Saiz Sáenz, M. L., & Jácome, R. T. (Abril de 2022). Revisión bibliográfica: La Cultura Organizacional de las Instituciones de Educación Superior. *UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE, FACULTAD TECNOLÓGICA*, 19.
- Salcedo Peña, J. B. (Mayo-agosto de 2022). Cultura política, cultura organizacional y liderazgo gerencial desde la perspectiva de la complejidad. *Universidad Fermín Toro*, 10(2), 81-87.
- Salvador Ferrer, C. (2008). *Calidad de servicios: el camino hacia la fidelidad del consumidor*. Almería: Editorial Universidad de Almería.
- Schein, E. H. (1988). *La cultura empresarial y el liderazgo una visión dinámica*. Barcelona: Plaza & Jane Editores S.A.
- Siqueiros, M. G., & Vera, J. Á. (2022). Cultura organizacional en instituciones de educación superior: conceptualización, medidas y variables asociadas. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 19.
- Tschohl, J. (2018). *El arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia SERVICIO AL CLIENTE*. Estados Unidos: Service Quality Institute Latin America.
- Tuesta, A., Riva, R., Pérez, C., & Pinchi, A. (2023). Cultura organizacional y calidad de atención del servicio administrativo en una universidad peruana. *Revista Amazónica de Ciencias Económicas*.
- Turpo, J., & Jaimes, D. (Enero-junio de 2017). Estudio de los vínculos entre cultura organizacional y calidad de los servicios educativos en la imagen institucional de una universidad privada confesional. *Revista de Investigación Apuntes Universitarios*, 7(1), 20.
- Yopan, J. L., Palmero, N., & Santos, J. R. (2020). Cultura Organizacional. *Asociación Latinoamericana de Sociología*, 11(20), 281.

## ANEXO

### Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables

Tabla 7. Matriz de Operacionalización

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable Independiente: Cultura Organizacional	Para Bayón (2019), la cultura organizacional une el grupo de valores, actitudes, experiencias y hábitos entre las personas que integran la organización. Es importante destacar que representa las fortalezas que impulsan a una organización hacia la excelencia y el éxito.	Se hará uso de la encuesta, mediante herramientas como el cuestionario a través de la escala de Likert. De este modo se realizará una operación de 3 dimensiones: comunicación, liderazgo y motivación	Comunicación	Gestión administrativa	La comunicación interna en su centro de trabajo funciona correctamente.	<b>Ordinal:</b>  1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre
				Coordinación	La comunicación efectiva entre jefes y colaboradores es buena.	
				Predisposición	El jefe o sus compañeros solicitan su opinión sobre asuntos de trabajo.	
			Liderazgo	Funciones delegadas	Existe un adecuado liderazgo por parte del gerente.	
					El colaborador es capaz de cumplir las tareas que la empresa le asigna.	
				Trabajo en equipo	Los colaboradores desempeñan su labor en forma normal sin la presencia permanente de su jefe inmediato.	
				Empatía	En la empresa se promueve el trabajo en equipo.	
			Motivación	Compromiso	Existe un trato empático entre el gerente y los colaboradores de la empresa.	
				Solución de problemas	Se siente motivado para realizar su trabajo.	
				Metas	Toma decisiones ante algún problema que se presenta en la empresa.	
Variable Dependiente: Calidad de Servicio	Según Tschohl (2018), la calidad del servicio significa la orientación de todos los recursos y empleados de la empresa hacia la satisfacción del cliente; esto incluye a todos los que trabajan para la empresa, no solo a aquellos que tratan con los clientes en persona o se comunican con los clientes por teléfono, correo electrónico, carta o de otra manera.	La variable calidad de servicio se medirá mediante un cuestionario a través de la escala de Likert, que se terminará por distribuir en 3 dimensiones: seguridad, empatía y confiabilidad.	Seguridad	Credibilidad	Se esfuerza por alcanzar las metas trazadas en el trabajo.	<b>Ordinal:</b>  1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre
				Integridad	Le entregan los recursos suficientes para llevar a cabo un adecuado trabajo.	
				Honestidad	Las condiciones ambientales de mi área (climatización, iluminación, ruidos,) facilitan mi actividad diaria.	
			Empatía	Atención	Los equipos informáticos que utilizo están adaptados a las necesidades de mi trabajo.	
				Conocimiento de necesidades	La empresa Communication Assistance tiene horarios establecidos y adecuados.	
				Apoyo al resolver las dudas	El personal de Communication Assistance demuestra cordialidad en su trato con sus compañeros.	
			Confiabilidad	Cumplimiento de compromisos	Frente a situaciones complejas, tiene la confianza para consultar a su jefe inmediato y tomar una decisión.	
				Solución de problemas	Cuando los trabajadores de la empresa tienen un problema, muestran interés en resolverlo.	
				Atención oportuna	Los trabajadores de la empresa Communication Assistance prestan un buen servicio.	
					La empresa Communication Assistance brinda el servicio en el tiempo adecuado.	

