



**ESCUELA DE POSGRADO**

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Cultura organizacional y calidad del servicio en la sede  
central de la ONP – 2017**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Maestro en gestión pública

**AUTOR:**

Br. Henry Dennis Eulogio Bustamante

**ASESOR:**

Dr. Edwin Alberto Martínez López

**SECCIÓN:**

Ciencias Empresariales

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Administración del talento humano

**LIMA – PERÚ**

**2018**

**Página del Jurado**

.....  
**Dra. Flor de María Sánchez Aguirre**  
**Presidente**

.....  
**Dra. Karen del Pilar Zevallos Delgado**  
**Secretario**

.....  
**Dr. Edwin Alberto Martínez López**  
**Vocal**

**Dedicatoria:**

A mis Padres amados, quienes a lo largo de mi vida siempre me brindaron su apoyo, quienes con su esfuerzo, sacrificios me enseñaron a formar mis valores, reforzar mi humildad y agradecimiento con las personas que se cruzan en mi vida, quienes me dieron los ingredientes necesarios para superarme día a día, y que en honor a ellos seguiré adelante sin desmayo en el intento.

**Agradecimiento:**

A Dios por permitirme seguir creciendo profesionalmente, por darme fuerzas a seguir adelante a pesar de las brechas que encontré en el camino, por guiarme hasta esta prestigiosa universidad como es la César Vallejo donde encontré los instrumentos necesarios para mi aprendizaje, por poner en mi camino a mi estimado docente asesor Dr. Edwin Alberto Martínez López, quien con su conocimiento, su dedicación y su paciencia logró formarme profesionalmente para estar listo y presto para los retos que se me presenten en la vida.

## **Declaratoria de Autenticidad**

Yo, Henry Dennis Eulogio Bustamante, estudiante de la Escuela de Posgrado, Maestría en Gestión Pública, de la Universidad César Vallejo, Sede Lima Norte; declaro el trabajo académico titulado “Cultura organizacional y calidad del servicio en la sede central de la ONP- 2017” presentado, en 111 folios para la obtención del grado académico de Maestro en Gestión Pública, es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, y he realizado correctamente las citas textuales y paráfrasis, de acuerdo a las normas de redacción establecidas.

No he utilizado ninguna otra fuente distinta a aquellas expresamente señaladas en este trabajo.

Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.

Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.

De encontrar uso de material ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Lima, 4 de mayo del 2018

---

**Firma**  
**Henry Dennis Eulogio Bustamante**  
DNI: 44185552

## Presentación

Señores miembros del Jurado:

Presento a ustedes mi tesis titulada “Cultura organizacional y calidad del servicio en la sede central de la ONP - 2017”. Cuyo objetivo fue: Determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y la calidad del servicio en la sede central de la ONP – 2017, en cumplimiento del Reglamento de grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, para obtener el Grado Académico de Magíster.

La presente investigación está estructurada en siete capítulos y un anexo: El capítulo uno: Introducción, contiene los antecedentes, la fundamentación científica, técnica o humanística, el problema, los objetivos y la hipótesis. El segundo capítulo: Marco metodológico, contiene las variables, la metodología empleada, y aspectos éticos.

El tercer capítulo: Resultados se presentan resultados obtenidos. El cuarto capítulo: Discusión, se formula la discusión de los resultados. En el quinto capítulo, se presentan las conclusiones. En el sexto capítulo se formulan las recomendaciones. En el séptimo capítulo, se presentan las referencias bibliográficas, donde se detallan las fuentes de información empleadas para la presente investigación.

Por la cual, espero cumplir con los requisitos de aprobación establecidos en las normas de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo.

El autor

## Índice

	Página
Página del Jurado	ii
Agradecimiento:	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	xii
Abstract	xiii
<b>I. Introducción</b>	<b>14</b>
1.1 Realidad problemática	15
1.2 Trabajos Previos	16
1.3 Teorías relacionadas al tema	21
1.4 Formulación del problema	47
1.5 Justificación	47
1.6 Hipótesis	48
1.7 Objetivos	49
<b>II. Método</b>	<b>51</b>
2.1 Diseño de investigación	52
2.2 Variables	53
2.3 Población, muestra y muestreo	55
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	56
2.5 Métodos de análisis de datos	56
2.6 Consideraciones éticas	56

<b>III. Resultados</b>	62
3.1. Resultados descriptivos	63
3.1.1 cultura organizacional.	63
3.1.2 Calidad de servicio	67
<b>IV. Discusión</b>	79
<b>V. Conclusiones</b>	85
<b>VI. Recomendaciones</b>	87
<b>VII. Referencias</b>	89
<b>VIII. Anexos</b>	83
Anexo A: Matriz de consistencia	94
Anexo B: Instrumento	95
Anexo C: Instrumento	103
Anexo D: Validación de instrumentos	106
Anexo E: Artículo Científico	121



## Índice de tabla

	Página
Tabla 1 Operacionalización de variable Cultura Organizacional	54
Tabla 2 Operacionalización de variable Calidad de Servicio	55
Tabla 3 Validez de contenido por juicio de expertos del instrumento cultural organizacional	58
Tabla 4 Validez de contenido por juicio de expertos del instrumento calidad de servicio	58
Tabla 5 Resultado del análisis de confiabilidad del instrumento que mide la variable cultura organizaconal	59
Tabla 6 Resultado del análisis de confiabilidad del instrumento que mide la variable calidad de servicio	59
Tabla 7 Distribución de frecuencia del grado Consistencia	63
Tabla 8 Distribución de frecuencia del grado de implicación	64
Tabla 9 Distribución de frecuencia del grado de adaptabilidad	65
Tabla 10 Distribución de frecuencia del grado Calidad del Servicio	66
Tabla 11 Distribución de frecuencia del grado de tangibilidad	67
Tabla 12 Distribución de frecuencia del grado de fiabilidad	68
Tabla 13 Distribución de frecuencia del grado de capacidad de respuesta	69
Tabla 14 Distribución de frecuencia del grado de seguridad	70
Tabla 15 Distribución de frecuencia del grado de empatía	71
Tabla 16 Prueba de correlación entre la cultura organizacional y la calidad de servicio en la sede central de la ONP del periodo 2017	72
Tabla 17 Prueba de correlación entre la cultura organizacional y la tangilidad en la sede central de la ONP del periodo 2017	73
Tabla 18 Prueba de correlación entre la cultura organizacional y la fiabilidad en la sede central de la ONP del periodo 2017	74
Tabla 19 Prueba de correlación entre la cultura organizacional y la capacidad de respuesta en la sede central de la ONP del periodo 2017	75
Tabla 20 Prueba de correlación entre la cultura organizacional y la seguridad en la sede central de la ONP del periodo 2017	76

Tabla 21 Prueba de correlación entre la cultura organizacional y la empatía en la sede central de la ONP del periodo 2017

## Índice de Figura

	Página
Figura 1 Factores determinantes de la Cultura	28
Figura 2 Funciones de la Cultura	32
Figura 3 Conceptos de calidad programada, y realizada	42
Figura 4 Calidad total como satisfacción de expectativas y creación de valor para todos los grupos de interés.	45
Figura 5 Diagrama de diseño correlacional.	52
Figura 6 Diagrama de barras cultura organizacional	63
Figura 7 Diagrama de barras grado de consistencia	64
Figura 8 Diagrama de barras grado de consistencia	65
Figura 9 Diagrama de barras grado de aplicación	66
Figura 10 Diagrama de barras grado de adaptabilidad	67
Figura 11 Diagrama de barras grado de calidad de servicio	68
Figura 12 Diagrama de barras grado de tangibilidad	69
Figura 13 Diagrama de barras grado de respuesta	70
Figura 14 Diagrama de barras grado de seguridad	71
Figura 15 Diagrama de barras grado de empatía	72

## Resumen

La presente investigación titulada: “Cultura organizacional y calidad del servicio en la sede central de la ONP - 2017”, tuvo como objetivo general determinar cómo la cultura organizacional se relaciona con la calidad del servicio en la sede central de la ONP en el periodo 2017.

El método empleado fue deductivo, el tipo de investigación fue básico, de nivel correlacional, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental. La población estuvo formada por 301 trabajadores, la muestra por 20 trabajadores y el muestreo fue de tipo probalístico. La técnica empleada para recolectar información fue a través de encuestas y los instrumentos de recolección de datos fueron cuestionarios, que fueron debidamente validados a través de juicios de expertos y determinando su conformidad a través de estadístico de fiabilidad (Alfa de Cronbach, KR-20).

Se llegaron a las siguientes conclusiones: a) se puede afirmar que las variables tienen relación positiva y significativa, b) en cuanto a la tangibilidad conlleva a que el equipamiento e infraestructura sean las más adecuadas de modo ofrecer una calidad del servicio óptimo. c) el bienestar de los clientes, la comunicación y la comprensión del usuario es sumamente relacionado con la cultura organizacional

**Palabras claves:** Cultura organizacional, adaptabilidad, implicación, calidad de servicio y capacidad de respuesta

## Abstract

In the present investigation designated "Organizational culture and quality of service at the headquarters of the ONP - 2017", the general objective was to determine how the organizational culture relates to the quality of service at the ONP headquarters during the 2017 period

The method used was deductive; the type of research was basic, correlational level, quantitative approach, non-experimental design. The population was formed by 301 workers, the sample by 20 workers and the sampling was probalistic. The technique used to collect information was through surveys and the data collection instruments were questionnaires, which were duly validated through expert judgments and determining their compliance through reliability statistics (Alfa de Cronbach, KR-20).

The following conclusions were reached: a) it can be affirmed that the variables have a positive and significant relationship; b) in terms of tangibility, the equipment and infrastructure are the most adequate in order to offer an optimum service quality. c) the well-being of the clients, the communication and the understanding of the user is highly related to the organizational culture

**Keywords:** Organizational culture, adaptability, involvement, quality of service and response capacity.

## **I. Introducción**

## 1.1 Realidad problemática

Toda entidad tiene como fin, conseguir la visión planteada de las instituciones, de manera que sea determinado por el gestor o administrador que tenga la influencia para liderar y supervisar el espacio del cual podrían ser los procedimientos y sistemas necesarios que procuren la coordinación horizontal y vertical con el resto de los empleados de la institución según la organización. Del contexto se explica la idea de cultura describe las responsabilidades, el hábito, comportamiento de apreciaciones por los colaboradores respecto con las funciones asignadas, entorno físico por que se desarrollan las funciones laborales, el vínculo interpersonal que presenta un lugar y las distintas regulaciones que pueden perjudicar la labor.

El presente proyecto de tesis se basó en la Oficina de Normalización Previsional (ONP), específicamente entre la relación de la cultura organizacional que tienen los trabajadores con los servicios que se brinda en la sede central de la Oficina de Normalización Previsional. El título de la investigación es: Cultura organizacional y calidad del servicio en la sede central de la ONP - 2017. El objetivo de este proyecto es medir el nivel de influencia de la cultura organizacional en la calidad del servicio que brinda la ONP, toda vez que es una institución que atiende, en su mayoría, a personas de edad avanzada que solicitan su pensión de jubilación, por la que aportaron al Sistema Nacional de Pensiones cuando estuvieron laborando; y por ende, requerirán el servicio de orientación de los requisitos para obtenerlo, información específica referido a su expediente y/o la recepción de sus solicitudes para que se les agilice sus trámites en el caso de no cumplir con las necesidades requeridas en un corto plazo.

Por tanto, al detectar la cultura organizacional y el nivel de impacto que posee en la calidad de servicio que se brinda, se podrá conocer algunas causas organizacionales de la máxima incidencia negativa o positiva; con el propósito de ayudar a la mejora y cumplimiento de objetivos de la Institución.

## 1.2. Trabajos Previos

### Antecedentes internacionales

Rodríguez (2015), presenta su estudio denominada *satisfacción y clima Organizacional del cliente interno de una organización de servicios deportivos: caso. Polideportivo tigres U.A.N.L.* Tesis para obtener la magistratura en actividad física y deporte de la universidad autónoma de Nuevo León- México. El objetivo principal fue saber la satisfacción y clima organizacional del cliente interno del Polideportivo Tigres, U.A.N.L. La metodología fue descriptiva, correlacional, se concluyó que sus prácticas profesionales desarrolladas dentro de los polideportivos tigres, mediante la observación, se descubrieron algunos factores y situaciones que afectan al clima organizacional. Por otra parte, mediante los comentarios de los empleados se detectó que. Además, tener con mejores herramientas de trabajo, del cual se toma a los equipamientos de informática, telefonías, con red inalámbrica. En esta investigación se llega a rescatar que la satisfacción que se logra en un target, hace generar nuevos ingresos, de modo que también se fideliza, pero para lograrlo se busca aplicar nuevas estrategias en el clima organizacional de modo que el grupo de colaboradores cumplan con los objetivos propuestos.

Enríquez (2015), presenta su estudio denominada *Plan de intervención para el desarrollo de talento humano y mejoramiento de la calidad de prestación de los servicios de salud en el área de cuidados intensivos del hospital de especialidades "Baca Ortiz", Quisto, Junín 2014.* Tesis para obtener la magistratura en Gestión de Servicios Hospitalarios de la universidad Regional Autónoma de los Andes. El objetivo principal fue realizar un plan de intervención para contribuir al progreso del talento humano y al mejoramiento de la calidad en la prestación de servicios en el área de Cuidado Intensivos del Hospital de Especialidades "Baca Ortiz". La metodología fue de tipo inductivo, que lleva del particular a lo general. Se concluyó que del estudio realizado se desprende que se percibe como elementos motivacionales a las relaciones humana, la prestación de servicios la retroalimentación y el reconocimiento. Asimismo, el talento humano



de salud que labora en el servicio se identifican como atributos: la responsabilidad, la generosidad, el trato humanitario, la amabilidad, la disciplina y el poseer principios y valores. En esta presente investigación se rescata que el talento humano genera una calidad de servicio optima en una organización, es por ello es imprescindible que se genere buenas prácticas para fomentarlo, y tanto como el talento humano y una cultura de organización calificada se consigue un comfortable clima laboral y por ende mejoramiento de servicio.

Palacios (2014), presenta su estudio denominada *Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó*. Tesis para obtener la magistratura en administración de la universidad nacional de Colombia. El objetivo general fue adherir un instrumento de tipo metodológica que acceda a los propietarios y administradores de hoteles en la ciudad de Quibdó, evaluar la percepción de calidad de los servicios de manera integral y sistemática. La metodología fue de tipo cuantitativa como cualitativa. La disposición de los componentes que tienen vínculo con la calidad del servicio, abarca una investigación cualitativa. Asimismo, el empleo de la medición del instrumento y su interpretación de resultados se fundamentó en técnicas cuantitativas. Se concluyó que lo evaluado en la calidad de servicio percibida inminentemente concede insumos y elementos significativos para las empresas hoteleras mediante las variables o dimensiones de la investigación, que las lleva a transmitir las decisiones con la intención de atender de mejor manera las percepciones de los usuarios y potenciarlo. Asimismo, el desarrollo de este trabajo nos ha llevado a considerar la evaluación percibida de la calidad de los servicios que se ofrecen al consumidor y es que ello es de gran importancia de ese modo alcanzar el desempeño óptimo. Mediante las políticas, tácticas y estrategias para conseguirlo mediante la retroalimentación que reciben de los clientes. En esta presente investigación se rescata que la calidad de servicio consigue optimizar y fidelizar al cliente, de ese modo planifican en plantear técnicas o estrategias para lograr un servicio de calidad, indudablemente consiguiendo así una cultura organizacional en la organización.

Gómez (2010), presenta su estudio denominada *Calidad total y recursos humanos: un servicio sobre la gestión de la calidad total y los recursos humanos*

*en la industria hotelera de la provincia de Salta.* Tesis para obtener la magistratura en administración de negocios de la universidad católica de Salta. El objetivo principal fue saber de qué modo influyó el nuevo modelo de gestión denominado de la Calidad total en el sector de la provincia de salta. En otras palabras, aseverar si la parte hotelera ha progresado los sistemas de calidad del servicio y la gestión que brinda. La metodología fue de tipo empírica a nivel explicativo. Se concluyó que en argentina su realidad turística indica la coexistencia los diversos periodos del desarrollo, que la secretaria de turismo de la nación lo lleva al acorde de los múltiples requerimientos y solo en la hotelería sino también a los representantes turísticos. Además, a lo largo de esta investigación se diseñó el sistema argentino de calidad turística (SAT), que es el conjunto de mecanismos operativos que tiene con finalidad la cultura de la calidad y la mejora continua para todos los representantes que intervienen en la cadena de valor del sector turístico. Por ese lado se observa que en salta están interesados en la calidad, con finalidad de obtener una provincia en destino de excelencia del mismo modo posicionarse en el mercado. En esta investigación se llega a rescatar que dentro de una organización la calidad de servicio implica generar nuevas prácticas para el desarrollo de la empresa, del mismo modo que incorporando nuevos sistemas para el mejoramiento de la calidad de servicio hace que potenciar a los consumidores, de modo convirtiéndolos con los nuevos heavyuser.

### **Antecedentes nacionales**

Tuesta (2016), presenta su estudio denominada *Influencia de la cultura organizacional en la calidad de atención del servicio del personal administrativo de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto.* Tesis para obtener la magistratura scientiae en Gestión Empresarial de la universidad nacional de San Martín - Tarapoto. El objetivo principal fue determinar cómo influye la cultura organizacional en la calidad de atención al cliente por parte del personal administrativo en la universidad nacional de San Martín – Tarapoto. La metodología fue de no experimental, específicamente se usó el diseño transaccional correlacional. Se concluyó que la cultura organizacional de la Universidad nacional de san Martín -Tarapoto, tiene una influencia positiva en la atención de los servicios que ofrece a sus usuarios internos y externos; pese a

contar con una tecnología e infraestructura limitada. Asimismo, la Cultura Organizacional en la universidad nacional de san Martín – Tarapoto está caracterizado exclusivamente por un adecuado clima laboral, la relación entre los trabajadores para encontrar alternativas de solución a los problemas laborales, la capacidad de aceptar las críticas constructivas, el trato a todos los usuarios por igual y la fluida comunicación entre los jefes y sus subordinados. En la presente investigación se puede rescatar para que exista una calidad óptima de servicio se debe practicar y generar una cultura organizacional en las áreas destacadas de ese modo se obtiene resultados positivos donde los colaboradores consiguen bienestar en su área de trabajo reduciendo los malestares e incertidumbres.

Arrué (2014), presenta su estudio denominada *análisis de la calidad del servicio de atención en la oficina desconcentrada de Osiptel Loreto desde la percepción del usuario período junio a setiembre de 2014*. Tesis para obtener la magistratura en gestión pública de la universidad nacional de la Amazonía peruana. El objetivo general fue evaluar la calidad del servicio de atención a usuarios de la Oficina Desconcentrada del OSIPTEL Loreto. La metodología fue de tipo no experimental- descriptiva, de diseño transversal. Se concluyó que en principio por todos los usuarios entrevistados la apreciación se halla en la categoría de satisfacción baja con un 62%, perteneciendo a una calificación que llegue a considerarse adecuado hacia el usuario más no lo necesario con respecto al servicio prestado por el proceso en la oficina desconcentrada del Osiptel Loreto. Asimismo, con respecto al sub indicador de instalaciones del factor comodidad: la percepción de los clientes referido al ambiente físico ofrecido por la oficina desconcentrada del Osiptel Loreto para atender las consultas presenta un alto grado de satisfacción que es del 86% de esa forma satisfacer las expectativas de comodidad. En la presente investigación se comprende que la calidad de servicio dentro de una organización es un punto fundamental para generar clientes potenciales, de ese modo Osiptel realizó un análisis donde evalúa el nivel de servicio que brindan, de ese modo priorizar los puntos en contra, donde ellos deban mejorar.

García (2013). En su estudio, *efectos de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente sobre la fidelidad a los servicios oficiales de posventa de automatización de automoción españoles*. Tesis para obtener la magistratura en economista de la universidad de Alcalá. El objetivo principal fue incrementar la lealtad y fidelidad de clientes en el caso del sector de postventa de automoción, en particular para los servicios oficiales de los fabricantes y distribuidores de automóviles. Su metodología fue de tipo descriptivo con el diseño descriptivo, correlacional, con el corte longitudinal. Se dedujo que el análisis de los datos comprueba la existencia de la relación significativa entre la calidad percibida y el comportamiento del cliente, y esto conlleva a ser una relación más débil. Contrariamente con lo afirmado por algunos autores, que atribuyen al producto de la calidad de satisfacción del cliente acerca la fidelidad de los servicios oficiales de la posventa de automoción español 428, la satisfacción viene siendo un papel fundamental entre los elementos que permiten potenciar la lealtad y fidelidad, en esta investigación se presenta con un papel poco relevante, ya que su impacto fue significativo, pero parcialmente débil acerca del comportamiento del cliente. Las demás variables del modelo por ejemplo el estado del auto en garantía presenta un impacto muy elevado a la calidad de servicio con un coeficiente de 0.176, para la fidelización y para la lealtad fue del 0.207. Por otro lado, la satisfacción tuvo una varianza del 3.72% de fidelidad y del 4.66% de lealtad, siendo para ambas una situación de garantía. Asimismo, la marca del auto presenta un mayor impacto sobre la fidelidad y lealtad con una varianza del 1.02% de fidelidad y el 1.51% de lealtad, presentado para ambos lados la segunda variable la partición de la muestra en el AID. Por último, el análisis dado anteriormente afirma la existencia a través de la calidad percibida y comportamiento del cliente que es una relación esperada inicialmente.

Moscoso (2012), presenta su estudio denominado, *La auditoría académica y la calidad de servicio brindado en la escuela profesional de ciencias contables y financieras de la universidad privada de Tacna periodo 2010*. Tesis para obtener la magistratura en Ciencias de la universidad nacional Jorge Basadre Grohmann-Tacna. El objetivo principal fue determinar si la auditoría académica influye en la calidad de servicio brindado en la escuela profesional de ciencias contables y

financieras de la universidad privada de Tacna, periodo 2010. La metodología fue de tipo no experimental, de corte transaccional, correlacional, ya que procurará verificar la relación significativa hacia las variables. Argumenta por los diseños no experimentales ya que no interfiere a la manipulación de las variables a investigar, si no que ellas se examinan de la manera que sucede en la realidad. Se concluyó que, al aplicar las acciones de control en la auditoria académica, esto evalúa totalmente la calidad de servicio que se ofrece en la EPCCF, es por ello que la finalidad principal será difundir una opinión acerca de la razón del servicio, al cabo de los límites que el control interno atribuye. Además, es imprescindible manifestar que, si bien es correcto que la auditoria académica no es responsable de la calidad del servicio, pero si asiste en la mejora y fruto de la aplicación en la que emiten su aplicación. En la presente investigación se comprende que a pesar que la auditoria académica no se responsabiliza de la buena calidad de servicio, tiene una influencia directa de ello, es por eso que el de brindar buenas prácticas laborales y hacer que todos participen, retribuye a que genere una cultura organizacional en la empresa.

