



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS - MBA

Estrategia de clima organizacional para elevar la calidad del servicio en la financiera
Crediscotia - Agencia Sullana, 2018

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Br. Luis Angel Castro Aguirre (ORCID: 0000-0002-8424-4023)

ASESOR:

Dr. Dayron Lugo Denis (ORCID: 0000-0002-3183-5655)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Desarrollo Sostenible, Emprendimiento y Responsabilidad Social

Piura – Perú

2019

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a mi familia, ya que me inspiran a superarme constantemente y por su apoyo incondicional.

Luis Angel

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios, por todo lo que nos brinda día a día.

A mi familia, por todo el apoyo brindado en este proceso.

A la Universidad César Vallejo, por brindarme la oportunidad de realizar mis estudios de post grado.

El autor

PÁGINA DEL JURADO



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Siendo las 11:30PM del día 24 de octubre de 2019, se reunió el Jurado evaluador para presenciar la sustentación de la tesis titulada: ESTRATEGIA DE CLIMA ORGANIZACIONAL PARA ELEVAR LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA FINANCIERA CREDISCOTIA - AGENCIA SULLANA, 2018, presentada/o por el /la bachiller CASTRO AGUIRRE LUIS ANGEL

Luego de evidenciar el acto de exposición y defensa de la tesis, se dictamina:

por Unanimitad Aprobado

En consecuencia, el/la/ graduando se encuentran en condición de ser calificado/a/ como Apto para recibir el grado de MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS - MBA

Piura, 24 de octubre de 2019

Dr. GUTIÉRREZ ALBÁN LUIS IGNACIO
PRESIDENTE

MG. CULBERTO MONZÓN GARCÍA
SECRETARIO

DR. LUGO DENIS DAYRON
VOCAL

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, *Luis Angel Castro Aguirre*, egresado del Programa Maestría en Administración de Negocios - MBA, de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 80227866

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor de la tesis titulada: *"Estrategia de clima organizacional para elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018"*
2. La misma que presento para optar el grado de: Maestro en Administración de Negocios.
3. La tesis presentada es auténtica, siguiendo un adecuado proceso de investigación, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
4. La tesis presentada no atenta contra derechos de terceros.
5. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
6. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis así como por los derechos sobre la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Así mismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la tesis.

De identificarse algún tipo de falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo S.A.C. Trujillo; por lo que, LA UNIVERSIDAD podrá suspender el grado y denunciar tal hecho ante las autoridades competentes, ello conforme a la Ley 27444 del Procedimiento Administrativo General.

Piura, octubre del 2019



Luis Angel Castro Aguirre
DNI: 80227866

ÍNDICE

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Índice de tablas y figuras	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	15
2.1 Tipo y diseño de investigación	15
2.2 Operacionalización de variables	17
2.3 Población, muestra y muestreo	18
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	19
2.5 Procedimiento	20
2.6 Método de análisis de datos	21
2.7 Aspectos éticos	21
III. RESULTADOS	22
IV. DISCUSIÓN	27
V. CONCLUSIONES	30
VI. RECOMENDACIONES	31
VII. PROPUESTA	32
REFERENCIAS	50
ANEXOS	54

ANEXOS

Anexo N° 01: Cuestionario sobre clima organizacional	54
Anexo N° 02: Ficha Técnica instrumental	55
Anexo N° 03: Cuestionario sobre calidad del servicio	57
Anexo N° 04: Ficha Técnica instrumental	58
Anexo N° 05: Validación a juicio de expertos	60
Anexo N° 06: Análisis de confiabilidad	78
Anexo N° 07: Matriz de consistencia de la investigación	80
Anexo N° 08: Base de datos	81
Anexo N° 09: Documentos administrativos	83
Anexo N° 10: Evidencias fotográficas	84
Anexo N° 11: Acta de aprobación de originalidad	86
Anexo N° 12: Pantallazo de software turnitin	87
Anexo N° 13: Autorización de publicación de tesis	88
Anexo N° 14: Autorización de versión final de trabajo de investigación	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribución de la población	18
Tabla 2: Distribución de la muestra	18
Tabla 3: Nivel de calidad de servicio	22
Tabla 4: Nivel de la dimensión técnica	23
Tabla 5: Nivel de la dimensión interpersonal	24
Tabla 6: Nivel de la dimensión contextual	25
Tabla 7: Nivel de clima organizacional	26

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Nivel de calidad de servicio	22
Figura 2: Nivel de la dimensión técnica	23
Figura 3: Nivel de la dimensión interpersonal	24
Figura 4: Nivel de la dimensión contextual	25
Figura 5: Nivel de clima organizacional	26

RESUMEN

La investigación realizada tuvo como objetivo general: Proponer una estrategia de clima organizacional, que contribuya a elevar la calidad de servicio en la financiera Crediscotia – Agencia Sullana, 2018, objetivo alcanzado al culminar el proceso investigativo. El estudio asumió el enfoque cuantitativo, fue de carácter descriptivo con diseño no experimental con propuesta. En su ejecución, para la recolección de datos, se emplearon las técnicas e instrumentos: Observación y una ficha de evaluación para valorar la propuesta, y la encuesta con un cuestionario sobre calidad del servicio, de elaboración propia, aplicado a la muestra integrada por 33 clientes, cuyo contenido fue validado por juicio de expertos y estimada su confiabilidad con la prueba Alfa de Cronbach; los datos acopiados se sometieron al procesamiento y análisis, utilizando la estadística descriptiva. Al término del estudio, se halló que, de manera general, la variable calidad de servicio para el 60,6% de clientes es de nivel regular, concluyéndose que la mayoría de trabajadores está regularmente preparada para desempeñar su trabajo, se necesita mejorar el trato al cliente y la calidad de las instalaciones o ambiente.

Palabras claves: Estrategia, clima organizacional, calidad de servicio, cliente.

ABSTRACT

The general objective of the research was to: Propose an organizational climate strategy that contributes to raising the quality of service in the financial Crediscotia - Agency Sullana, 2018, objective reached at the end of the investigative process. The study assumed the quantitative approach, was of a descriptive nature with no experimental design with proposal. In its execution, for data collection, techniques and instruments were used: Observation and an evaluation form to evaluate the proposal, and the survey with a questionnaire on quality of service, of own elaboration, applied to the sample integrated by 33 customers, whose content was validated by expert judgment and its reliability was estimated with Cronbach's Alfa test; the collected data were subjected to processing and analysis, using descriptive statistics. At the end of the study, it was found that, in general, the quality of service variable for 60.6% of clients is of a regular level, concluding that the majority of workers are regularly prepared to perform their work, it is necessary to improve the treatment to the customer and the quality of the facilities or environment.

Keywords: Strategy, organizational climate, quality of service, client.

I. INTRODUCCIÓN

La investigación se realizó en el ámbito de la financiera Crediscotia de la ciudad de Sullana, se orientó a describir el estado de la variable dependiente calidad del servicio y cómo contribuir a elevarla con una estrategia de clima organizacional, como variable independiente; en esta perspectiva, en la presente sección, se detallará la realidad en torno a la calidad del servicio, relacionándola con el clima organizacional.

Los entendidos en el tema coinciden en señalar que la calidad del servicio constituye un elemento influyente en la imagen corporativa de la organización, la misma que es proyectada al cliente, visto como el actor principal en las actividades de una entidad financiera porque es su razón de ser, por ello se requiere tratarlo como “rey”, con cortesía, respeto, franqueza, honestidad, y ofrecerle la mejor atención dable, de allí que estos mecanismos de la calidad de servicio han de estar bien protegidos.

En Argentina, Pizzo (2014) encontró: Únicamente en el 20% de las empresas la no satisfacción del cliente se refiere “al personal de contacto” (p. 1). Según la autora, al buscar las causas se debe centrar en los procesos intrínsecos que el cliente no conoce, pero resultan decisivos para que el trabajador que está en contacto permanente con el cliente esté empoderado de las herramientas y afirmaciones convenientes a las peticiones de los clientes.

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, se puede inferir que el problema en la variable calidad del servicio se genera cuando el usuario y/o cliente de la entidad financiera acude a realizar sus gestiones y se encuentra con que sus expectativas no son atendidas de manera oportuna y eficaz, generándose insatisfacción por el servicio, expresada en las inadecuadas condiciones del ambiente institucional ocasionando que la permanencia del cliente discorra en términos de incomodidad; ya que él espera ser atendido con amabilidad, superándose la escasez de personal que por lo general acarrea que se formen extensas colas y gasto de tiempo. En Colombia, González (2015) en un mundo de competencia muy fuerte, las entidades financiera deben focalizar su gestión en el cliente, sin perder de vista que éste constituye su activo más trascendente.

Al buscar las causas del bajo nivel de calidad del servicio, mediante la aplicación de un cuestionario, como lo indica COBIS Corp (2016) se halló que el 86% de usuarios amortizarían más capital por recibir un servicio al cliente de mejor calidad, por recibir mejor trato y valoración. Se saca en claro, de lo afirmado que el costo no es el porqué de la carencia de usuarios, sino depende del bajo nivel de la “calidad del servicio” (p. 1).

La idea anterior conduce a inferir que la calidad del servicio en cualquier entidad constituye una variable cualitativa porque tiene que ver básicamente con la percepción del cliente y también con el desempeño del trabajador, en tal sentido, la empresa debe evaluar permanentemente la calidad del servicio que promete con el propósito de conocer en qué medida hay satisfacción o no del cliente / usuario.

En el Perú, también sobre la calidad del servicio, Pérez (2014) afirma que constituye un componente de calidad al interior de la organización, en tal razón, es ineludible evaluarla para lograr manejarla, y al no valorarla puede ocasionar gastos cuantiosos de capital y generarse condiciones negativas en los propósitos que se esperan conseguir. (p. 13)

Particularmente, sobre la problemática referida a la calidad del servicio en la Financiera Crediscotia, Cueva (2017), que estudió el accionar de esta financiera en el distrito de Comas - Lima, señala que la mayor parte de consumidores bancarios se hallan escasamente estimulados para requerir determinado servicio o producto en el área correspondiente a la concesión de créditos particulares o tarjetas de préstamos, los consumidores aprecian el nivel de calidad en la atención en tal oficina y proceden en función a sus motivaciones, si recibió atención con calidad y calidez, está asegurada su fidelización con los trabajadores de dicha oficina. (p. 41)

De las ideas anteriores se puede desprender que la calidad del servicio al cliente no es un asunto de interés actual dentro de las entidades, esto, porque continuamente los clientes han demandado el mejor trato y ser atendidos adecuadamente, además, que el producto o servicio que desean adquirir sea de calidad.

De otro lado, definitivamente, el clima organizacional existente en una entidad es clave para asegurar la calidad del servicio; esta variable, entendida como el ambiente laboral percibido por el trabajador, ha sido objeto de muchas investigaciones, las mismas que confirman lo importante que resulta laborar en un clima favorable, sin embargo, no siempre ocurre así, hay empresas en las que lejos de ser adecuado constituye un elemento crítico que dificulta el desarrollo institucional, *en España*, así lo expresa Pysrel Consultores (2017): “Trabajar en un mal ambiente laboral no es beneficioso para nadie (desde el empresario hasta el empleado contratado, para el proveedor ni para el cliente) ni para nada (para la empresa en sí, sus resultados y su supervivencia)” (p. 4).

Sobre esta problemática, Fuentes (2018), afirma que el clima institucional, laboral u organizacional de una entidad se agrava como resultado de determinadas circunstancias nocivas que imposibilitan el óptimo desarrollo de las actividades diarias al interior de la compañía, esto se refleja en el cumplimiento de metas e indicadores, los cuales se denominan comportamientos tóxicos. (p. 2)

Las ideas precedentes conducen a comprender que si el clima organizacional no es adecuado difícilmente los trabajadores se sentirán satisfechos y motivados para cumplir sus funciones con eficiencia y eficacia, además, no será posible el trabajo cooperativo así como la identidad institucional será débil lo que no permitirá alcanzar los objetivos, en resumen, el clima organizacional inapropiado impactará negativamente en el comportamiento individual e institucional y en la particularidad de la asistencia que se ofrece, toda vez que las percepciones y expectativas de los colaboradores se verán afectadas.

Entonces, si el clima organizacional en Crediscotia es favorable, asegurará una buena calidad en los productos y servicios que brinde la empresa, además, permitirá ahorro y racionalización en el empleo de los recursos existentes en la entidad, los mismos que muchas veces son insuficientes o costosos y hasta poco disponibles.

En este escenario, urgía la exigencia de estar al tanto del comportamiento de la variable calidad del servicio y, a partir de allí, diseñar una proposición de clima organizacional

que favorezca a elevarla en la financiera Crediscotia de Sullana, tarea que el investigador desarrolló de manera sistemática y metódica.

La investigación requirió contar con el correspondiente sustento teórico y conceptual, otorgado por los estudios previos y los aportes teóricos de diversos estudiosos; en relación a las investigaciones existentes, en el contexto internacional, en Argentina, De Pedro (2013) realizó el estudio referido a la elaboración de un instrumento para medir la calidad de servicio en una entidad bancaria, estudio que aportó una escala que permite valorar el estado alcanzado por la calidad de servicio en cualquier entidad, sus hallazgos indican que la información obtenida de carácter cualitativo indica que las “dimensiones relevantes” para el público consumidor de los bancos argentinos son: “Confiabilidad, Capacidad de respuesta y Seguridad” (p. 5). La trascendencia del trabajo investigativo de De Pedro reside en que evalúa la variable calidad de servicio en base a sus diversas dimensiones, aspecto que se tuvo en consideración para el tratamiento metodológico de dicha variable; entonces su mayor aporte radica en el instrumentó que sirvió de referente para evaluar la calidad del servicio.

En México, Jorge (2016) realizó el estudio referido a identificar los elementos que influyen en el clima laboral de una empresa de servicios múltiples, investigación magistral de tipo descriptivo – cualitativo que persiguió detectar dichos factores según el punto de vista de los trabajadores de la entidad seleccionada; al término del estudio la autora concluye que la percepción de pertenecer a la institución, su grado de compromiso, las relaciones interpersonales y la comunicación a nivel de miembros de la institución, constituyen factores importantes para construir un clima organizacional favorable. La investigación de Jorge permitió confirmar la incidencia de algunos aspectos que condicionan el ambiente de trabajo que perciben los trabajadores si no son manejados convenientemente, se generarán inconvenientes en el clima organizacional.

En el ámbito nacional, en Lima, se ubicó a Mayurí (2017) y su investigación magistral sobre el ambiente laboral de la organización y su relación con la calidad de servicio que brinda una agencia del BCP en un distrito de Lima. Esta tesis resultó particularmente importante ya que su autor se propuso establecer el índice de

correlación entre las variables intervinientes en el contexto de la entidad seleccionada para el estudio; el investigador concluye señalando la subsistencia de un grado de correlación positiva, directa y alta entre ambas variables. La investigación de Mayurí permitió dar tratamiento metodológico adecuado a las variables estudiadas, asimismo, diseñar la estrategia de clima organizacional con la perspectiva de optimizar la calidad del servicio financiero.

Gonzáles (2018) llevó a cabo la tesis magistral sobre la variable cultura organizacional y calidad del servicio en el Banco de la Nación, Bagua, formulándose el objetivo principal establecer el nivel en que la cultura organizacional se correlaciona con la calidad del servicio en el Banco de la Nación, Bagua”, donde concluyó: que al 76,9% del nivel alto de cultura organizacional le corresponde el nivel bueno en la calidad de servicio, demostrándose la correlación directa entre ambas variables, es decir, a un nivel alto de cultura organizacional le correspondió un nivel bueno de calidad de servicio. (p. 58) De manera similar el estudio de Gonzáles guarda importancia debido a que trabajó la calidad del servicio como variable inmersa en una entidad financiera, en tal razón, permitió revisar el tratamiento metodológico otorgado a dicha variable así tener presentes sus hallazgos.

A nivel Regional, se encontró a Zelada (2015) y su investigación referente al ambiente de trabajo relacionado con la competencia laboral de los trabajadores administrativos que laboran en una universidad estatal de la ciudad de Piura, estudio de tipo correlacional con diseño no experimental; el investigador concluye que al aplicar la prueba estadística de hipótesis halló como valor de la correlación de 0.085, resultado con el cual se comprobó la hipótesis planteada según la cual existe “relación directa y significativa entre ambas variables” (p. 10). No obstante haberse desarrollado en otro tipo de organización, de la investigación de Zelada se rescató el análisis del clima laboral; asimismo, sirvió en el momento de estructurar la estrategia de clima organizacional para la mejora de la calidad del servicio, en el presente estudio.