Fuente: Elaboración propia

## Anexo 2

### Instrumento de recolección de datos

#### CUESTIONARIO PARA ENCUESTAR A LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA COMMUNICATION ASSISTANCE E.I.R.L.

Estimado(a) trabajador(a):

El presente instrumento es de carácter anónimo; tiene como objetivo elaborar una tesis titulada “Cultura Organizacional en calidad de servicio en la empresa Communication Assistance E.I.R.L., San Juan de Lurigancho, 2023” por ello se le solicita responder con veracidad los siguientes enunciados.

**INSTRUCCIONES: Está Ud. de acuerdo con llenar el formulario SI ( ) No ( )**

Si está de acuerdo, a continuación, se presenta una serie de enunciados a los cuales usted deberá marcar con una “X” de acuerdo con su criterio o lo que considere conveniente.

N°	Preguntas	5 Siempre	4 Casi Siempre	3 Algunas Veces	2 Muy pocas Veces	1 Nunca
	<b>VARIABLE INDEPENDIENTE: CULTURA ORGANIZACIONAL</b>					
	<b>DIMENSIÓN: COMUNICACIÓN</b>					
1	La comunicación interna en su centro de trabajo funciona correctamente.					
2	La comunicación efectiva entre jefes y colaboradores es buena.					
3	El jefe o sus compañeros solicitan su opinión sobre asuntos de trabajo.					
	<b>DIMENSIÓN: LIDERAZGO</b>					
4	Existe un adecuado liderazgo por parte del gerente.					
5	El colaborador es capaz de cumplir las tareas que la empresa le asigna.					
6	Los colaboradores desempeñan su labor en forma normal sin la presencia permanente de su jefe inmediato.					
7	En la empresa se promueve el trabajo en equipo.					
8	Existe un trato empático entre el gerente y los colaboradores de la empresa.					
	<b>DIMENSIÓN: MOTIVACIÓN</b>					
9	Se siente motivado para realizar su trabajo.					
10	Toma decisiones ante algún problema que se presenta en la empresa.					
11	Se esfuerza por alcanzar las metas trazadas en el trabajo.					

<b>VARIABLE DEPENDIENTE: CALIDAD DE SERVICIO</b>						
<b>DIMENSIÓN: SEGURIDAD</b>						
<b>12</b>	Le entregan los recursos suficientes para llevar acabo un adecuado trabajo.					
<b>13</b>	Las condiciones ambientales de mi área (climatización, iluminación, ruidos,) facilitan mi actividad diaria.					
<b>14</b>	Los equipos informáticos que utilizo están adaptados a las necesidades de mi trabajo.					
<b>DIMENSIÓN: EMPATÍA</b>						
<b>15</b>	La empresa Communication Assistance tiene horarios establecidos y adecuados.					
<b>16</b>	El personal de Communication Assistance demuestra cordialidad en su trato con sus compañeros.					
<b>17</b>	Frente a situaciones complejas, tiene la confianza para consultar a su jefe inmediato y tomar una decisión.					
<b>DIMENSIÓN: CONFIABILIDAD</b>						
<b>18</b>	Cuando los trabajadores de la empresa tienen un problema, muestran interes en resolverlo.					
<b>19</b>	Los trabajadores de la empresa Communication Assistance prestan un buen servicio.					
<b>20</b>	La empresa Communication Assistance brinda el servicio en el tiempo adecuado.					