### **1.3 Teorías relacionadas al tema**

#### **Variable 1: Cultura organizacional**

##### ***Teoría cultura burocrática***

Para Mendoza (2012). Deduce que la cultura es paternal, autoritario, el cual comprende a las personas bajo dominio, de esta manera se logra adquirir un efecto seguro y eficiente. La formación se comprende como una continuidad de conocimientos sociales y el cometido de los instructores es transferir de manera empática y viable los dominantes valores sociales. Se concibe que la evaluación que es para elegir y dominar a las personas más idóneas para ocupar los compromisos dirigentes en la población. Centralización del poder, asignación eficaz y diferenciada de trabajos, ordenación celular de salas y lugares, carencia de soporte entre personas, labor privativa en las salas. El componente elemental de esta cultura son las pautas. Es decir, este tipo de cultura reposa encima del razonamiento de su actividad y de su organización. El equilibrio y prevención son la esencia de su sustento. Sus desarrollos se establecen en roles apropiadamente

determinados, operaciones estables y precisados para los comunicados y pautas para la resolución de los inconvenientes. Los socios de la empresa son elegidos por el apropiado desempeño de sus ocupaciones. Promueve fidelidad y fortaleza a la modificación. La autoridad de los empleados obedece según la posición lograda, y el dominio se ejecuta mediante instrucciones y pautas. El control lo ejercitaba de manera reglamentaria, establecido y en base de los resultados que era lo que en decisiva apreciaban y que más se les requería por parte de la gerencia. El conjunto de dirigentes que señalan que comprenden los deberes de su ocupación como una "labor", que debe instruirse y tiene que saber ejercer. Los rasgos que precisan su acción son: dirigir (encargarse de los recursos y asignar los cargos de los diferentes empleados), controlar y ejecutar. Estos conocen los medios de la gerencia y se delimitan a emplearlos de manera administrativa y semental.

### ***Teoría de cultura permisiva.***

Personifica la cultura del "Laissezfaire", comprende a los individuos como un sujeto propio que tiene que ser independiente. La formación se multiplica al no presentarse modelos de interrogantes referentes a sus objetivos. Cada educador se conoce como un "individuo celular" autónomo. Se preserva por arriba de cualquier "liberación de asignatura" y no intervención en el trabajo docente de cada unidad celular. El centro se concibe como lugar de trabajo y fuente de remuneración que se abandona lo antes posible para dedicarse a aquellas actividades y tareas que realmente son gratificantes. Son las personas, los miembros de la organización alrededor de los que gira el funcionamiento de la organización para que estos alcancen sus objetivos. Se basa en el consenso mutuo y en un contrato psicológico cuya regla de oro, no escrita, dice: la organización está subordinada al individuo, que puede perseguir en ella sus propias metas y dejar la organización cuando desee. Es difícil en ella el control y la coordinación.

### ***Teoría de la cultura colaborativa.***

Entienden la enseñanza como una actividad compartida. Se fomenta una colaboración espontánea y una participación voluntaria. Los tiempos y espacios

de trabajo no están prefijados. Sentido de comunidad: apoyo y relación mutua, auto revisión, aprendizaje profesional compartido. Interdependencia y coordinación, como formas asumidas personal y colectivamente. Visión compartida del centro como conjunto de valores, procesos y metas. Se entiende el centro como unidad y agente de cambio. Gira en torno a las tareas y los resultados. Está orientada a la resolución de problemas. El fin es la tarea ejecutada, las formas para juntar al personal apropiado con el recurso apropiado y que ellos solventen las diferentes circunstancias. La autoridad se apoya en la cavidad intelectual y experiencia para solucionar los conflictos (los especialistas) más que en la situación o en el dominio propio. Se presenta una cultura de grupo y de propósito, que procura apartar los desacuerdos personales, de estilo y de status. Los integrantes del grupo tienen el dominio de su labor, y la apreciación del propio que se hace en base de los efectos. El dominio general de la organización se ejecuta a través de la retribución de planes, recursos y el personal del grupo encargado. Es una cultura conveniente en ambientes elásticos, inconstantes, profesionales y escasamente previsibles (pp.3-4).

Bonavia, Prado y García (2010) En este análisis se muestran los efectos de ajuste a agrupaciones I+D estudiantes de lenguaje hispano de la indagación de cultura organizacional de Denison. Esta indagación, compuesta de 60 ítems la cual identifica 12 características culturales, que se conforman por cuatro dimensiones, se muestra el predominio para incrementar su seguridad organizacional. La adecuación al castellano que aquí se plantea ha sido aplicada a 488 personas referentes a 39 grupos de I+D tecnológicos de la universidad politécnica de valencia (p.15).

### **Variable 1: cultura organizacional.**

Bonavia, prado y García (2010). En la investigación se muestran resultados de la conformación del grupo I+D estudiantes de habla hispana del cuestionario sobre cultura organizacional de Denison. El cuestionario esta realizado por 60 ítems los cuales identifican 12 características culturales, las cuales se agrupan en 4 dimensiones, ha mostrado su influencia para incrementar la efectividad organizacional. Se sugiere que la adaptación del castellano se aplicó a 488

estudiantes lo cuales pertenecen a 39 grupo de I+D tecnológicos de la universidad politécnica de valencia (p. 15).

Iñaki (1999) menciona de la misma manera que el entorno colectivo, el enunciado “cultura corporativa” asimismo surge errada y complejo de determinar en la industria. Esta considerablemente divulgada, empleada cotidianamente, es de categoría de ideas en la que como respuesta obtenemos: “Comprendo lo que quiere decir pero no podría precisarlo exactamente. Se lograría con ejemplo, lo cual no está mal, ya que conforme a Iñaki “Solo se llega a comprender que representa “cultura empresarial” en el momento en el que explicado culturalmente diversas organizaciones, estando en situación de indicar las similitudes y disimilitud el modo que se acople es el comparativo.

### **Cultura como totalidad.**

La cultura empresarial refiere que la cultura principal (valores primordiales que comparten la mayoría). Es la que permite a la organización identidad característica. Está limitada a la macro cultura y las subculturas sin necesariamente estar definidas por las mismas. Muchos autores sustentan que distintos casos, se encuentra la cultura establecidas según las organizaciones.

Sub o micro culturas en la organización: cooperan a la cultura frecuente más poseen las peculiaridades, principalmente en empresas grandes. Si la cultura es un beneficio aprendido de la costumbre, se logrará revelar una cultura a partir de los valores compartidos. Pueden acaecer muchas subculturas actuando en una unidad social mayor: cultura directiva, las demás según la especialidad profesional y división funcional, geográfica, etc.

### **Cultura Corporativa.**

Adecuadamente la empresa define la cultura empleada por la antropología social, esta presenta un ascenso en 1951, publicado en la obra de E. Jacques, *The Changing Culture of a Factory*. Aunque rápidamente se abandonó de forma que no se restableció por mediados del año 70. Sin embargo, se dice que aun no empleando explícitamente “cultura”, Philip Selznick investiga poco antes de su



subsistencia sobre algún desarrollo consustancial para las organizaciones que quieren alcanzar una identidad perteneciente. Basado en un cambio dado como forma lúcida e ineludible, producto de la experiencia de la organización y pesadumbre gracias a la preservación. Se le nombro como “Institucionalizacion” al proceso, ya que es un modo responsable de metas (organizacional) en modo social, el cual avala solidez externa que interna (institucionalmente). En el tiempo que una empresa consigue identificarse se transforma en un ente. Cuando una sociedad se institucionaliza obtiene existencia individual, autónoma de alguno de sus socios. Integra de una forma de ser y realizar, la entidad y comprensión tácita sobre el modo concreto de actuar (pp.13-14).

### **El clima o ambiente de trabajo.**

El ambiente laboral demanda un interés particular, el lazo de la cultura es tan inmenso que repetidamente en dos terminaciones se desorientan. Efectivamente, manifiestan anormalidades contiguas y semejantes, debido a que las diferencias frecuentan mostrarse únicamente en entornos académicos, en el momento que se explora un estudio de especificaciones. No obstante, de forma inconsciente es probable percibir muchas desigualdades. De la misma manera que la cultura, el clima surge dificultoso de conceptualizar en términos pequeños. Sin embargo, basta expresar que se infiere como un grupo de peculiaridades parcialmente estables del medio profesional que inciden en la conducta de los colaboradores. Vale decir que no se estima la disimilitud significativa referente a la cultura. Manifiesta las posteriores particularidades: a) Composición de variedad de dimensiones. Tal como fenómenos meteorológicos, en un ambiente ordenado intervienen diversas variables, lo que complica su pronóstico. b) consiste en apreciaciones propias más que de la circunstancia ambiental objetiva. En otras palabras, la conducta de las personas estará dirigido por la percepción – adecuada o equivocada-. c) es un fenómeno indirectamente visible (depende de la percepción originada el interior de los individuos). Por lo contrario, el efecto ya sea positivo o negativo son muy notorias en la conducta: disgusto, ausencia, disputa, reclamación, más un el empeño en las actividades otorgadas, afinidad con la misión, trabajo aplicado, ánimo y estímulo por los resultados obtenidos, d) es parcialmente permanente, pero no severo.

En conclusivo, se expresa de una terminología descriptiva la cual se manifiesta en lo que observan los colaboradores, las peculiaridades (cultural y física) del sitio en el que se labora y cómo aprecia la peculiaridad conforme su percepción personal. Por esta razón, Concluyendo, empleamos la terminología descriptiva la cual expresa el modo en lo que observan los colaboradores, las peculiaridades (cultural y física) del sitio en el que se labora y cómo aprecia la peculiaridad conforme su percepción personal. Por esta razón, está relacionado con la satisfacción en el ambiente laboral. El ambiente es la definición más utilizado, poniendo realce en la influencia que tiene el entorno en la conducta de las personas, comprendiendo de forma subjetiva el ambiente. Ahora último se la cultura se ha aproximado a raíz de el origen de los climas, como enlazado en los valores de la organización. La cultura ha surgido como pronunciamiento contra lo cuantitativo, viéndose como se ha desarrollado. Siempre se ha referido a las presunciones más de fondo. Son los individuos los que poseen esas suposiciones y a partir de ellas se originan las declaraciones culturales (pp. 15-17).

#### **Factores que determinan la cultura.**

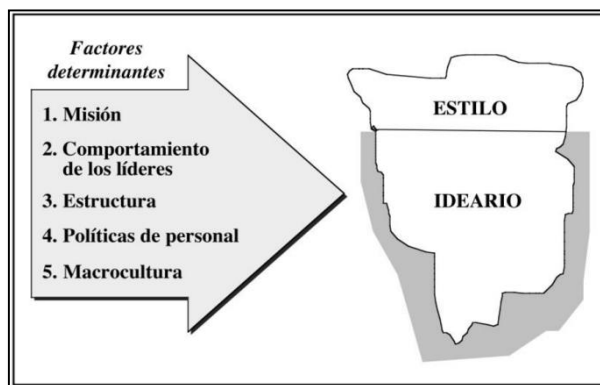
Descubrir el curso de creación acerca de la cultura se observa como una actividad exageradamente problemática, imprescindible a que son varios las causas que confluyen en la constitución de la cultura, es de cómo se verá, de agentes ordinariamente dificultosos de medir, por lo tanto, no es sencillo poder determinar el motivo de la significación relativa de cada uno. Su desarrollo tiene que ser algo igual al de crear un grupo. Otro problema es de extrapolar a todas las empresas, aquellos fenómenos observados, ya que muchos expertos comentan que, al último, la cultura se tiene que aprender en los casos concretos. Se cuenta de ese modo con los atisbos y aproximaciones. De esta manera es que los últimos años existe varias explicaciones de ellas, sin llegar a concluir del todo la mayor o menor importancia de cada una, que es un supuesto el variar las circunstancias (pp. 18-19).

### Misión o propósito.

Conlleva la cascada del objetivo, las metas e intereses. Enmarca el corazón de la empresa, el motivo por el que existe. Responde a estas preguntas: ¿Qué es aquella empresa?, ¿en qué consiste el giro del negocio?, ¿Cuál es lo valioso para los clientes? Aunque llegue parecer lo contrario, las respuestas concurrentemente no son cercanas, lo que conlleva a determinar que es complicado fijar una claridad a los objetivos comunes. Por cierto, muchas veces la misión no está escrita, pero debe estar presente quienes conforman la empresa de esa manera saber a dónde encaminan, es así que la cultura debe estar firme en la definición de la misión (p.19).

### Líderes dentro de la organización.

Por medio de las acciones, se sabe las creencias y valores, como su identificación y fidelidad a los valores de la empresa, en caso no es así, los subordinados siempre se darán cuenta de ello, es por eso que el medio más apropiado para destruir la cultura radica en que lo que se hace refuta lo que se dice. Los líderes acuerdan para amoldar la cultura por medio de los procedimientos siguientes, organizar de mayor a menor relevancia: a. las verdaderas declaraciones acerca de la filosofía de la organización. Las metas, credos y misión, b. la estructura externa e interna de los edificios, distribución de despachos, iluminación, colores c. mensajes, instrucciones y públicos, d. sistema de asignación de recompensas y posición jerárquica, e. leyendas acerca del fundador f. temas de las directivas que prestan más atención como la calidad, limpieza, puntualidad, disponibilidad g. situación por el cual el líder reacciona ante las críticas.



*Figura 1. Factores determinantes de la Cultura.*

*Nota:* Tomado de "Clima y Cultura Organizacional". Lima, Perú: Iñaki.

Exactamente el papel de fundador es de mucha importancia, ya que en primer lugar ocurre ser de una persona emprendedora, con fuerte carácter, sin problemas a las costumbres e ideologías, sabedor del negocio, asimismo, cuando la empresa pasa las primeras etapas, todavía no se ha integrado una específica rutina, por lo que el dueño posee una posición de autoridad, es así que serán sus decisiones que tendrán éxito (Iñaki 1999, pp. 19-20).

### **Estructura de la organización.**

La disposición de la empresa y los departamentos estos definidos por las generales políticas, los principios que ayudan a una menor o mayor descentralización, de la misma manera que los sistemas organizativos no serían envase pasivo de la cultura, más bien predominan en ella. Por otro lado, pueden presentar flexibilidad con alto grado de adaptabilidad, delegación y cambiantes, con la facilidad de crear multifuncionales comités de un periodo corto, estimulantes de la innovación del experimento, opuesto a ello pueden ser rígidos, centralistas, formalistas al control, atento a la funcional eficacia y el cumplimiento normativa. Como se puede observar cada estructura incentiva un propio estilo cultural. Puesto que en oportunidades se observa ciertas fricciones entre estructura y fricciones (pp.21-22).

### **Políticas de personal.**

Poseen una grande repercusión en la cultura, los criterios de selección de personal, los planes de formación y desarrollo, la promoción interna, las reglas disciplinarias y, de modo particular, los sistemas de evaluación del rendimiento y las recompensas a ellos asociadas, pues se expresan abiertamente que es lo que de verdad se valora en la empresa. ¿Qué y cómo se evalúa?, ¿Son claros los procedimientos y los resultados?, ¿se perciben como herramienta de mejora o como amenaza?, ¿son tan frecuentes y complejas que se difumina su eficacia?,

¿refuerzan o debilitan la cultura y los objetivos? Para crear confianza y cultura en lo que se enfatiza es, sobre todo evaluar actitudes (pp.22-23).

### **Macro cultura.**

Si, como se ha indicado, la macro cultura está creada por el ambiente en el que se ve inmersa la organización, deberá tomarse mayor importancia y atención a la reputación ante los clientes y la sociedad, las peculiaridades del sector, la cuota de mercado, las regulaciones, las barreras de entrada y el posible proteccionismo, la tecnología al alcance, la mayor o menor competitividad del ámbito inmediato, etc. Par algunos autores, “este entorno en el que está el negocio es el factor que genera la mayor dependencia en la formación de su cultura corporativa”. Constituida por algunos elementos relativamente fijos, otros más cambiantes y circunstanciales ,siendo característico de las últimas décadas una aceleración de los cambios globales tanto económicos como socioculturales ,fenómeno que ha causado cierta perplejidad ,hasta el punto de aflorar términos como posmodernidad ,sociedad del conocimiento era post industria ,alas que se replica con categorías similares:” empresas de la tercera oleada “Learning organizations”, “corporaciones virtuales y últimamente, “intelectual capital management” (p.23).

### **Evaluación y diagnóstico de la cultura corporativa.**

Favorable o desfavorable, arraigada difusa, compartida fragmentada, tanto investigadores como gestores parecen coincidir en la influencia real de la cultura. Ignorarla no sirve de nada, pues, aunque no se le preste atención, existe e influye. Se trata, por tanto, de conocerla para contar con ella y, si es posible, mejorarla. Luego el primer paso para gestionar la cultura, o al menos para dirigirla teniendo en cuenta, es comprenderla. Puede que en algunos casos sea difícil expresar el ser de una organización, pero de lo que cabe duda es de que tiene uno. ¿Cómo llegar hasta él? Se puede intentar acceder a la cultura a través de la pura observación de los acontecimientos, pero resulta evidente que, además de tratarse de un proceso lento y laborioso, parece un acercamiento poco fiable si no está en manos de un experto. Desde luego, la experiencia, la intuición y el conocimiento de la empresa facilitaran a un directivo la percepción de los fenómenos culturales en términos globales, pero ¿Cómo asegurarse de hasta qué

punto los valores esenciales han calado en los empleados?, ¿Qué conocimiento se tiene de la misión?, ¿Cuántas subculturas cabe detectar?, etc. El objetivo es responder a estas y otras preguntas para identificar la cultura existente, detectar sus incoherencias y explicitar sus componentes nucleares (valores y creencias) a partir de las manifestaciones observables de su estilo (normas, símbolos, rituales, mitos, e historias). Con el fin de lograrlo, en las últimas décadas se han desarrollado varias metodologías de investigación (pp. 33-34).

### **Comportamientos (clima laboral).**

La cultura guía y refuerza el comportamiento través de un sistema, a de valores, creencias, costumbres y reglamentos que todos conocen y entienden. Los comportamientos aparecen enormemente condicionados por el clima que se respira en la organización y que, como se ha visto, es fruto de la percepción tanto de los factores culturales como de la actitud de los propios compañeros. Para un análisis rápido podría bastar con preguntarse: ¿los trabajadores tienden a colaborar o a competir entre sí?, ¿en las reuniones hay participación con un talante positivo o surgen frecuentes discordias?, ¿existe confianza entre jefes y subordinados de los diversos niveles? (p.48).

### **Decisiones (criterios).**

Donde falta una cultura clara y positiva abunda la indecisión porque los individuos no están muy seguros de comprender que se espera de ellos. Unido a esto se encuentra la indeterminación: ¿Cómo se toman las decisiones; quienes la toman; en cuánto tiempo?, ¿con miedo o con seguridad?, ¿Qué vinculación espontánea suscitan? En cualquier empresa se toman diariamente cientos de decisiones, cada una de las cuales facilita o estorba el logro de las metas corporativas. Los miembros de la organización evalúan la oportunidad y acierto de sus decisiones en referencia – deliberada o inconsciente- a la cultura corporativa. Aquí la confianza también es un elemento crucial: la comodidad y seguridad moral con compañeros, clientes y superiores, permite actuar autónomamente para favorecer los intereses de la empresa, sin miedo a equivocarse. ¿Se sienten los miembros de la organización cómodos al expresar sus opiniones o manifestar las dificultades que observan?, ¿se atreven a asumir riesgos razonables?, ¿se toman

represalias ante las equivocaciones?, ¿el ideario de la empresa sirve como criterio de decisión cuando no se puede consultar al superior? (p.49).

### **Funciones de la cultura.**

Cabe agrupar las múltiples funciones de la cultura en dos grandes ámbitos, uno interno y otro externo:

(a) En cuanto al primero, la cultura actúa como un factor de integración interna: facilita el compromiso personal más allá del autointerés, fomenta la unidad operativa, sirve de criterio común al que atenerse y constituye el supuesto desde el que sus miembros actúan, se convierte en fuente de significado y transmite un sentido de identidad, proporciona estabilidad personal y corporativa, propicia estructuras planas e informales, sirve de criterio para la selección de personal y facilita la comunicación (salgado,1977,p. 342). (b) En relación con el exterior, actúa como un factor de adaptación al entorno: confiere identidad corporativa a la organización y la distingue de otras, incrementa la estabilidad frente a los cambios ambientales, orienta en la programación de la publicidad y en la definición de estilos comerciales, debe tenerse muy en cuenta al promover ampliaciones, adquisiciones y fusiones, así como en los planes de internacionalización.

A la vista de tan numerosas repercusiones, no es de extrañar el enorme interés que suscita la cultura entre los dirigentes empresariales. Tenga o no una repercusión inmediata en los beneficios económicos, lo que parece indudable es que resulta cuando menos difícil lograr este si no se conoce la propia empresa, su "manera de ser y de actuar". Pero la cultura no solo sirve para conocer la realidad presente, sino también para prever el futuro; no son pocos los casos de empresas víctimas de su propio éxito económico: confiadas en los buenos resultados externos descuidan el cultivo de su clima y crecimiento interno.

Por este motivo, quienes han estudiado la importancia de los factores culturales en la gestión de las empresas llegan afirmar que generar, mantener y transmitir la cultura es diseñar lo más nuclear de la organización, por lo que debe considerarse la función directiva principal (pp.49-50)

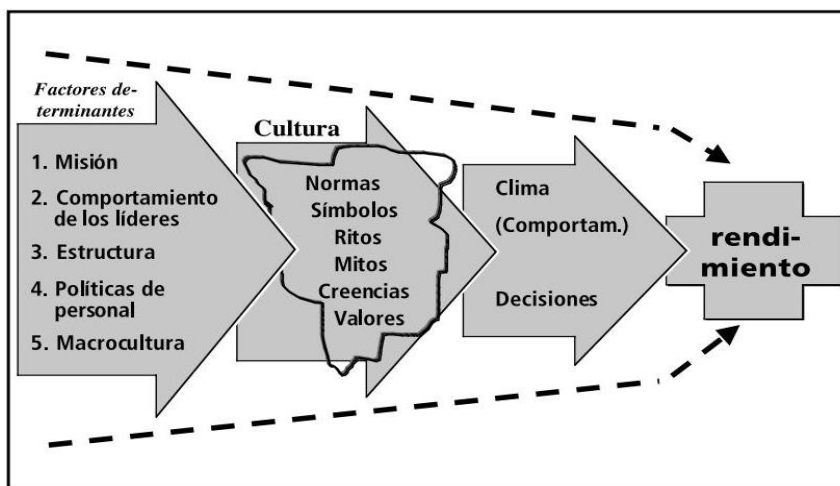


Figura 2. Funciones de la Cultura.

Nota: Tomado de "Clima y Cultura Organizacional". Lima, Perú: Iñaki

La cultura procede a ser lo que conforman los modelos de decisión de una empresa, conduce sus labores y promueve la conducta individual de sus miembros. Es el modo como se realizan las cosas en el día a día. Toda organización posee una cultura más o menos establecida y más o menos clara, que a veces está dividida y es difícil de notar desde fuera. Con continuidad pasa más desapercibida para los que la aprecian a diario, únicamente porque se han habituado a ella. Aflora en cambio, cuando se tratan de establecer métodos de hacer que choquen con los valores centrales o en el momento que se quiere incluir una estrategia que estima una variación en las costumbres.

Se descubre en ciertos detalles analizando a la gente: la relación entre los colaboradores, las alusiones a usuarios, el grado de implicación en las decisiones, la repartición y cargo del tiempo, las políticas generales, la colocación del mobiliario y los despachos, el mayor por menor entusiasmo, el entorno de trabajo, el activismo, los gestos, las caras de esta muy ocupado, etc. Las recompensas y los incentivos a la productividad tienen una consideración singular: Si están bien diseñados, expresan y defienden los valores y creencias en que se ampara la organización; en caso contrario, pueden manifestarse contraproducentes (pp.7-10).