También a Santamaría (2015) y su tesis donde evaluó la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor bancario, para luego determinar su nivel de correlación, estudio de tipo descriptivo correlacional, cuyo objetivo general buscó establecer el

índice de correlación entre las variables intervinientes; finalmente, concluyó: “La calidad del servicio y la satisfacción de los clientes es favorable, lo que conduce a aceptar las hipótesis de investigación” (p. vii). La importancia del estudio de Santamaría radica en el hecho de que no sólo trabajó la variable calidad de servicio, sino que además fue realizada en el contexto de la financiera Crediscotia, a la que pertenece la Agencia Sullana, ayudó en la contextualización del estudio de la variable en mención.

A nivel local, se ubicó a Rivera (2015) y su tesis de maestría referida al clima institucional relacionado con la satisfacción del cliente de la banca estatal en la ciudad de Sullana, estudio de tipo correlacional cuyo objetivo fue determinar cómo influye el clima organizacional en la satisfacción del cliente en la citada entidad financiera, su autor concluye que el clima de la organización posee ascendencia efectiva en la satisfacción del cliente bancario; expresado en otros términos, si el clima organizacional mejora entonces se eleva la satisfacción del cliente (p. 75) La investigación de Rivera, realizada en el contexto de una entidad financiera del ámbito local resultó aleccionadora dado que trabajó la variable clima organizacional en relación con la satisfacción del consumidor bancario vinculada ésta a la calidad de servicio, se rescató su abordaje teórico – metodológico.

Dentro de las teorías relacionadas con las variables es conveniente citar a la Teoría sistémica, propuesta en la segunda mitad del siglo XX por Talcott Parsons, según la cual las organizaciones constituyen un sistema inmerso en otro sistema más amplio que es el contexto social. Su autor propone una vía que haga posible incluir la idiosincrasia por ser la que sitúa al hombre y sus insuficiencias particulares, el sistema social de la organización quien es el que contiene los recursos y circunstancias, y los valores culturales que lo comprende todo. (Tobar, 2018, p. 1).

Sobre este tema, hay consenso en señalar que el ambiente laboral, su concepto y cualidades, está regido por dos escuelas de pensamiento: Escuela de la Gestalt, según la cual, la organización debe ser enfocada como un todo en contraposición de verla como la simple suma de sus partes. La escuela de la Gestalt establece dos aspectos que fundamentan la apreciación del sujeto, de una parte, el hecho de poder percibir la

disposición de los hechos tal y como éstos concurren en el cosmos, de otro lado, la posibilidad de generar una diferente formación a través de un procedimiento de composición a nivel del intelecto (Arranz, 2017, p. 1). Para dicha corriente, las personas perciben el mundo que les rodea en base a determinados criterios apreciados y deducidos comportándose en correspondencia a la manera cómo perciben el entorno. Lo cual significa que la apreciación del ambiente laboral y del contexto es lo que interviene en su proceder.

La Escuela funcionalista, plantea que el punto de vista y el actuar de una persona están condicionados por el contexto que lo envuelve, además, las diferencias particulares cumplen un rol trascendental en la adaptación del sujeto a su entorno. A diferencia de la escuela gestaltista que plantea que la adaptación de la persona a su contexto se opera porque no le queda otra opción, la escuela funcionalista incorpora el rol de las diferencias individuales en dicho proceso, en otras palabras, el trabajador que brega interactúa con su entorno y se involucra en la caracterización del ambiente de su entidad. (Arranz, 2017, p. 2).

Las teorías y enfoques citados permitieron no sólo entender la naturaleza del clima organizacional sino también su impacto en el rendimiento de los trabajadores ya que son ellos quienes perciben las características de dicha variable.

En lo concerniente al concepto de estrategia de clima organizacional o estrategia corporativa, enfocando a la empresa como una corporación, el concepto más preciso indica que constituye una complicada malla de ideologías, opiniones, prácticas, propósitos, experticia, evocaciones, apreciaciones y perspectivas que proporcionan un indicador íntegro para adoptar operaciones determinadas en la indagación de propósitos personales (Escuela Europea de Managemet, 2017). De acuerdo a este concepto la estrategia de clima organizacional constituyó una propuesta para contribuir con la calidad del servicio, sobre la base de desarrollar acciones y se adoptarán decisiones para la mejora continua del servicio que brinda la financiera Crediscotia de Sullana.

Sobre lo mismo, para Jorge (2016) de manera general “el Clima Organizacional” se concibe a manera de una cadena de apreciaciones que posee un trabajador acerca del ambiente que existe en la institución donde trabaja (p. 22). Por su parte, Sotelo y Figueroa (2017, citando a Forehand y Gilmer, 1964, p. 5), es entendido a manera de un cúmulo de particularidades apreciadas por los colaboradores a fin de delinear a una institución y diferenciarla de las demás, su permanencia es condicional en el período e interviene en el proceder de las individuos que integran la institución. El común denominador de estos conceptos incluye: percepción del trabajador, entorno en el cual desarrolla sus funciones, las cualidades que tipifican la entidad y la diferencian de las demás.

Para evaluar la variable fue necesario dimensionarla, asumiendo las propuestas por diversos autores, para quienes la evaluación adecuada del clima de una entidad debe considerar las dimensiones identificadas: “Autonomía Individual”, que encierra el compromiso, la autonomía de los sujetos y la seriedad de los estatutos de la institución. Se considera como atributo fundamental en dicha dimensión a la facultad del trabajador de que él es su real jefe y de guardar para sí propio una indudable potestad en la toma de decisiones. Los indicadores de evaluación considerados: Libertad para realizar el trabajo y respeto a las normas institucionales. Es decir, la independencia con que cuenta el trabajador para efectuar su labor, para adoptar decisiones en lo que es de su competencia, siempre y cuando implique obediencia y respeto a las normas que establece la financiera Crediscotia a nivel nacional.

Se considera como dimensión a la disposición que atribuye el cargo. Tal dimensión evalúa el nivel al que los sujetos y los procesos metodológicos de labor se instituyen y se informan a los trabajadores desde los jefes (Jorge, 2016). Esta dimensión fue evaluada mediante los indicadores: Percepción de las obligaciones y liderazgo directivo. Se refieren a que los trabajadores tienen claras sus obligaciones, saben hasta donde llegan sus atribuciones; además, en lo referente a la influencia del tipo de liderazgo de quienes dirigen la financiera Crediscotia.

Tipo de recompensa. Se basa en la compensación que recibe el colaborador de Crediscotia en lo referente a los asuntos pecuniarios y las oportunidades de desarrollo

que le brinda la financiera. En esta dimensión se tomaron en cuenta los indicadores siguientes: Satisfacción frente a la remuneración y relación entre la remuneración y el trabajo producido. Es claro que si la recompensa en términos de remuneración satisface al trabajador, su desempeño será mejor y contribuirá con la mejora del clima organizacional; además, su satisfacción y desempeño estarán influenciados por la correspondencia entre la remuneración que recibe y la productividad en el trabajo.

Estímulo al trabajo. Referido a la consideración, agradecimiento y apoyo que un empleado recibe de su superior. Los estímulos constituyen los alicientes ya sea económicos o de reconocimiento que generan motivación en el colaborador. Se evaluó esta dimensión con los indicadores: Reconocimiento por el trabajo destacado y sentimiento de apoyo de los compañeros y jefes. Se relacionan con la motivación laboral por parte de los compañeros (as) y los mismos jefes. Se basa en el hecho de que todo trabajador demanda ser reconocido y estimulado cuando tiene buen desempeño; asimismo, sentir que los demás miembros de la organización le apoyan y coparticipan en el accionar organizacional, constituye un hecho estimulante para incrementar su rendimiento laboral.

En lo que respecta a los beneficios de un clima organizacional favorable, Cepeda (2016) precisa que contar con un clima laboral favorable resulta sustancial por varios motivos, entre ellos: El tiempo, como se sabe, en el trabajo permanecemos muchas horas diarias, es decir, residimos una amplia proporción de horas ordinarias en el centro de labores, esto, sumado a la realización de “horas extras”. La otra razón se refiere a que, el contexto laboral se constituye en el espacio donde el trabajador consigue desplegar “sus habilidades personales, técnicas y/o profesionales” (p. 1).

Sobre la variable calidad del servicio, las teorías más reconocidas que lo explican son:

Año	Autor	Definición
1982	Lehtinen y Lehtinen	Según se afirma, la calidad de servicio sucede como resultado de la relación mutua entre el consumidor y el trabajador que representa a la entidad, concurriendo tres elementos: “Calidad física, Corporativa e interactiva”

1988	Parasuraman, Zeithaml y Berry	Afirma que la calidad de servicio resulta como consecuencia de contrastar la apreciación contra el interés del cliente que lo adquiere.
1988	Grönroos	Señala que la calidad de servicio se halla conformada por tres componentes: la estrategia aplicada, es decir, lo “que se da”, calidad práctica, es decir, “cómo se da” e imagen de la organización, aspectos que influyen en la apreciación de un consumidor.
1996	Vásquez, Rodríguez y Díaz	Sostienen que la calidad de servicio debe ser determinada por el cliente, quien se forma una opinión respecto al servicio que se la brindado.

Fuente: De Pedro. (2013, citado por Cueva, 2017). *La calidad de Servicio Bancario*

Al conceptualizar la variable, es oportuno precisar la connotación que encierra cada uno de los elementos de la variable: calidad y servicio. En referencia a la calidad, la Universidad de Valencia (s/f) señala que ésta debe ser vista como: “Conformidad a unas especificaciones, satisfacción de las expectativas del cliente, valor con relación al precio y calidad como excelencia” (p. 2). Sobre el servicio, López (2013, p. 6) precisa que constituye un recurso para otorgar valía a los consumidores, viabilizando los efectos que los consumidores pretenden alcanzar sin adjudicarse valores o compromisos determinados.

Entonces la calidad del servicio consiste en el cúmulo de acciones, provecho que generan satisfacción en el cliente, que se brindan para su negocio o que se proporcionan a través de un producto o servicio (Fisher, 1988, citado por Villalba, 2013, p. 56). También se la conceptualiza como la distinción entre las expectativas de los usuarios y sus apreciaciones respecto a las propiedades del producto o servicio que le ofrecen (Setó, 2004, citado por Mayurí, 2017, p. 33).

Para Pizzo (2013, citado por Gonzáles, 2018, p. 27) se refiere a la práctica desplegada y efectuada por una empresa para caracterizar las carencias y esperanzas de sus consumidores y brindarles, en derivación, una prestación asequible, conveniente,

rápido, adaptable, estimable, ventajoso, pertinente, inequívoco y confiable. También se afirma que la calidad del servicio: Simboliza el asunto referido a la calidad total como mejora continua, dado a que todas las unidades de la organización pretenden atender las carencias del usuario o pronosticar otras nuevas, tomando parte activa en el impulso de bienes o en la asistencia de actividades comerciales (Álvarez, 2006, citado por López, 2013).

Entonces, la calidad atribuida a un bien o un servicio demanda de particularidades que posibilitan su entendimiento, y es el usuario quien precisa en base a su interacción con el producto o servicio que recibe, si se satisfacen o no sus expectativas. En resumen, la calidad del servicio hace referencia a las cualidades que reúne un producto o servicio y que son satisfactorias por el cliente, de modo que su percepción debe primar ya que es él quien lo recibe.

La investigación requirió evaluar las variables, para el presente estudio, en lo correspondiente a la variable calidad del servicio, se tomó en cuenta a Donabedian (1980, citado por Romero, 2008) quien considera tres dimensiones, las mismas que han sido adaptadas por el investigador ya que su autor las propone en el contexto de una entidad prestadora de servicios de salud, y son las siguientes:

Dimensión técnica: Está relacionada con el conjunto de aspectos inherentes al proceso de prestación del servicio en la entidad, como evidencia de la adaptación de la atención que se brinda y los adelantos científicos y la competencia con que los trabajadores se desempeñan. En dicha dimensión se han calificado los indicadores: Uso de la tecnología y preparación de los trabajadores. La calidad del servicio está condicionada por la implementación y el equipamiento tecnológico, sobre todo, en los tiempos actuales que el avance tecnológico es intenso. Además, fortalece esta dimensión la preparación de los colaboradores, aspecto igualmente importante.

Dimensión interpersonal: Tiene que ver con las relaciones sociales que se establece entre el trabajador (colaborador) y el cliente. Es decir, las habilidades sociales que debe evidenciar el trabajador a fin de que el cliente reciba la información necesaria y oportuna respecto a los trámites que desea realizar, ofreciéndole seguridad, obediencia,

empatía, amabilidad, naturalidad en la lengua y sinceridad en la información que ofrezca. En esta dimensión, los indicadores correspondientes fueron: Interacción trabajador – cliente y la comunicación interna. En todo negocio el cliente y quien lo atiende entran en un proceso de interacción, de relación directa donde la comunicación juega un papel importante.

Dimensión contextual: Se refiere a las características del ambiente donde se desarrollan las acciones inherentes a la empresa, en dicho contexto estarán presentes las condiciones necesarias como: La comodidad que genere en el cliente estado de satisfacción porque en el ambiente encuentra aspectos favorables como: “orden, ventilación e iluminación, entre otros. En esta dimensión se tomaron en cuenta los indicadores siguientes: Características del ambiente laboral y condiciones de trabajo. Indudablemente que el ambiente de la institución y las condiciones que brinda son elementos básicos para conseguir que el cliente se sienta satisfecho o no, de allí que resulte significativo que el entorno laboral sea apropiado y brinde las condiciones necesarias para un buen desempeño.

Luego de analizar la realidad que encierra la variable dependiente la pregunta de investigación quedó redactada en los términos siguientes: ¿Cómo contribuir a elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018? Interrogante respondida con la hipótesis: La propuesta de estrategia de clima organizacional contribuirá a elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia – Agencia Sullana. Asimismo, las preguntas específicas: ¿En qué nivel se encuentra la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018; ¿Cuál es el estado actual del clima organizacional existente en la financiera Crediscotia – Agencia Sullana, 2018; ¿Qué aspectos debe incluir el diseño de la propuesta de clima organizacional, basada en los nuevos enfoques de la gestión financiera, para contribuir a elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia – Agencia Sullana, 2018?

El trabajo de investigación se realizó debido a que a la fecha no existían estudios que indicaran el estado real de la variable calidad del servicio y su correspondiente mejora en la financiera seleccionada, estas consideraciones permiten justificar el estudio en las siguientes razones: Valor teórico: Mediante la investigación fue posible obtener

información de fuentes confiables respecto a las teorías tanto sobre el clima organizacional y la calidad del servicio como las alcanzadas por Chiavenato, Goncalves, Brunet, entre otros, cuyos planteamientos fueron contrastados con la realidad en la financiera Crediscotia. De otro lado, los hallazgos de la investigación adquirirán el rango de aportes teóricos para nuevos estudios sobre el tema.

También generó implicaciones prácticas: Los resultados y las conclusiones finales, fueron socializados con la financiera, de modo que generó una reflexión conjunta y se podrán adoptar oportunamente medidas de mejora tanto en el clima organizacional como en la calidad del servicio en Crediscotia. Asimismo, se justifica por su conveniencia: El trabajo de investigación resultó pertinente dado que logró llenar un vacío en el conocimiento de modo que en Crediscotia se identificaron aquellos aspectos que posibilitarán la mejora de las variables estudiadas, además, resultó oportuno porque en el contexto de la ciudad de Sullana donde se ubica la financiera no se tenía conocimiento de investigaciones con ambas variables en el mismo contexto y período de tiempo previsto para el presente estudio.

Relevancia social: La investigación abordó dos variables cualitativas en el contexto de una entidad financiera, sin embargo, trascendió al campo social toda vez que se asumieron como fuentes informantes tanto a los trabajadores como a los clientes de Crediscotia, de quienes se recogió su percepción y opinión sobre el clima organizacional y sobre la calidad del servicio en dicha entidad. Utilidad metodológica: Se partió del planteamiento y formulación de un problema referido a la necesidad de conocer el comportamiento de la variable calidad del servicio, frente al cual se planteó hipótesis que debió ser comprobada, para tal fin, se aplicaron técnicas e instrumentos para recolectar datos a fin de conseguir la información necesaria, además, estos instrumentos validados se pondrán al alcance de futuros estudiosos.