### **Anexo 3**

#### **FORMATO PARA LA OBTENCIÓN DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°276-2022-VI-UCV**

Título de la investigación: Cultura organizacional en calidad de servicio de la empresa Communication Assistance E.I.R.L., San Juan de Lurigancho,2023

Investigadora: Collao Palacios, Jazmín Rosmery

Asesor: Dr. Dávila Arenaza, Víctor Demetrio

#### **Propósito del estudio**

Le invitamos a participar en la investigación titulada: **Cultura organizacional en calidad de servicio de la empresa Communication Assistance E.I.R.L., San Juan de Lurigancho,2023**, cuyo objetivo es **elaborar una investigación para obtener el título profesional**. Esta investigación es desarrollada por **Jazmín Rosmery Collao Palacios** de la **Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo**.

#### **Procedimiento**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se le presentará un cuestionario en el que tendrá preguntas generales, no es necesario que se anote su nombre; luego se le presentarán preguntas sobre variables específicas de la investigación.
2. Esta encuesta tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos, si gusta, puede responder ahora o comprometerse a hacerlo en otro momento o lugar, nosotros lo buscaremos.

#### **Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

#### **Riesgo (principio de no maleficencia):**

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

**Beneficios (principio de beneficencia):**

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Información específica:** Una vez que se haya terminado de brindar la información general, se debe compartir la información específica sobre la investigación: los datos que se

requerirán, el hecho que se observará, o la acción que se realizará en el cuerpo (medir, examinar) o alguno de los elementos de él (exámenes de sangre, orina, células, tejidos u otro material biológico), haciendo énfasis que los resultados sólo serán utilizados para la investigación, sin identificar a la persona. De desearlo, se puede brindar algún resultado de interés clínico al participante voluntario.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con la Investigadora Collao Palacios, Jazmín Rosmery, email: [jcollaop@ucvvirtual.edu.pe](mailto:jcollaop@ucvvirtual.edu.pe) y docente asesor Dávila Arenaza, Víctor Demetrio, email: [vdavilaa@ucv.edu.pe](mailto:vdavilaa@ucv.edu.pe)

**Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

*[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas].*

# AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

DIRECTIVA DE INVESTIGACIÓN N° 002-2022-VI-UCV

## Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20549540857
COMMUNICATION ASSISTANCE E.I.R.L.	
Nombre del Titular o Representante legal: Gerente General	
Nombres y Apellidos NOE HUAMANI BUSTAMANTE	DNI: 25574452

## Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal “f” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (\*), autorizo [ X ], no autorizo [ ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Cultura organizacional en calidad de servicio de la empresa Communication Assistance E.I.R.L., San Juan de Lurigancho, 2023	
Nombre del Programa Académico: ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN	
Autor: Nombres y Apellidos Jazmín Rosmery Collao Palacios	DNI: 72182355

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente a la autora del estudio.

Lugar y Fecha: San Juan de Lurigancho, 09 de junio de 2023

Firma y sello:


COMMUNICATION ASSISTANCE E.I.R.L.  
  
-----  
Noe Huamani Bustaman  
GERENTE GENERAL

(\* ) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal “f” **Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución.** Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

## Anexo 4. Validación del instrumento

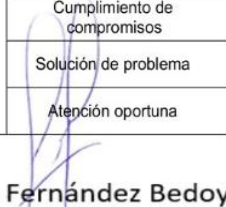
**Tabla 8. Validación del Instrumento por Dávila Arenaza, Víctor Demetrio**