En el presente trabajo, el instrumento que se tomará para la variable cultura organizacional, será: “cultura organizacional de Deninson” adaptándolo a la realidad de la ONP con el fin de demostrar su influencia para aumentar la efectividad organizacional.

### ***Dimensión 1: Consistencia.***

Según Pardo (2010, pp. 17-18) La investigación ha mostrado que las organizaciones son efectivas cuando son consistentes y están bien integradas. El comportamiento de las personas está marcado por un conjunto de valores que induce a líderes y seguidores a alcanzar acuerdos (aun cuando pueda existir divergencia en las opiniones), de manera que las actividades de la organización queden coordinadas adecuadamente. Las organizaciones con estas características tienen una cultura fuerte y distintiva que influye firmemente en el comportamiento de sus trabajadores. La consistencia es una potente fuente de estabilidad e integración interna resultado de una visión compartida y un alto grado de conformidad.

Este rasgo cultural se mide por: a) Valores centrales. Los miembros de la organización comparten una serie de valores que crean un sentimiento de identidad y un conjunto claro de expectativas. b) Acuerdos. Los miembros de la organización son capaces de lograr acuerdos en los temas esenciales. Esto implica, por un lado, un nivel de acuerdo tácito, y por otro, la capacidad de reconciliar diferencias cuando ocurren. c) Coordinación. Diferentes áreas y unidades de la organización son capaces de trabajar conjuntamente para alcanzar objetivos comunes. Las fronteras organizativas no suponen barreras para desarrollar un buen trabajo. d) Integración. Consiste en los procedimientos para dora al organismo social de todos aquellos elementos, tanto humanos como materiales, que la mecánica administrativa señala como necesarios para su más eficaz funcionamiento, escogiéndolos, introduciéndolos, articulándolos y buscando su mejor desarrollo. Aunque la integración comprende cosas y personas, lógicamente es más importante la de las personas y, sobre todo, las de los elementos administrativos o de mando (Reyes, 2004, p.28).

### ***Dimensión 2: Implicación.***

Las organizaciones efectivas dan poder a sus miembros, se organizan en equipos y desarrollan las capacidades humanas a todos los niveles. Los miembros de estas organizaciones están comprometidos con su trabajo y sienten que son una parte importante de la organización. Las personas de cualquier nivel jerárquico participan de las decisiones que afectarán su trabajo y perciben que éste está directamente relacionado con los objetivos de la organización. En el cuestionario, estos aspectos están medidos por las tres sub escalas siguientes:

*Indicador 1: Empowerment.* A diferencia de lo que haremos con el resto de vocablos, preferimos mantener aquí la denominación en inglés, ya que son varias las traducciones del mismo que se han propuesto, pero ninguna ha sido plenamente aceptada): Los individuos tienen autoridad, iniciativa y capacidad para dirigir su propio trabajo. Esto genera un sentimiento de pertenencia y responsabilidad hacia la organización.

*Indicador 2: Trabajo en equipo.* El valor reside en el trabajo cooperativo hacia objetivos comunes, sintiéndose todos los empleados responsables del mismo. La organización depende de los esfuerzos del trabajo en equipo para alcanzar los objetivos.

*Indicador 3: Desarrollo de capacidades.* La organización invierte de forma continuada en el desarrollo de las competencias y habilidades de sus empleados con el objeto de mantener su competitividad y aprovechar nuevas oportunidades de negocio.

### ***Dimensión 3: Adaptabilidad.***

Las organizaciones excesivamente integradas ofrecen a menudo dificultades para cambiar y adaptarse a nuevos entornos. Integración interna y adaptación externa pueden ser difíciles de compatibilizar, pero es necesario para lograr organizaciones efectivas. Las organizaciones adaptativas toman a sus clientes como guía, asumen riesgos y aprenden de sus errores, y tienen capacidad y experiencia en introducir cambios. Continuamente están mejorando la capacidad

de crear valor para sus clientes. Las organizaciones con elevada adaptabilidad usualmente experimentan crecimiento en las ventas e incremento de las cuotas de mercado. Esta dimensión cultural se mide por medio de tres indicadores:

*Indicador 1: Orientación al cambio.* La organización está capacitada para crear nuevos espacios conducentes al cambio. Es capaz de interpretar adecuadamente el entorno del negocio, reaccionar rápidamente a las modas vigentes y anticipar futuros cambios.

*Indicador 2: Orientación al cliente.* La organización conoce a sus clientes y anticipa sus futuras necesidades. Refleja el grado en el que la organización está guiada por la preocupación de satisfacer a sus clientes.

*Indicador 3: Aprendizaje organizativo.* La empresa percibe, interpreta y cambia la organización recibe, interpreta y transforma señales del entorno en oportunidades que alienten la innovación, ganando conocimiento y desarrollando capacidades.

*Indicador 4: Propósito estratégico.* El propósito estratégico es un deseo, o mejor dicho, es un reto para cualquier coorganización separado del giro o tamaño, se plantea para reflejarse en el futuro y algunos de estos propósitos estratégicos podrían ser:

1. Liderazgo en la industria a escala global (empresa grande).
2. Dominar un nicho de mercado (empresa pequeña).
3. Superar a los líderes de mercado (empresa emergente).
4. Convertirse en pioneros de un descubrimiento que cambie la forma de vivir y trabajar (empresa innovadora) (Torres, 2014, p.163).

## Variable 2: Calidad de servicio.

### *Teoría servperf*

Según Camisón, Cruz y González (2006) manifiesta que como alternativa al modelo SERVQUAL, Cronin y Taylor (1992) desarrollaron una escala para medir la calidad percibida basada únicamente en las percepciones del cliente sobre el servicio prestado. El modelo emplea las 22 afirmaciones referentes a las percepciones sobre el desempeño extraídas directamente del modelo SERVQUAL. Reduce, por tanto, a la mitad las mediciones con respecto al SERVQUAL y lo convierte en un instrumento mucho más manejable y menos costoso de utilizar. Además, supera las limitaciones que surgen de la utilización de expectativas para medir la calidad percibida.

Se calcula de la siguiente manera:

$$Q_i = \sum W_j P_{ij}$$

Donde:

$Q_i$  = calidad percibida global del elemento  $i$ ;

$k$  = número de atributos, 22 en este caso;

$P_{ij}$  = percepción del resultado del estímulo  $i$  con respecto al atributo  $j$ ;

$W_j$  = importancia del atributo  $j$  en la calidad percibida.

Como podemos observar, esta escala utiliza ponderaciones en función de la importancia que cada atributo tiene en la evaluación de la calidad, y la calidad del servicio será tanto mejor cuanto mayor sea la suma de dichas percepciones (p.923).

### *Teoría kano*

Para Gutiérrez (2014) indica que, en las tareas para identificar las necesidades y expectativas de los clientes, y en las tareas de diseño de productos y procesos

encaminadas a satisfacerlos es importante considerar el trabajo de Kano, et al. (1984) que desarrollaron un modelo para categorizar los atributos de un producto o servicio con base en qué tanto y cómo ayudan a satisfacer las necesidades de los clientes. La clave es relacionar la satisfacción del cliente con el desempeño del producto o servicio. El modelo identifica tres categorías diferentes de acuerdo a cómo se afecta la satisfacción del cliente en función del grado en que se cumplen sus expectativas.

Los atributos unidimensionales (necesidades de desempeño) suelen ser lo que el cliente responde cuando se le pregunta qué es lo que quiere. La forma en que estos requisitos satisfacen (o disgustan) al cliente es directamente proporcional al nivel en que están presentes (o ausentes) en el producto o servicio. Un alto desempeño de un producto lleva a una alta satisfacción del cliente. Un buen ejemplo son los descuentos en una compra, donde a mayores descuentos más satisfacción del cliente.

En cuanto a los Atributos atractivos (necesidades emocionales); su ausencia no causa descontento porque los clientes no los esperan; por lo que ellos no son conscientes de que faltan. Sin embargo, si el atributo está presente el cliente queda fascinado, y se aumenta exponencialmente su satisfacción conforme se incrementa el desempeño de este tipo de atributos, Por ejemplo, los compradores de productos cosméticos no se molestan si no se les entrega un bono cuando compran, pero les agrada mucho cuando eso sucede.

Asimismo, en cuanto a los atributos básicos; los clientes dan por sentado que estos atributos están presentes. Sin embargo, si el producto o servicio no cumple adecuadamente con esas necesidades básicas, el cliente estará muy insatisfecho. Por ejemplo, un vendedor hostil causa insatisfacción del cliente, pero si es amable no incrementa sensiblemente la satisfacción del cliente debido a que la amabilidad de un vendedor es una necesidad básica del servicio (p.53).

### ***Teoría del desempeño evaluado***

Para Camisón, Cruz y González (2006) comenta que el modelo del Desempeño Evaluado (EP) es el primer modelo aportado por Teas (1993) en el afán de suplir

las limitaciones que presenta el instrumento SERVQUAL. Este autor cuestiona el concepto de «expectativas» y pone en entredicho la estructura de medición P-E del instrumento SERVQUAL, ya que un incremento de la diferencia entre percepciones y expectativas puede no reflejar necesariamente un incremento de los niveles de calidad percibida. Este modelo evalúa la calidad del servicio percibida como «la congruencia relativa entre el producto y las características ideales del producto para el consumidor»

De forma simplificada, el modelo EP se puede calcular con la siguiente expresión:

$$Q_i = -1 \left[ \sum W_j |P_{ij} - I_j| \right]$$

Donde:

$Q_i$  = calidad percibida global del elemento  $i$ ;

$m$  = número de atributos;

$P_{ij}$  = cantidad percibida del atributo  $j$ ;

$I_j$  = cantidad ideal del atributo  $j$  como el punto ideal actitudinal clásico;

$W_j$  = es la importancia del atributo  $j$  como determinante de la calidad percibida.

Los resultados se interpretan considerando que cuanto mayores sean los valores de  $Q_i$  mayores niveles de calidad percibida (p.924).

### ***Teoría de la calidad normalizada***

Según Camisón, Cruz y González (2006) en la teoría de Teas (1993), además del modelo EP, también propone el modelo de la Calidad Normalizada (NQ) como alternativa al modelo SERVQUAL.

Este modelo compara la calidad percibida del objeto que se evalúa y la calidad percibida de otro objeto que se toma como referente, que hace la función de las expectativas en el modelo de operativización P-E. Este modelo se puede expresar de la siguiente manera:

$$NQ_i = |Q_i - Q_e|$$

Donde:

$NQ_i$  = calidad normalizada para el objeto  $i$ ;

$Q_i$  = calidad percibida del elemento  $i$ , operativizada mediante el modelo EP;

$Q_e$  = calidad percibida por un individuo del objeto excelente.

A pesar de que este instrumento supone una alternativa válida para medir la calidad percibida, su aplicación está condicionada por la gran cantidad de información que requiere y la dificultad para obtenerla (p.925).

### **Calidad percibida.**

Esta dado por la separación entre la calidad incorporada al producto en el momento de la entrega y la percepción de la calidad en la venta, durante el uso o consumo del bien. Los principales factores de la calidad ética recogen aspectos intangibles como la prontitud, puntualidad y rapidez en la respuesta de llamada de servicios, y el profesionalismo, que condiciona la opinión respecto a la calidad antes incluso su consumo. Asimismo, las características de calidad contractuales mencionan sobre todo a la garantía de calidad (pp.187-190).

### **La calidad objetiva.**

Busca discernir entre un proceso normal y un rendimiento, referidos a los aspectos de la calidad medible cuantitativamente con procesamiento de datos. Esta definición indica bien la excelencia, bien la supremacía operativa de los atributos del producto. Sin embargo, la calidad subjetiva en las sugerencias y opiniones del cliente, y ello se puede cuantificar estudiando la satisfacción del cliente.

### **Calidad estática y calidad dinámica.**

La sensación de calidad en un aspecto fijo o inmóvil es representada con características de superioridad absoluta o de conformidad. Sin embargo, la calidad es un proceso dinámico que está en función de múltiples factores en

permanente evolución como las costumbres, experiencia, gustos o motivaciones del cliente.

### **Calidad absoluta y calidad relativa.**

Los primeros cuatro conceptos parten de una definición absoluta de calidad. Esta se rige por la dirección o necesidades del consumidor, en un conjunto de características y especificaciones, que se miden de forma objetiva. Asimismo, la calidad se valora de manera absoluta, y se mide entre la diferencia de la calidad realizada y la calidad programada.

### **Calidad interna y calidad externa.**

Los conceptos absolutos de calidad son también definiciones internas que mejoran la conformidad del producto y proceso, de la cuales está ausente el análisis del entorno competitivo y de los mercados, la única dimensión que el concepto absoluto de calidad incorpora es la calidad en la producción.

### **Calidad como excelencia.**

El concepto de calidad como excelencia tiene sus ventajas. Primero, es una visión que puede entender como la creación de valor, dando una señal de cumplimiento de estándares a alcanzar, de modo que la aceptación y el compromiso de los empleados serán más accesibles. La excelencia puede igualmente ser una buena base para la diferenciación del producto, generando una ventaja competitiva, porque la excelencia siempre despierta interés entre sus compradores. (pp.148-149).

### **La calidad como satisfacción de las expectativas del cliente.**

La definición de calidad como satisfacción de la percepción del cliente se amplifica ante la conciencia de estos problemas y el entusiasmo de superarlo. Este significado comporta las ideas previas de Deming y Juran, el principio más relevante en calidad es la orientación hacia el cliente, si bien ahora la calidad se define y cuantifica en términos de satisfacción de calidad por lo consumido, asumiendo así que la calidad reside en los ojos de quien la contempla. La



organización deberá focalizar su atención en las experiencias y preferencias de los clientes para intentar satisfacerlas. Este concepto de calidad está focalizado en agentes externos a las empresas, y por tanto sensible a los cambios del mercado.

Deja de lado el suceso de que el cliente no conoce, en lo general, las especificaciones de calidad del producto. Los clientes no siempre analizan el rendimiento de un bien en términos de su conformidad con las características preestablecidas, bien porque no se preocupan de aspectos operativos (es el caso frecuente de los bienes de gran consumo), bien por las dificultades para tener información relevante sobre los aspectos de un producto (como es el caso del servicio). Esta limitación del concepto es importante en los servicios. (p.169).

### **La Falacia de los Ceros Defectos.**

Según Deming (1982, p.108) Claramente algo no se encuentra bien cuando un aspecto que a la justa cumple una especificación se declara conforme. La suposición de que todo está correcto con las indicaciones y existen incidencias en lo exterior. Es preciso recalcar que no es suficiente tener clientes satisfechos, ello porque existen teorías que respaldan que esos clientes, en un momento determinado, también se irán, con la teoría de que no puede perder mucho y si ganar. En el ámbito empresarial, el principal beneficio proviene de los clientes que realizan compras recurrentes en los productos, y que invitan a sus compañeros a consumirlos. Un cliente que retorne la compra de forma voluntaria, puede generar hasta diez veces el beneficio económico realizado con un cliente que responde a un estímulo de alguna publicidad.

Según Juran (1988) la definición de calidad focalizada al cliente está presente en casi todas las teorías y enfoques modernos de gestión de calidad, desde que Juran acuñara la idea de que “el consumidor es el factor más importante en el proceso de producción. La calidad se debe focalizar en satisfacer las necesidades del consumidor en el presente y futuro. Entonces, la calidad no consiste simplemente en no tener deficiencias.

### La calidad esperada, calidad programada, calidad realizada y calidad latente.

Lo primero hacia un concepto omnicomprendivo de calidad es analizar las perspectivas internas y de mercado. Con este propósito, la asociación española (1991) indica que, la satisfacción plena del cliente debe coincidir la calidad programada, la calidad realizada y la calidad necesitada.

La calidad programada o diseñada es la que la organización busca obtener (calidad prevista), y que se transmite en las características del diseño del producto, con la finalidad de responder a las exigencias del cliente.

La calidad realizada es la que se obtiene tras la producción, y está relacionado con el grado de cumplimiento de las características de calidad del producto tal como se transmite en las características del diseño. Además, la calidad esperada, necesaria o concertada es la necesidad por el cliente según se manifiesta en sus necesidades y expectativas.

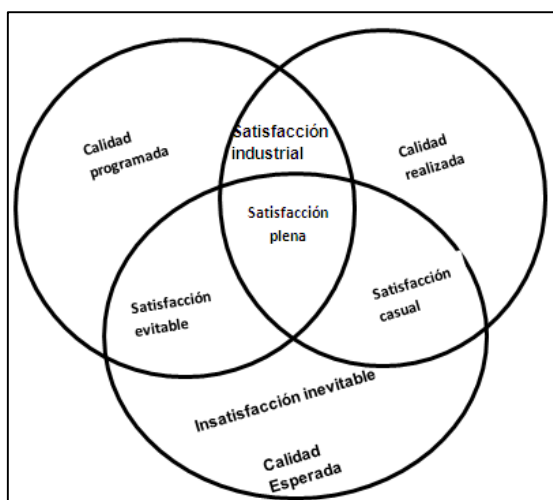


Figura 3. Conceptos de calidad esperada, programada, y realizada.

Nota: Tomado de "Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas". Lima, Perú: Camisón et al.

La definición de la calidad del producto propone que en todas las fases de su ciclo de vida del diseño hasta el servicio posventa. Para optimizar la creación de valor para el cliente, la organización tiene que planificar la calidad del producto

a producir. Por consiguiente, se tiene que definir las características del producto por medio de una investigación de mercado; y con ello satisfacer las necesidades de los consumidores. Luego de ello esas características permitirán encontrar las especificaciones del producto. (p.176).

### **Calidad de concepción.**

Esta dada por la diferencia de las expectativas/exigencias del cliente y la opinión focalizada de ellas. La calidad es un factor de la comprensión de la empresa por la dirección, que se transmite en las especificaciones de productos; con una escucha constantes de los clientes sobre la calidad.

### **La calidad de diseño o de proyecto.**

Esta dada por la diferencia entre la percepción focalizada en las expectativas y la satisfacción del cliente y las características del diseño del producto. La calidad de diseño permite medir el acierto del proyecto realizado para interpretar los requerimientos solicitados por la dirección en especificaciones técnicas o normativas de calidad para la elaboración del bien. En este hecho, se entiende por proyecto un “proceso único coherente en un conjunto ordenados y lógicos de actividades coordinales y controladas con periodos de inicio y de finalización. La puntuación distintiva de un proyecto, frente a los procesos es su carácter singular o no repetitivo.

### **La calidad de conformidad.**

Se entiende como el grado en que el diseño de un producto y su elaboración (conjunto de procesos) se acoplan a estándares de calidad definidos. Un concepto más exacto es la que se comprende como el nivel de proximidad entre la calidad de diseño programada y la calidad agregan al bien tras su elaboración. La calidad de conformidad se cuantifica con diversos criterios, aunque siempre se traduzcan en la tasa de efectos internos resultante al final del proceso productivo. La medición de la conformidad se ha basado en dos criterios fundamentales, la primera es el enfoque de conformidad aceptable y la segunda aproximación es el enfoque de conformidad no variable (p.185).

### **La calidad total.**

Los conceptos anteriores han interpretado de forma parcial la calidad. El concepto de calidad como excelencia resalta la calidad de diseño del producto. Además, la definición técnica sobre la calidad insiste de conformidad. Las visiones estadísticas y de aptitud para el uso conjugan ambas dimensiones. La definición de calidad basada en la percepción del cliente se centra en la calidad de servicio. Por tanto, se focalizan bien hacia la eficiencia interna (conformidad con las especificaciones, aptitud para el uso, reducción de la variabilidad o disminución de costes), bien hacia la eficacia externa (satisfacer las expectativas de los clientes).

El concepto de calidad total tiene su primera plasmación en el concepto de calidad como valor. Los antecedentes de este concepto se encuentran en la Economía y el Marketing. Ambas disciplinas han establecido que la calidad, junto con el valor del producto o el plazo de entrega, son variables que definen la elección del cliente (Reeves y Bednar, 1994). Mientras que la teoría microeconómica fue el paradigma dominante, se aceptó que el precio era el único factor determinante de la elección del consumidor. La manifiesta realidad de la hipótesis de la competencia pura por precios ha inducido al desarrollo de nuevos modelos marginalistas que incorporen la calidad al proceso de decisión de los consumidores, más tarde superados con el desarrollo de la Economía Industrial.

Entre las ventajas de este concepto primigenio de calidad como valor, se incluyen las siguientes: (a) tiene su principal pro en que ya es un paso hacia una definición de calidad que tenga simultáneamente en cuenta la eficiencia interna y la eficacia con respecto al mercado; (b) se trasmite entonces a la dirección el mensaje de que debe considerar, tanto las implicaciones en costes derivadas de la conformidad con las especificaciones, como el impacto en el mercado surgido de la aptitud para el uso o de la satisfacción de las expectativas del cliente; (c) si la calidad se define como valor, se pueden contemplar múltiples atributos del producto (desde el precio a sus características de calidad) y su efecto sobre la decisión de comprar; (c) ello supone un paso adelante frente al menosprecio de la calidad en el comportamiento del consumidor típico de la teoría económica, o a

la desconsideración del precio en la literatura sobre Gestión de Calidad (pp.193-194).

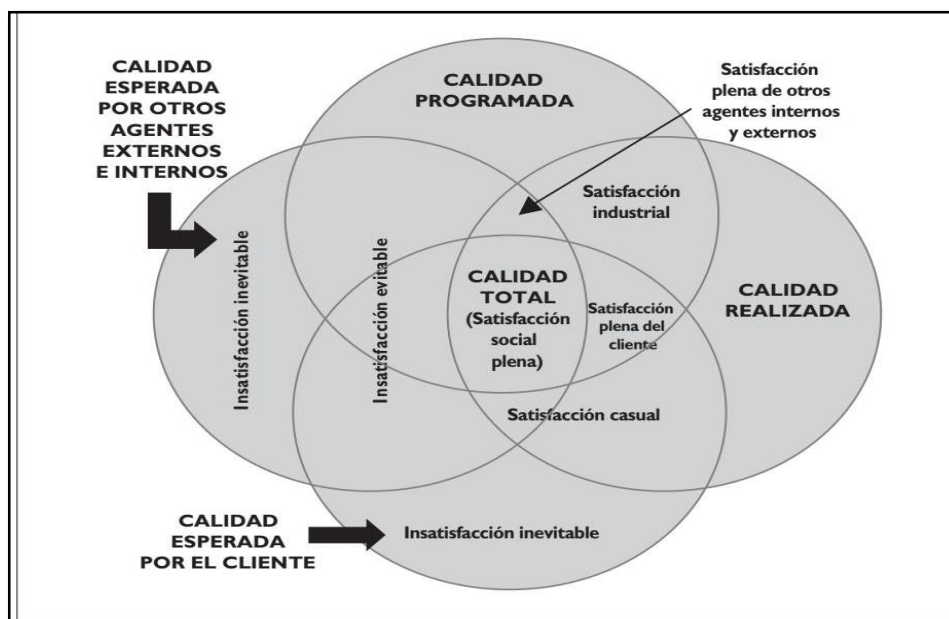


Figura 4. Calidad total como satisfacción de expectativas y creación de valor para todos los grupos de interés.