El presente apartado se finalizará indicando la hipótesis y los objetivos que guiaron el estudio. La hipótesis general indica: Si se propone una estrategia de clima organizacional, entonces se contribuirá a elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018. Los objetivos fueron: el general: Proponer una estrategia de clima organizacional, que contribuya a elevar la calidad de Servicio en la

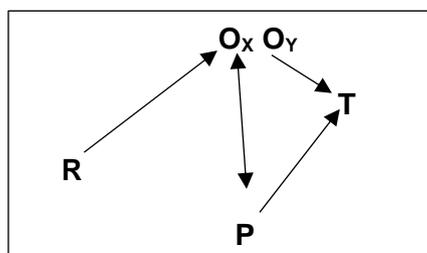
financiera Crediscotia – Agencia Sullana, 2018. Los objetivos específicos: a) Identificar el nivel de calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018; b) Diagnosticar el estado actual del clima organizacional existente en la financiera Crediscotia – Agencia Sullana, 2018; c) Diseñar una propuesta de clima organizacional, basada en los nuevos enfoques de la gestión financiera, para contribuir a elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia – Agencia Sullana, 2018.

II. MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de investigación

En el proceso de investigación se asumió los siguientes tipos: Según su finalidad: Aplicada y propositiva, porque buscó solucionar un problema práctico. De acuerdo a su carácter: Descriptiva, porque se orientó a describir el estado actual de las variables en un contexto en particular, específicamente de la variable calidad del servicio. Atendiendo a su naturaleza: Cuantitativa, porque se recolectó datos para cuantificarlos y finalmente analizarlos aplicando pruebas estadísticas, es decir, se recogió información cuantitativa sobre las variables. Según su alcance temporal: Transversal, porque el acopio de datos sobre las variables se ejecutó en un lapso de tiempo expreso. Finalmente, de acuerdo a la orientación que asume: Orientada a la comprobación, ya que se buscó explicar el estado y relación de las variables, además, se aplicaron técnicas de análisis cuantitativos.

Asimismo, la investigación desarrollada adoptó el tipo descriptiva, según Marroquín (2013), denominada también a modo de investigación estadística, toda vez que detalla los datos y peculiaridades del hecho o contexto social materia de investigación; en el presente estudio se consiguió describir el estado de la variable calidad del servicio y a continuación se diseñó una propuesta, es decir, también fue propositiva porque de acuerdo a la Universidad Señor de Sipán (USS, 2014) se busca describir para luego presentar una proposición viable. Asimismo, le correspondió un diseño no experimental de carácter transversal, en la medida que no se manipularon variables y se acopió información de la variable en un solo momento. El diseño previsto se esquematiza del modo siguiente:



Fuente: Adaptado de USS (2014, p. 103)

Donde:

R = Realidad observada

O_x = Información de la variable calidad del servicio

O_y = Información de la variable clima organizacional

P = Propuesta de Estrategia de clima organizacional

T = Información teórica sobre las variables

2.2 Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
V.I.: Estrategia de clima organizacional Variable categórica, cualitativa	Procedimiento que incluye un complicado sistema de ideologías, opiniones, prácticas, propósitos, mensajes, apreciaciones y perspectivas que proporcionan una orientación general para adoptar actividades concretas en la exploración de propósitos individuales (Escuela Europea de Managemet, 2017, p. 1).	Propuesta para contribuir con la mejora continua de la calidad del servicio que brinda la financiera Crediscotia de Sullana, valorada a través de un cuestionario, teniendo en cuenta las dimensiones del clima organizacional: Autonomía, estructura que impone el puesto, tipo de recompensa y estímulo al trabajo	Autonomía	Libertad para realizar el trabajo	Ordinal. Niveles: Favorable Medianamente favorable Desfavorable
				Respeto a las normas institucionales	
			Estructura que impone el puesto	Percepción de las obligaciones	
				Liderazgo directivo	
			Tipo de recompensa	Satisfacción frente a la remuneración	
Relación entre la remuneración y el trabajo producido					
Estímulo al trabajo	Reconocimiento por el trabajo destacado				
	Sentimiento de apoyo de los compañeros y jefes				
V.D.: Calidad del servicio Variable categórica, cualitativa	Para Pizzo (2013, citado por Gonzáles, 2018, p. 27) constituye la práctica desarrollada y practicada por una empresa a fin de explicar las carencias y perspectivas de sus consumidores y brindarles, como resultado, una prestación viable, apropiada, rápida, adaptable, estimable, ventajoso, pertinente, sólido y confiable.	Es el conjunto de cualidades que presenta el servicio brindado por la financiera Crediscotia - Agencia Sullana; evaluada con un cuestionario a partir de la apreciación de sus consumidores, teniendo en cuenta las dimensiones: Técnica, interpersonal y contextual	Dimensión técnica	Uso de tecnología	Ordinal. Niveles: Buena Regular Mala
				Preparación de los trabajadores	
			Dimensión interpersonal	Interacción trabajador - cliente	
				Comunicación interna	
			Dimensión contextual	Características del ambiente laboral	
Condiciones de trabajo					

2.3 Población, muestra y muestreo

2.3.1 Población

El proceso de investigación consideró como población a la totalidad de trabajadores de la financiera Crediscotia – Agencia Sullana, distribuida del modo siguiente:

Tabla 1: Distribución de la población

AG. SULLANA	33
Asesores de Negocios Microempresa	3
Funcionario de Negocios Microempresa	1
Funcionario de Negocios Microempresa Integrales	10
Funcionario de Negocios Microempresa Líder	1
Funcionario de Negocios Consumo	5
Funcionario de Negocios y Servicios	3
Funcionario de Negocios y Servicios Jornada Reducida	1
Representante de Servicios	4
Asistente de Operaciones	2
Jefe de Operaciones	1
Gerente de Agencia	1
Gerente Zonal	1

Fuente: Archivos de Crediscotia – Sullana - 2018

También en la población se incluyó a los clientes de la entidad, en la misma cantidad de los colaboradores para facilitar el análisis estadístico.

2.3.2 Muestra

Comprendió a todos los trabajadores y a los clientes de Crediscotia que aceptaron responder el cuestionario sobre calidad del servicio, hasta completar 33 unidades de análisis. Se distribuyó del modo siguiente:

Tabla 2: Distribución de la muestra

Condición	Sexo		TOTAL
	M	F	
Trabajador	20	13	33
Cliente	17	16	33
TOTAL	37	29	66

2.3.3 Muestreo

La selección de la muestra se hizo de manera no probabilística, para el caso de los clientes, en su modalidad de “muestreo casual o incidental”. Se refiere a un

asunto donde el estudioso escoge continua e intencionalmente los sujetos de la población” (Universidad Nacional de Entre Ríos, 2007, p. 3); en la muestra se incluyó a todos los colaboradores de Crediscotia – Agencia Sullana, no se excluyó a ninguno de ellos en razón de su situación laboral ni su permanencia en la entidad; para el caso de los clientes, se incluyó sólo a 33 de ellos, que poseían esta condición los últimos 6 años a más como clientes de Crediscotia y aceptaron responder el cuestionario.

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

2.4.1 Técnicas

Se administró la técnica de gabinete: Consistió en la elaboración de fichas bibliográficas y fichas textuales, las mismas que permitieron registrar información relevante sobre las variables como insumo para la fundamentación teórica de la investigación. Además, se empleó la técnica de campo: Se utilizó en el momento de aplicar los instrumentos de recolección de datos

2.4.2 Instrumentos

A continuación se registran las técnicas e instrumentos empleados en la realización del trabajo investigativo:

Variable	Técnica	Instrumento
Vx.: Estrategia de clima organizacional	Encuesta , para identificar el nivel de clima organizacional y el nivel de la calidad del servicio en la financiera Crediscotia	Cuestionario 1 , fue aplicado a los colaboradores de Crediscotia – Sullana incluidos en la muestra. Lista de cotejo , dirigido a los expertos que evaluaron la propuesta
Vy.: Calidad del servicio	Observación , para evaluar la pertinencia de la propuesta de estrategia.	Cuestionario 2 , se destinó a los consumidores de Crediscotia – Sullana seleccionados en la muestra.

Los instrumentos fueron de elaboración propia: El cuestionario 1, sobre clima organizacional, estuvo constituido por 24 ítems, racionados equitativamente entre las cuatro dimensiones: “Autonomía” (06 ítems), “Estructura que impone el puesto” (06 ítems), “Tipo de recompensa” (06 ítems) y “estímulo al trabajo” (06 ítems). El cuestionario 2, sobre calidad del servicio fue estructurado en 24 ítems, distribuidos equitativamente entre las 3 dimensiones: Dimensión técnica (08 ítems), Dimensión interpersonal (06 ítems) y dimensión contextual (08 ítems).

Antes de aplicar los cuestionarios a las unidades de análisis consideradas en la muestra, se procedió a evaluar sus cualidades: Validez y confiabilidad.

La validez de los instrumentos se hizo de contenido, para tal fin, se solicitó la opinión de dos expertos, quienes cuentan con reconocida solvencia profesional requerida por el estudio; dichos expertos en su calidad de jueces revisaron el contenido del instrumento y luego emitieron un informe de validación debiendo verificar la relación entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems del instrumento de evaluación. La medición de la confiabilidad se realizó para obtener el índice de fiabilidad, tarea en la que fue necesario aplicar la prueba estadística Alfa de Cronbach, habiéndose hallado como resultado 0,957, que indica la alta confiabilidad que posee el instrumento.

2.5 Procedimiento

Previa a la aplicación de los instrumentos se creyó conveniente contar con la autorización de la administración de la financiera Crediscotia para encuestar a los colaboradores y a los clientes, lograda esta tarea se realizó la técnica de campo consistente en la recolección de las fuentes informantes, es decir, los colaboradores y los clientes de la entidad financiera; a continuación, la técnica de gabinete donde se dio tratamiento a los datos recogidos.

2.6 Método de análisis de datos

Cumplida la recolección de datos sobre las variables, vía aplicación de cuestionarios, el procedimiento para el examen de datos cumplió el siguiente trascurso:

- Elaboración de tablas de distribución de frecuencias, según dimensiones, con su correspondiente descripción y análisis, apoyándose en la estadística descriptiva.
- Presentación de datos en figuras
- En base al análisis de los datos presentados se hizo la discusión de los mismos, considerándosele como insumos para la redacción de conclusiones.
- Las conclusiones se redactaron de modo que estuvieran en correspondencia con los objetivos planteados y los resultados alcanzados.

2.7 Aspectos éticos

Durante el proceso investigativo, el investigador cumplió con el compromiso de evidenciar los siguientes referentes moralistas:

- En la implementación del trabajo de investigación se consideró la disposición y voluntad de las unidades de análisis para involucrarse en el estudio.
- Dejar de lado toda posibilidad de subjetividad cuando se trató de emitir juicios y opiniones.
- Respeto a la identidad de las fuentes informantes a fin de salvaguardar la sinceridad de sus respuestas.
- Respeto a los derechos reservados del autor, en cumplimiento de las reglas internacionales APA para la redacción de trabajos de investigación.

III. RESULTADOS

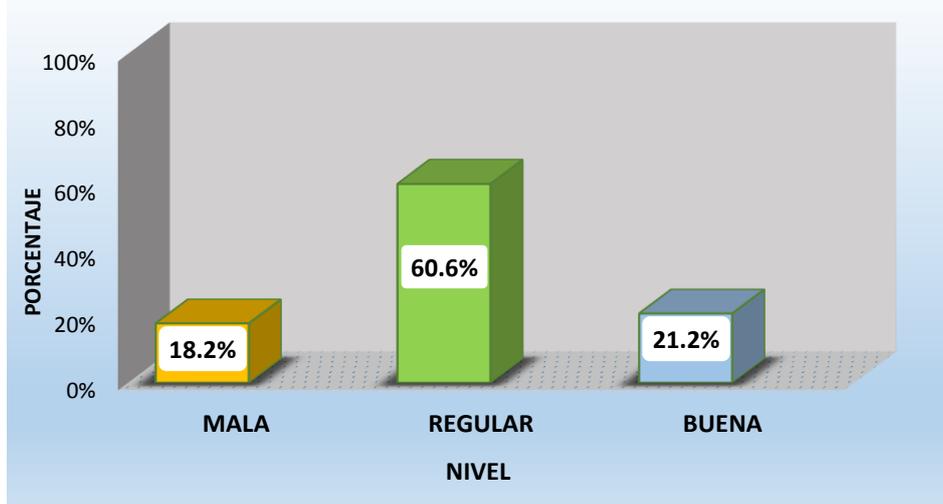
Objetivo específico 1: Identificar el nivel de calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018

Tabla 3

Nivel de calidad de servicio en la financiera Crediscotia - Sullana.

Nivel	f _i	%
MALA	6	18.2
REGULAR	20	60.6
BUENA	7	21.2
TOTAL	33	100.0

Fuente: Cuestionario para evaluar la calidad de servicio en la financiera Crediscotia – Sullana.



Fuente: Tabla 3

Figura 1

Nivel de calidad de servicio en la financiera Crediscotia - Sullana.

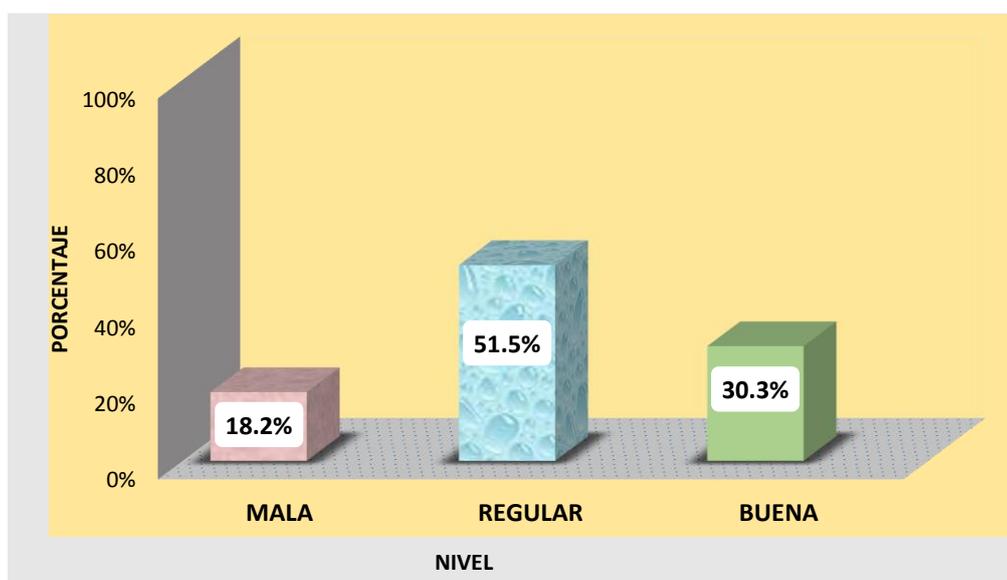
En la Tabla 3 se incluyen los hallazgos del nivel de calidad de servicio en la financiera Crediscotia de Sullana. Observándose que para el 21,2% de clientes es de nivel bueno; para el 60,6% de nivel regular y para el 18,2% de nivel Malo.

Los datos descritos permiten señalar que la mayoría de clientes percibe que en la financiera hay debilidades en la dimensión técnica (implementación tecnológica y preparación de los trabajadores), asimismo, en la dimensión interpersonal (interacción trabajador – cliente, así como en la comunicación), de igual manera, en la dimensión contextual (características del ambiente laboral y las condiciones de trabajo).

Tabla 4
Nivel de calidad de servicio, en su dimensión técnica, en la financiera Crediscotia - Sullana.

Nivel	f _i	%
MALA	6	18.2
REGULAR	17	51.5
BUENA	10	30.3
TOTAL	33	100.0

Fuente: Cuestionario para evaluar la calidad de servicio en la financiera Crediscotia – Sullana.



Fuente: Tabla 4

Figura 2
Nivel de calidad de servicio, en su dimensión técnica, en la financiera Crediscotia - Sullana.

La Tabla 4 contiene los resultados del nivel de calidad de servicio, en su *dimensión técnica*, en la financiera Crediscotia de Sullana. Según percepción de los clientes, para el 30,3% es de nivel Bueno, para el 51,5% de nivel Regular y para el 18,2% de nivel Malo.