Título de la investigación: "Cultura Organizacional en calidad de servicio en la empresa Communication Assistance E.I.R.L. San Juan de Lurigancho, 2023"							
Apellidos y nombres de la investigadora: Jazmín Rosmery Collao Palacios							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Dávila Arenaza Víctor Demetrio							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
VARIABLE INDEPENDIENTE:  CULTURA ORGANIZACIONAL	COMUNICACIÓN	Gestión Administrativa	1. La comunicación interna en su centro de trabajo funciona correctamente.		x		
		Coordinación	2. La comunicación efectiva entre jefes y colaboradores es buena.		X		
		Predisposición	3. El jefe o sus compañeros solicitan su opinión sobre asuntos de trabajo.		X		
	LIDERAZGO	Funciones delegadas	4. Existe un adecuado liderazgo por parte del gerente.		X		
			5. El colaborador es capaz de cumplir las tareas que la empresa le asigna.		X		
			6. Los colaboradores desempeñan su labor en forma normal sin la presencia permanente de su jefe inmediato.		X		
		Trabajo en equipo	7. En la empresa se promueve el trabajo en equipo.		X		
	Empatía	8. Existe un trato empático entre el gerente y los colaboradores de la empresa.		X			
	MOTIVACIÓN	Compromiso	9. Se siente motivado para realizar su trabajo.		X		
		Solución de problemas	10. Toma decisiones ante algún problema que se presenta en la empresa.		X		
		Metas	11. Se esfuerza por alcanzar las metas trazadas en el trabajo.		X		
VARIABLE DEPENDIENTE:  CALIDAD DE SERVICIO	SEGURIDAD	Credibilidad	12. Le entregan los recursos suficientes para llevar a cabo un adecuado trabajo.		X		
		Integridad	13. Las condiciones ambientales de mi área (climatización, iluminación, ruidos,) facilitan mi actividad diaria.		X		
		Honestidad	14. Los equipos informáticos que utilizo están adaptados a las necesidades de mi trabajo.		X		
	EMPATÍA	Atención	15. La empresa Communication Assistance tiene horarios establecidos y adecuados.		X		
		Conocimiento de necesidades	16. El personal de Communication Assistance demuestra cordialidad en su trato con sus compañeros.		X		

	CONFIABILIDAD	Apoyo al resolver las dudas	17. Frente a situaciones complejas, tiene la confianza para consultar a su jefe inmediato y tomar una decisión.		X		
		Cumplimiento de compromisos	18. Cuando los trabajadores de la empresa tienen un problema, muestran interés en resolverlo.		X		
		Solución de problema	19. Los trabajadores de la empresa Communication Assistance prestan un buen servicio.		X		
		Atención oportuna	20. La empresa Communication Assistance brinda el servicio en el tiempo adecuado.		x		
Firma del experto:				Resultado: *Aplicable		<input checked="" type="checkbox"/>	*No Aplicable <input type="checkbox"/>
			Fecha <u>18 / 05 / 2023</u>				

**Nota:** Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables

**Tabla 9.** Validación del instrumento por Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya


Título de la investigación: "Cultura Organizacional en calidad de servicio en la empresa Communication Assistance E.I.R.L. San Juan de Lurigancho, 2023"								
Apellidos y nombres de la investigadora: Jazmín Rosmery Collao Palacios								
Apellidos y nombres del experto: Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya								
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE: CULTURA ORGANIZACIONAL</b>	COMUNICACIÓN	Gestión Administrativa	1. La comunicación interna en su centro de trabajo funciona correctamente.	Ordinal Likert	✓			
		Coordinación	2. La comunicación efectiva entre jefes y colaboradores es buena.	Ordinal Likert	✓			
		Predisposición	3. El jefe o sus compañeros solicitan su opinión sobre asuntos de trabajo.	Ordinal Likert	✓			
	LIDERAZGO	Funciones delegadas		4. Existe un adecuado liderazgo por parte del gerente.	Ordinal Likert	✓		
				5. El colaborador se siente capaz de cumplir las tareas que la empresa le asigna.	Ordinal Likert	✓		
				6. Los colaboradores se sienten seguros al desempeñar su labor sin la presencia permanente de su jefe inmediato.	Ordinal Likert	✓		
			Trabajo en equipo	7. En la empresa se promueve el trabajo en equipo.	Ordinal Likert	✓		
	MOTIVACIÓN	Empatía	8. Existe un trato empático entre el gerente y los colaboradores de la empresa.	Ordinal Likert	✓			
		Compromiso	9. Se siente motivado para realizar su trabajo.	Ordinal Likert	✓			
		Solución de problemas	10. Se siente motivado como para tomar la iniciativa ante algún problema que se presenta en la empresa.	Ordinal Likert	✓			
		Metas	11. Se esfuerza por alcanzar las metas trazadas en el trabajo.	Ordinal Likert	✓			
<b>VARIABLE DEPENDIENTE: CALIDAD DE SERVICIO</b>	SEGURIDAD	Credibilidad	12. Le entregan los recursos suficientes para llevar a cabo un adecuado trabajo.	Ordinal Likert	✓			
		Integridad	13. Las condiciones ambientales de mi área (climatización, iluminación, ruidos,) facilitan mi actividad diaria.	Ordinal Likert	✓			
		Honestidad	14. Los equipos informáticos que utilizo están adaptados a las necesidades de mi trabajo.	Ordinal Likert	✓			
	EMPATÍA	Atención	15. La empresa Communication Assistance tiene horarios establecidos y adecuados.	Ordinal Likert	✓			
		Conocimiento de necesidades	16. El personal de Communication Assistance demuestra cordialidad en su trato.	Ordinal Likert	✓			
		Apoyo al resolver las dudas	17. Frente a situaciones complejas, siento la confianza para consultar a su superior inmediato y tomar una decisión.	Ordinal Likert	✓			
	CONFIABILIDAD	Cumplimiento de compromisos	18. Cuando los trabajadores de la empresa tienen un problema, muestran un sincero interés en resolverlo.	Ordinal Likert	✓			
		Solución de problema	19. Los trabajadores de la empresa Communication Assistance prestan un buen servicio.	Ordinal Likert	✓			
		Atención oportuna	20. La empresa Communication Assistance brinda el servicio en el tiempo adecuado.	Ordinal Likert	✓			
Firma del experto:				<b>Resultado:</b> *Aplicable		*No Aplicable		
 <b>Víctor Hugo Fernández Bedoya</b>				Fecha <u>26 / 05 / 2023 1</u>		<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		