*Nota:* Tomado de “Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas”. Lima, Perú: Camisón et al.

Las dimensiones de la calidad del producto establecidas por Gavin (1987) no son suficientes para describir todos los aspectos presentes en el diseño, desarrollo y entrega de los productos complejos actualmente, cuando la empresa adopta un concepto de calidad total. (a) diseño para la calidad, equivalente a las dimensiones de calidad de diseño y de conformidad ya introducidas. (b) satisfacción recurrente del cliente, entendida como colmar sus necesidades en el tiempo correcto y en la cantidad, precio y desempeño que desea. Esta dimensión obliga a la empresa a distinguir entre las actividades de apoyo y las actividades que añaden valor. (c) productividad global, entendida como una medida de la eficacia en el uso de inputs para realizar outputs útiles, es decir, descartando los productos defectuosos. (d) costes de calidad. (e) rentabilidad (p.198).

En el presente trabajo, el instrumento que se tomará para la variable calidad de servicio, será el modelo: "SEVQUAL". Pues, el mencionado modelo describe el desarrollo de un instrumento de 22 ítems con el fin de evaluar las percepciones de los clientes sobre la calidad del servicio en organizaciones de servicio y venta al por menor.

### ***Dimensión 1: Tangibles.***

Es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal.

### ***Dimensión 2: Fiabilidad.***

Se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir, que la empresa cumple con sus promesas, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas y fijación de precios.

### ***Dimensión 3: Capacidad de respuesta.***

Es la disposición para ayudar a los usuarios y para prestarles un servicio rápido y adecuado. Se refiere a la atención y prontitud al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los clientes, y solucionar problemas.

### ***Dimensión 4: Seguridad.***

Es el conocimiento y atención de los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.

### ***Dimensión 5: Empatía.***

Se refiere al nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes. Se debe transmitir por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente (p.107).

## **1.4 Formulación del problema**

### **1.4.1 Problema general.**

¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la calidad del servicio en la sede central de la ONP - 2017?

### **1.4.2 Problemas específicos.**

#### ***Problema específico 1.***

¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la tangibilidad en la sede central de la ONP - 2017?

#### ***Problema específico 2.***

¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la fiabilidad en la sede central de la ONP - 2017?

#### ***Problema específico 3.***

¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la capacidad de respuesta en la sede central de la ONP - 2017?

#### ***Problema específico 4.***

¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la seguridad en la sede central de la ONP - 2017?

#### ***Problema específico 5.***

¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la empatía en la sede central de la ONP - 2017?

## **1.5 Justificación**

### **Teórica.**

Méndez (citado por Bernal, 2010, p. 106), señala que en un estudio existe una justificación teórica, ya que el fin es permitir la reflexión y debate profesional

respecto a las teorías actuales para comprobar un conocimiento y/o confrontar los resultados de los fundamentos existentes.

En la presente investigación se espera incentivar alguna reflexión y despertar alguna controversia académica acerca del entendimiento existente, verificar la teoría y comprobar las futuras conclusiones.

### **Práctica.**

Valderrama (2015) afirma que la justificación práctica se basa en incrementar los conocimientos, en lograr un título profesional o para permitir solucionar problemas específicos que perjudican a las entidades (p. 141).

De la presente investigación los resultados que se logren valdrán de consulta a las organizaciones, estudiantes universitarios y demás entidades con la aplicación de una correcta cultura organizacional para que se brinde una adecuada calidad del servicio.

### **Metodológica.**

Méndez (citado por Bernal, 2010) menciona que se busca plantear un nuevo método o técnica con el fin de asegurar teorías válidas y confiables (p. 107).

En la siguiente investigación se propone en dar a conocer el método de correlación, del cual será como base a otras investigaciones, que también deseen incorporarlo, además la técnica que se utilizará del mismo modo muestra a detalle para otras posibles investigaciones.

## **1.6 Hipótesis**

### **1.6.1 Hipótesis general.**

La Cultura Organizacional se relaciona con la Calidad del Servicio en La sede central De La ONP - 2017.



### **1.6.2 Hipótesis específicas.**

#### ***Hipótesis específica 1.***

La cultura organizacional se relaciona con la tangibilidad en la sede central de la ONP - 2017.

#### ***Hipótesis específica 2.***

La cultura organizacional se relaciona con la fiabilidad en la sede central de la ONP - 2017.

#### ***Hipótesis específica 3.***

La cultura organizacional se relaciona con la capacidad de respuesta en la sede central de la ONP - 2017.

#### ***Hipótesis específica 4.***

La cultura organizacional se relaciona con la seguridad en la sede central de la ONP - 2017.

#### ***Hipótesis específica 5.***

La cultura organizacional se relaciona con la empatía en la sede central de la ONP - 2017.

## **1.7 Objetivos**

### **1.7.1 Objetivo general.**

Determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y la calidad del servicio en la sede central de la ONP - 2017.

### **1.7.2. Objetivos específicos.**

#### ***Objetivo específico 1.***

Determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y la tangibilidad en la sede central de la ONP - 2017.

***Objetivo específico 2.***

Determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y la tangibilidad en la sede central de la ONP - 2017.

***Objetivo específico 3.***

Determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y la capacidad de respuesta en la sede central de la ONP - 2017.

***Objetivo específico 4.***

Determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y la seguridad en la sede central de la ONP - 2017.

***Objetivo específico 5.***

Determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y la empatía en la sede central de la ONP - 2017.

## **II. Método**

## 2.1 Diseño de investigación

La presente investigación tiene como diseño no experimental, pues no busco manipular las variables para conocer si hubo algún cambio.

Valderrama (2015) indica que en el diseño no experimental se desarrolla sin manipular ninguna de las variables

Por otro lado, los estudios correlacionales buscan dar respuesta a interrogantes de la indagación. El modelo de esta investigación se enfoca en averiguar la correlación o nivel de unión que hay en todas las definiciones, clases o variante de un patrón o ámbito en específico (p.93).

### Esquema del diseño

Esta indagación es no empírica, la cual realizara sin manejar las variantes, es por esta razón que se considera como una investigación con esquema no experimental- transversal dado que se analiza al objeto de estudio como se desenvuelve en su entorno natural, para luego ser analizado.

Gráficamente se denota:

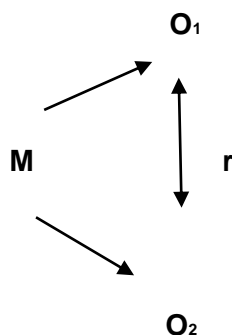


Figura 5. Diagrama de diseño correlacional.

Nota: Tomado de “Metodología de la Investigación”, por Sánchez y Reyes (2002)

**Dónde:**

M= muestra

O1= Variable 1 Cultura Organizacional

O2= Variable 2 Calidad del Servicio

r = relación de las variables de estudio

**2.2 Variables****Definición conceptual*****Variable 1: cultura organizacional***

Denison Organizational Culture Survey (Denison y Neale, 1994, 2000) es una encuesta estandarizada desarrollada para la medición y evaluación de la cultura organizativa. Es un instrumento autoadministrado de sencilla y rápida aplicación y de fácil comprensión, constituida en 60 ítems el cual identifica por característica cultural (12 características), al mismo tiempo estos se reúnen varias capacidades, es notorio el dominio que usa desarrollar la certeza del organismo. Aplicando el español que ha sido planteada en unos 488 individuos integrantes en 39 agrupaciones de I+d científico en la universidad politécnica de valencia (p.15).

***Variable 2: calidad de servicios***

Escala de percepción de calidad de servicio SERVQUAL (Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard L. Berry 1985) es un instrumento de 22 ítems con fin de evaluar las percepciones de los clientes sobre la calidad del servicio en organizaciones de servicio, se procede a utilizar para construir y refinar una escala de elementos múltiples para medir la calidad de servicio. Evidencia de la fiabilidad de la habilidad, estructura del factor y validez sobre la base de analizar datos, el documento concluye con una discusión de las aplicaciones potenciales de la escala (p.291).

### Operacionalización de variables.

Tabla 1

*Operacionalización de variable Cultura Organizacional*

Dimensión	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Niveles y rangos
Consistencia	Valores	1		
	Acuerdos	2		
	Coordinación	3		
	Integración	4		
Implicación	Empowerment	5	Siempre = 5 Casi Siempre = 4	1. Bajo: 33-76
	Trabajo en Equipo	6	A veces = 3	2. Medio: 77-120
	Desarrollo de Capacidades	7	Malo = 2 Nunca = 1	3. Alto: 121-165
Adaptabilidad	Orientación al cambio	8		
	Orientación al cliente	9		
	Aprendizaje Organizativo	10		
	Propósito Estratégico	11		

Tabla 2

*Operacionalización de variable Calidad de Servicio*

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Niveles y rangos
Tangibilidad	Equipamiento	12		
	Infraestructura	13	Siempre = 5 Casi Siempre = 4	1. Bajo: 45-104
	Imagen	14	A veces = 3	2. Medio: 105-164
Fiabilidad	Garantía	15	Malo = 2 Nunca = 1	3. Alto: 165-225
	Durabilidad	16		

	Asistencia al usuario	17
	Calidad	18
Capacidad de respuesta	Puntualidad	19
	Plazos de entrega	20
	Trato justo	21
Seguridad	Respeto a los Derechos	22
	Custodia	23
	Brindar bienestar a los clientes	24
Empatía	Comunicación	25
	Comprensión del usuario	26

---

## 2.3 Población, muestra y muestreo

### Población

Es el compuesto del total de los factores (unidad de observación) que se relaciona en el entorno en que se despliega la labor de indagación (carrasco, 2007, pp. 236-237).

La población de este estudio estuvo conformada por 95 trabajadores de la ONP sede central.

### Muestra

Según Ramírez (1997, p.2) se refiere al conjunto de los componentes de la indagación es estimada como evidencia, así también Tamayo y Tamayo (2001, p.158) sugiere llamarla muestra censal, pues recoge un censo en la totalidad del personal adscrito al estudio.

La muestra poblacional en la presente investigación fue censal, es por ello que tomará para el estudio la población que está conformado por 95 trabajadores, en ese sentido no se someterá a ninguna fórmula probabilística.

## **Muestreo**

Valderrama (2014), en el muestreo puede influir el indagador, ya que escoge la evidencia considerando bajo su apreciación y facilidad, es decir, que en estos casos se demuestra grandes inclinaciones y es poco fiable. [...]. (p. 193).

En esta investigación fue de muestreo no probabilístico ya que no se pasará por una formula, si no se escogerá al grupo de indagación.

## **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **2.4.1 Técnica**

Carrasco (2010) expresa a la técnica como componen un grupo normativas el cual dirige la ejecución de las funciones de los indagadores para cada ciclo en la indagación estudiada (p. 274).

La técnica de la encuesta es la que se aplicó en la presente indagación, para la recolección de datos.

### **2.4.2 Instrumento.**

Valderrama (2015) el indagador utiliza para guardar y la recolección de datos herramientas tales como manuales, exámenes o pruebas de cualidades, como Likert, semántico y de Guttman; también como Checklist, gestión de inventarios, registro de referencia de protección (FDS), etc. (p.195).

Para la tesis utilizamos un cuestionario conformado por 78 preguntas (33 variable cultura organizacional y 45 calidad de servicio).

### **Ficha técnica del instrumento:**

*Ficha técnica del instrumento para medir la variable cultura organizacional*



**Datos generales**

Título:	Cultura Organizacional
Lugar:	Sede central de la ONP
Fecha de aplicación:	15-12-2017
Objetivo:	Opinión de los colaboradores de ONP con respecto a la cultura organizacional
Administración:	Individual
Duración:	10 minutos
Significación:	El cuestionario pretende evaluar la percepción de los colaboradores referente al procedimiento de la cultura organizacional
Estructura:	La escala consta de 11 ítems, con 05 alternativas de respuesta de opción múltiple, de tipo Likert, como: Totalmente de acuerdo (5), De acuerdo (4), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), En desacuerdo (2), Totalmente en desacuerdo (1)

*Ficha técnica del instrumento para medir la variable calidad de servicio***Datos generales**

Título:	calidad de servicio
Lugar:	Sede central de la ONP
Fecha de aplicación:	15-12-2017
Objetivo:	Opinión de los colaboradores de ONP con respecto a la calidad de servicio
Administración:	Individual
Duración:	10 minutos
Significación:	El cuestionario pretende evaluar la percepción de los colaboradores referente al procedimiento de la calidad de servicio

Estructura: La escala consta de 15 ítems, con 05 alternativas de respuesta de opción múltiple, de tipo Likert, como: Totalmente de acuerdo (5), De acuerdo (4), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), En desacuerdo (2), Totalmente en desacuerdo (1)

### 2.4.3 Validez

Para Hernández, et al (2010), “La autenticidad en el nivel que una herramienta calcula la variante que procura calcular” (p.201).

La autenticidad en el que la herramienta queda entregada por el proceso de los especialistas, los cuales expusieron su veredicto de manera independiente. Nuestro instrumento será validado por tres expertos en cuestión de cultura organizacional y cualidad del servicio.

Tabla 3

*Validez de contenido por juicio de expertos del instrumento Cultura organizacional*

Nº	Grado académico	Dictamen
11	Metodólogo	Aplicable
22	Temático	Aplicable
33	Temático	Aplicable

Tabla 4

*Validez de contenido por juicio de expertos del instrumento de la calidad de servicio*

Nº	Grado académico	Dictamen
11	Metodólogo	Aplicable
22	Temático	Aplicable
33	Temático	Aplicable

#### 2.4.4 Confiabilidad.

La facultad o posesión de una herramienta de cálculo, el cual se logra con la propia conclusión, empleándose varias veces a un mismo individuo o grupo de individuo con ciclos de tiempo diferentes (carrasco, 2010, p. 339).

Para poder determinar la confiabilidad con los instrumentos se emplea el alfa de Cronbach, del cual está constituida por una muestra piloto de 20 personas, para luego se pasará al proceso de datos en el programa SPSS versión 23.

En cambio, Hernández et al. (2010) constituye una medida que permite diagnosticar la confiabilidad a continuación por las próximas valoraciones: nula (-1 a 0), muy baja confiabilidad (0, a 0,2), baja confiabilidad (0,2 a 0,4), regular confiabilidad (0,4 a 0,6), aceptable confiabilidad (0,6 a 0,8), elevada confiabilidad (0,8 a 1). Es decir, la herramienta es leal.

Tabla 5

*Resultados del análisis de confiabilidad del instrumento que mide la variable cultura organizacional*

Dimensión	Alfa de Cronbach	N° de ítems
Cultura Organizacional	,853	11

Analizando el cuadro 5 el alfa de Cronbach de la variante cultura organizacional sale como resultado dentro del rango elevada confiabilidad en ese sentido el instrumento es confiable.

Tabla 6

*Resultados del análisis de confiabilidad del instrumento que mide la variable calidad del servicio*

<b>Dimensión</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N° de ítems</b>
Calidad del servicio	,932	15

Percibiendo lo que arroja el cuadro 6 el alfa de Cronbach de la variante calidad de servicio sale como resultado dentro del rango elevada confiabilidad en ese sentido el instrumento es confiable.

Se desarrolló una verificación conductora con el fin de determinar la confiabilidad de los instrumentos, con 20 colaboradores de la ONP del cual fue las mismas características de la población quienes fueron seleccionados al azar, asimismo aplicando los cuestionarios mediante la escala Likert sobre las variantes calidad del servicio y cultura organizacional.

Por otro lado, la confiabilidad en los instrumentos mediante la aplicación de la prueba piloto, se determinó por dimensiones y variables, del cual los resultados fueron interpretados en las tablas. Después que aprobaran la validez y confiabilidad de los instrumentos, resulto emplear la prueba censal la cual está constituida en 95 colaboradores de la ONP quienes respondieron en tiempo promedio de 20 minutos.

Arrancando de las cifras conseguidas del muestrario censal con 95 colaboradores pertenecientes en la ONP pasaron a ser analizados mediante el programa estadístico SPSS versión 23. Del mismo modo estos resultados son mostrados por medio de tablas y figuras con el respectivo análisis, determinando con propósito e teorías planteadas durante la indagación. Por otro lado, en la contratación de la hipótesis general, e hipótesis específicas se procedió a aplicar en todos los procesos el examen de cálculo de Spearman y poder constituir la correlación entre las variables y dimensiones en estudio. El objetivo es comprender la correlación que existe en las variantes: cultura organizacional y calidad del servicio.

## **2.5 Métodos de análisis de datos**

Valderrama (2015) al instante de conseguir las cifras, el posterior avance es efectuar la indagación de los mismos para obtener la solución de la interrogante original y, si pertenece, poder aprobar o reprobar las teorías en la investigación (p.229).

La contrastación de las teorías se tiene que efectuar obteniendo en cuenta las posteriores razones: (a) formulación de la hipótesis nula o de trabajo y las hipótesis alternas o de investigación, (b) determinación del nivel de significancia, o error que el investigador está dispuesto a asumir, (c) selección del estadístico de prueba, (d) estimación del p-valor y (e) toma de decisión, en función del resultado obtenido, para ver si rechaza la hipótesis nula. Para seleccionar el cálculo de verificación se tiene que tomar en cuenta los elementos a continuación: (a) objetivo de la investigación, (b) diseño de la investigación, (c) variable de la investigación y (d) escala de medición.

## **2.6 Consideraciones éticas**

Teniendo en cuenta los siguientes orígenes, la caracterización de los individuos que contribuyeron en las encuestas se conserva en prudencia, así mismo, no se han manipulado las cifras e indagación adquirida en la encuesta, y posteriormente se cumplió con las normativas y pautas determinadas por el Apa.

### **III. Resultados**

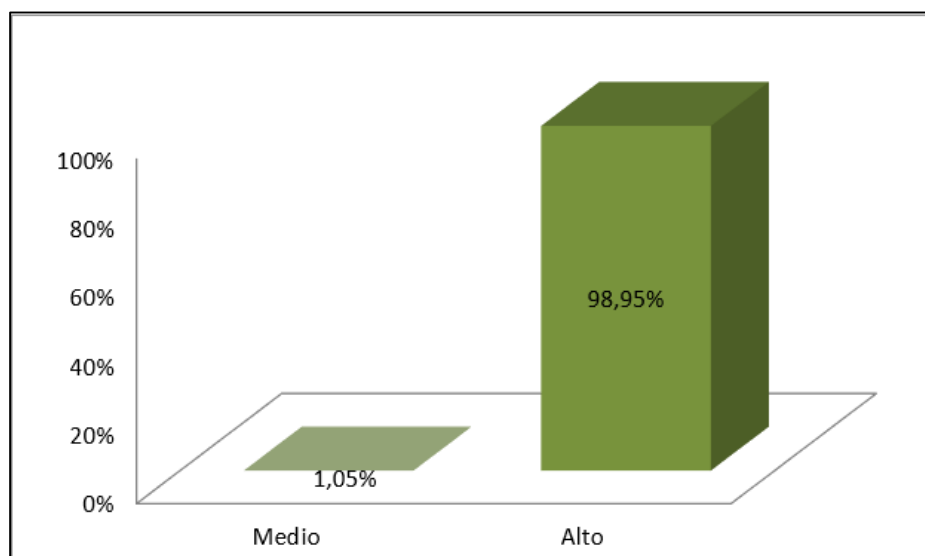
### 3.1. Resultados descriptivos

#### 3.1.1 cultura organizacional.

Tabla 7

*Diagrama de frecuencia del grado Cultura Organizacional*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Medio	1	1,1	1,1	1,1
Válido Alto	94	98,9	98,9	100,0
Total	95	100,0	100,0	



*Figura 6. Diagrama de barras del grado Cultura Organizacional*

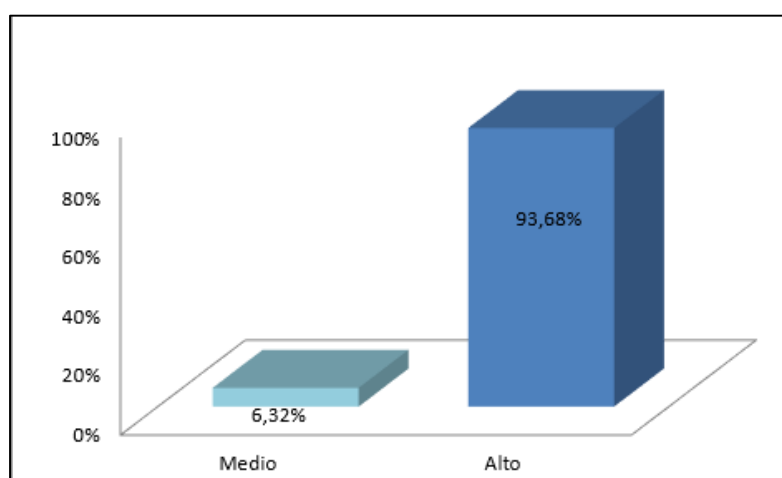
#### **Interpretación:**

Del total de encuestados, el 98.95% considera que la cultura organizacional es alta y el 1.05% lo considera como medio.

Tabla 8

*Distribución de frecuencia del grado Consistencia*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Medio	6	6,3	6,3	6,3
Válido	Alto	89	93,7	93,7	100,0
	Total	95	100,0	100,0	



*Figura 7. Diagrama de barras del grado de consistencia*

### **Interpretación:**

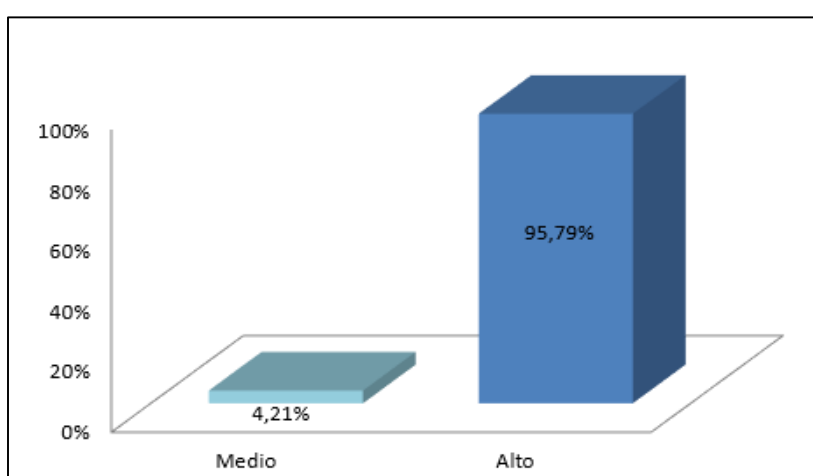
Del total de los colaboradores encuestados el 93.68% considera que la consistencia es alta, mientras que el 6.32% lo indica como medio.



Tabla 9

*Distribución de frecuencia del grado de implicación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Medio	4	4,2	4,2	4,2
Válido	Alto	91	95,8	95,8	100,0
	Total	95	100,0	100,0	



*Figura 8. Diagrama de barras del grado de implicación*

**Interpretación:**

Del total de encuestados, el 95.79% considera que la implicancia en la ONP es alta y el 4.21% considera que es medio.