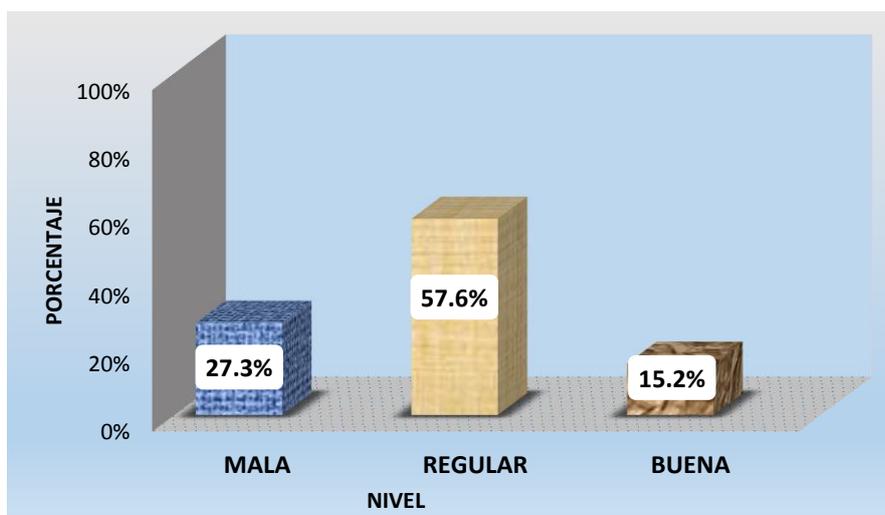
Del análisis de datos se deduce que para la mayoría de clientes en la financiera es necesario incrementar el uso de los recursos tecnológicos para efectivizar el trabajo de los colaboradores, así como favorecer mayor preparación de los trabajadores.

Tabla 5

Nivel de calidad de servicio, en su dimensión interpersonal, en la financiera Crediscotia - Sullana.

Nivel	f_i	%
MALA	9	27.3
REGULAR	19	57.6
BUENA	5	15.2
TOTAL	33	100.0

Fuente: Cuestionario para evaluar la calidad de servicio en la financiera Crediscotia – Sullana.



Fuente: Tabla 5

Figura 3

Nivel de calidad de servicio, en su dimensión técnica, en la financiera Crediscotia - Sullana.

La Tabla 5 registra los resultados del nivel de calidad de servicio, en su *dimensión interpersonal*, en la financiera Crediscotia de Sullana. Se aprecia que el 15,2% de clientes la evalúa de nivel Bueno, el 57,6% de nivel Regular y el 27,3% de nivel Malo.

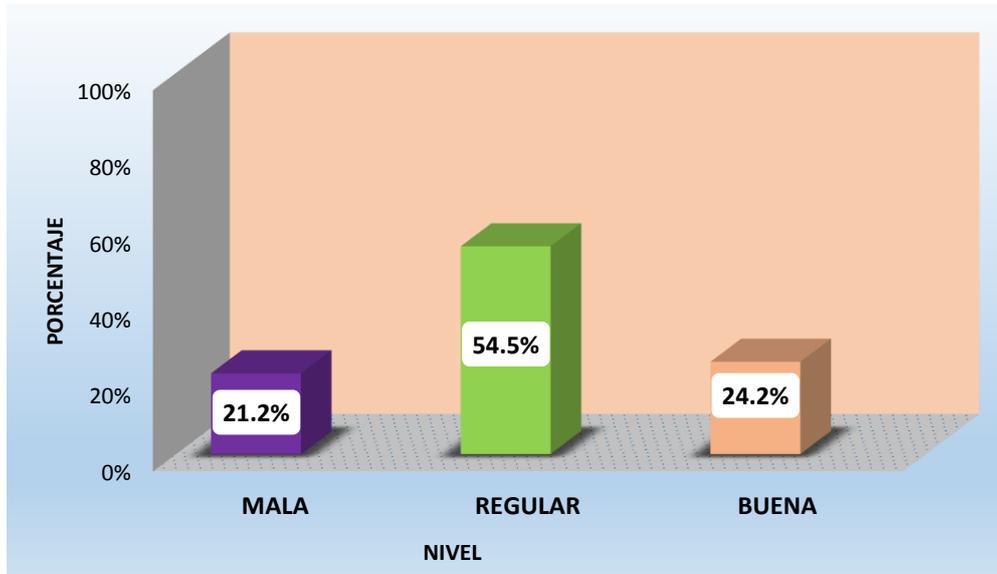
Al analizar los resultados se colige, que, desde la percepción de la mayoría de clientes en la financiera se requiere fortalecer la interacción entre trabajador y el cliente, asimismo, que es conveniente intensificar la comunicación interna en Crediscotia.

Tabla 6

Nivel de calidad de servicio, en su dimensión contextual, en la financiera Crediscotia - Sullana.

Nivel	f _i	%
MALA	7	21.2
REGULAR	18	54.5
BUENA	8	24.2
TOTAL	33	100.0

Fuente: Cuestionario para evaluar la calidad de servicio en la financiera Crediscotia – Sullana.



Fuente: Tabla 6

Figura 4

Nivel de calidad de servicio, en su dimensión contextual, en la financiera Crediscotia - Sullana.

En la Tabla 6 se registran los resultados del nivel de calidad de servicio, en su *dimensión contextual*, en la financiera Crediscotia de Sullana. Visualizándose que para el 24,2% de clientes está en el nivel Bueno; para el 54,5% en el nivel Regular y para el 18,2% en el nivel Malo.

Los datos descritos permiten señalar que, desde la percepción de la mayoría de clientes, se necesita optimizar las particularidades del ambiente laboral y brindar mejores condiciones de trabajo para que los colaboradores cumplan completamente sus funciones.

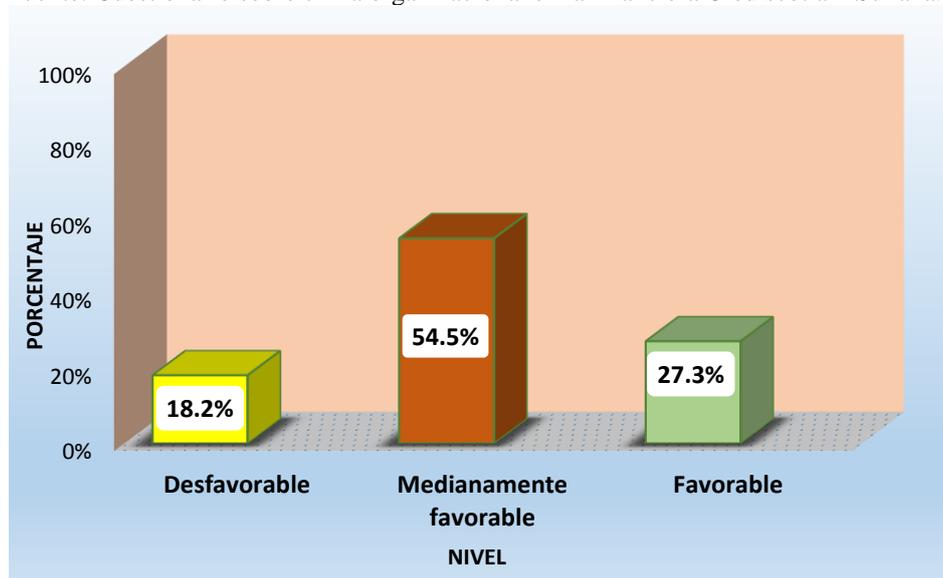
Objetivo específico 2: Diagnosticar el estado actual del clima organizacional existente en la financiera Crediscotia – Agencia Sullana, 2018

Tabla 7

Nivel de clima organizacional en la financiera Crediscotia - Sullana.

Nivel	f _i	%
Desfavorable	6	18.2
Medianamente favorable	18	54.5
Favorable	9	27.3
TOTAL	33	100.0

Fuente: Cuestionario sobre clima organizacional en la financiera Crediscotia – Sullana.



Fuente: Tabla 7

Figura 5. *Nivel de clima organizacional en la financiera Crediscotia - Sullana.*

La Tabla 7 contiene los resultados del *nivel de clima organizacional*, en la financiera Crediscotia de Sullana. Según percepción de los colaboradores, es de nivel Favorable para el 27,3%; para el 54,5% de nivel Medianamente favorable y para el 18,2% de nivel Desfavorable.

Los datos obtenidos permiten afirmar que para la mayoría de colaboradores el clima organizacional en la financiera necesita mejorar en las dimensiones: Autonomía, es decir, que los trabajadores realicen con independencia las funciones de su competencia; la estructura que impone el puesto, quiere decir, la manera como está organizado el puesto que desempeña, además, el tipo de recompensa y estímulo al trabajo.

IV. DISCUSIÓN

La investigación abordó como variable central a la calidad de servicio en una entidad financiera del estado en nuestro país, entendida como uno de los aspectos fundamentales que se deben trabajar en las empresas; al margen de si es pequeña o grande, si es privada o pública y de su línea de acción, están llamadas a evidenciar la competencia que poseen para ofrecer un servicio de calidad, como lo indica Gutierrez (2017) constituye el principal aspecto que se proyecta a los consumidores pues apoya a conservar su predilección por la empresa, además, si se consigue perturbar logra tronarse en un peligro (p. 1)

Bajo esa perspectiva, la investigación se orientó a estudiar sistemáticamente la calidad de servicio y cómo contribuir a su mejora introduciendo cambios en el clima organizacional, vale decir, el clima laboral que se respira en el centro de trabajo, construido por todos quienes forman parte de él, en tal razón, debe ser favorable para el desempeño de los trabajadores y para el éxito de toda la empresa, al respecto, Joblers (2016) señala que si en una empresa se gana bien con lo que crece la cuenta de ahorros, pero cuenta con un clima institucional desfavorable, con ambiente poco tolerable, con relaciones interpersonales inadecuadas y con un gerente arbitrario, restará tus apetitos de laborar y desaparecerá el entusiasmo para seguir en la entidad. Aspecto que resulta negativo inclusive para la rentabilidad y productividad de la empresa, de igual modo, su permanencia, ya que la contingencia de desánimo del puesto de labor aumentará.

El estudio asumió el tipo de investigación descriptiva propositiva con diseño no experimental y enfoque cuantitativo toda vez que se recogieron datos y los resultados se expresaron de forma numérica y porcentual. El objetivo que orientó el estudio fue: Proponer una estrategia de clima organizacional, que contribuya a elevar la calidad de Servicio en la financiera Crediscotia – Agencia Sullana, 2018; propósito global que implicó desagregar de él tres objetivos específicos, el inicial señala: Identificar el nivel de calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018, los datos recogidos señalan que, para el 21,2% de clientes es de nivel Bueno; para el 60,6% de nivel Regular y para el 18,2% de nivel Malo (Tabla 3); dichos datos indican que la mayoría de clientes percibe que en la financiera hay debilidades en la dimensión técnica (implementación tecnológica y preparación de los trabajadores), asimismo, en la dimensión interpersonal (interacción trabajador – cliente, así

como en la comunicación), de igual manera, en la dimensión contextual (características del ambiente laboral y las condiciones de trabajo), esto, porque en todas las dimensiones coincidentemente la evaluación alcanzó el nivel regular, hecho por el cual se amerita buscar alternativas para superar dicho estado de cosas, asumiendo la significatividad de ofrecer al cliente un buen servicio, idea que se respalda en lo afirmado por Da Silva (2018), para quien un servicio de calidad para el cliente resulta primordial para asegurar la rentabilidad y el éxito de la organización. “Además de contribuir con la lealtad del consumidor hacia un producto o servicio, garantiza la viabilidad y éxito de la compañía dentro del mercado competitivo que existe en la actualidad” (p. 1).

Con la finalidad de conocer el comportamiento de la variable clima organizacional y sobre esta información estructurar la propuesta de una estrategia, se planteó el segundo objetivo específico orientado a diagnosticar el estado actual del clima organizacional existente en la financiera Crediscotia – Agencia Sullana, 2018; en la Tabla 7 se presentan los resultados obtenidos, según percepción de los colaboradores, es de nivel Favorable para el 27,3%; para el 54,5% de nivel Medianamente favorable y para el 18,2% de nivel Desfavorable; al respecto se pudo afirmar que para la casi totalidad de colaboradores el clima organizacional en la financiera necesita mejorar en sus dimensiones: *Autonomía*, es decir, que los trabajadores realicen con independencia las funciones de su competencia; *la estructura que impone el puesto*, quiere decir, la manera como está organizado el puesto que desempeña, además, el *tipo de recompensa y estímulo al trabajo*.

Los resultados descritos conducen a tener siempre presente que para el funcionamiento adecuado de una empresa se debe construir un ambiente laboral impregnado de armonía, de trabajo cooperativo, procurando mitigar aquellos aspectos que pueden afectar directa o indirectamente el desempeño de los colaboradores y, consecuentemente, el desarrollo organizacional. (Galicia, García y Hernández, 2014)

Los hallazgos de la presente investigación guardan estrecha relación con el estudio de Mayurí (2017) quien al investigar sobre el clima organizacional y calidad de servicio en una dependencia del BCP en un Distrito de Lima, encontró un índice de $Rho = 0.738$ que estableció la presencia de una correlación positiva alta entre las variables clima organizacional y la calidad de servicio en el banco estudiado. El índice de correlación señala

que si el clima laboral es desfavorable, entonces habrá inconvenientes en la calidad de servicio que ofrecen los trabajadores. Se coincide con el investigador en el sentido que es una realidad innegable la influencia directa del clima organizacional en la calidad de servicio que ofrece una organización.

De igual manera, se relacionan con la investigación de Rivera (2015) y su tesis de maestría referida al clima institucional relacionado con la satisfacción del cliente de la banca estatal en la ciudad de Sullana, estudio de tipo correlacional cuyo objetivo fue determinar cómo influye el clima organizacional en la satisfacción del cliente en la citada entidad financiera, su autor concluye que el clima de la organización posee ascendencia efectiva en la satisfacción del cliente bancario; expresado en otros términos, si el clima organizacional mejora entonces se eleva la satisfacción del cliente (p. 75) La investigación de Rivera, realizada en el contexto de una entidad financiera del ámbito local resultó aleccionadora dado que trabajó la variable clima organizacional en relación con la satisfacción del cliente vinculada ésta a la calidad de servicio ya que si el cliente está satisfecho es consecuencia del buen servicio que recibe.

Finalmente, los resultados confirman la necesidad de optimizar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia de Sullana sobre la base de construir un favorable clima laboral, es en base a esta consideración, que la investigación aporta una estrategia de clima organizacional inspirada en los nuevos enfoques de la gestión financiera, tal como lo afirma Esan (2017) en el sentido que las estrategias para optimizar el clima organizacional de una organización han de plasmarse de manera equitativa, medible, práctica y eficiente; con la perspectiva de que se implique la totalidad de individuos de la empresa y se obtenga superación en su vida institucional.

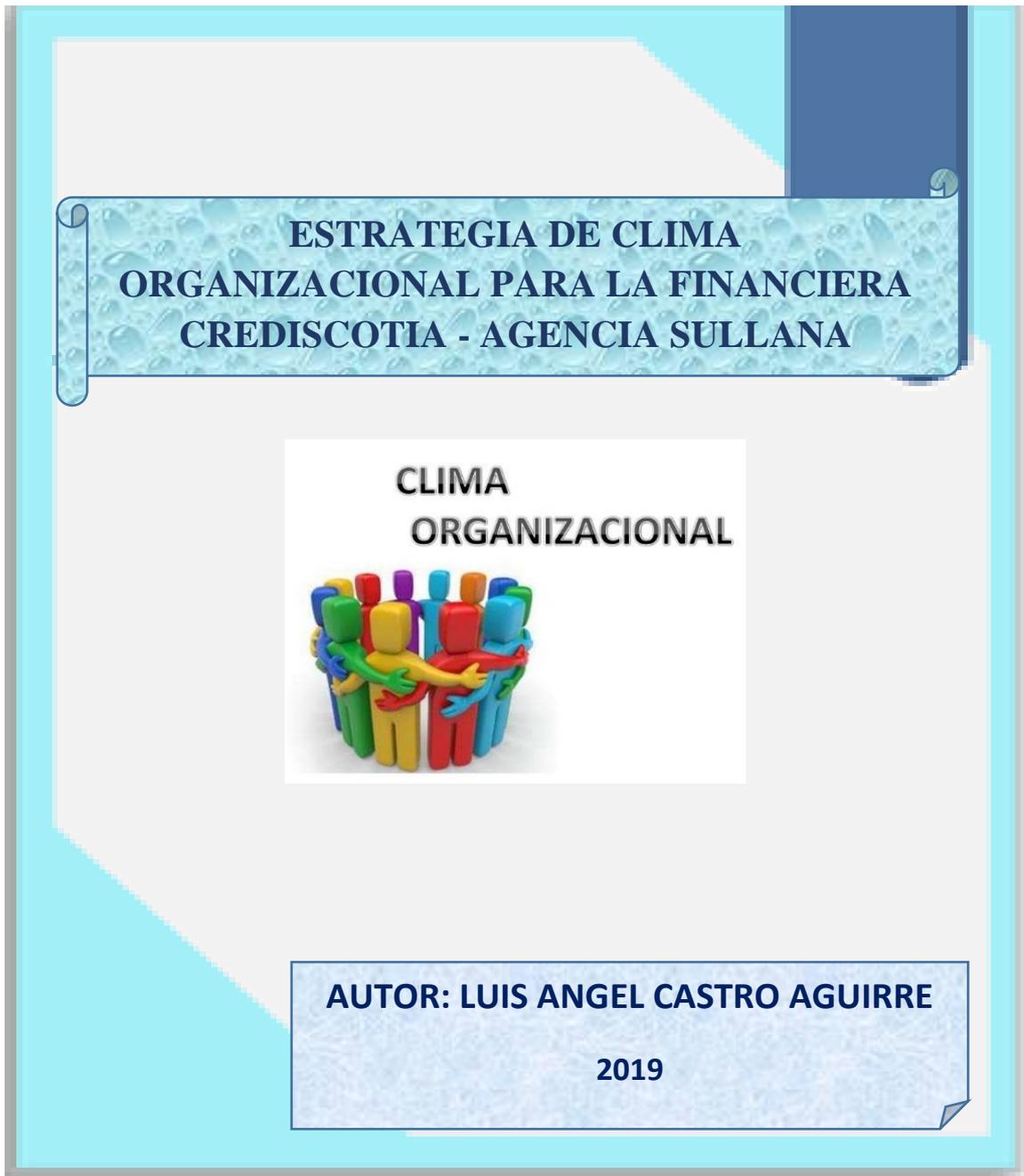
V. CONCLUSIONES

- a. Según percepción de los clientes, la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, para el 60,6% es de nivel regular, indicando que existe debilidades en la dimensión técnica (implementación tecnológica y preparación de los trabajadores), asimismo, en la dimensión interpersonal (interacción trabajador – cliente, así como en la comunicación), de igual manera, en la dimensión contextual (características del ambiente laboral y las condiciones de trabajo).
- b. El clima organizacional existente en la financiera Crediscotia – Agencia Sullana, según percepción del 54,5% de colaboradores, es de nivel Medianamente favorable, determinándose que para el conjunto de ellos se necesita mejorar: La autonomía, es decir, que los trabajadores realicen con independencia las funciones de su competencia; la estructura que impone el puesto, quiere decir, la manera como está organizado el puesto que desempeña, además, el tipo de recompensa y estímulo al trabajo.
- c. En el marco de la investigación, de acuerdo a los resultados obtenidos de ambas variables, como aporte teórico, se diseñó una propuesta de clima organizacional, basada en los nuevos enfoques de la gestión financiera, para contribuir a elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia – Agencia Sullana.