**Nota:** Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variable

Doctor en Administración  
 Maestro en Administración de Negocios  
 Maestro en Costos y Presupuestos  
 Titulado como Especialista en Ingeniería Estadística Aplicada a Investigación  
 Titulado como Especialista en Tecnologías de la Información y Comunicación  
 Licenciado en Administración con mención en Negocios Internacionales  
 Contador Público  
 Investigador Renacyt II – Concytec - Registro P0098755

**Tabla 10.** Validación del instrumento por Cárdenas Saavedra, Abraham

Título de la investigación: “Cultura Organizacional en calidad de servicio en la empresa Communication Assistance E.I.R.L. San Juan de Lurigancho, 2023”								
Apellidos y nombres de la investigadora: Jazmín Rosmery Collao Palacios								
Apellidos y nombres del experto: Dr. Cárdenas Saavedra, Abraham								
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
VARIABLE INDEPENDIENTE:  CULTURA ORGANIZACIONAL	COMUNICACIÓN	Gestión Administrativa	1. La comunicación interna en su centro de trabajo funciona correctamente.		✓			
		Coordinación	2. La comunicación efectiva entre jefes y colaboradores es buena.		✓			
		Predisposición	3. El jefe o sus compañeros solicitan su opinión sobre asuntos de trabajo.		✓			
	LIDERAZGO	Funciones delegadas		4. Existe un adecuado liderazgo por parte del gerente.		✓		
				5. El colaborador es capaz de cumplir las tareas que la empresa le asigna.		✓		
				6. Los colaboradores desempeñan su labor en forma normal sin la presencia permanente de su jefe inmediato.		✓		
		Trabajo en equipo	7. En la empresa se promueve el trabajo en equipo.		✓			
	MOTIVACIÓN	Empatía	8. Existe un trato empático entre el gerente y los colaboradores de la empresa.		✓			
		Compromiso	9. Se siente motivado para realizar su trabajo.		✓			
		Solución de problemas	10. Toma decisiones ante algún problema que se presenta en la empresa.		✓			
		Metas	11. Se esfuerza por alcanzar las metas trazadas en el trabajo.		✓			
VARIABLE DEPENDIENTE:  CALIDAD DE SERVICIO	SEGURIDAD	Credibilidad	12. Le entregan los recursos suficientes para llevar a cabo un adecuado trabajo.		✓			
		Integridad	13. Las condiciones ambientales de mi área (climatización, iluminación, ruidos,) facilitan mi actividad diaria.		✓			
		Honestidad	14. Los equipos informáticos que utilizo están adaptados a las necesidades de mi trabajo.		✓			
	EMPATÍA	Atención	15. La empresa Communication Assistance tiene horarios establecidos y adecuados.		✓			
		Conocimiento de necesidades	16. El personal de Communication Assistance demuestra cordialidad en su trato con sus compañeros.		✓			
		Apoyo al resolver las dudas	17. Frente a situaciones complejas, tiene la confianza para consultar a su jefe inmediato y tomar una decisión.		✓			