Tabla 10

*Distribución de frecuencia del grado de adaptabilidad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Medio	6	6,3	6,3	6,3
Válido	Alto	89	93,7	93,7	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

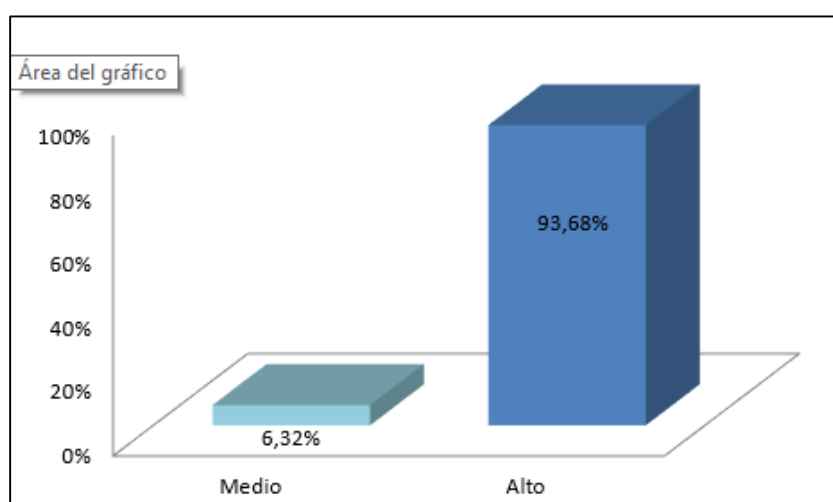


Figura 9. Diagrama de barras del grado de adaptabilidad

**Interpretación:**

Del total de colaboradores encuestados el 93,68% indica que la adaptabilidad en la ONP es alta mientras que el 6,32% lo menciona como medio.

### 3.1.2 Calidad de servicio

Tabla 11

*Distribución de frecuencia del grado Calidad del Servicio*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Medio	10	10,5	10,5	10,5
Válido Alto	85	89,5	89,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	

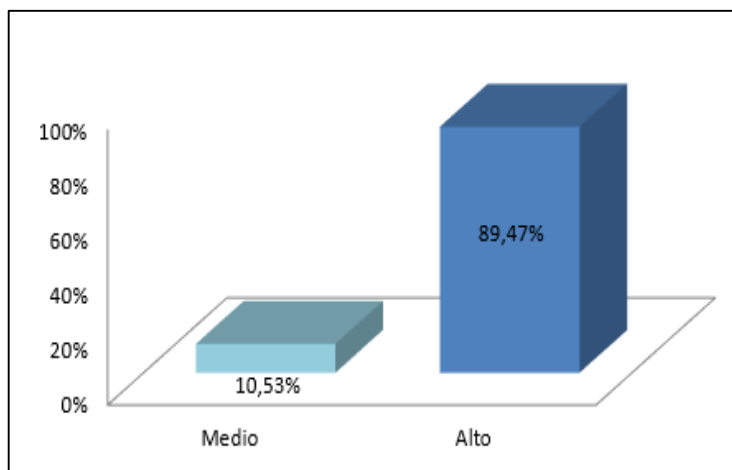


Figura 10. Diagrama de barras del grado de Calidad del Servicio

#### Interpretación:

Del total de los colaboradores encuestados, el 89.47% indican que la calidad del servicio es alta, mientras que el 10.53% comenta que es medio.

Tabla 12

*Distribución de frecuencia del grado de tangibilidad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Medio	7	7,4	7,4	7,4
Válido	Alto	88	92,6	92,6	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

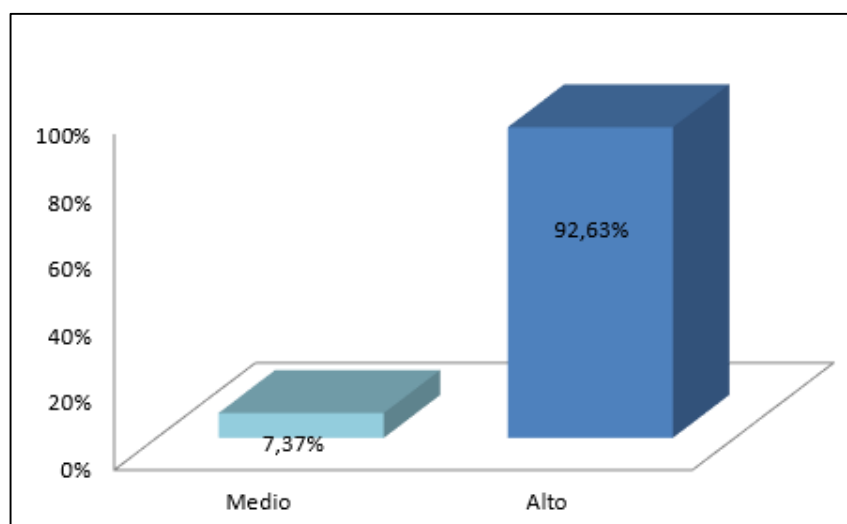


Figura 11. Diagrama de barras del grado de tangibilidad

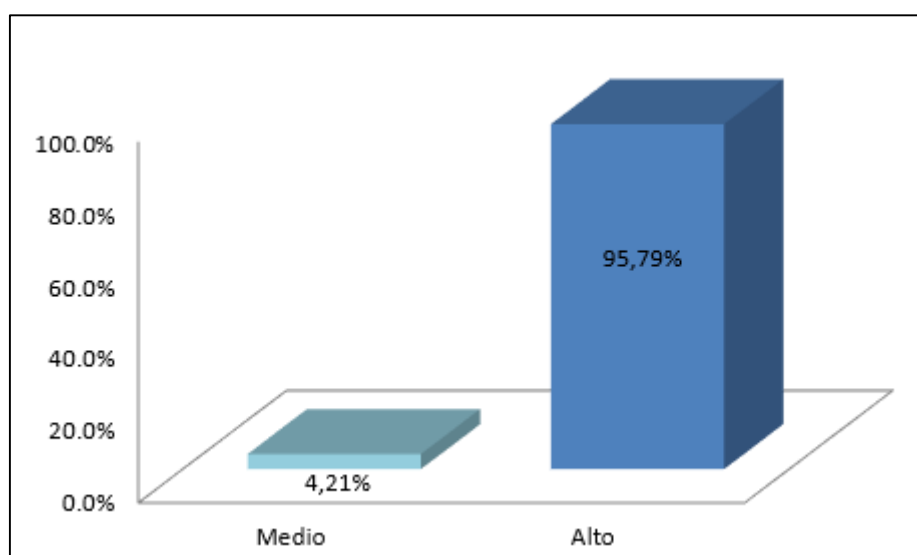
**Interpretación:**

Del total de colaboradores encuestados, el 92.63% menciona que la tangibilidad es alto, mientras que el 7.37% lo indica como bajo.

Tabla 13

*Distribución de frecuencia del grado de fiabilidad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Medio	4	4,2	4,2	4,2
Válido Alto	91	95,8	95,8	100,0
Total	95	100,0	100,0	



*Figura 12.* Diagrama de barras del grado de fiabilidad

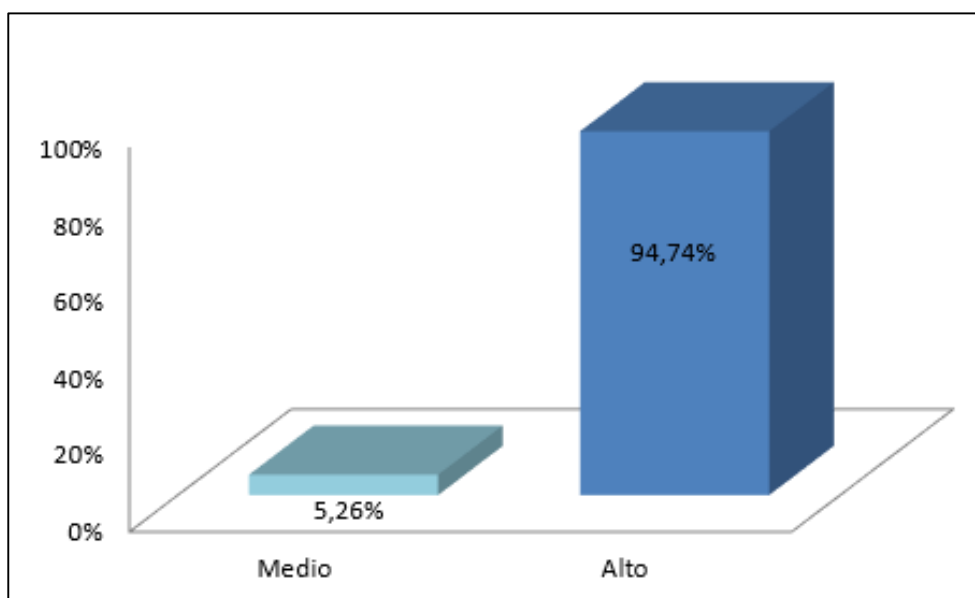
**Interpretación:**

Del total de encuestados, el 95.79% indica que la fiabilidad es alta, mientras que el 4.21% lo menciona como medio.

Tabla 14

*Distribución de frecuencia del grado de capacidad de respuesta*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Medio	5	5,3	5,3	5,3
Válido Alto	90	94,7	94,7	100,0
Total	95	100,0	100,0	



*Figura 13. Diagrama de barras del grado de capacidad de respuesta*

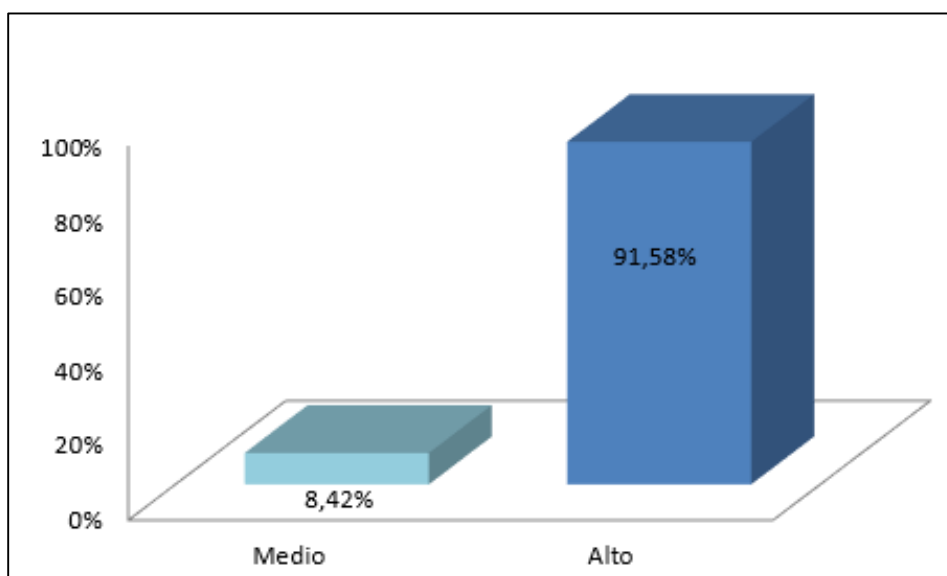
### **Interpretación:**

Del total de colaboradores encuestados, el 94.74% indica que la capacidad de respuesta es alta, mientras que el 5.26% lo menciona como medio.

Tabla15

*Distribución de frecuencia del grado de seguridad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Medio	8	8,4	8,4	8,4
Válido Alto	87	91,6	91,6	100,0
Total	95	100,0	100,0	



*Figura 14. Diagrama de barras del grado de seguridad*

**Interpretación:**

Del total de encuestados, el 91.58% menciona que la seguridad es alta, mientras que el 8.42% comenta como medio.

Tabla 16

*Distribución de frecuencia del grado de empatía*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Medio	3	3,2	3,2	3,2
Válido	Alto	92	96,8	96,8	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

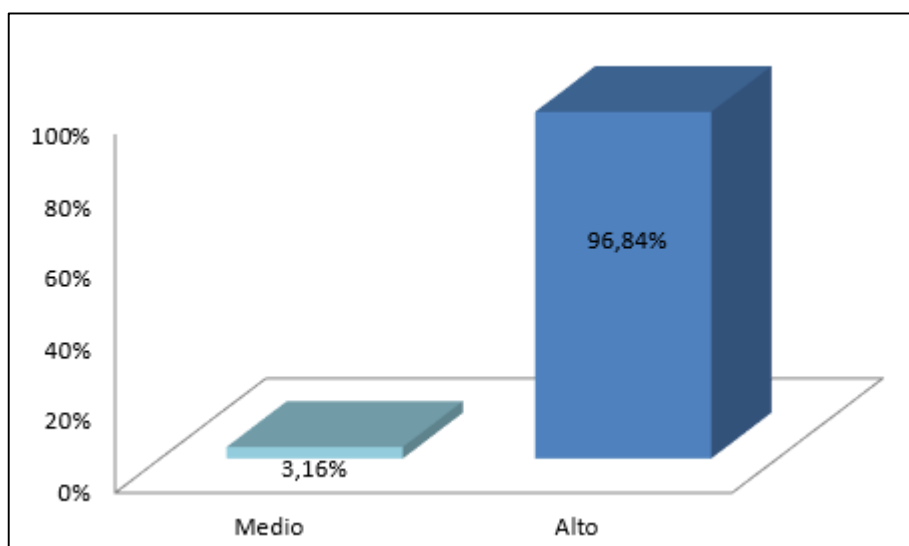


Figura 15. Diagrama de barras del grado de empatía

**Interpretación:**

Del total de colaboradores encuestados, el 96.84% indica que la empatía es alta, mientras que el 3.16% lo indica como medio.



## Resultados inferenciales

### Cultura Organizacional y Calidad de Servicio.

#### *Hipótesis General.*

H0. La cultura organizacional no se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la sede central de la ONP del periodo 2017.

H1. La cultura organizacional se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la sede central de la ONP del periodo 2017.

$\alpha = 0.05$  (significancia teórica)

Tabla 17

*Prueba de correlación entre la cultura organizacional y la calidad del servicio en la sede central de la ONP del periodo 2017.*

		VAR1_CULTURA ORGANIZACIONAL	VAR2_CALIDAD DEL SERVICIO
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	,688
	Sig. (bilateral)	.	,005
	N	95	95
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	,688	1,000
	Sig. (bilateral)	,005	.
	N	95	95

#### **Interpretación:**

Como se observa en la tabla, el sig = 0.005 < 0.05, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, la cultura organizacional tiene una relación significativa con la calidad del servicio en la sede central de la ONP del periodo 2017; con un grado de 0,688.

## Cultura Organizacional y Tangibilidad.

### *Hipótesis específica 1.*

H0. La Cultura organizacional no se relaciona significativamente con la tangibilidad en la sede central de la ONP del periodo 2017.

H1. La Cultura organizacional se relaciona significativamente con la tangibilidad en la sede central de la ONP del periodo 2017.

$\alpha = 0.05$  (significancia teórica)

Tabla 18

*Prueba de correlación entre la cultura organizacional y la tangibilidad en la sede central de la ONP del periodo 2017.*

			VAR1_CULTUR AORGANIZACI ONAL	D4_TANGIBILID AD
Rho de Spearman	VAR1_CULTURAORGA NIZACIONAL	Coeficiente de correlación	1,000	,566
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N		95	95
	D4_TANGIBILIDAD	Coeficiente de correlación	,566	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		95	95	

### **Interpretación:**

Como se observa en la tabla, el  $\text{sig} = 0.000 < 0.05$ , entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, la cultura organizacional tiene una relación significativa con la tangibilidad en la sede central de la ONP del periodo 2017; con un grado de 0,566.

**Hipótesis específica 2.**

h0. La cultura organizacional no se relaciona significativamente con la fiabilidad en la sede central de la ONP del periodo 2017.

h1. La cultura organizacional se relaciona significativamente con la fiabilidad en la sede central de la ONP del periodo 2017.

$\alpha = 0.05$  (significancia teórica)

Tabla 19

*Prueba de correlación entre la cultura organizacional y la fiabilidad en la sede central de la ONP del periodo 2017*

		VAR1_CULTURA ORGANIZACIONAL		
			D5_FIABILIDAD	
Rho de Spearman	VAR1_CULTURA ORGANIZACIONAL	Coefficiente de correlación	1,000	,721
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	95	95
	D5_FIABILIDAD	Coefficiente de correlación	,721	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	95	95

**Interpretación:**

Como se observa en la tabla, el sig = 0.000 < 0.05, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, la cultura organizacional tiene una relación significativa con la fiabilidad en la sede central de la ONP del periodo 2017; con un grado de 0,721.

**Hipótesis específica 3.**

H0. La cultura organizacional no se relaciona significativamente con la seguridad en la sede central de la ONP del periodo 2017.

H1. La cultura organizacional se relaciona significativamente con la seguridad en la sede central de la ONP del periodo 2017.

$\alpha = 0.05$  (significancia teórica)

Tabla 20

*Prueba de correlación entre la cultura organizacional y la capacidad de respuesta en la sede central de la ONP del periodo 2017.*

			VAR1_CULTURA ORGANIZACIONAL	D6_CAPACIDADDERESPUESTA
			AL	A
Rho de Spearman	VAR1_CULTURAORGANIZACIONAL	Coeficiente de correlación	1,000	,658
		Sig. (bilateral)	.	,021
		N	95	95
Rho de Spearman	D6_CAPACIDADDERESPUESTA	Coeficiente de correlación	,658	1,000
		Sig. (bilateral)	,021	.
		N	95	95

**Interpretación:**

Como se observa en la tabla, el sig = 0.021 < 0.05, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, la cultura organizacional tiene una relación significativa con la capacidad de respuesta en la sede central de la ONP del periodo 2017; con un grado de 0,658.

**Hipótesis específica 4.**

h0. La cultura organizacional no se relaciona significativamente con la seguridad en la sede central de la ONP del periodo 2017.

h1. La cultura organizacional se relaciona significativamente con la seguridad en la sede central de la ONP del periodo 2017.

$\alpha = 0.05$  (significancia teórica)

Tabla 21

*Prueba de correlación entre la cultura organizacional y la seguridad en la sede central de la ONP del periodo 2017.*

		VAR1_CULTUR AORGANIZACIO D7_SEGURIDAD NAL		
Rho de Spearman	VAR1_CULTURAORG ANIZACIONAL	Coeficiente de correlación	1,000	,721
		Sig. (bilateral)	.	,033
		N	95	95
	D7_SEGURIDAD	Coeficiente de correlación	,721	1,000
		Sig. (bilateral)	,033	.
		N	95	95

**Interpretación:**

Como se observa en la tabla, el sig = 0.033 < 0.05, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, la cultura organizacional tiene una relaciona significativa con la seguridad en la sede central de la ONP del periodo 2017; con un grado de 0,721.

**Hipótesis específica 5.**

h0. La cultura organizacional no se relaciona significativamente con la empatía en la sede central de la ONP del periodo 2017.

h1. La cultura organizacional se relaciona significativamente con la empatía en la sede central de la ONP del periodo 2017.

$\alpha = 0.05$  (significancia teórica)

Tabla 22

*Prueba de correlación entre la cultura organizacional y la empatía en la sede central de la ONP del periodo 2017.*

		VAR1_CULTU RAORGANIZA CIONAL		
Rho de Spearman	VAR1_CULTURAOR GANIZACIONAL	Coefficiente de correlación	1,000	,696
		Sig. (bilateral)	.	,008
		N	95	95
Rho de Spearman	D8_EMPATIA	Coefficiente de correlación	,696	1,000
		Sig. (bilateral)	,008	.
		N	95	95

**Interpretación:**

Como se observa en la tabla, el sig = 0.008 < 0.05, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, la cultura organizacional tiene una relación significativa con la empatía en la sede central de la ONP del periodo 2017; con un grado de 0,696.

## **IV. Discusión**

El objetivo de la presente investigación es determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y la calidad del servicio en la sede central de la ONP - 2017.

Para la validación de hipótesis general resulta a partir del coeficiente de correlación de Spearman donde la significancia es  $0.005 < 0.05$ , lo cual significa que existe significancia en las dos variables, en la cual se afirma la teoría alterna y la teoría nula es rechazada; por lo tanto en ese sentido según el cuadro 17 rangos de correlación, la hipótesis general tiene un coeficiente de 0.688 entonces existe una relación significativa alta en medio de la calidad del servicio y la cultura organizacional en la sede central en la ONP del periodo 2017.

Los resultados se sustentan en la tabla 07, por lo que el 98.95% de colaboradores encuestados menciona que la cultura organizacional es alta y en la tabla 11 se observa que el 89.47% de encuestados indica que es alta la calidad de servicio. Además, según Tuesta (2016), en su tesis Influencia de la cultura organizacional en la calidad de atención del servicio del personal administrativo de la universidad nacional de San Martín – Tarapoto. Da a concluir que la cultura organización tiene influencia en la calidad de atención del servicio, como también se puede rescatar para que exista una calidad óptima de servicio se debe practicar y generar una cultura organizacional en las áreas destacadas de ese modo se obtiene resultados positivos donde los colaboradores consiguen bienestar en su área de trabajo reduciendo los malestares e incertidumbres. En conclusión, la investigación hecha coincide con el presente trabajo, ya que ambas variables guardan relación y de ese modo se requiere que estas sean manejadas de la mejor forma para una óptima calidad del servicio.

Para la validación de hipótesis específica 1 resulta a partir del coeficiente de correlación de Spearman donde la significancia es  $0.000 < 0.05$ , lo cual significa que existe significancia en las dos variables, en la cual se afirma la teoría alterna y la teoría nula es rechazada; en ese sentido según el cuadro 18, rangos de correlación en la hipótesis específica 1 tiene un coeficiente de 0.566 entonces hay una correlación reveladora moderada en medio de la tangibilidad y la cultura organizacional en la sede central en la ONP del periodo 2017.



Los resultados se sustentan en la tabla 07, por lo que indica que el 98.95% de colaboradores encuestados menciona que la cultura organizacional es alta y en la tabla 12 se observa que el 92.63% menciona que la tangibilidad es alto, es decir los equipamientos, infraestructura e imagen es alta. Además, según Rojas (2001), comenta que los componentes perceptibles es el aspecto corporal, construcciones materiales, como los aparatos, maquinarias, infraestructura, empleados y en el antecedente el autor Rodríguez (2015) en su tesis satisfacción y clima organizacional del cliente interno de una organización de servicios deportivos: caso. Polideportivo tigres U.A.N.L. da a concluir que aumentando y con un superior instrumento y equipos de construcción (entorno concreto), para esta ocasión se hizo referencia al área de computación, telefonía, redes inalámbricas, impresoras colaboraría en mejorar el servicio cumpliendo con los objetivos, en ese sentido ambos autores colaboran con la realización de esa investigación y según la tangibilidad de la entidad muestra eficazmente una cultura organizacional.

Para la validación de hipótesis específica 2 resulta a partir del coeficiente de correlación de Spearman donde la significancia es  $0.000 < 0.05$ , lo cual significa que existe significancia en las dos variables, en la cual se afirma la teoría alterna y la teoría nula es rechazada; en ese sentido según el cuadro 19 rangos de correlación, en la hipótesis específica 2 tiene un coeficiente de 0.721 entonces la correlación es reveladoramente alta en medio de la fiabilidad y la cultura organizacional de la sede central en la ONP del periodo 2017.