VI. RECOMENDACIONES

- a. La administración de la financiera Crediscotia – Agencia Sullana, debería contemplar en sus planes operativos mayor implementación tecnológica y preparación de los colaboradores con el propósito de proporcionarles las herramientas tecnológicas necesarias para optimizar su desempeño.
- b. La administración de la financiera Crediscotia – Agencia Sullana, debería fortalecer el componente interpersonal para que la interacción entre el trabajador y el cliente, así como la comunicación interna sea mejoradas a fin de que el servicio al cliente merezca la aprobación correspondiente.
- c. La gerencia general de la financiera Crediscotia, debería asignar mayor presupuesto para mejorar las características del ambiente laboral y las condiciones de trabajo, con la perspectiva de brindar un servicio de calidad.
- d. El personal que labora en la financiera Crediscotia – Agencia Sullana, debe interiorizar que con su trabajo contribuye no sólo a construir un clima organizacional favorable sino también se asegura la rentabilidad de la entidad.

VII. PROPUESTA



1. DATOS INFORMATIVOS

1.1 Denominación:

Estrategia de clima organizacional para elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018
--

1.2 Empresa financiera:

Denominación	Ubicación	Beneficiarios
Financiera Crediscotia	Sullana - Piura	33 trabajadores

1.3 Responsable:

Br. Luis Angel Castro Aguirre	Investigador
-------------------------------	--------------

1.4 Duración

4 meses	Enero – Abril 2019
---------	--------------------

1.5 Auspicio

Universidad César Vallejo - Piura

2. Presentación

El investigador presenta la propuesta de estrategia de clima organizacional, la misma que se formula frente a la necesidad de afianzar el ambiente laboral con la perspectiva de mejorar la calidad del servicio que brinda la financiera Crediscotia, donde no existe buen nivel en el servicio al cliente de parte del personal que labora en esta empresa. La estrategia propuesta está diseñada en base a la urgencia de que a través del fortalecimiento del clima organizacional sea posible introducir cambios significativos en la calidad del servicio, más aun cuando estas variables no poseen el nivel deseado y resultan elementales para asegurar el posicionamiento de la financiera.

3. Objetivos de la estrategia

3.1 Objetivo General

Elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, mediante una estrategia de clima organizacional

3.2 Objetivos Específicos

- Evaluar las fortalezas y debilidades del clima organizacional.
- Desarrollar jornadas institucionales sobre autonomía, estructura que impone el puesto, tipo de recompensas y estímulo al trabajo.

4. Justificación de la estrategia

La propuesta de una estrategia de clima organizacional surge como respuesta a la exigencia de elevar la calidad del servicio a partir del fortalecimiento del ambiente de trabajo en la financiera Crediscotia, ya que está demostrado que el clima laboral u organizacional impacta directa y fuertemente en el comportamiento de cada uno de los integrantes de la entidad y, consecuentemente, en la calidad del servicio empresarial.

De otro lado, si se trabaja el fortalecimiento del clima organizacional será posible que la financiera Crediscotia asegure que sus clientes y usuarios reciban buena atención de manera permanente, además, que los productos y servicios que ofertan merezcan pasar el filtro de calidad percibido por los clientes internos y, sobre todo, por los clientes externos; toda vez que un cliente insatisfecho implica perjuicio para la empresa tanto en ganancias como en la imagen corporativa que proyecta; de manera contraria, con un cliente que valora positivamente el servicio recibido y se siente satisfecho queda asegurada su lealtad así como mayores ingresos.

Aplicar la estrategia de clima organizacional dentro de un programa que incluya a su vez estrategias específicas, permitirá afianzar las diferentes dimensiones inmersas en el clima laboral como: Autonomía, estructura que impone el puesto, tipo de recompensa y el estímulo al trabajo, que, trabajadas de manera didáctica involucrará a todos los trabajadores de la financiera Crediscotia – Agencia Sullana.

El diseño de la estrategia contempla el desarrollo de cuatro jornadas institucionales, en cada una se abordará las diferentes dimensiones del clima organizacional, direccionadas hacia la mejora de la calidad del servicio; cada jornada está pensada para ejecutarla en un período correspondiente a 120 minutos con el empleo de técnicas, dinámicas y recursos para garantizar el logro de los objetivos de la propuesta. La estrategia general comprenderá tres momentos básicos: *Sensibilización, reflexión y compromiso*. La sensibilización, como primer momento, ayudará a que los trabajadores tomen conciencia de construir un clima organizacional favorable para mejorar la calidad del servicio; la reflexión, se cumplirá con acciones orientadas a promover la interiorización y la actitud crítica respecto a la realidad en torno al clima laboral; finalmente, el tercer momento, el compromiso, donde los participantes de la jornada adoptan acuerdos y se comprometen a mejorar su clima institucional y, consecuentemente, la calidad del servicio que brinda la institución.

5. Marco orientador de la estrategia

El diseño de la estrategia se sustenta en los aportes de diversos estudiosos y entendidos sobre el clima organizacional o institucional, de allí que su evaluación

con miras a su mejora se ha convertido en un aspecto ineludible en cualquier organización, se le cataloga como “herramienta estratégica” para las empresas, se ha reconocido que no sólo apoya en la gestión del potencial humano sino también facilita la toma de decisiones a corto, mediano y largo plazo, a fin de garantizar el progreso institucional. (Tamashiro, 2018)

Asimismo, la propuesta toma en cuenta que cuando una organización está alineada en torno al cliente, debe generar las condiciones para favorecer los esfuerzos que despliegan los colaboradores para efectivizar la calidad del servicio reclamada por el cliente; cumplir esta responsabilidad supone no perder de vista que los trabajadores constituyen las personas de la institución que marcan diferencia con las empresas de la competencia, de allí la necesidad de considerárseles como el potencial más importante en el accionar de la empresa. (Pereira, 2014)

Finalmente, la estrategia está basada en la correlación que existe entre clima organizacional y calidad del servicio, explicada en la idea de que hoy en día se exige que las empresas sean competitivas, para ello, deben poseer las condiciones óptimas para que sus esfuerzos den como resultado el buen servicio que espera el cliente; en tal razón, ambos conceptos resultan elementales para favorecer su imagen corporativa y su razón de ser como empresa. (Sotelo y Figueroa, 2017)

A continuación se presenta la organización didáctica de la estrategia, finalmente, se desarrolla los talleres incluidos en ella.

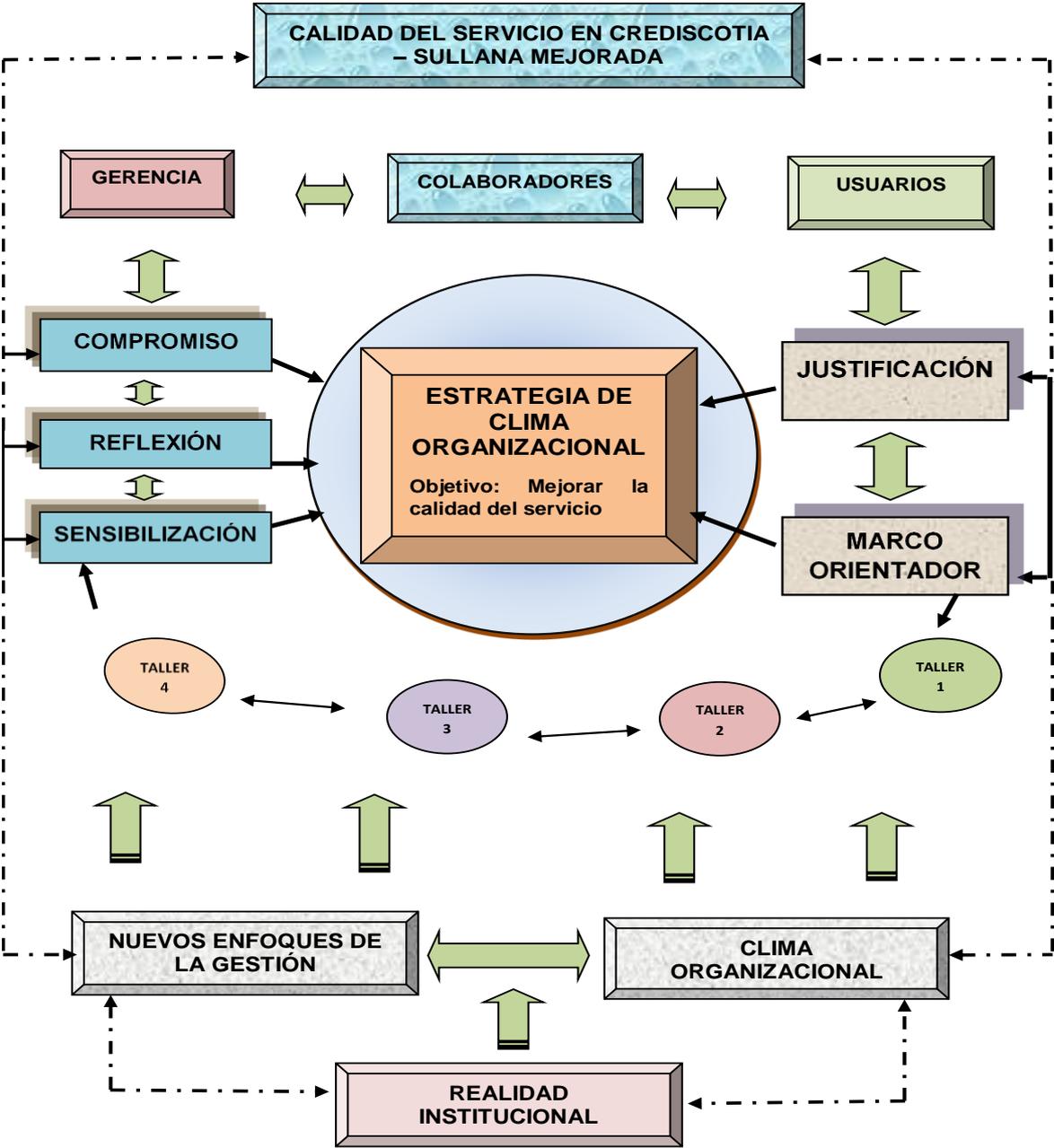
6. Organización didáctica de la estrategia

TALLERES	TÍTULO	MEDIOS Y MATERIALES	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN	CRONOGRAMA			
				MESES			
				E	F	M	A
Taller N° 1	Evaluando el clima organizacional	<ul style="list-style-type: none"> • Videos • Multimedia • Lluvia de ideas • Focus group • Debate dirigido 	• Lista de Cotejo	X			
Taller N° 2	Fortaleciendo nuestra autonomía				X		
Taller N° 3	¿Me gusta el puesto que ocupo?					X	
Taller N° 4	Estímulos y recompensas al trabajo realizado						X
Evaluación final de la estrategia de clima organizacional							X

7. EVALUACIÓN

La estrategia propuesta será objeto de evaluación continua, se realizará a dos instancias: Interna, bajo responsabilidad del investigador encargado de la formulación y ejecución de la propuesta; externa, se hará a través de juicio de expertos. La evaluación interna se cumplirá en la ejecución de cada taller para verificar logros y dificultades para luego adoptar decisiones de mejora; para la evaluación, los criterios serán: grado de efectividad de las estrategias programadas, margen de resultado de los objetivos presentados, valor de contribución de los trabajadores. La pertinencia y coherencia de la propuesta será valorada en una lista de cotejo donde los expertos registrarán su apreciación y comentarios.

ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA



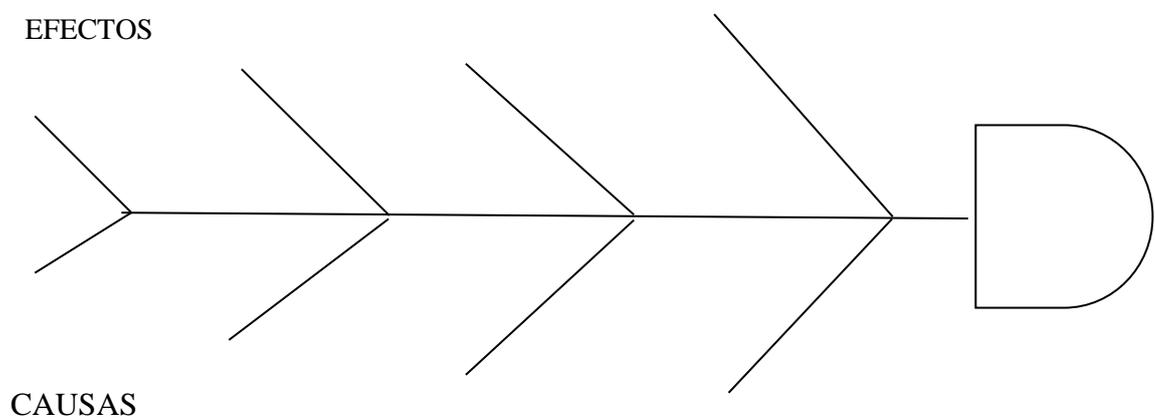
FUENTE: Elaboración propia

- El facilitador propicia la elaboración de conclusiones finales sobre el tema.	
C. COMPROMISO d. Se comprometen a coadyuvar esfuerzos para construir un clima organizacional favorable, desde el rol que cumplen en la empresa - Individualmente, los trabajadores enuncian sus compromisos.	

TÉCNICA FODA PARA DIAGNOSTICAR EL CLIMA ORGANIZACIONAL



TÉCNICA: ESPINA DE ISHIKAWA



C. COMPROMISO	
d. Se comprometen a fortalecer su pensamiento y actitud autónomos - Personalmente, cada trabajador manifiesta su compromiso.	

Ficha de actividad

¿QUÉ CONOZCO DE LA AUTONOMÍA

Estimado (a) trabajador (a):

Responda los siguientes enunciados marcando SI o NO, según su concepto.

Ítems	SI	NO
1. “La autonomía es la facultad de dar forma al entorno de trabajo de una manera que le permita rendir al máximo”		
2. “La autonomía no significa trabajar de forma aislada”.		
3. “Ser autónomo no le da a una persona el derecho a trabajar sin supervisión o colaboradores”.		
4. “Ser autónomo es hacer lo que se quiera cuando se quiera”.		
5. “En una organización con altos niveles de autonomía, el empleador define los límites de control”		
6. En una organización con buen nivel de autonomía el empleado puede tomar decisiones para resolver algún problema en su trabajo.		
7. “En una organización autónoma lo que importa es lo que se hace, no tanto cómo se hace”.		
8. “Se anima a los empleados a tomar riesgos, probar nuevas ideas e innovar”.		
9. No puede haber autonomía sin confianza,		
10. “Los que piensan que la autonomía significa que no hay límites están en un error”		
11. “La autonomía efectiva permite a los empleados aprovechar el significado de lo que subyace en su trabajo”.		
12. “Quitar la autonomía una vez que la haya concedido es asesinar el compromiso de los empleados”.		