	CONFIABILIDAD	Cumplimiento de compromisos	18. Cuando los trabajadores de la empresa tienen un problema, muestran interés en resolverlo.		✓		
		Solución de problema	19. Los trabajadores de la empresa Communication Assistance prestan un buen servicio.		✓		
		Atención oportuna	20. La empresa Communication Assistance brinda el servicio en el tiempo adecuado.		✓		
Firma del experto:				<b>Resultado:</b> *Aplicable		<input checked="" type="checkbox"/> *No Aplicable	
		<b>Fecha</b> <u>26 / 05 / 2023</u>					



## Anexo 6

### Resultados de validación y confiabilidad del instrumento

#### Validación del instrumento:

N°	Docente	Grado	Resultado
1	Dávila Arenaza, Víctor	Doctorado	Aplicable
2	Fernández Bedoya, Víctor Hugo	Doctorado	Aplicable
3	Cárdenas Saavedra, Abraham	Doctorado	Aplicable

#### Confiabilidad del instrumento:

Tabla 2. Prueba de Alpha de Cronbach para el instrumento de Cultura Organizacional en Calidad de Servicio

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	50	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	50	100,0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,919	20

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

#### Alpha de Cronbach

#### Tabla de coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach:

VALOR	NIVEL
<0,5	No aceptable
0,5 a 0,6	Pobre
0,6 a 0,7	Débil
0,7 a 0,8	Aceptable
0,8 a 0,9	Bueno
>0,9	Excelente

Fuente: Elaborado en base a Arcos y Castro (2012)

**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos en el estadístico de fiabilidad Alfa de Cronbach en el programa SPSS 27, se ha obtenido el coeficiente 0,919, lo que representa de acuerdo con el rango establecido como: **Excelente**. Dichos resultados tienen como base una encuesta piloto realizada a 10 trabajadores de la empresa Communication Assistance E.I.R.L., utilizando la técnica de la encuesta y el instrumento que fue un cuestionario compuesto por 20 preguntas.

## ANEXO 7

### Coeficiente de correlación, condiciones y regla de decisión

#### Coeficiente de correlación

Valores de coeficiente correlación

RANGO	RELACIÓN
-1.00	Correlación negativa perfecta
-0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	Correlación negativa considerable
-0.50	Correlación negativa media
-0.25	Correlación negativa débil
-0.10	Correlación negativa muy débil
0.00	No existe correlación alguna entre las variables
+0.10	Correlación positiva muy débil
+0.25	Correlación positiva débil
+0.50	Correlación positiva media
+0.75	Correlación positiva considerable
+0.90	Correlación positiva muy fuerte
+1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Elaborado en base a Hernández, Fernández & Baptista (2014)

#### Condiciones:

- Sig. T = 5%
- Nivel de aceptación 95 %,  $z = 1,96$
- $H_0$  = Hipótesis nula
- $H_a$  = Hipótesis alterna

#### Regla de decisión:

- a) Si valor  $p > 0.05$ , se acepta la  $H_0$  y se rechaza la  $H_a$ .
- b) Si valor  $p < 0.05$ , se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_a$ .

#### V. independiente CULTURA ORGANIZACIONAL (Agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
	Muy pocas veces	3	6,0	6,0
	Algunas veces	10	20,0	26,0
	Casi siempre	30	60,0	86,0
	Siempre	7	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

*Prueba de hipótesis general*

		VI CULTURA ORGANIZACIONAL	VD CALIDAD DE SERVICIO
Rho de Spearman	CULTURA ORGANIZACIONAL	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	50
	CALIDAD DE SERVICIO	Coeficiente de correlación	,665**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	50

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