Los resultados se sustentan en la tabla 07, por lo que indica que el 98.95% de colaboradores encuestados menciona que la cultura organizacional es alta y en la tabla 13 se observa que el 95.79% comentan que la fiabilidad es alta, por lo tanto, la garantía, durabilidad y asistencia al usuario es alta. Además, Rojas (2001) dice que la fiabilidad representa la destreza con la que se efectúa de manera confiable y diligente. Es por ello, que la organización culmina las ofertas propuestas, en distribuir, proveer los beneficios, resolución de conflictos y marcación de costos, por otro lado, en los antecedentes García (2013), en su

tesis efectos de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente sobre la fidelidad a los servicios oficiales de posventa de automatización de automoción españoles. Concluye que los análisis de los datos constata una existencia de correlación reveladora en medio de la calidad de servicio y la conducta del comprador, además el estado o el no estado del auto en fianza, presenta una impresión más elevada que el del calidad de servicio (con un coeficiente Path de 0,176 para la fidelidad y del 0,207 para la lealtad, en ese sentido concuerda que la fiabilidad involucra a entregar un servicio de garantía, durabilidad porque es usuario es lo que tiene más en cuenta.

Para la validación de hipótesis específica 3 resulta a partir del coeficiente de correlación de Spearman donde la significancia es  $0.021 < 0.05$ , lo cual significa que existe significancia en las dos variables, en la cual se afirma la teoría alterna y la teoría nula es rechazada; en ese sentido según el cuadro 20 rangos de correlación, en la hipótesis específica 3 tiene un coeficiente de 0.658 entonces hay una correlación reveladora moderada en medio de la cultura organizacional y la capacidad de respuesta en la sede central de la ONP del periodo 2017.

Los resultados se sustentan en la tabla 07, por lo que indica que el 98.95% de colaboradores encuestados menciona que la cultura organizacional es alta y en la tabla 14 se observa que el 94.74% menciona que la capacidad de respuesta es alta por lo tanto la calidad, puntualidad y los plazos de entrega son altos. Además, Rojas (2001) comenta que la capacidad de respuesta es tener condiciones para asistir a los beneficiarios y proporcionar una asistencia ágil y conveniente. Es decir, el cuidado y velocidad para manejar las demandas, contestar las dudas e interrogantes y reclamos de los usuarios, y resolución de conflictos.

Para la validación de hipótesis específica 4 resulta a partir del coeficiente de correlación de Spearman donde la significancia es  $0.033 < 0.05$ , lo cual significa que existe significancia en las dos variables, en el cual se afirma la teoría alterna y la teoría nula es rechazada; en ese sentido según la tabla 21 rangos de correlación, en la hipótesis específica 4 tiene un coeficiente de 0.721 entonces se

presenta una correlación reveladora alta en medio de la cultura organizacional y la seguridad de la sede central en la ONP del periodo 2017.

Los resultados se sustentan en la tabla 07, por lo que indica que el 98.95% de colaboradores encuestados menciona que la cultura organizacional es alta y en la tabla 15 se observa que el 91.58% menciona que la seguridad es alta por lo tanto el trato justo, respeto a los derechos y la custodia son altas. Además, Rojas (2001) acota que la seguridad es el entendimiento e interés de los empleados y las destrezas que ellos inspiran confianza y seguridad.

Para la validación de hipótesis específica 5 resulta a partir del coeficiente de correlación de spearman donde la significancia es  $0.008 < 0.05$ , lo cual significa que existe significancia en las dos variables, en la cual se afirma la teoría alterna y la teoría nula es rechazada, según el cuadro 22 rangos de correlación, en la hipótesis específica 5 tiene un coeficiente de 0.696 entonces se presenta correlación reveladora moderada en medio de la cultura organizacional y la empatía de la sede central en la ONP del periodo 2017.

Los resultados se sustentan en la tabla 07, por lo que indica que el 98.95% de colaboradores encuestados menciona que la cultura organizacional es alta y en la tabla 16 se observa que el 96.84% indican que la empatía también lo es, por lo tanto, el bienestar a los clientes, la comunicación y la comprensión del usuario son altos. Además, Rojas (2001) dice que la empatía representa la nivelación de interés particularizada el cual brindan las organizaciones a sus usuarios. Es por ello, que se transmite mediante una asistencia individualizado o adecuado en complacencia del usuario y en el antecedente el autor Enríquez (2015) en su tesis *plan de intervención para el desarrollo de talento humano y mejoramiento de la calidad de prestación de los servicios de salud en el área de cuidados intensivos del hospital de especialidades "baca Ortiz", quisto, Junín 2014*. El objetivo fue elaborar un plan para el mejoramiento de calidad, pero en esta investigación se pretende buscar la relación de variables y de ese modo observar que tan fuerte es su relación, por otro el antecedente concluye que el talento humano de salud que labora en el servicio se identifican como atributos: la responsabilidad, la generosidad, el trato humanitario, la amabilidad, la disciplina y el poseer principios

y valores. En ese sentido se observa que la empatía también se encuentra utilizada como valores fundamentales para ese antecedente.

## **V. Conclusiones**

- Primera** A partir de los datos resueltos se puede afirmar que la variable 1 tiene relación positiva alta ( $Rho = 0.688$ ) y con una significancia ( $p$  valor =  $0.005$  es menor a  $0.05$ ) con la variable 2.
- Segunda** En cuanto a la tangibilidad tiene una relación significativa moderada de  $0.566$ , que conlleva a que el equipamiento e infraestructura sean las más adecuadas de modo ofrecer una calidad del servicio óptimo.
- Tercera** En cuanto a la fiabilidad tiene una relación significativa alta de  $0.721$ , que evidencia a la garantía, durabilidad y asistencia del servicio como relacionable con la cultura organizacional.
- Cuarta** En la capacidad de respuesta se observa que tiene una relación significativa moderada de  $0.658$ , en ese sentido la calidad, puntualidad y los plazos de entrega del servicio guardan relación con la cultura organizacional y conllevan a que se entregue una calidad del servicio.
- Quinta** En la seguridad su resultado es que tiene una relación significativa alta de  $0.721$ , es por ello que el trato justo, el respeto a los derechos y la custodia se relacionan con cultura organizacional.
- Sexta** En la empatía se obtiene como resultado una relación significativa moderada de  $0.696$ , en ese sentido el bienestar de los clientes, la comunicación y la comprensión del usuario es sumamente relacionado con la cultura organizacional y de poder manejarlo de la mejor manera.

## **VI. Recomendaciones**

- Primera** Se debe implementar nuevos servicios que colabore con todas las solicitudes de los usuarios jubilados, en la cual puedan desarrollar mejor sus trámites y ofrecer una mejor calidad.
- Segunda** En cuanto a la tangibilidad, se debe implantar mejores formatos de entrega, ya que cuando realicen las solicitudes se les hace más ágil su atención.
- Tercera** En cuanto a la fiabilidad, se recomienda poner más asistencia al usuario ya que la mayoría de ellos son personas de avanzada edad y necesitan que las solicitudes sean ejecutadas óptimamente.
- Cuarta** En cuanto a la capacidad de respuesta, se recomienda que la recepción de las solicitudes sea entregada en un plazo corto, además la puntualidad de ello, conlleva a que no estén mucho tiempo parados.
- Quinta** En cuanto a la seguridad se recomienda fomentar mayores capacitaciones al personal de ese modo tomar en consideración el trato justo y el respeto que se les debe brindar a los usuarios.
- Sexta** En cuanto a la empatía, se recomienda que para los colaboradores fomenten una comunicación y comprensión a los usuarios es decir que en cuanto a los reclamos ellos sean empáticos de modo fomentar el bienestar de los usuarios.



## **VII. Referencias**

- Arrué, J. (2014). *Análisis de la calidad del servicio de atención en la oficina desconcentrada de Osiptel Loreto desde la percepción del usuario período junio a setiembre de 2014* (Tesis de maestría). Recuperada de <http://bit.ly/2nQtKMe>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: administración, económica, humanidades y ciencias sociales*. (3. ° ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Bonavia, T., Prado, V. y García, A. (2010). *Adaptación al español del instrumento sobre cultura organizacional de Denison*. España: Summa Psicológica UST.
- Camisón, C., Cruz, S. Y Gonzales, T. (2006). *Gestión de la Calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas*. Madrid: Pearson educación, S.A.
- Carrasco, S. (2007). *Metodología de la investigación científica*. Lima: Editorial San Marcos.
- Carrasco, S. (2006). *Metodología de la Investigación Científica*. Pautas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación. Lima: Editorial San Marcos.
- Cervera, L. (2012). *Liderazgo Transformacional del director y su relación con el clima organizacional en las Instituciones Educativas del Distrito de Los Olivos*, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú
- Chávez, Y. (2013). *Liderazgo transformacional y su relación con el desempeño docente en la Red Educativa N°04 del distrito de Independencia-UGEL 02 Rímac, 2012* Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Enríquez, E. (2015). *Plan de intervención para el desarrollo de talento humano y mejoramiento de la calidad de prestación de los servicios de salud en el áreas de cuidados intensivos del hospital de especialidades "Baca Ortiz", Quisto, Junín 2014*" (Tesis de maestría). Recuperada de <http://bit.ly/1n6TmYr>

- Fernández, S. et al. (2002). *Estadística Descriptiva*. Recuperado de: <http://bit.ly/2EiSMUM>
- Flores, A. y Orozco, L. (2009). *Pedagogía crítica en el aula, aplicada a la resolución de conflictos*. Ed.Moreros. Costa Rica
- García, A. (2013). *Efectos de la Calidad de Servicio y la Satisfacción del Cliente sobre la Fidelidad a los Servicios Oficiales de Posventa de Automatización De Automoción Españoles*. (Tesis de Doctorado). Recuperado de <http://bit.ly/2nYUS1c>
- García, F. (2011). *Operaciones básicas y servicios en restauración*. Madrid: Paraninfo S.A.
- Garro, L. (2013). *Efectos de un programa tutorial en el desarrollo de las habilidades sociales de los estudiantes de tercer año de secundaria de la I.E. Coronel José Gálvez*. Perú: UNE.
- Gómez, J. (2010). *Calidad total y recursos humano: un servicio sobre la gestión de la calidad total y los recursos humanos en la industria hotelera de la provincia de Salta* (Tesis de maestría). Disponible en <http://bit.ly/2snbx3P>
- Gonzales, L. (2001). *La Motivación en la Empresa*. Recuperado de: <http://bit.ly/2H648JC>
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw. Hill/Interamericana Editores S.A.
- Iñaki, V. (1999). *Clima y Cultura Organizacional: cuadernos de empresa y humanismo*. España: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, S.A.
- Juran, J. y Gryna, F. (1988). *Quality Control*. EEUU: Mcgraw-Hill (Tx) 4ta Edition.
- Ley 30224, *Ley que crea el Sistema Nacional para la Calidad y el Instituto Nacional de calidad*. Recuperado de: <http://bit.ly/2nTh4dG>
- Luna, M. (2011). *Estadística Inferencial*. Recuperado de: <http://bit.ly/2nVOyYa>

- Moscoso, G. (2012). *La auditoría académica y la calidad de servicio brindado en la escuela profesional de ciencias contables y financieras de la Universidad Privada de Tacna, periodo 2010* (Tesis de maestría). Recuperada de <http://bit.ly/2G2FND1>
- Palacios, D. (2014). *Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó* (Tesis de Maestría). Recuperada <http://bit.ly/2ESVkg8>
- Ramírez, T. (1999). *Como hacer un proyecto de investigación*. (1ra ed.). Caracas, Panapo.
- Rodríguez, M. (2015). *Satisfacción y clima organizacional del cliente interno de una organización de servicios deportivos: caso. Polideportivo Tigres U.A.N.L.* (Tesis de maestría). Recuperada de <http://bit.ly/2o1ahya>
- Rojas, C (2001). *Empresas competitivas*. Colombia: Ram ediciones digitales.
- Schein, E. (1998). *Cultura Organizacional*. Barcelona, Edit Plaza & Janes.
- Según Moreno (2006). *Análisis de la calidad de servicio hotelero mediante la escala de Servqual*. España: Universidad de La Laguna.
- Tuesta, J. (2016). *Influencia de la cultura organizacional en la calidad de atención del servicio del personal administrativo de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto* (Tesis de maestría). Recuperada de <http://bit.ly/2EgAmUx>
- Torres, Z (2014). *Administración estratégica*. México: Grupo editorial patria.
- Valderrama, S. (2015). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Lima: San Marcos.
- Schein, E. (1998). *Cultura Organizacional*. Barcelona, Edit Plaza & Janes.
- Según Moreno (2006). *Análisis de la calidad de servicio hotelero mediante la escala de Servqual*. España: Universidad de La Laguna.

Reyes, A (2004). *Administración moderna*. México: Noriega Editores.

Tamayo y Tamayo, M. (2001). *El proceso de la investigación científica*. Editorial Limusa. México.

Tuesta, J. (2016). *Influencia de la cultura organizacional en la calidad de atención del servicio del personal administrativo de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto* (Tesis de maestría). Recuperada de <http://bit.ly/2EgAmUx>

Valderrama, S. (2015). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Lima: San Marcos.

## **VIII. Anexos**

## Anexo A: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES				
			VARIABLE 1: CULTURA ORGANIZACIONAL				
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas	Niveles y rangos
¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la calidad del servicio en la sede central de la ONP - 2017?	Determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y la calidad del servicio en la sede central de la ONP - 2017	La Cultura Organizacional se relaciona con la Calidad del Servicio en la sede central de la ONP - 2017.	Consistencia	Valores	1	Siempre = 5 Casi Siempre = 4 A veces = 3 Malo = 2 Nunca = 1	1. Bajo 2. Medio 3. Alto
				Acuerdos	2		
				Coordinación	3		
				Integración	4		
				Empowerment	5		
				Trabajo en Equipo	6		
				Desarrollo de Capacidades	7		
			Adaptabilidad	Orientación al cambio	8		
				Orientación al cliente	9		
				Aprendizaje Organizativo	10		
				Propósito Estratégico	11		
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS	VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO				
¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la tangibilidad en la sede central de la ONP - 2017?	Determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y la tangibilidad en la sede central de la ONP - 2017	La cultura organizacional se relaciona con la tangibilidad en la sede central de la ONP - 2017	Tangibilidad	Equipamiento Infraestructura Imagen	12 13 14	Siempre = 5 Casi Siempre = 4 A veces = 3 Malo = 2 Nunca = 1	1. Bajo 2. Medio 3. Alto
¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la fiabilidad en la sede central de la ONP - 2017?	Determinar la relación que existe entre la cultura organizacional la fiabilidad en la sede central de la ONP - 2017	La cultura organizacional se relaciona con la fiabilidad en la sede central de la ONP - 2017	Fiabilidad	Garantía Durabilidad Asistencia al usuario	15 16 17		
¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la capacidad de respuesta en la sede central de la ONP - 2017?	Determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y la capacidad de respuesta en la sede central de la ONP - 2017	La cultura organizacional se relaciona con la capacidad de respuesta en la sede central de la ONP - 2017	Capacidad de Respuesta	Calidad Puntualidad Plazos de entrega	18 19 20		
¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la seguridad en la sede central de la ONP - 2017?	Determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y la seguridad en la sede central de la ONP - 2017	La cultura organizacional se relaciona con la seguridad en la sede central de la ONP - 2017	Seguridad	Trato justo Respeto a los Derechos Custodia	21 22 23		
¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la empatía en la sede central de la ONP - 2017?	Determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y la empatía en la sede central de la ONP - 2017	La cultura organizacional se relaciona con la empatía en la sede central de la ONP - 2017	Empatía	Bienestar a los clientes Comunicación comprensión del usuario	24 25 26		

## Anexo B: Matriz de datos

N°	CONSISTENCIA												IMPLICACIÓN									
	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	P 19	P 20	P 21	
1	5	5	5	5	3	5	5	4	5	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	
2	4	5	4	4	3	3	3	4	5	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	
3	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	
4	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4	4	4	5	
5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	
6	3	3	3	4	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	
7	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	
8	3	4	3	3	3	3	4	5	2	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	
9	5	2	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	
10	4	5	3	4	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	
11	4	5	4	5	2	4	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	5	5	5	4	4	
12	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	
13	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	
14	5	1	5	4	2	4	3	3	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	
15	5	5	5	4	4	1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	
16	5	3	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	
17	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	
18	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	
19	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	
20	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	
21	4	3	4	3	3	4	5	5	5	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	
22	5	3	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	
23	5	4	4	2	4	3	5	4	3	3	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	
24	4	4	5	4	3	4	5	3	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	
25	5	3	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	
26	4	5	5	3	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4	
27	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	
28	5	3	4	3	2	3	5	5	3	3	4	4	3	5	3	3	5	5	4	4	4	
29	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
30	4	4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	
31	5	3	5	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	3	
32	5	3	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4	5	4	3	5	4	5	3	5	4	
33	4	5	5	3	2	4	4	4	3	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	
34	5	3	5	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	
35	4	4	5	4	4	3	5	4	2	5	4	3	5	5	4	4	5	5	4	5	4	
36	4	4	5	4	3	4	5	5	3	4	3	4	4	4	3	5	5	5	4	5	3	
37	5	5	4	3	4	3	5	3	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	3	4	4	
38	4	3	4	3	3	3	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	3	
39	5	4	5	3	3	4	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	
40	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	3	
41	5	4	5	4	4	4	4	4	2	3	3	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	
42	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	
43	4	3	5	4	3	3	4	3	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	
44	5	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	3	4	5	4	5	4	
45	4	5	4	3	4	3	5	5	4	5	3	3	5	4	4	4	5	4	3	4	4	
46	5	3	5	3	3	4	4	4	3	4	3	4	5	5	3	4	5	5	4	4	5	
47	5	4	4	4	3	3	3	5	2	5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	5	4	



48	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
49	4	5	4	3	4	4	3	3	3	3	5	3	4	4	3	4	4	5	3	5	4
50	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5	4	4	3
51	4	4	4	3	4	4	3	5	5	5	3	3	4	5	4	4	5	4	4	4	3
52	5	4	4	4	4	3	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	3	4	3
53	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	5	3	4	5	5	3	4	4
54	4	3	5	4	3	3	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4
55	4	4	5	3	5	4	4	4	5	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3
56	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	5	4
57	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	3	3	5	5	5	4	3	5	4	5	5
58	3	4	4	3	4	3	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5
59	5	5	5	4	3	4	4	5	4	5	3	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4
60	4	5	4	4	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4
61	3	5	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	5	3
62	4	3	5	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3
63	5	4	5	3	4	2	5	3	3	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4
64	5	5	5	3	4	3	3	3	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4
65	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	3	3	4	5	4	4
66	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	3	5	5	4	3	4	5	4	4	3
67	4	4	4	4	3	2	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	3
68	4	5	5	3	4	3	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3
69	3	3	4	4	4	4	5	4	3	5	3	5	5	4	4	3	5	4	3	4	4
70	5	5	3	3	4	4	4	3	2	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	5	4
71	4	4	5	4	3	3	3	4	3	3	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4
72	4	5	4	3	3	3	4	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4
73	4	5	5	4	2	4	4	5	4	5	5	3	5	5	3	4	4	5	5	4	4
74	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
75	5	3	5	3	4	3	5	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4
76	5	3	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	3	3	4	5	3	4	4
77	4	4	4	3	3	2	5	3	4	5	3	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4
78	5	5	5	4	4	2	4	4	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	3
79	4	4	4	3	4	3	3	5	4	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4
80	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	4	4	5	5
81	5	4	5	3	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3
82	5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5
83	4	4	5	3	3	3	3	5	3	3	3	4	5	5	4	3	5	5	4	4	3
84	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4
85	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	3	5	4	3	4	5	5	4	4	4
86	5	5	4	3	3	2	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	3
87	5	5	5	4	4	3	5	5	3	4	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	4
88	5	5	4	3	3	4	4	3	3	5	3	5	5	4	3	4	5	5	3	4	3
89	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3
90	5	4	5	3	4	4	5	4	3	3	5	4	5	4	4	3	5	4	4	5	3
91	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	5	5	3
92	4	5	5	3	3	3	4	4	4	5	4	3	5	4	4	3	5	3	4	5	2
93	5	4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4
94	5	3	5	4	3	3	5	4	3	3	3	5	5	4	3	3	4	4	4	4	5
95	4	5	5	3	4	2	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	3	4	4





N°	FIABILIDAD										CAPACIDAD DE RESUESTA								
	P 43	P 44	P 45	P 46	P 47	P 48	P 49	P 50	P 51	P 52	P 53	P 54	P 55	P 56	P 57	P 58	P 59	P 60	
1	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	5	5	5	4	
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	
3	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	
4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	
5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	3	4	
6	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	
7	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	
8	4	2	3	3	4	5	5	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4	
9	3	2	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	
10	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	
11	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	3	4	5	4	5	4	4	
12	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
13	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	
14	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	
15	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	
16	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	
17	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	
18	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	
19	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
20	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
21	5	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	5	3	3	5	
22	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
23	3	3	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	5	4	
24	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	
25	5	3	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	3	3	4	
26	2	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	
27	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	
28	3	3	4	4	3	5	3	3	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	
29	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	
30	5	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	3	5	5	4	4	
31	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	3	3	4	5	4	5	
32	5	4	5	4	5	4	3	5	4	5	3	5	4	4	5	4	5	4	
33	3	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	5	5	3	
34	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	
35	2	5	4	3	5	5	4	4	5	5	4	5	4	3	2	5	4	3	
36	3	4	3	4	4	4	3	5	5	5	4	5	3	4	3	4	3	4	
37	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	3	4	4	3	4	5	4	5	
38	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	5	4	4	3	
39	3	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	5	5	4	
40	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	
41	2	3	3	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	2	3	3	5	
42	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	
43	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	
44	3	4	4	5	5	5	4	3	4	5	4	5	4	3	3	4	4	5	
45	4	5	3	3	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	3	3	
46	3	4	3	4	5	5	3	4	5	5	4	4	5	3	3	4	3	4	
47	2	5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	2	5	4	5	
48	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	5	4	
49	3	3	5	3	4	4	3	4	4	5	3	5	4	3	3	3	5	3	
50	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	3	
51	5	5	3	3	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	3	3	

52	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	3	4	3	3	4	5	4	4
53	3	4	4	5	4	5	3	4	5	5	3	4	4	4	3	4	4	5
54	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	
55	5	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	5	
56	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	5	4	3	4	4	5	
57	3	5	3	3	5	5	5	4	3	5	4	5	5	4	3	5	3	
58	4	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	3	4	5	4	
59	4	5	3	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	
60	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	5	5	4	
61	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4	3	
62	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	4	4	3	
63	3	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	
64	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	5	
65	5	5	5	4	5	4	5	3	3	4	5	4	4	4	5	5	4	
66	4	5	4	3	5	5	4	3	4	5	4	4	3	3	4	5	3	
67	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	3	3	3	4	4	
68	4	5	3	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	3	
69	3	5	3	5	5	4	4	3	5	4	3	4	4	3	3	5	3	
70	2	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	5	4	4	2	4	5	
71	3	3	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4	3	3	3	4	
72	3	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	
73	4	5	5	3	5	5	3	4	4	5	5	4	4	3	4	5	3	
74	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	
75	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	
76	5	4	5	5	4	4	3	3	4	5	3	4	4	3	5	4	5	
77	4	5	3	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	
78	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	3	3	5	4	5	
79	4	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	
80	4	4	5	3	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	
81	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3	3	4	5	4	
82	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	
83	3	3	3	4	5	5	4	3	5	5	4	4	3	3	3	3	4	
84	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	
85	5	5	5	3	5	4	3	4	5	5	4	4	4	3	5	5	3	
86	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	
87	3	4	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	4	3	3	4	5	
88	3	5	3	5	5	4	3	4	5	5	3	4	3	4	3	5	5	
89	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	
90	3	3	5	4	5	4	4	3	5	4	4	5	3	3	3	3	4	
91	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	5	5	3	3	5	4	4	
92	4	5	4	3	5	4	4	3	5	3	4	5	2	4	4	5	3	
93	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	
94	3	3	3	5	5	4	3	3	4	4	4	4	5	3	3	3	5	
95	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	