Con emprendimiento (2018). *6 Maneras de Fomentar la Autonomía de sus Empleados.*

Ficha de información

¿Qué aspectos mejoran cuando se otorga más autonomía a los trabajadores?

Para Info empleo (2018) otorgar mayor autonomía a los trabajadores genera varios beneficios en pro de quienes laboran en la empresa y, por ende, a ella misma, estos son:

- “Beneficios para el trabajador”

El colaborador admite como algo positivo cuando se le otorga mayor autonomía generándole estados emocionales favorables y hasta felicidad. Trabajar con la autonomía requerida le hace sentirse valorado y reconocido lo que a su vez trae consigo que su autoestima se vea fortalecida y, consecuentemente, experimente una sensación de “éxito profesional” y una gran comodidad en su centro de trabajo.

- “Beneficios para la empresa”

La autonomía en el trabajo impacta favorablemente en el desarrollo organizacional, básicamente, en los aspectos siguientes: “compromiso”, es decir, asumir como suyos los intereses de la institución; “motivación”, vale decir, es provechoso contar con trabajadores altamente motivados; “implicación”, es decir, los trabajadores están muy identificados con la institución donde laboran; “rendimiento”, un trabajador con autonomía para cumplir con sus responsabilidades será más productivo.

ACTIVIDAD

Completa las siguientes ideas:

En Crediscotia hay autonomía cuando.....

.....
.....

En Crediscotia no hay autonomía cuando.....

.....
.....

TALLER N° 03

1. DENOMINACIÓN: “¿Me gusta el puesto que ocupo?”

2. PROPÓSITO:

- Reconocer la naturaleza de los cargos.

3. FECHA Y DURACIÓN:.....

4. DISPOSICIÓN DE LA ESTRATEGIA:



ESTRATEGIA	RECURSOS
<p>A. SENSIBILIZACIÓN</p> <p>a. Realizan la técnica “Lectura comentada” para despertar su interés por la actividad principal.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El facilitador lee oralmente el texto seleccionado; luego responden a las preguntas siguientes: <ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué trató el texto leído? • ¿A qué se refiere diseño o estructura organizacional? • ¿Conocen cómo está organizado el diseño de Crediscotia? • ¿Qué estructura impone el puesto que ocupan? - Concluyen resaltando que toda empresa debe tener definido su diseño organizacional. 	<p>Técnica “Lectura comentada”</p>
<p>B. REFLEXIÓN</p> <p>b. Participan en la técnica “Video discusión”</p> <ul style="list-style-type: none"> - El facilitador presenta el video sobre el diseño organizacional de la financiera Crediscotia - Los participantes observan detenidamente el video, al término, responden a: <ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué trató el video? • ¿Cómo está organizada estructuralmente Crediscotia? • ¿Qué características presenta el organigrama de la empresa? • ¿Cuál es el diseño a nivel de Agencia Sullana? • ¿Qué cambios se pueden sugerir para mejorar este diseño? - Forman grupos según cargos afines y revisan el ROF y el MOF de la empresa. - Comparten sus comentarios sobre los instrumentos revisados y alcanzan algunas sugerencias. - El facilitador y los participantes arriban a conclusiones 	<p>Técnica “Video discusión”</p> <p>Instrumentos de gestión</p>

C. COMPROMISO	
----------------------	--

- | | |
|--|--|
| <p>c. Se comprometen a manejar la información sobre el cargo que ocupan y relacionarlo con la calidad del servicio al cliente</p> <ul style="list-style-type: none">- Personalmente, cada trabajador manifiesta su compromiso. | |
|--|--|

“Lectura comentada”

“¿Influye el diseño organizacional en el desempeño de los colaboradores?”

Por Pérez (2014).

Actualmente las empresas enfrentan desafíos ante “un mercado cambiante, dinámico y diverso”, donde el diseño organizacional puede tomarse como antecedente para conocer la naturaleza de la empresa. “Entonces el diseño organizacional es el uno de los referentes de análisis de competitividad y desempeño laboral, en los aspectos interno y externo de la organización” (Pérez, 2014, p. 2).

En todo diseño estructural es posible visualizar la organización de la empresa, el conjunto de cargos, funciones y orden jerárquico de las líneas de mando al interior de la empresa. Se logran simbolizar los vínculos entre diversas áreas u oficinas de una empresa y se representa en un organigrama, de allí la importancia de que esté definido completamente el diseño organizacional propio de la empresa.

TALLER N° 04

1. DENOMINACIÓN: “Estímulos y recompensas al trabajo”

2. PROPÓSITO:

- Reconocer la importancia de los estímulos y recompensas al trabajo.

3. FECHA Y DURACIÓN:.....

4. DISPOSICIÓN DE LA ESTRATEGIA:



ESTRATEGIA	RECURSOS
<p>A. SENSIBILIZACIÓN</p> <p>a. Observan el video “Organizaciones exitosas”.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El facilitador presenta el video; luego formula las preguntas siguientes: <ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué trató el video? • ¿Por qué a estas instituciones se les considera exitosas? • ¿Qué rol cumplen los trabajadores en el éxito de una empresa? • ¿Qué debe hacer el trabajador para contribuir con el éxito de la empresa? • ¿Qué debe hacer la empresa con los trabajadores que contribuyen con el éxito de la empresa - Concluyen resaltando que toda empresa debe poseer un plan de estímulos y recompensas. 	<p>Video</p>
<p>B. REFLEXIÓN</p> <p>b. Participan en la ponencia “Estímulos y recompensas laborales</p> <ul style="list-style-type: none"> - El facilitador cede la intervención del ponente - Al término, los participantes formulan sus preguntas <p>c. Proponen un Plan de estímulos y recompensas laborales</p> <ul style="list-style-type: none"> - El facilitador explica la mecánica de trabajo, luego forma grupos de trabajo - Los participantes elaboran la propuesta de acuerdo a una matriz alcanzada - En una plenaria, los grupos presentan sus trabajos - El facilitador interviene para redondear ideas y aclarar dudas. 	<p>Ponencia, material multimedia</p>

C. COMPROMISO	
----------------------	--

- | | |
|---|--|
| <p>d. Se comprometen a mejorar su desempeño para ser merecedores de estímulos e incentivos de la empresa</p> <ul style="list-style-type: none">- Personalmente, cada trabajador manifiesta su compromiso. | |
|---|--|

PROPUESTA DE UN PLAN DE ESTÍMULOS Y RECOMPENSAS

ÁREAS	ACTIVIDADES DE ESTÍMULO Y RECOMPENSA	MESES											
		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
PERSONAL													
INSTITUCIONAL													
PROFESIONAL													
INCENTIVOS													

Responsables de la propuesta:

- 1.-
- 2.-
- 3.-

LISTA DE COTEJO PARA EVALUAR LA PROPUESTA

“Objetivo: Evaluar la pertinencia y coherencia de la Estrategia de Clima Organizacional”

Instrucciones: Lea con cuidado cada una de los ítems y marque con un aspa (X) los criterios de valoración: **Malo** (1), **Regular** (2), **Bueno** (3) o **Muy bueno** (4).

Ítems	Valoración			
	M	R	B	M B
	1	2	3	4
1. El diseño y estructura de la estrategia contribuirá a mejorar el servicio al cliente				
2. Las estrategias específicas permitirán alcanzar los objetivos planteados				
3. Las actividades promoverán la mejora del clima organizacional de la financiera				
4. Propiciarán la participación dinámica de los trabajadores				
5. Promoverán la sensibilización y reflexión de los trabajadores				
6. Harán posible el cambio de actitud y compromiso de los trabajadores				
7. La estrategia posibilitará la evaluación del clima organizacional				
8. Promoverá el desarrollo de la autonomía en el personal				
9. Incentivará mayor productividad en los trabajadores				
10. Permitirán introducir cambios en la financiera				
Sub total				
Total				

APRECIACIÓN	Rango
Malo	[01 – 10]
Regular	[11 - 20]
Bueno	[21 – 30]
Muy Bueno	[31 - 40]

EXPERTO EVALUADOR:

Firma

REFERENCIAS

- Arranz, A. (2017). *Gestalt: Qué es, características, sus leyes y principales aplicaciones*. (Texto en un blog) Recuperado de: <https://blog.cognifit.com/es/gestalt/>
- Cepeda, B. (2016). *Beneficios de un buen clima laboral*. Recuperado de: <https://www.dolarsi.com/clima-laboral-beneficios/>
- COBIS Corp. (2016). *Cómo mejorar el servicio al cliente en el sector financiero*. Recuperado de: <http://blog.cobiscorp.com/mejorar-servicio-cliente-sector-financiero>
- Cueva, E. M. (2017). *Comportamiento del consumidor y la calidad de servicio en el área de consumo de la Financiera CREDISCOTIA, distrito de Comas, 2016*. Tesis de maestría, UCV. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8505/Cueva_VEM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Da Silva, K. (2018). *¿Por qué la calidad en el servicio al cliente es importante?* Recuperado de: <https://www.cuidatudinero.com/13075766/por-que-la-calidad-en-el-servicio-al-cliente-es-importante>
- De Pedro, P. (2013). *La calidad de servicio bancario: una escala de medición*. Tesis de Maestría – Universidad Nacional del Sur - Argentina. Recuperado de: <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/2354/1/Tesis%20Paola%20de%20Pedro.pdf>
- Esan. (2017). *Estrategias para mejorar el clima organizacional en una empresa*. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/03/estrategias-para-mejorar-el-clima-organizacional-en-una-empresa/>
- Escuela Europea de Managemet. (2017). *Estrategia corporativa: definiendo la empresa a nivel global*. Recuperado de: <http://www.escuelamanagement.eu/gestion-estrategica/estrategia-corporativa-definiendo-la-empresa-a-nivel-global>
- Fuentes, A. F. (2018). *¿Cómo solucionar los problemas de clima organizacional de una empresa?* Recuperado de: <https://www.questionpro.com/blog/es/como-solucionar-los-problemas-de-clima-organizacional-de-una-empresa/>
- Galicia, S., García, M. F. y Hernández, L. M. (2014). *La importancia del clima organizacional, en la productividad de las empresas*. Recuperado de: <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tepeji/n8/a9.html>

- González, J. K. (2018). *Cultura organizacional y calidad del servicio en el Banco de la Nación, Bagua*. (Tesis de maestría, Universidad César Vallejo).
- González, R. (2015). *Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades bancarias a través de la escala SERVQUAL*. (Artículo, Rev. Cien. Ing. Neogranadina, 25(1): 113-135, 2015). Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v25n1/v25n1a08.pdf>
- Gutierrez, L. (2017). *Importancia de la calidad del servicio al cliente*. Recuperado de: <https://blog.elinsignia.com/2017/10/31/importancia-de-la-calidad-del-servicio-al-cliente/>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación científica*. (Quinta edición) Ed. México DF. MacGraw-Hill Interamericana Editores.
- Inocente, M. (2017). *Clima organizacional y satisfacción laboral de los trabajadores de la red de agencias del Banco de la Nación, año 2016*. Tesis de maestría, UCV. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9017/Inocente_FM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Joblers. (2016). *La importancia del clima organizacional*. Recuperado de: <https://www.joblers.net/la-importancia-del-clima-organizacional/>
- Jorge, A. Ma. de J. (2016). *Factores que impactan en el clima organizacional de un centro de servicios compartidos*. Tesis magistral, Instituto Politécnico Nacional – México. Recuperado de: <http://148.204.210.201/tesis/1460388325970TESISPRIN.pdf>
- López, M. E. (2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente*. Recuperado de: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>
- Marroquín, R. (2013). *Metodología de la investigación*. Recuperado de: <http://www.une.edu.pe/Titulacion/2013/exposicion/SESION-4-METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION.pdf>
- Mayurí, P. M. (2017). *Clima Organizacional y Calidad de Servicio en la División Comercial del BCP en el Distrito de Comas, 2016*. Tesis de maestría, Universidad César Vallejo – Lima. Recuperado de: repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/8510
- Pereira, C. N. (2014). *Clima laboral y servicio al cliente (estudio realizado en hospitales privados de la zona 9 de la ciudad de Quetzaltenango)*. Tesis de grado, Universidad Rafael Landívar. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Pereira-Catherine.pdf>

- Pérez, C. K. (2014). *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurante Campestre SAC - Chiclayo periodo enero a septiembre 2011 y 2012*. Tesis de grado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Recuperado de: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/203/1/TL_Perez_Rios_CynthiaKatterine.pdf
- Pérez, M. I. (2014). *¿Influye el diseño de la Estructura Organizacional en el desempeño de los colaboradores?* Recuperado de: https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/12985/PEREZ_CARRILLO_MARTHA_ISABEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pérez, J. y Gardey, A. (2009). *Definición de cliente*. Recuperado de: Definicion.de: Definición de cliente (<https://definicion.de/cliente/>).
- Pizzo, M. (2014). *Consecuencias de un mal servicio al cliente*. Recuperado de: <https://www.grandespymes.com.ar/2014/10/11/consecuencias-de-un-mal-servicio-al-cliente/>
- Pyrsel Consultores. (2017). *Problemas de clima laboral en la empresa*. Recuperado de: <https://pyrsel.es/problemas-clima-laboral-empresa/>
- Quijano, V. M. (2003). *Problemas de calidad en el servicio al cliente*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/problemas-calidad-servicio-cliente/>
- Ramos, D. C. (2012). *El Clima Organizacional, definición, teoría, dimensiones y modelos de Abordaje*. Recuperado de: <https://repository.unad.edu.co/bitstream/10596/2111/1/Monografia%20Clima%20Organizacional.pdf>
- Rivera, J. F. (2015). *El clima organizacional en la satisfacción del cliente en el Banco de la Nación - Agencia Sullana, 2015*. Tesis de maestría, Universidad César Vallejo.
- Santamaría, S. E. (2015). *Evaluación de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la financiera Crediscotia S. A., Piura 2015*. Tesis de grado, Universidad nacional de Piura. Recuperado de: <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/350/ADM-SAN-DIO-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Silva, R. (2009). *Calidad del servicio al cliente*. Recuperado de: <https://www.monografias.com/trabajos66/calidad-servicio-cliente/calidad-servicio-cliente2.shtml>

- Sotelo, J. G. y Figueroa, E. G. (2017). *El clima organizacional y su correlación con la calidad en el servicio en una institución de educación de nivel medio superior*. Recuperado de: <https://www.ride.org.mx/index.php/RIDE/article/view/312/1487>
- Tamashiro, S. (2018). *Estudios de Clima Organizacional Ventajas Estratégicas*. Recuperado de: <http://www.infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/articulos/estudios-de-clima-organizacional-ventajas-estrategicas/>
- Universidad de Valencia. (s/f). *Concepto de calidad y dimensiones que lo componen*. Recuperado de: <https://www.uv.es/dmoreno/Tema2.pdf>
- Universidad Nacional de Entre Ríos. (2007). *Muestreo*. Recuperado de: <http://www.bioingenieria.edu.ar/academica/catedras/metestad/muestreo.pdf>
- Universidad Señor de Sipán (USS, 2014). *Metodología de la investigación científica*. Módulo. Trujillo. Centro Editorial USS
- Villalba, C. (2013). *La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4776917.pdf>
- Zelada, J. E. (2015). *Clima laboral y su relación con el desempeño laboral del personal administrativo de la oficina central de ejecución presupuestaria de la Universidad Nacional de Piura- 2015*. Tesis de grado, Universidad Nacional de Piura. Recuperado de: <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/358/ADM-ZEL-BUR-15.pdf?sequence=1>

ANEXOS

ANEXO N° 01

CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA FINANCIERA CREDISCOTIA - SULLANA

Señor (a) (ta) trabajador (a): Se desarrollará un estudio para determinar el nivel de clima organizacional en su institución, por ello, se requiere responda con sinceridad y objetividad.

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente los enunciados siguientes, luego responda marcando con una (X) la respuesta según esté DE ACUERDO (3), MEDIANAMENTE DE ACUERDO (2) o EN DESACUERDO (1)

N°	ÍTEMS	3	2	1
	Dimensión: Autonomía			
1	En Crediscotia el jefe me estimula a desarrollar mi trabajo como yo considere mejor			
2	En Crediscotia se promueve que cada trabajador tome decisiones para la mejora de su propio trabajo			
3	Tengo definidas mis metas en el cumplimiento de mi trabajo			
4	Conozco y me identifico con la misión, la visión, valores y objetivos de la financiera.			
5	Conozco y respeto los lineamientos que ha establecido la financiera			
6	Evito incumplir las normas que establece la institución			
	Dimensión: Estructura que impone el puesto			
7	Tengo claras mis funciones y las efectúo de manera responsable			
8	Cumplo cabalmente con las funciones inherentes al puesto que ocupo			
9	Tengo exceso de trabajo y poco tiempo para realizarlo.			
10	En la financiera el jefe me brinda oportunidad para seguir capacitándome			
11	Mi jefe es una persona con quien se puede hablar abiertamente.			
12	Mi jefe posee las capacidades y preparación necesaria para supervisarme.			
	Dimensión: Tipo de recompensa			
13	Estoy satisfecho con los beneficios que recibo en la financiera			
14	Si encuentro otro trabajo con mejor sueldo dejaría Crediscotia			
15	No cambiaría de trabajo aunque me ofrezcan mejor sueldo en otra empresa			
16	En Crediscotia me pagan lo justo por mi trabajo			
17	Trabajaría mejor si me aumentaran el sueldo			
18	Creo que mi sueldo no es proporcional al esfuerzo que realizo en la financiera			
	Dimensión: Estímulo al trabajo			
19	Mi jefe y la financiera reconocen cuando destaco en el trabajo			
20	En la financiera muestran interés por mi como trabajador			
21	En la financiera La única vez que se habla sobre mi rendimiento es cuando he cometido un error.			
22	La financiera me ofrece entrenamiento y capacitación para mejorar mis funciones.			
23	Puedo contar con el apoyo de mi jefe cuando la necesito			
24	Mi jefe me respalda y deja que yo aprenda de mis propios errores.			

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N° 02
FICHA TÉCNICA INSTRUMENTAL

1. Nombre:

Cuestionario para evaluar el clima organizacional en la financiera Crediscotia - Sullana.

2. Autor:

Br. Luis Angel Castro Aguirre

3. Objetivo:

Recoger información sobre el clima organizacional existente en la financiera Crediscotia - Sullana.

4. Usuarios:

El cuestionario fue suministrado a 33 trabajadores de la financiera Crediscotia - Sullana.

5. Características y modo de aplicación.

- 1° El instrumento está organizado en 24 ítems, distribuidos equitativamente entre las 4 dimensiones: Autonomía (06 ítems), Estructura que impone el puesto (06 ítems), Tipo de recompensa (06 ítems) y estímulo al trabajo (06 ítems).
- 2° El cuestionario fue aplicado individualmente a cada trabajador de la financiera, estará a cargo del investigador.
- 3° El instrumento se desarrolló por un espacio de 30 minutos aproximadamente y los materiales utilizados fueron: un lapicero y el cuestionario impreso

6. Estructura

Variable: Clima organizacional		
Dimensión	Indicadores	Ítems
Autonomía	• Libertad para realizar el trabajo	1,2,3
	• Respeto a las normas institucionales	4,5,6
Estructura que impone el cargo	• Percepción de las obligaciones	7,8,9
	• Liderazgo directivo	10,11,12
Tipo de recompensa	• Satisfacción frente a la remuneración	13,14,15
	• Relación entre la remuneración y el trabajo producido	16,17,18
Estímulo al trabajo	• Reconocimiento por el trabajo destacado	19,20,21
	• Sentimiento de apoyo de los compañeros y jefes	22,23,24

7. Escala.

7.1 Escala general:

NIVEL	Rango
Desfavorable	[01 – 24)
Medianamente favorable	[25 - 48)
Favorable	[49 – 72)

7.2 Escala específica:

Nivel	Dimensiones			
	Autonomía	Estructura que impone el cargo	Tipo de recompensa	Estímulo al trabajo
Desfavorable	[01 – 06)	[01 – 06)	[01 – 06)	[01 – 06)
Medianamente favorable	[07- 12)	[07- 12)	[07- 12)	[07- 12)
Favorable	[13 – 18)	[13 – 18)	[13 – 18)	[13 – 18)

8. **Validación:** El contenido del instrumento fue validado mediante juicio de expertos

9. **Confiabilidad:** Se calculó aplicando la Prueba estadística Alfa de Cronbach.

ANEXO N° 03

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA FINANCIERA CREDISCOTIA - SULLANA

Señor (a) (ta): Se está desarrollando un estudio para determinar el nivel de calidad del servicio que le brinda Crediscotia Sullana, por ello, se requiere responda con sinceridad y objetividad.

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente los enunciados siguientes, luego responda marcando con una (X) la respuesta según esté DE ACUERDO (3), MEDIANAMENTE DE ACUERDO (2) o EN DESACUERDO (1)

N°	ÍTEMS	3	2	1
	Dimensión: Técnica			
1	La financiera Crediscotia está implementada con equipos de apariencia moderna.			
2	Los trabajadores utilizan equipos y tecnología que agilizan mis trámites financieros			
3	Es evidente que los trabajadores saben el manejo de todos los equipos tecnológicos			
4	La financiera Crediscotia funcionaría mejor si tuviera muchos más equipos tecnológicos			
5	Es evidente que los trabajadores tienen suficientes conocimientos para responder a las inquietudes de los clientes.			
6	Es notorio que los trabajadores cumplen bien sus funciones porque las conocen			
7	Los trabajadores me brindan una atención de calidad y de manera oportuna			
8	Es evidente que los trabajadores tienen experiencia en el cumplimiento de sus funciones			
	Dimensión: Interpersonal			
9	En Crediscotia todo el personal trata amablemente a los clientes			
10	El personal siempre muestra una sonrisa en el rostro y se interesa por servir a los clientes			
11	Los trabajadores me saludan y hablan de buena manera			
12	Todo el personal me inspira confianza porque me dan atención personalizada			
13	Recibo información convincente de los trabajadores			
14	Los trabajadores mantienen comunicación asertiva con los clientes			
15	Percibo que en Crediscotia los trabajadores mantienen buena comunicación entre sí			
16	Los trabajadores me brindan información sobre mis operaciones bancarias			
	Dimensión: Contextual			
17	En Crediscotia encuentro las condiciones para que me sienta tranquilo y seguro dentro de sus instalaciones			
18	Es notorio el ambiente de compañerismo entre los trabajadores			
19	Cuando tengo una inquietud el personal se interesa por atenderla			
20	Ve con frecuencia la incomodidad de los clientes por la atención recibida			
21	La infraestructura de Crediscotia es atractiva y moderna para que los trabajadores cumplan su labor			
22	Los ambientes que posee son agradables y les brindan comodidad			
23	El mobiliario es adecuado, moderno y suficiente para que cumplan sus funciones			
24	Los trabajadores laboran en ambientes donde falta mayor iluminación y ventilación			

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N° 04
FICHA TÉCNICA INSTRUMENTAL

1. Nombre:

Cuestionario para evaluar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Sullana.

2. Autor:

Br. Luis Angel Castro Aguirre

3. Objetivo:

Recoger información sobre la calidad del servicio que brinda la financiera Crediscotia - Sullana.

4. Usuarios:

El cuestionario fue aplicado a 33 clientes la financiera Crediscotia - Sullana.

5. Características y modo de aplicación.

- 1° El instrumento está organizado en 24 ítems, distribuidos equitativamente entre las 3 dimensiones: Dimensión técnica (08 ítems), Dimensión interpersonal (06 ítems) y dimensión contextual (08 ítems).
- 2° El cuestionario se aplicó individualmente a cada cliente de la financiera, cuando fue necesario el apoyo del investigador, lo brindó sin influir en sus respuestas.
- 3° El instrumento se aplicó por un espacio de 30 minutos aproximadamente y los materiales que se utilizaron fueron: un lapicero y el cuestionario impreso

6. Estructura

Variable: Calidad del servicio		
Dimensión	Indicadores	Ítems
Dimensión técnica	• Uso de tecnología	1,2,3,4
	• Preparación de los trabajadores	5,6,7,8
Dimensión interpersonal	• Interacción trabajador - cliente	9,10,11,12
	• Comunicación interna	13,14,15,16
Dimensión contextual	• Características del ambiente laboral	17,18,19,20
	• Condiciones laborales	21,22,23,24

7. Escala.

7.1 Escala general:

NIVEL	Rango
Mala	[01 – 24)
Regular	[25 - 48)
Buena	[49 – 72)

7.2 Escala específica:

Nivel	Dimensiones		
	Dimensión técnica	Dimensión interpersonal	Dimensión contextual
Mala	[01 – 10)	[01 – 10)	[01 – 10)
Regular	[11 - 20)	[11 - 20)	[11 - 20)
Buena	[21 – 30)	[21 – 30)	[21 – 30)

8. **Validación:** El contenido del instrumento fue validado mediante juicio de expertos

9. **Confiabilidad:** Se calculó aplicando la prueba estadística Alfa de Cronbach.

ANEXO N° 5

VALIDACIÓN A JUICIO DE EXPERTO



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Diego Salvador Andino Estrada con DNI N° 45003280 Magister en Administración con mención en Gerencia Empresarial N° ANR: 0634-LU-2015 de profesión Ing. Pesquero desempeñándome actualmente como Docente Universitario en Universidad Nacional de frontera - Sullana

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

- Cuestionario para evaluar el clima organizacional en la financiera Crediscotia - Sullana.
- Cuestionario para evaluar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Sullana.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario para evaluar el clima organizacional en Crediscotia - Sullana	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad				✓	
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología				✓	

Cuestionario para evaluar la calidad del servicio en Crediscotia - Sullana	Escala de Evaluación				
	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología				✓	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 10 días del mes de diciembre del Dos mil Dieciocho.

Mgtr. : *Diego Salvador Lachira Estrada*
 DNI : *45063280*
 Especialidad : *Administración*
 E-mail : *diego.lachira23@gmail.com*


 Ing. Diego S. Lachira Estrada M.Sc.
 DNI. 45063280
 CIP. 155585

TÍTULO: “Estrategia de clima organizacional para elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Cuestionario para evaluar el clima organizacional en la financiera Crediscotia - Sullana

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACION
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																					X
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																					X
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																X					
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																					X
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																					X

TÍTULO: “Estrategia de clima organizacional para elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018”

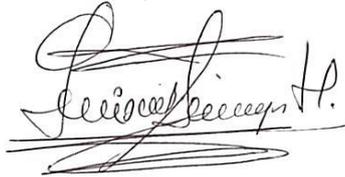
FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Cuestionario para evaluar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Sullana.

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																					X
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																			X		
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																					X
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			X		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																					X

Cuestionario para evaluar la calidad del servicio en Crediscotia - Sullana	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					/
2. Objetividad					/
3. Actualidad					/
4. Organización					/
5. Suficiencia					/
6. Intencionalidad					/
7. Consistencia					/
8. Coherencia					/
9. Metodología					/

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 10 días del mes de diciembre del Dos mil Dieciocho.

Mgr. : Dheisy Guisell Sotomayor Hernández
DNI : 40932853
Especialidad : Administración con Menção Genérica Empresarial
E-mail : dheisy@hstmail.com



TÍTULO: “Estrategia de clima organizacional para elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Cuestionario para evaluar el clima organizacional en la financiera Crediscotia - Sullana

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																	/				
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																	/				
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																	/				
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																		/			
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																		/			

TÍTULO: “Estrategia de clima organizacional para elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Cuestionario para evaluar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Sullana.

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																	/				
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																	/				
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																		/			
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																	/				
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																	/				



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, RONALD PAUL ROA GONZALEZ con DNI N° 03670761 Magister en ADMINISTRACIÓN CON MENCIÓN EN GERENCIA EMPRESARIAL N° ANR: de profesión ING. AGRÓNOMO desempeñándome actualmente como GERENTE EN OSB DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN en S. A.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

- Cuestionario para evaluar el clima organizacional en la financiera Crediscotia - Sullana.
- Cuestionario para evaluar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Sullana.

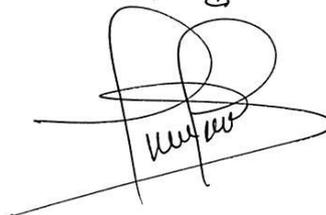
Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario para evaluar el clima organizacional en Crediscotia - Sullana	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología				X	

Cuestionario para evaluar la calidad del servicio en Crediscotia - Sullana	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 10 días del mes de diciembre del Dos mil Dieciocho.

Mgtr. : RONALDO PAUL ROA GONZALEZ
DNI : 03675761
Especialidad : ADMINISTRACIÓN
E-mail : rproagonzales@gmail.com



TÍTULO: “Estrategia de clima organizacional para elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Cuestionario para evaluar el clima organizacional en la financiera Crediscotia - Sullana

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			X		
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																			X		
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																				X	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			X		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.															X						

TÍTULO: "Estrategia de clima organizacional para elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018"

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Cuestionario para evaluar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Sullana.

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				X	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																				X	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																				X	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																				X	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.														X							

ANEXO N° 06

ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD

Estadísticos de fiabilidad LA VARIABLE clima organizacional

Alfa de Cronbach	N de elementos
,970	24

Estadísticos total-elemento LA VARIABLE clima organizacional

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
En Crediscotia el jefe me estimula a desarrollar mi trabajo como yo considere mejor	39,79	94,610	,904	,967
En Crediscotia se promueve que cada trabajador tome decisiones para la mejora de su propio trabajo	40,18	99,403	,595	,969
Tengo definidas mis metas en el cumplimiento de mi trabajo	40,24	95,877	,593	,971
Conozco y me identifico con la misión, la visión, valores y objetivos de la financiera.	40,00	99,687	,815	,968
Conozco y respeto los lineamientos que ha establecido la financiera	40,09	98,648	,820	,968
Evito incumplir las normas que establece la institución	40,24	96,502	,553	,971
Tengo claras mis funciones y las efectúo de manera responsable	40,24	100,002	,594	,969
Cumplo cabalmente con las funciones inherentes al puesto que ocupó	39,97	94,655	,856	,967
Tengo exceso de trabajo y poco tiempo para realizarlo.	40,24	99,314	,665	,969
En la financiera el jefe me brinda oportunidad para seguir capacitándome	40,09	98,648	,820	,968
Mi jefe es una persona con quien se puede hablar abiertamente.	40,06	98,621	,857	,968
Mi jefe posee las capacidades y preparación necesaria para supervisarme.	39,97	95,343	,868	,967
Estoy satisfecho con los beneficios que recibo en la financiera	40,12	98,422	,818	,968
Si encuentro otro trabajo con mejor sueldo dejaría Crediscotia	40,24	97,627	,541	,971
No cambiaría de trabajo aunque me ofrezcan mejor sueldo en otra empresa	40,06	97,684	,835	,968
En Crediscotia me pagan lo justo por mi trabajo	40,15	98,695	,767	,968
Trabajaría mejor si me aumentaran el sueldo	40,06	95,809	,835	,967
Creo que mi sueldo no es proporcional al esfuerzo que realizo en la financiera	40,09	98,460	,841	,968
Mi jefe y la financiera reconocen cuando destaco en el trabajo	39,91	95,523	,915	,967
En la financiera muestran interés por mi como trabajador	39,97	97,968	,795	,968
En la financiera La única vez que se habla sobre mi rendimiento es cuando he cometido un error.	40,00	97,000	,772	,968
La financiera me ofrece entrenamiento y capacitación para mejorar mis funciones.	40,06	98,934	,819	,968
Puedo contar con el apoyo de mi jefe cuando la necesito	40,00	98,000	,870	,967
Mi jefe me respalda y deja que yo aprenda de mis propios errores.	40,03	98,843	,872	,968