N°	SEGURIDAD									EMPATÍA								
	P 61	P 62	P 63	P 64	P 65	P 66	P 67	P 68	P 69	P 70	P 71	P 72	P 73	P 74	P 75	P 76	P 77	P 78
1	4	3	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4
5	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	5	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4
8	5	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5
9	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3
10	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
11	5	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4
12	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
13	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5
15	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
16	4	3	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	3	4	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4
18	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4
19	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2
21	5	5	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	3	3	5
22	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
23	5	3	3	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	5
24	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
25	4	5	3	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4
26	3	2	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4	4	3	3	4
27	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	2	3	4
28	3	3	3	4	4	3	5	3	3	5	5	4	4	4	4	3	4	5
29	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3
30	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4
31	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	3	3	3	3	4
32	5	5	4	5	4	5	4	3	5	4	5	3	5	4	4	2	4	4
33	4	3	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	5
35	5	2	5	4	3	5	5	4	4	5	5	4	5	4	3	3	4	5
36	4	3	4	3	4	4	4	3	5	5	5	4	5	3	4	4	3	5
37	5	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	3	4	4	3	3	3	4
38	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	3	4	5
39	5	3	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4
40	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	4
41	5	2	3	3	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4
43	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5
44	5	3	4	4	5	5	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	3	3
45	5	4	5	3	3	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4
46	5	3	4	3	4	5	5	3	4	5	5	4	4	5	3	3	3	5
47	4	2	5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4
48	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5
49	4	3	3	5	3	4	4	3	4	4	5	3	5	4	3	4	4	4
50	5	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4
51	4	5	5	3	3	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4

52	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	3	4	3	3	3	4	4
53	4	3	4	4	5	4	5	3	4	5	5	3	4	4	4	3	3	5
54	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4	3	5	4	3
55	5	5	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5
56	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	5	4	3	5	4	4
57	5	3	5	3	3	5	5	5	4	3	5	4	5	5	4	4	3	5
58	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	3	3	4	4
59	5	4	5	3	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4
60	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4
61	5	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	2	4
62	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	4	2	5
63	5	3	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3
64	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	4	5
65	5	5	5	5	4	5	4	5	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4
66	5	4	5	4	3	5	5	4	3	4	5	4	4	3	3	3	2	5
67	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	3	3	4	3	4
68	5	4	5	3	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4
69	5	3	5	3	5	5	4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4	4
70	4	2	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	5	4	4	3	3	4
71	5	3	3	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4	3	3	3	5
72	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	2	4	3
73	5	4	5	5	3	5	5	3	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4
74	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4
75	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4
76	4	5	4	5	5	4	4	3	3	4	5	3	4	4	3	3	2	4
77	5	4	5	3	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	2	5
78	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
79	4	4	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	3	3	3	5
80	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4
81	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3	3	3	4	4
82	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	3	4
83	5	3	3	3	4	5	5	4	3	5	5	4	4	3	3	4	3	4
84	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	5
85	5	5	5	5	3	5	4	3	4	5	5	4	4	4	3	3	2	5
86	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4
87	4	3	4	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	4	3	3	4	5
88	5	3	5	3	5	5	4	3	4	5	5	3	4	3	4	4	3	4
89	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4
90	5	3	3	5	4	5	4	4	3	5	4	4	5	3	3	4	3	4
91	5	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	5	5	3	3	3	3	4
92	5	4	5	4	3	5	4	4	3	5	3	4	5	2	4	4	3	5
93	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	3	3	3
94	5	3	3	3	5	5	4	3	3	4	4	4	4	5	3	4	2	4
95	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4

**Anexo C: Instrumento****ENCUESTA N° 01**

Sr(a) el presente es un trabajo de investigación que se viene desarrollando en la escuela de posgrado de la Universidad Cesar Vallejo y tiene por objeto tener una opinión respecto a la “Cultura Organizacional y Calidad del Servicio en La Sede Central De La ONP, 2017”. Las respuestas son totalmente anónimas y se le sugiere responder con la sinceridad del caso.

Responder marcando con una equis “X”, utilizando la escala del 1 al 5, a cada afirmación que mejor describa sus experiencias en la institución.

1: Muy malo

2: Malo

3: Regular

4: Bueno

5: Muy Bueno

DIMENSIONES		ESCALAS DE CALIFICACIÓN				
V1. CULTURA ORGANIZACIONAL						
DIMENSIÓN I: CONSISTENCIA		1	2	3	4	5
1	¿Existen valores que rigen la forma en la que se conduce la ONP?					
2	¿El ignorar los valores ocasiona problemas?					
3	¿Los valores en la ONP están claros y consistentes?					
4	¿Cuándo existen desacuerdos se encuentran soluciones?					
5	¿Hay dificultades para alcanzar acuerdos en temas claves?					
6	¿Existe acuerdos a cerca de la forma de trabajo?					
7	¿Las decisiones son coordinadas con los jefes de las diferentes áreas?					
8	¿Los trabajadores de diferentes áreas tienen una perspectiva en común?					
9	¿Existe una alineación de objetivos entre los niveles jerárquicos?					
10	¿Hay integración entre los trabajadores de tu área?					
11	¿Tus labores están integradas con las demás áreas?					
12	¿Crees que la ONP es integrada correctamente?					
DIMENSIÓN II: IMPLICACIÓN						
13	¿Los trabajadores de la ONP están comprometidos en su trabajo?					
14	¿Las decisiones que se toman, tienen el nivel de la información obtenida?					
15	¿Los trabajadores están comprometidos con su trabajo?					
16	¿Se fomenta la cooperación entre los diferentes grupos de trabajo?					
17	¿Consideras que formas parte de un equipo trabajo?					
18	¿Las labores se realizan en equipo?					



19	¿Las labores son delegados entre los trabajadores?					
20	¿Las capacidades de los trabajadores mejoran constantemente?					
21	¿Se invierte en el desarrollo de las capacidades de sus miembros?					
<b>DIMENSIÓN III: ADAPTABILIDAD</b>						
22	¿Es fácil de cambiar la forma de trabajo?					
23	¿Los trabajadores cooperan para los cambios en la institución?					
24	¿Se adoptan nuevas formas y mejoras para mejorar las labores?					
25	¿Las recomendaciones de los usuarios conducen a introducir cambios?					
26	¿Los comentarios de los usuarios influyen en las decisiones que se toman?					
27	¿Se tiene en cuenta los deseos y necesidades de los usuarios?					
28	¿El fracaso se refleja como una oportunidad para aprender y mejora?					
29	¿El aprendizaje es un objetivo importante en el trabajo cotidiano?					
30	¿Los jefes se preocupan que los trabajadores aprendan constantemente?					
31	¿En la ONP se tiene un proyecto y una orientación a largo plazo?					
32	¿Se tiene una misión clara que le da sentido y rumbo a nuestro trabajo?					
33	¿En la ONP se tiene una estrategia clara?					
<b>V2. CALIDAD DE SERVICIO</b>						
<b>DIMENSIÓN IV: TANGIBILIDAD</b>						
34	¿Trabaja con equipos actualizados?					
35	¿Dispone de tecnología adecuada para realizar su trabajo?					
36	¿Los trabajadores hacen el bien uso de los equipamientos?					
37	¿La infraestructura es excelentes y visualmente atractivas?					
38	¿Cuenta con instrumentos suficientes para llevar a cabo su trabajo?					
39	¿Dispone de medios adecuados de comunicación con las demás sedes?					
40	¿Los empleados de la ONP tienen excelentes apariencias?					
41	¿Las imágenes de los servicios brindados son atractivos?					
42	¿Los elementos materiales son visualmente atractivos?					
<b>DIMENSIÓN V: FIABILIDAD</b>						
43	¿El usuario siente seguro su información en la institución?					
44	¿Los usuarios regresan después de la atención a causa de una mala información previa?					
45	¿Los trabajadores ejecutan de buena forma sus tareas?					
46	¿Considera que se da por atendido el servicio en el tiempo prometido?					
47	¿Cuándo un usuario tiene problemas para ser atendido se le brinda alternativas de solución?					
48	¿La ONP realiza bien el servicio desde la primera vez que es atendido un usuario?					
49	¿Cuándo el usuario tiene un problema, el trabajador muestra un sincero interés en asistirlo y brindarle una solución?					

50	¿La ONP se adapta a las necesidades de los usuarios?					
51	¿Los empleados siempre son amables con los usuarios?					
<b>DIMENSIÓN VI: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>						
52	¿Los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los usuarios?					
53	¿Se brindan atención individualizada a los usuarios?					
54	¿Se soluciona satisfactoriamente las demandas de sus usuarios?					
55	¿Cuándo la ONP promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace?					
56	¿Los trabajadores ofrecen un servicio rápido a sus clientes?					
57	¿Los trabajadores y sus servicios siempre están dispuestos a ayudar a sus usuarios?					
58	¿Se cumplen los plazos determinados para la atención de cada cliente?					
59	¿Los trabajadores están dispuestos a responder a las preguntas de los usuarios?					
60	¿Los plazos de entrega de las respuestas a cada problema del cliente cumplen el estándar fijado por la ONP?					
<b>DIMENSIÓN VII: SEGURIDAD</b>						
61	¿Los trabajadores transmiten confianza a los usuarios?					
62	¿Los trabajadores dan una imagen de honestidad y confianza?					
63	¿Los trabajadores aplican el trato justo indistintamente a sus usuarios?					
64	¿La ONP tiene horarios convenientes para todos los usuarios?					
65	¿Los trabajadores son siempre amables con los clientes?					
66	¿En la ONP se respeta el derecho de los usuarios de servicio preferencial?					
67	¿Se realiza labores de seguridad de los usuarios?					
68	¿Los usuarios encuentran las mejores soluciones?					
69	¿Se informa de una manera clara y comprensible los derechos que cada usuario posee?					
<b>DIMENSIÓN VIII: EMPATÍA</b>						
70	¿Los trabajadores comprenden las necesidades específicas de los usuarios?					
71	¿Se preocupan por los intereses de los usuarios?					
72	¿Se informa de una manera clara y comprensible a los usuarios?					
73	¿Los trabajadores comunican la fecha de atención de los servicios solicitados?					
74	¿El área de atención al asegurado recoge de forma adecuada las quejas y sugerencias de los usuarios?					
75	¿Se explica a los usuarios que no se puede contactar con la persona que responder a sus demandas?					
76	¿Se tiene horarios de trabajo flexibles al cliente?					
77	¿La ONP se preocupa por los resultados que les brinda a sus usuarios?					
78	¿La ONP comprende las necesidades específicas de sus usuarios?					

## Anexo D: Validación de Instrumentos

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE CULTURA ORGANIZACIONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1: CONSISTENCIA</b>							
1	¿Existen valores que rigen la forma en la que se conduce la ONP?	/		/		/		
2	¿El ignorar los valores ocasiona problemas?	/		/		/		
3	¿Los valores en la ONP están claros y consistentes?	/		/		/		
4	¿Cuándo existen desacuerdos se encuentran soluciones?	/		/		/		
5	¿Hay dificultades para alcanzar acuerdos en temas claves?	/		/		/		
6	¿Existe acuerdos a cerca de la forma de trabajo?	/		/		/		
7	¿Las decisiones son coordinadas con los jefes de las diferentes áreas?	/		/		/		
8	¿Los trabajadores de diferentes áreas tienen una perspectiva en común?	/		/		/		
9	¿Existe una alineación de objetivos entre los niveles jerárquicos?	/		/		/		
10	¿Hay integración entre los trabajadores de tu área?	/		/		/		
11	¿Tus labores están integradas con las demás áreas?	/		/		/		
12	¿Crees que la ONP es integrada correctamente?	/		/		/		
	<b>DIMENSIÓN 2: IMPLICACIÓN</b>							
13	¿Los trabajadores de la ONP están comprometidos en su trabajo?	/		/		/		
14	¿Las decisiones que se toman, tienen el nivel de la información obtenida?	/		/		/		
15	¿Los trabajadores están comprometidos con su trabajo?	/		/		/		
16	¿Se fomenta la cooperación entre los diferentes grupos de trabajo?	/		/		/		
17	¿Consideras que formas parte de un equipo trabajo?	/		/		/		
18	¿Las labores se realizan en equipo?	/		/		/		
19	¿Las labores son delegados entre los trabajadores?	/		/		/		

20	¿Las capacidades de los trabajadores mejoran constantemente?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
21	¿Se invierte en el desarrollo de las capacidades de sus miembros?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
<b>DIMENSIÓN 3: ADAPTABILIDAD</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
22	¿Es fácil de cambiar la forma de trabajo?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
23	¿Los trabajadores cooperan para los cambios en la institución?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
24	¿Se adoptan nuevas formas y mejoras para mejorar las labores?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
25	¿Las recomendaciones de los usuarios conducen a introducir cambios?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
26	¿Los comentarios de los usuarios influyen en las decisiones que se toman?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
27	¿Se tiene en cuenta los deseos y necesidades de los usuarios?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
28	¿El fracaso se refleja como una oportunidad para aprender y mejora?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
29	¿El aprendizaje es un objetivo importante en el trabajo cotidiano?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
30	¿Los jefes se preocupan que los trabajadores aprendan constantemente?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
31	¿En la ONP se tiene un proyecto y una orientación a largo plazo?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
32	¿Se tiene una misión clara que le da sentido y rumbo a nuestro trabajo?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
33	¿En la ONP se tiene una estrategia clara?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Aplica criterios de validez

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable**     **Aplicable después de corregir** [ ]    **No aplicable** [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.: Méndez Ilizarbe Eliria Susana    DNI: 07059554

Especialidad del validador: Meta-cógnica; Mg en Gerencia Educativa; Dra en Educación

17 de 02 del 2018

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
 Firma del Experto Informante.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE CULTURA ORGANIZACIONAL**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: CONSISTENCIA</b>								
1	¿Existen valores que rigen la forma en la que se conduce la ONP?	✓		✓		✓		
2	¿El ignorar los valores ocasiona problemas?	✓		✓		✓		
3	¿Los valores en la ONP están claros y consistentes?	✓		✓		✓		
4	¿Cuándo existen desacuerdos se encuentran soluciones?	✓		✓		✓		
5	¿Hay dificultades para alcanzar acuerdos en temas claves?	✓		✓		✓		
6	¿Existe acuerdos a cerca de la forma de trabajo?	✓		✓		✓		
7	¿Las decisiones son coordinadas con los jefes de las diferentes áreas?	✓		✓		✓		
8	¿Los trabajadores de diferentes áreas tienen una perspectiva en común?	✓		✓		✓		
9	¿Existe una alineación de objetivos entre los niveles jerárquicos?	✓		✓		✓		
10	¿Hay integración entre los trabajadores de tu área?	✓		✓		✓		
11	¿Tus labores están integradas con las demás áreas?	✓		✓		✓		
12	¿Crees que la ONP es integrada correctamente?	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 2: IMPLICACIÓN</b>								
13	¿Los trabajadores de la ONP están comprometidos en su trabajo?	✓		✓		✓		
14	¿Las decisiones que se toman, tienen el nivel de la información obtenida?	✓		✓		✓		
15	¿Los trabajadores están comprometidos con su trabajo?	✓		✓		✓		
16	¿Se fomenta la cooperación entre los diferentes grupos de trabajo?	✓		✓		✓		
17	¿Consideras que formas parte de un equipo trabajo?	✓		✓		✓		
18	¿Las labores se realizan en equipo?	✓		✓		✓		
19	¿Las labores son delegados entre los trabajadores?	✓		✓		✓		

20	¿Las capacidades de los trabajadores mejoran constantemente?	✓		✓		✓	
21	¿Se invierte en el desarrollo de las capacidades de sus miembros?	✓		✓		✓	
<b>DIMENSIÓN 3: ADAPTABILIDAD</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
22	¿Es fácil de cambiar la forma de trabajo?	✓		✓		✓	
23	¿Los trabajadores cooperan para los cambios en la institución?	✓		✓		✓	
24	¿Se adoptan nuevas formas y mejoras para mejorar las labores?	✓		✓		✓	
25	¿Las recomendaciones de los usuarios conducen a introducir cambios?	✓		✓		✓	
26	¿Los comentarios de los usuarios influyen en las decisiones que se toman?	✓		✓		✓	
27	¿Se tiene en cuenta los deseos y necesidades de los usuarios?	✓		✓		✓	
28	¿El fracaso se refleja como una oportunidad para aprender y mejora?	✓		✓		✓	
29	¿El aprendizaje es un objetivo importante en el trabajo cotidiano?	✓		✓		✓	
30	¿Los jefes se preocupan que los trabajadores aprendan constantemente?	✓		✓		✓	
31	¿En la ONP se tiene un proyecto y una orientación a largo plazo?	✓		✓		✓	
32	¿Se tiene una misión clara que le da sentido y rumbo a nuestro trabajo?	✓		✓		✓	
33	¿En la ONP se tiene una estrategia clara?	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable []    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.: Gallardo Morales Santiago    DNI: 25514954

Especialidad del validador: Mg. Docencia e Investigación Unversitaria

17 de 02 del 2018

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
 Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE CULTURA ORGANIZACIONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: CONSISTENCIA</b>								
1	¿Existen valores que rigen la forma en la que se conduce la ONP?	✓		✓		✓		
2	¿El ignorar los valores ocasiona problemas?	✓		✓		✓		
3	¿Los valores en la ONP están claros y consistentes?	✓		✓		✓		
4	¿Cuándo existen desacuerdos se encuentran soluciones?	✓		✓		✓		
5	¿Hay dificultades para alcanzar acuerdos en temas claves?	✓		✓		✓		
6	¿Existe acuerdos a cerca de la forma de trabajo?	✓		✓		✓		
7	¿Las decisiones son coordinadas con los jefes de las diferentes áreas?	✓		✓		✓		
8	¿Los trabajadores de diferentes áreas tienen una perspectiva en común?	✓		✓		✓		
9	¿Existe una alineación de objetivos entre los niveles jerárquicos?	✓		✓		✓		
10	¿Hay integración entre los trabajadores de tu área?	✓		✓		✓		
11	¿Tus labores están integradas con las demás áreas?	✓		✓		✓		
12	¿Crees que la ONP es integrada correctamente?	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 2: IMPLICACIÓN</b>								
13	¿Los trabajadores de la ONP están comprometidos en su trabajo?	✓		✓		✓		
14	¿Las decisiones que se toman, tienen el nivel de la información obtenida?	✓		✓		✓		
15	¿Los trabajadores están comprometidos con su trabajo?	✓		✓		✓		
16	¿Se fomenta la cooperación entre los diferentes grupos de trabajo?	✓		✓		✓		
17	¿Consideras que formas parte de un equipo trabajo?	✓		✓		✓		
18	¿Las labores se realizan en equipo?	✓		✓		✓		
19	¿Las labores son delegados entre los trabajadores?	✓		✓		✓		

20	¿Las capacidades de los trabajadores mejoran constantemente?	✓		✓		✓	
21	¿Se invierte en el desarrollo de las capacidades de sus miembros?	✓		✓		✓	
<b>DIMENSIÓN 3: ADAPTABILIDAD</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
22	¿Es fácil de cambiar la forma de trabajo?	✓		✓		✓	
23	¿Los trabajadores cooperan para los cambios en la institución?	✓		✓			
24	¿Se adoptan nuevas formas y mejoras para mejorar las labores?	✓		✓		✓	
25	¿Las recomendaciones de los usuarios conducen a introducir cambios?	✓		✓			
26	¿Los comentarios de los usuarios influyen en las decisiones que se toman?	✓		✓		✓	
27	¿Se tiene en cuenta los deseos y necesidades de los usuarios?	✓		✓		✓	
28	¿El fracaso se refleja como una oportunidad para aprender y mejora?	✓		✓		✓	
29	¿El aprendizaje es un objetivo importante en el trabajo cotidiano?	✓		✓		✓	
30	¿Los jefes se preocupan que los trabajadores aprendan constantemente?	✓		✓		✓	
31	¿En la ONP se tiene un proyecto y una orientación a largo plazo?	✓		✓		✓	
32	¿Se tiene una misión clara que le da sentido y rumbo a nuestro trabajo?	✓		✓		✓	
33	¿En la ONP se tiene una estrategia clara?	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir [  ]    No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.: Edwin Alberto MARTINEZ LÓPEZ    DNI: 09080039

Especialidad del validador: M.E.T.O.D.O.L.O.G.O

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

...17 de 02 del 2018

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma del Experto Informante.