Estadísticos de fiabilidad de la variable calidad de servicio

Alfa de Cronbach	N de elementos
,957	24

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
La financiera Crediscotia está implementada con equipos de apariencia moderna.	38,45	86,943	,789	,954
Los trabajadores utilizan equipos y tecnología que agilizan mis trámites financieros	38,82	89,403	,738	,955
Es evidente que los trabajadores saben el manejo de todos los equipos tecnológicos	38,91	90,273	,471	,958
La financiera Crediscotia funcionaría mejor si tuviera muchos más equipos tecnológicos	38,64	88,739	,705	,955
Es evidente que los trabajadores tienen suficientes conocimientos para responder a las inquietudes de los clientes.	38,79	90,797	,704	,955
Es notorio que los trabajadores cumplen bien sus funciones porque las conocen	38,79	89,360	,467	,959
Los trabajadores me brindan una atención de calidad y de manera oportuna	38,82	88,403	,756	,955
Es evidente que los trabajadores tienen experiencia en el cumplimiento de sus funciones	38,67	88,417	,711	,955
En Crediscotia todo el personal trata amablemente a los clientes	39,06	89,871	,643	,956
El personal siempre muestra una sonrisa en el rostro y se interesa por servir a los clientes	38,82	87,966	,798	,954
Los trabajadores me saludan y hablan de buena manera	38,76	88,814	,846	,954
Todo el personal me inspira confianza porque me dan atención personalizada	38,85	89,445	,718	,955
Recibo información convincente de los trabajadores	38,82	89,466	,731	,955
Los trabajadores mantienen comunicación asertiva con los clientes	39,12	89,860	,543	,957
Percibo que en Crediscotia los trabajadores mantienen buena comunicación entre sí	39,03	89,405	,686	,955
Los trabajadores me brindan información sobre mis operaciones bancarias	39,09	90,835	,625	,956
En Crediscotia encuentro las condiciones para que me sienta tranquilo y seguro dentro de sus instalaciones	39,03	90,593	,644	,956
Es notorio el ambiente de compañerismo entre los trabajadores	38,88	87,235	,772	,954
Cuando tengo una inquietud el personal se interesa por atenderla	38,70	88,780	,722	,955
Veo con frecuencia la incomodidad de los clientes por la atención recibida	38,79	91,172	,571	,956
La infraestructura de Crediscotia es atractiva y moderna para que los trabajadores cumplan su labor	38,85	88,945	,692	,955
Los ambientes que posee son agradables y les brindan comodidad	38,67	89,167	,798	,954
El mobiliario es adecuado, moderno y suficiente para que cumplan sus funciones	38,70	88,843	,799	,954
Los trabajadores laboran en ambientes donde falta mayor iluminación y ventilación	38,82	90,841	,676	,956

ANEXO N° 07: MATRIZ DE CONSISTENCIA DE LA INVESTIGACIÓN

Título: Estrategia de clima organizacional para elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA / INSTRUM					
<p>Debilidades en la calidad del servicio en la financiera Crediscotia – Agencia Sullana</p> <p>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA: ¿Cómo contribuir a elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Proponer una estrategia de clima organizacional, que contribuya a elevar la calidad de Servicio en la financiera Crediscotia – Agencia Sullana, 2018</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>a. Identificar el nivel de calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018</p> <p>b. Diagnosticar el estado actual del clima organizacional existente en la financiera Crediscotia – Agencia Sullana, 2018</p> <p>c. Diseñar la propuesta de estrategia de clima organizacional, basada en los nuevos enfoques de la gestión, para contribuir a elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia – Agencia Sullana, 2018</p>	<p>HIPÓTESIS PRINCIPAL: Si se propone una estrategia de clima organizacional, contribuirá a mejorar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018.</p> <p>HIPÓTESIS SECUNDARIAS</p> <p>a. Es de nivel regular la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018</p> <p>b. Es de nivel medianamente favorable el clima organizacional en la financiera Crediscotia – Agencia Sullana, 2018</p> <p>c. La propuesta de estrategia de clima organizacional definirá líneas de acción para contribuir a elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia – Agencia Sullana, 2018</p>	<p>V.I.: Estrategia de clima organizacional</p>	<p>Autonomía</p>	Libertad para realizar el trabajo	<p>Encuesta / Cuestionario</p> <p>Categorías: Favorable Medianamente favorable Desfavorable</p>					
					Respeto a las normas institucionales						
				<p>Estructura que impone el puesto</p>	Percepción de las obligaciones						
					Liderazgo directivo						
				<p>Tipo de recompensa</p>	Satisfacción frente a la remuneración						
					Relación entre la remuneración y el trabajo producido						
				<p>Estímulo al trabajo</p>	Reconocimiento por el trabajo destacado						
					Sentimiento de apoyo de los compañeros y jefes						
				<p>V.D.: Calidad del servicio</p>					<p>Dimensión técnica</p>	Uso de tecnología	<p>Encuesta / Cuestionario</p> <p>Categorías: Buena Regular Mala</p>
										Preparación de los trabajadores	
<p>Dimensión interpersonal</p>	Interacción trabajador - cliente										
	Comunicación interna										
<p>Dimensión contextual</p>	Características del ambiente laboral										
	Condiciones de trabajo										

ANEXO N° 08: BASE DE DATOS

BASE DE DATOS DE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO.

Cliente	p1	p2	p3	p4	p5	P6	p7	p8	D1	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	D2	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	D2	V2
1	2	1	2	2	2	1	1	2	13	1	2	2	2	2	1	1	1	12	1	1	2	2	2	2	2	2	14	39
2	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	1	1	8	24
3	3	2	2	2	2	3	2	3	19	2	2	2	3	2	1	2	2	16	2	2	2	2	3	2	2	2	17	52
4	2	1	2	1	2	2	2	1	13	2	1	2	1	2	2	1	2	13	2	1	2	1	1	2	2	2	13	39
5	2	1	1	2	2	1	1	2	12	1	1	1	1	1	1	1	1	8	2	2	2	2	1	2	2	2	15	35
6	2	2	2	2	2	3	2	2	17	2	1	2	2	2	2	2	2	15	1	2	2	1	1	2	1	2	12	44
7	2	2	1	2	2	1	2	2	14	2	2	2	2	2	1	2	2	15	2	2	2	2	2	2	2	2	16	45
8	3	2	3	2	2	3	2	2	19	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	1	1	8	35
9	2	1	1	2	2	1	1	2	12	1	2	2	2	2	1	1	1	12	2	2	2	3	2	2	2	2	17	41
10	2	2	2	1	1	2	2	2	14	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	2	1	2	2	1	11	33
11	2	2	1	2	2	1	2	2	14	2	2	2	2	2	1	2	2	15	2	2	2	2	2	2	2	2	16	45
12	3	2	2	3	2	3	2	2	19	1	2	2	2	2	1	2	1	13	1	2	2	1	2	2	2	1	13	45
13	2	1	1	2	2	1	2	2	13	1	2	2	2	2	1	1	1	12	1	1	2	2	2	2	2	2	14	39
14	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	1	1	8	24
15	3	2	3	2	2	2	3	2	19	3	3	2	2	2	3	2	2	19	2	3	2	2	2	3	3	2	19	57
16	2	2	1	2	1	2	2	1	13	2	1	2	1	1	2	2	2	13	1	2	2	2	1	2	2	2	14	40
17	3	2	2	2	2	3	2	2	18	1	2	2	2	2	1	1	1	12	1	1	2	2	2	2	2	2	14	44
18	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	1	1	8	24
19	2	2	1	2	2	2	2	2	15	2	2	2	2	2	1	2	2	15	2	2	2	2	2	2	2	2	16	46
20	2	2	2	3	2	2	2	3	18	2	2	2	1	1	2	2	2	14	2	2	1	2	1	2	2	1	13	45
21	3	2	3	2	2	3	2	2	19	1	2	2	2	2	1	2	1	13	2	2	3	2	2	2	2	2	17	49
22	2	2	1	2	2	1	1	2	13	1	2	2	2	2	1	1	1	12	1	1	2	2	2	2	2	2	14	39
23	2	2	1	2	2	1	2	2	14	2	2	2	2	2	1	2	2	15	2	2	2	2	2	2	2	2	16	45
24	3	2	2	3	2	2	2	3	19	2	2	2	2	3	2	1	2	16	2	3	2	2	3	2	2	2	18	53
25	2	2	2	2	2	1	1	2	14	1	2	2	2	2	1	1	1	12	1	1	2	2	2	2	2	2	14	40
26	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	1	1	8	24
27	2	2	3	2	2	3	2	2	18	2	2	2	2	2	3	2	2	17	2	2	2	2	2	2	2	2	16	51
28	2	2	1	2	1	2	2	1	13	1	2	2	2	2	2	1	1	14	2	2	3	2	2	2	2	2	17	44
29	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	1	1	8	24
30	3	3	2	2	2	2	3	3	20	2	3	3	2	2	3	3	2	20	2	3	3	2	2	2	3	2	19	59
31	2	2	2	3	2	2	2	2	17	2	2	2	2	2	2	2	2	16	2	2	2	2	2	3	2	2	17	50
32	2	2	1	2	2	1	1	2	13	1	2	2	2	2	1	1	1	12	1	1	2	2	2	2	2	2	14	39
33	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	1	1	8	24

BASE DE DATOS DE LA VARIABLE clima organizacional

Colab	p1	p2	p3	p4	p5	P6	D1	p7	p8	p9	p10	p11	p12	D2	p13	p14	p15	p16	p17	p18	D3	p19	p20	p21	p22	p23	p24	D4	Vi
1	2	2	1	2	2	2	11	2	2	2	2	2	2	12	2	3	2	2	2	2	13	2	2	2	2	2	2	12	48
2	2	1	2	2	2	1	10	2	1	2	2	2	2	11	2	2	2	1	2	2	11	2	2	2	1	2	2	11	43
3	2	2	1	2	2	1	10	1	2	1	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	12	44
4	3	2	3	2	2	3	15	2	3	2	2	2	3	14	2	3	2	2	2	2	13	3	2	2	2	3	2	14	56
5	2	2	1	2	2	1	10	2	2	2	2	2	2	12	2	1	2	2	2	2	11	2	2	2	2	2	2	12	45
6	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	24
7	2	1	2	2	2	1	10	1	2	1	2	2	2	10	2	1	1	1	1	1	7	2	2	2	2	2	2	12	39
8	2	2	1	2	2	1	10	2	2	2	2	2	2	12	2	1	2	2	2	2	11	2	2	2	2	2	2	12	45
9	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	24
10	3	2	3	2	2	3	15	1	2	1	2	2	2	10	2	1	2	2	2	2	11	2	3	3	2	2	2	14	50
11	2	2	1	2	2	1	10	2	2	2	2	2	2	12	2	1	2	1	2	2	10	2	2	2	2	2	2	12	44
12	2	2	2	2	2	1	11	2	2	2	2	2	2	12	2	1	2	2	2	2	11	2	2	2	2	2	2	12	46
13	2	2	1	2	2	1	10	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	12	46
14	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	24
15	2	2	1	2	1	2	10	2	1	2	1	2	1	9	1	2	2	2	1	2	10	2	2	1	2	2	2	11	40
16	3	2	3	2	2	3	15	2	2	2	2	2	2	12	2	1	2	2	2	2	11	2	2	2	2	2	2	12	50
17	2	1	1	2	2	1	9	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	12	45
18	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	24
19	2	2	1	2	2	1	10	2	2	2	2	2	2	12	2	1	2	2	2	2	11	2	2	2	2	2	2	12	45
20	3	2	3	2	2	3	15	2	3	2	2	2	2	13	2	2	3	2	3	2	14	2	2	3	2	2	2	13	55
21	2	1	1	2	2	1	9	1	2	1	2	2	2	10	2	1	2	2	2	2	11	2	2	2	2	2	2	12	42
22	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	24
23	3	2	3	2	2	3	15	2	3	2	2	2	3	14	2	3	2	2	3	2	14	3	2	2	2	2	2	13	56
24	2	2	1	2	1	2	10	2	1	2	1	2	1	9	1	2	2	2	1	2	10	2	2	1	2	2	2	11	40
25	2	3	2	2	2	2	13	1	2	2	2	2	2	11	2	1	2	2	2	2	11	2	3	3	2	2	2	14	49
26	2	1	2	2	2	1	10	2	2	1	2	1	2	10	1	1	1	1	1	1	6	2	2	2	2	2	2	12	38
27	3	2	3	2	2	3	15	2	3	2	2	2	3	14	2	3	2	2	2	2	13	3	2	2	2	2	2	13	55
28	2	1	1	2	2	1	9	1	2	1	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	12	43
29	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	24
30	2	2	1	2	2	1	10	2	2	2	2	2	2	12	2	1	2	2	2	2	11	2	2	2	2	2	2	12	45
31	3	2	3	2	2	3	15	2	3	2	2	2	3	14	2	3	2	2	3	2	14	3	2	2	2	2	2	13	56
32	2	1	1	2	2	1	9	1	2	1	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	12	43
33	2	2	1	2	1	2	10	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	28

ANEXO N° 09: DOCUMENTOS ADMINISTRATIVOS

Lima, noviembre del 2018

Autorización para realizar desarrollo de tesis en Crediscotia Financiera S.A. – Agencia Sullana

Mediante la presente se autoriza a: Luis Angel Castro Aguirre – Gerente Zonal / Norte Tumbes, la aplicación de la encuesta a todo el personal de la Agencia Sullana (33) y clientes (33) Sobre: **“Estrategia de clima organizacional para elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018”** con el fin de recolectar información para la ejecución de tesis MBA Universidad Cesar Vallejo.

Sin más que decir, se emite la presente para los fines que el interesado estime.

Att.



PATRICIA OZAMBELA MALACHE
Directora de Recursos Humanos

ANEXO N° 10: EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



**COLABORADORES DE CREDISCOTIA – SULLANA
DESARROLLANDO EL CUESTIONARIO**



**CLIENTES DE CREDISCOTIA DE SULLANA DESARROLLANDO
EL CUESTIONARIO**

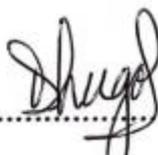
ANEXO N° 11: ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo, **DAYRON LUGO DENIS**, docente revisor del trabajo investigación de la Universidad César Vallejo Piura, titulado **“Estrategia de clima organizacional para elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia – Agencia Sullana, 2018”**, del estudiante **LUIS ANGEL CASTRO AGUIRRE.**, he constatado que la investigación tiene un índice de similitud de 18% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Piura, 29 de enero del 2020



.....
Dr. DAYRON LUGO DENIS

Carne de Extranjería No: 001911323

ANEXO N° 12: PANTALLAZO DE SOFTWARE TURNITIN

turnitin

Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Luis Ángel Castro Aguirre
Título del ejercicio: Proyecto Investigación MBA
Título de la entrega: Estrategia de clima organizacional p...
Nombre del archivo: la_financiera_Crediscotia_-_Agenci...
Tamaño del archivo: 1.22M
Total páginas: 50
Total de palabras: 11,356
Total de caracteres: 63,381
Fecha de entrega: 26-ene-2020 11:25p.m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 1222561123

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS - MBA
Estrategia de clima organizacional para elevar la calidad del servicio en la financiera
Crediscotia - Agencia Sullana, 2018
TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestría en Administración de Negocios - MBA
AUTOR:
Dr. Luis Ángel Castro Aguirre (ORCID: 0000-0002-8424-4923)
ASESOR:
Dr. Deyvis Lugo Deas (ORCID: 0000-0002-3183-5655)
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Desarrollo Sostenible, Emprendimiento y Responsabilidad Social
Págs. - Págs.
2019

Derechos de autor 2020 Turnitin. Todos los derechos reservados.

Feedback Studio - Google Chrome

ev.turnitin.com/app/carta/es/?i=10&lang=es&u=108803248&to=1247835151&ro=103

feedback studio | Estrategia de clima organizacional para elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018

Página: 1 de 50 | Número de palabras: 11533

Resumen de coincidencias

18 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias
1 Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante 12 % >
2 repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet 1 % >
3 Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante 1 % >
4 Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante <1 % >
5 Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante <1 % >
6 Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante <1 % >
7 Entregado a UISEK Trabajo del estudiante <1 % >
8 Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante <1 % >
9 Entregado a CONACYT Trabajo del estudiante <1 % >

Text-only Report | High Resolution | Activado

Búsqueda en Windows | 03:17 p. m. 26/01/2020

ANEXO N° 13: AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
-------------------------------------	--	---

Yo, Luis Angel Castro Aguirre, identificado con DNI N° 80227866, egresado del Programa de **Maestría en Administración de Negocios - MBA** de la Universidad César Vallejo, autorizo (X), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "**Estrategia de clima organizacional para elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia - Agencia Sullana, 2018**"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:



DNI: N° 80227866

FECHA: Piura, 27 de noviembre del 2019

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

**ANEXO N° 14: AUTORIZACIÓN DE VERSIÓN FINAL DE TRABAJO DE
INVESTIGACIÓN**



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
LA UNIDAD DE POSGRADO

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Luis Angel Castro Aguirre

INFORME TITULADO:

***"Estrategia de clima organizacional para elevar la calidad del servicio en la financiera Crediscotia -
Agencia Sullana, 2018"***

PARA OBTENER EL GRADO O TÍTULO DE:

Maestro en Administración de Negocios - MBA

SUSTENTADO EN FECHA:

Piura, 24 de octubre de 2019.

NOTA O MENCIÓN:

Aprobado por Unanimidad



KARL FRIEDERICK TORRES MIREZ
COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN Y GRADOS UPG
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO -PIURA