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1: TANGIBILIDAD</b>							
1	¿Trabaja con equipos actualizados?	/		/		/		
2	¿Dispone de tecnología adecuada para realizar su trabajo?	/		/		/		
3	¿Los trabajadores hacen el bien uso de los equipamientos?	/		/		/		
4	¿La infraestructura es excelente y visualmente atractiva?	/		/		/		
5	¿Cuenta con instrumentos suficientes para llevar a cabo su trabajo?	/		/		/		
6	¿Dispone de medios adecuados de comunicación con las demás sedes?	/		/		/		
7	¿Los empleados de la ONP tienen excelentes apariencia?	/		/		/		
8	¿Las imágenes de los servicios brindados son atractivas?	/		/		/		
9	¿Los elementos materiales son visualmente atractivos?	/		/		/		
	<b>DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD</b>							
10	¿El usuario siente seguro su información en la institución?	/		/		/		
11	¿Los usuarios regresan después de la atención a causa de una mala información previa?	/		/		/		
12	¿Los trabajadores ejecutan de buena forma sus tareas?	/		/		/		
13	¿Considera que se da por atendido el servicio en el tiempo prometido?	/		/		/		
14	¿Cuándo un usuario tiene problemas para ser atendido se le brinda alternativas de solución?	/		/		/		
15	¿La ONP realiza bien el servicio desde la primera vez que es atendido un usuario?	/		/		/		
16	¿Cuándo el usuario tiene un problema, el trabajador muestra un sincero interés en asistirlo y brindarle una solución?	/		/		/		

17	¿La ONP se adapta a las necesidades de los usuarios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	¿Los empleados siempre son amables con los usuarios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
19	¿Los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los usuarios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	¿Se brindan atención individualizada a los usuarios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	¿Se soluciona satisfactoriamente las demandas de sus usuarios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	¿Cuándo la ONP promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	¿Los trabajadores ofrecen un servicio rápido a sus clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	¿Los trabajadores y sus servicios siempre están dispuestos a ayudar a sus usuarios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	¿Se cumplen los plazos determinados para la atención de cada cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26	¿Los trabajadores están dispuestos a responder a las preguntas de los usuarios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27	¿Los plazos de entrega de las respuestas a cada problema del cliente cumplen el estándar fijado por la ONP?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
28	¿Los trabajadores transmiten confianza a los usuarios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29	¿Los trabajadores dan una imagen de honestidad y confianza?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30	¿Los trabajadores aplican el trato justo indistintamente a sus usuarios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31	¿La ONP tiene horarios convenientes para todos los usuarios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32	¿Los trabajadores son siempre amables con los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33	¿En la ONP se respeta el derecho de los usuarios de servicio preferencial?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34	¿Se realiza labores de seguridad de los usuarios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35	¿Los usuarios encuentran las mejores soluciones?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36	¿Se informa de una manera clara y comprensible los derechos que cada usuario posee?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>DIMENSIÓN 5: EMPATÍA</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
37	¿Los trabajadores comprenden las necesidades específicas de los usuarios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38	¿Se preocupan por los intereses de los usuarios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

39	¿Se informa de una manera clara y comprensible a los usuarios?	/	/	/	
40	¿Los trabajadores comunican la fecha de atención de los servicios solicitados?	/	/	/	
41	¿El área de atención al asegurado recoge de forma adecuada las quejas y sugerencias de los usuarios?	/	/	/	
42	¿Se explica a los usuarios que no se puede contactar con la persona que responder a sus demandas?	/	/	/	
43	¿Se tiene horarios de trabajo flexibles al cliente?	/	/	/	
44	¿La ONP se preocupa por los resultados que les brinda a sus usuarios?	/	/	/	
45	¿La ONP comprende las necesidades específicas de sus usuarios?	/	/	/	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Aplica criterios de validez

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable** [  ]    **Aplicable después de corregir** [  ]    **No aplicable** [  ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.: Méndez Ilizarbe Gloria Susana    DNI: 07059554

Especialidad del validador: Metodóloga; Mg en Serencia Educativa; Dra en Educación

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

...17 de 02 del 2018

  
 \_\_\_\_\_  
**Firma del Experto Informante.**

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1: TANGIBILIDAD</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Trabaja con equipos actualizados?	/		/		/		
2	¿Dispone de tecnología adecuada para realizar su trabajo?	/		/		/		
3	¿Los trabajadores hacen el bien uso de los equipamientos?	/		/		/		
4	¿La infraestructura es excelente y visualmente atractiva?	/		/		/		
5	¿Cuenta con instrumentos suficientes para llevar a cabo su trabajo?	/		/		/		
6	¿Dispone de medios adecuados de comunicación con las demás sedes?	/		/		/		
7	¿Los empleados de la ONP tienen excelentes apariencias?	/		/		/		
8	¿Las imágenes de los servicios brindados son atractivas?	/		/		/		
9	¿Los elementos materiales son visualmente atractivos?	/		/		/		
	<b>DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
10	¿El usuario siente seguro su información en la institución?	/		/		/		
11	¿Los usuarios regresan después de la atención a causa de una mala información previa?	/		/		/		
12	¿Los trabajadores ejecutan de buena forma sus tareas?	/		/		/		
13	¿Considera que se da por atendido el servicio en el tiempo prometido?	/		/		/		
14	¿Cuándo un usuario tiene problemas para ser atendido se le brinda alternativas de solución?	/		/		/		
15	¿La ONP realiza bien el servicio desde la primera vez que es atendido un usuario?	/		/		/		
16	¿Cuándo el usuario tiene un problema, el trabajador muestra un sincero interés en asistirlo y brindarle una solución?	/		/		/		

17	¿La ONP se adapta a las necesidades de los usuarios?	/		/		/	
18	¿Los empleados siempre son amables con los usuarios?	/		/		/	
	<b>DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
19	¿Los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los usuarios?	/		/		/	
20	¿Se brindan atención individualizada a los usuarios?	/		/		/	
21	¿Se soluciona satisfactoriamente las demandas de sus usuarios?	/		/		/	
22	¿Cuándo la ONP promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace?	/		/		/	
23	¿Los trabajadores ofrecen un servicio rápido a sus clientes?	/		/		/	
24	¿Los trabajadores y sus servicios siempre están dispuestos a ayudar a sus usuarios?	/		/		/	
25	¿Se cumplen los plazos determinados para la atención de cada cliente?	/		/		/	
26	¿Los trabajadores están dispuestos a responder a las preguntas de los usuarios?	/		/		/	
27	¿Los plazos de entrega de las respuestas a cada problema del cliente cumplen el estándar fijado por la ONP?	/		/		/	
	<b>DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
28	¿Los trabajadores transmiten confianza a los usuarios?	/		/		/	
29	¿Los trabajadores dan una imagen de honestidad y confianza?	/		/		/	
30	¿Los trabajadores aplican el trato justo indistintamente a sus usuarios?	/		/		/	
31	¿La ONP tiene horarios convenientes para todos los usuarios?	/		/		/	
32	¿Los trabajadores son siempre amables con los clientes?	/		/		/	
33	¿En la ONP se respeta el derecho de los usuarios de servicio preferencial?	/		/		/	
34	¿Se realiza labores de seguridad de los usuarios?	/		/		/	
35	¿Los usuarios encuentran las mejores soluciones?	/		/		/	
36	¿Se informa de una manera clara y comprensible los derechos que cada usuario posee?	/		/		/	
	<b>DIMENSIÓN 5: EMPATÍA</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
37	¿Los trabajadores comprenden las necesidades específicas de los usuarios?	/		/		/	
38	¿Se preocupan por los intereses de los usuarios?	/		/		/	

39	¿Se informa de una manera clara y comprensible a los usuarios?	/		/		/	
40	¿Los trabajadores comunican la fecha de atención de los servicios solicitados?	/		/		/	
41	¿El área de atención al asegurado recoge de forma adecuada las quejas y sugerencias de los usuarios?	/		/		/	
42	¿Se explica a los usuarios que no se puede contactar con la persona que responder a sus demandas?	/		/		/	
43	¿Se tiene horarios de trabajo flexibles al cliente?	/		/		/	
44	¿La ONP se preocupa por los resultados que les brinda a sus usuarios?	/		/		/	
45	¿La ONP comprende las necesidades específicas de sus usuarios?	/		/		/	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable []    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.: Gallardo Morales Santiago DNI: 25514954

Especialidad del validador: Mg. Docencia e Investigación Universitaria

17 de 02 del 2018

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
 Firma del Experto Informante.

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1: TANGIBILIDAD</b>							
1	¿Trabaja con equipos actualizados?	✓		✓		✓		
2	¿Dispone de tecnología adecuada para realizar su trabajo?	✓		✓		✓		
3	¿Los trabajadores hacen el bien uso de los equipamientos?	✓		✓		✓		
4	¿La infraestructura es excelente y visualmente atractiva?	✓		✓		✓		
5	¿Cuenta con instrumentos suficientes para llevar a cabo su trabajo?	✓		✓		✓		
6	¿Dispone de medios adecuados de comunicación con las demás sedes?	✓		✓		✓		
7	¿Los empleados de la ONP tienen excelentes apariencias?	✓		✓		✓		
8	¿Las imágenes de los servicios brindados son atractivas?	✓		✓		✓		
9	¿Los elementos materiales son visualmente atractivos?	✓		✓		✓		
	<b>DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD</b>							
10	¿El usuario siente seguro su información en la institución?	✓		✓		✓		
11	¿Los usuarios regresan después de la atención a causa de una mala información previa?	✓		✓		✓		
12	¿Los trabajadores ejecutan de buena forma sus tareas?	✓		✓		✓		
13	¿Considera que se da por atendido el servicio en el tiempo prometido?	✓		✓		✓		
14	¿Cuándo un usuario tiene problemas para ser atendido se le brinda alternativas de solución?	✓		✓		✓		
15	¿La ONP realiza bien el servicio desde la primera vez que es atendido un usuario?	✓		✓		✓		
16	¿Cuándo el usuario tiene un problema, el trabajador muestra un sincero interés en asistirlo y brindarle una solución?	✓		✓		✓		

17	¿La ONP se adapta a las necesidades de los usuarios?	✓		✓		✓	
18	¿Los empleados siempre son amables con los usuarios?	✓		✓		✓	
	<b>DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
19	¿Los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los usuarios?	✓		✓		✓	
20	¿Se brindan atención individualizada a los usuarios?	✓		✓		✓	
21	¿Se soluciona satisfactoriamente las demandas de sus usuarios?	✓		✓		✓	
22	¿Cuándo la ONP promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace?	✓		✓		✓	
23	¿Los trabajadores ofrecen un servicio rápido a sus clientes?	✓		✓		✓	
24	¿Los trabajadores y sus servicios siempre están dispuestos a ayudar a sus usuarios?	✓		✓		✓	
25	¿Se cumplen los plazos determinados para la atención de cada cliente?	✓		✓		✓	
26	¿Los trabajadores están dispuestos a responder a las preguntas de los usuarios?	✓		✓		✓	
27	¿Los plazos de entrega de las respuestas a cada problema del cliente cumplen el estándar fijado por la ONP?	✓		✓		✓	
	<b>DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
28	¿Los trabajadores transmiten confianza a los usuarios?	✓		✓		✓	
29	¿Los trabajadores dan una imagen de honestidad y confianza?	✓		✓		✓	
30	¿Los trabajadores aplican el trato justo indistintamente a sus usuarios?	✓		✓		✓	
31	¿La ONP tiene horarios convenientes para todos los usuarios?	✓		✓		✓	
32	¿Los trabajadores son siempre amables con los clientes?	✓		✓		✓	
33	¿En la ONP se respeta el derecho de los usuarios de servicio preferencial?	✓		✓		✓	
34	¿Se realizada labores de seguridad de los usuarios?	✓		✓		✓	
35	¿Los usuarios encuentran las mejores soluciones?	✓		✓		✓	
36	¿Se informa de una manera clara y comprensible los derechos que cada usuario posee?	✓		✓		✓	
	<b>DIMENSIÓN 5: EMPATÍA</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
37	¿Los trabajadores comprenden las necesidades específicas de los usuarios?	✓		✓		✓	
38	¿Se preocupan por los intereses de los usuarios?	✓		✓		✓	



39	¿Se informa de una manera clara y comprensible a los usuarios?	✓		✓		✓	
40	¿Los trabajadores comunican la fecha de atención de los servicios solicitados?	✓		✓		✓	
41	¿El área de atención al asegurado recoge de forma adecuada las quejas y sugerencias de los usuarios?	✓		✓		✓	
42	¿Se explica a los usuarios que no se puede contactar con la persona que responder a sus demandas?	✓		✓		✓	
43	¿Se tiene horarios de trabajo flexibles al cliente?	✓		✓		✓	
44	¿La ONP se preocupa por los resultados que les brinda a sus usuarios?	✓		✓		✓	
45	¿La ONP comprende las necesidades específicas de sus usuarios?	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable []            Aplicable después de corregir [  ]            No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.: EDWIN ALBERTO MARTINEZ LÓPEZ ..... DNI: 09080039 .....

Especialidad del validador: METODOLOGO .....

- <sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- <sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

.....17 de 02 del 2018.....

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma del Experto Informante.

## **Anexo E: Artículo científico**

### **1. Título**

Cultura organizacional y calidad del servicio en la sede central de la ONP – 2017.

### **2. Autor**

Henry Dennis Eulogio Bustamante, henrydeubus@gmail.com

### **3. Resumen**

La presente investigación titulada: “Cultura organizacional y calidad del servicio en la sede central de la ONP - 2017”, tuvo como objetivo general determinar cómo la cultura organizacional se relaciona con la calidad del servicio en la sede central de la ONP en el periodo 2017. El método empleado fue deductivo, el tipo de investigación fue básico, de nivel correlacional, de enfoque cuantitativo y de diseño no experimental. La conclusión más importante de la presente investigación es, que el bienestar de los clientes, la comunicación y la comprensión del usuario están sumamente relacionados con la cultura organizacional de la entidad pública que presta el servicio.

### **4. Palabras clave**

Cultura organizacional, adaptabilidad, Trabajo en equipo, implicación, calidad de servicio y capacidad de respuesta.

## **5. Abstract**

In the designated "Organizational culture and quality of service at the headquarters of the ONP, present investigation 2017", the general objective was to determine how the organizational culture relates to the quality of service at the ONP headquarters during the 2017 period. The method used was deductive; the type of research was basic, correlational level, quantitative approach, non-experimental design. The most important conclusion of the present investigation is that the well-being of the clients, the communication and the understanding of the user are highly related to the organizational culture of the public entity that provides the service.

## **6. Keywords**

Organizational culture, adaptability, Teamwork, involvement, quality of service and response capacity.

## **7. Introducción**

El presente proyecto de tesis se basó en la Oficina de Normalización Previsional (ONP), específicamente entre la relación de la cultura organizacional que tienen los trabajadores con los servicios que se brinda en la sede central de la Oficina de Normalización Previsional. El título de la investigación es: Cultura organizacional y calidad del servicio en la sede central de la ONP, 2017. El objetivo de este proyecto es medir el nivel de influencia de la cultura organizacional en la calidad del servicio que brinda la ONP, toda vez que es una institución que atiende, en su mayoría, a personas de edad avanzada que solicitan su pensión de jubilación, por la que aportaron al Sistema Nacional de Pensiones cuando estuvieron laborando; y por ende, requerirán el servicio de orientación de los requisitos para obtenerlo, información específica referido a su expediente y/o la recepción de sus solicitudes para que se les agilice sus

trámites en el caso de no cumplir con las necesidades requeridas en un corto plazo.

## **8. Metodología**

### **Población**

La población de en esta investigación estará conformada por 95 trabajadores de la ONP sede central.

### **Muestra**

La muestra en la presente investigación será censal, es por ello que tomara para el estudio la población que está conformado por 95 trabajadores, en ese sentido no se someterá a ninguna fórmula probabilística.

### **Muestreo**

En esta investigación es de muestreo no probabilístico ya que no se pasara por una formula, si no se escogerá al grupo de investigación.

### **Técnica.**

En la presente investigación se utilizará la técnica de la encuesta, para poder recolectar los datos.

### **Instrumento.**

Para la tesis se utilizará una cuestionario conformado por 78 preguntas (33 variable cultura organizacional y 45 calidad de servicio).

### **Validez.**

La validación de los instrumentos está dada por el juicio de expertos, quienes emitieron su veredicto de manera independiente. Nuestro instrumento será validado por tres expertos en el tema de cultura organizacional y calidad del servicio.

### **Confiabilidad.**

La confiabilidad es la cualidad o propiedad de un instrumento de medición, que le permite obtener los mismos resultados, al aplicarse una o más veces a la misma persona o grupo de personas en diferentes periodos de tiempo (Carrasco, 2010, p. 339).

#### ***Resultados del análisis de confiabilidad del instrumento que mide la variable cultura organizacional***

<b>Dimensión</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N° de ítems</b>
Cultura Organizacional	,853	11

Como se observa en la tabla el alfa de cronbach de la variable cultura organizacional sale como resultado dentro del rango elevada confiabilidad en ese sentido el instrumento es confiable.

<b>Dimensión</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N° de ítems</b>
Calidad del servicio	,932	15

Como se observa en la tabla el alfa de cronbach de la variable calidad de servicio sale como resultado dentro del rango elevada confiabilidad en ese sentido el instrumento es confiable.

## **9. RESULTADOS**

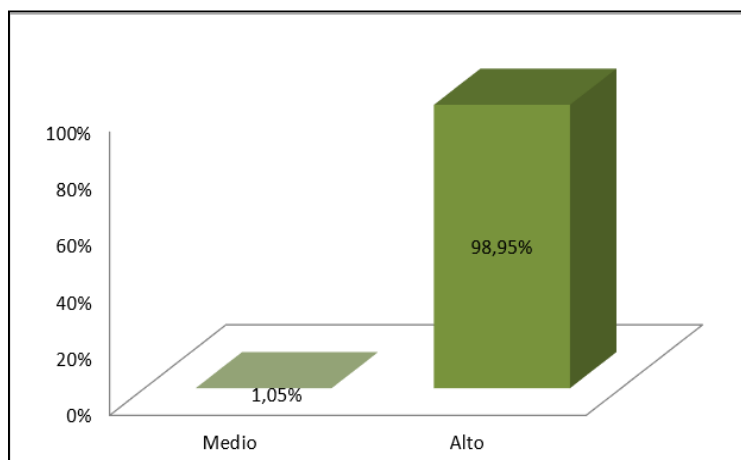
Describen narrativamente los hallazgos del estudio como el análisis estadístico e interpretación de datos y la prueba de hipótesis.

## Resultados descriptivos

### Cultura organizacional.

*Diagrama de frecuencia del grado Cultura Organizacional*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Medio	1	1,1	1,1	1,1
Válido	Alto	94	98,9	98,9	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

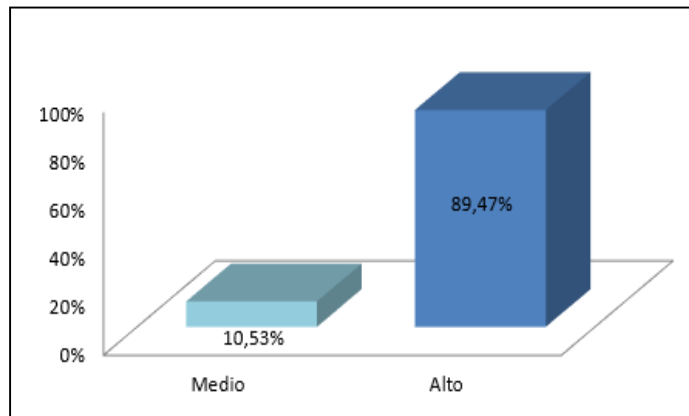


Del total de encuestados, el 98.95% considera que la cultura organizacional es alto y el 1.05% lo considera como medio.

### Calidad de servicio

*Distribución de frecuencia del grado Calidad del Servicio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Medio	10	10,5	10,5	10,5
Válido	Alto	85	89,5	89,5	100,0
	Total	95	100,0	100,0	



### **Interpretación:**

Del total de los colaboradores encuestados, el 89.47% indican que la calidad del servicio es alto, mientras que el 10.53% comenta que es medio.

## **10. DISCUSIÓN**

El objetivo de la presente investigación es determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y la calidad del servicio en la sede central de la ONP - 2017.

Los resultados se sustentan, por lo que el 98.95% de colaboradores encuestados menciona que la cultura organizacional es alta y el 89.47% de encuestados indica que la calidad de servicio también es alta. Además, el autor Tuesta (2016), en su tesis Influencia de la cultura organizacional en la calidad de atención del servicio del personal administrativo de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto. Da a concluir que la cultura organización tiene influencia en la calidad de atención del servicio, como también se puede rescatar para que exista una calidad óptima de servicio se debe practicar y generar una cultura organizacional en las áreas destacadas de ese modo se obtiene resultados positivos donde los colaboradores consiguen bienestar en su área de trabajo reduciendo los malestares e incertidumbres. En conclusión la investigación hecha coincide con el presente trabajo, ya que ambas variables guardan relación y de

ese modo se requiere que estas sean manejadas de la mejor forma para una óptima calidad del servicio.

## 11. CONCLUSIONES

**Primera:** A partir de los datos resueltos se puede afirmar que la variable 1 tiene relación positiva alta ( $Rho = 0.688$ ) y con una significancia ( $p$  valor =  $0.005$  es menor a  $0.05$ ) con la variable 2.

**Segunda:** En cuanto a la tangibilidad tiene una relación significativa moderada de  $0.566$ , que conlleva a que el equipamiento e infraestructura sean las más adecuadas de modo ofrecer una calidad del servicio óptimo.

**Tercera:** En cuanto a la fiabilidad tiene una relación significativa alta de  $0.721$ , que evidencia a la garantía, durabilidad y asistencia del servicio como relacionable con la cultura organizacional.

## 12. REFERENCIAS

Palacios, D. (2014). *Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó* (Tesis de Maestría). Recuperada <http://bit.ly/2ESVkg8>

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: administración, económica, humanidades y ciencias sociales*. (3. ° ed.). Colombia: Pearson Educación.

Bonavia, T., Prado, V. y García, A. (2010). *Adaptación al español del instrumento sobre cultura organizacional de Denison*. España: Summa Psicológica UST.

Camisón, C., Cruz, S. Y Gonzales, T. (2006). *Gestión de la Calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas*. Madrid: Pearson educación, S.A.

Carrasco, S. (2007). *Metodología de la investigación científica*. Lima: Editorial San Marcos.



**DECLARACIÓN JURADA****DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA Y AUTORIZACIÓN  
PARA LA PUBLICACIÓN DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO**

Yo, Henry Dennis Eulogio Bustamante, estudiante del Programa Maestría en Gestión Pública de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 44185552, con el artículo titulado:

**“Cultura organizacional y calidad del servicio en la sede central de la ONP – 2017”**

Declaro bajo juramento que:

- 1) El artículo pertenece a mi autoría.
- 2) El artículo no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) El artículo no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para alguna revista.
- 4) De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.
- 5) Si, el artículo fuese aprobado para su publicación en la Revista u otro documento de difusión, cedo mis derechos patrimoniales y autorizo a la Escuela de Postgrado, de la Universidad César Vallejo, la publicación y divulgación del documento en las condiciones, procedimientos y medios que disponga la Universidad.

Lima, 4 de mayo de 2018.

Nombres y apellidos: Henry Dennis Eulogio Bustamante



### Acta de Aprobación de originalidad de Tesis

Yo, Edwin Alberto Martínez López, docente de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo filial Lima Norte, revisor de la tesis titulada **'Cultura organizacional y calidad del servicio en la sede central de la ONP – 2017'** del (de la) estudiante **Henry Dennis Eulogio Bustamante**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 24% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito(a) analizo dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituye 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.

Lima, 17 de marzo del 2018



Dr. Edwin Alberto Martínez López

DNI:09080039

Feedback Studio - Google Chrome  
 Es seguro | https://exturnitin.com/app/carta/es/?s=18u=10498167448o=930406870&lang=es

feedback studio | G. Publica

**ESCUELA DE POSGRADO**  
 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Cultura organizacional y calidad del servicio en la sede central de la ONP – 2017**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:**  
 Maestro en Gestión Pública

**AUTOR:**  
 Br. Henry Dennis Eulogio Bustamante

**ASESOR:**  
 Dr. Edwin Alberto Martínez López

Resumen de coincidencias **24 %**

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias	Porcentaje
1 Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	2 %
2 repositorio.upeu.edu.pe Fuente de Internet	2 %
3 portafolio-davidgranad... Fuente de Internet	2 %
4 repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1 %
5 dspace.uniaandes.edu.ec Fuente de Internet	1 %
6 www.mindomo.com Fuente de Internet	1 %
7 repositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet	1 %
8 tesis.ula.ve Fuente de Internet	1 %

Página: 1 de 75 | Número de palabras: 15848

3:42 p.m. 14/03/2018



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)  
"César Acuña Peralta"

## FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

### 1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Eulogio Bustamante Henry Dennis  
D.N.I. : 44185552  
Domicilio : Av. Los Finca, Ma. B.F., Et. 2, Panachi, 2da. Etapa, - Ate.  
Teléfono : Fijo : 017383017, Móvil : 994835968  
E-mail : henrydebus@gmail.com

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : .....  
Escuela : .....  
Carrera : .....  
Título : .....

Tesis de Posgrado

Maestría

Doctorado

Grado : Maestro  
Mención : Gestión Pública

### 3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Eulogio Bustamante Henry Dennis

Título de la tesis: Cultura Organizacional y calidad del servicio en la sede central de la O.N.P. - 2017

Año de publicación : 2018

### 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma : Henry Eulogio Bustamante

Fecha: 12/06/18

