



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Clima organizacional y calidad de servicio en el área de servicios
generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración de Empresas

AUTORA:

Cruz Chumacero, Diana (orcid.org/0009-0007-7759-2154)

ASESORA:

Dra. Mendez Gutierrez, Leidy Lucia (orcid.org/0000-0003-2675-8090)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHICLAYO - PERÚ

2024

Dedicatoria

Con mucho cariño y admiración a mi hermana Mirian. Ella que, ha influenciado en mi vida, dándome los mejores consejos, para mi desarrollo profesional, quien sentó en mí las fases de responsabilidad y deseos de superación, siendo modelo a seguir para llevar a cabo este logro más en mi vida, por lo cual, le estoy eternamente agradecida.

A mi querido padre Epifanio quien es mi motivo de superación. Por sus palabras de aliento, su perseverancia y verlo trabajar incansablemente es un ejemplo a seguir; siendo para mi muy valioso y suficiente para motivarme a luchar por cada uno de mis objetivos.

Agradecimiento

En primer lugar, a Dios, por darme fuerza y sabiduría para superar cada uno de los obstáculos y dificultades en este proceso. A los amores de mi vida, mi padre y hermana por su constante, confianza de apoyarme en mi carrera profesional, también por haberme enseñado que todo lo que se hace con amor, esfuerzo, trabajo y perseverancia se logra conseguir todas las metas propuestas

Agradezco también muy profundamente a mi Asesora la Dra. Lucía por cada uno de sus conocimientos transmitidos, su comprensión y paciencia, que sin sus palabras y correcciones precisas no hubiese podido avanzar a llegar a esta instancia tan anhelada, no tengo palabras para expresar mi gratitud por su inmenso apoyo durante este taller de elaboración del proyecto de tesis.

A mi pareja sentimental Edgardo, por su gran apoyo constante, por estar siempre en los días buenos y los días malos, dándome las fuerzas de continuar y no desistir, gracias por su amor incondicional y por ser un gran soporte en este desarrollo profesional.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MENDEZ GUTIERREZ LEIDY LUCIA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "Clima Organizacional y calidad de servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024", cuyo autor es CRUZ CHUMACERO DIANA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

CHICLAYO, 09 de Mayo del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MENDEZ GUTIERREZ LEIDY LUCIA DNI: 46215770 ORCID: 0000-0003-2675-8090	Firmado electrónicamente por: LMENDEZGUT el 14- 07-2024 13:08:50

Código documento Trilce: TRI - 0747140



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

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, CRUZ CHUMACERO DIANA estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Clima Organizacional y calidad de servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

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

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

Nombres y Apellidos	Firma
DIANA CRUZ CHUMACERO DNI: 72169471 ORCID: 0009-0007-77759-2154	Firmado electrónicamente por: DCRUZCHUMACE el 09-05-2024 11:44:21

Código documento Trilce: TRI - 0747142

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de autenticidad del asesor	iv
Declaratoria de originalidad del autor	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	vii
Índice de gráficos y figuras	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	17
3.1. Tipo y diseño de investigación	17
3.2. Población, muestra y muestreo	19
3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	20
3.4. Procedimientos	21
3.5. Método de análisis de datos	21
3.7. Aspectos éticos	21
IV. RESULTADOS	23
V. DISCUSIÓN	38
VI. CONCLUSIONES	42
VII. RECOMENDACIONES	44
REFERENCIAS	46
ANEXOS	54

Índice de tablas

Tabla 1 Análisis de normalidad de la información	33
Tabla 2 Correlación entre el clima organizacional y calidad de servicio	34
Tabla 3 Correlación entre la identidad institucional y calidad de servicio	35
Tabla 4 Correlación entre las relaciones interpersonales y calidad de servicio	36
Tabla 5 Correlación entre las condiciones laborales y calidad de servicio	37

Índice de gráficos y figuras

Figura 1 Niveles del clima organizacional	23
Figura 2 Niveles de identificación institucional	24
Figura 3 Niveles de las relaciones interpersonales	25
Figura 4 Niveles de condiciones laborales	26
Figura 5 Niveles de calidad de servicio	27
Figura 6 Niveles de los elementos tangibles	28
Figura 7 Niveles de fiabilidad	29
Figura 8 Niveles de capacidad de respuesta	30
Figura 9 Niveles de empatía	31
Figura 10 Niveles de seguridad	32

Resumen

El propósito de la indagación fue establecer el vínculo entre el clima organizacional y la calidad de servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén. La indagación se estribó en la teoría del clima organizacional y la experiencia del cliente desarrollado por Wang y Hsieh (2012). La metodología fue de enfoque numérico, tipo básica, con diseño no experimental, alcance correlacional y corte síncrono. La población de estudio fueron 70 colaboradores, de los cuales se seleccionó una muestra de 60 colaboradores del área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén. La técnica utilizada para la recopilación de datos fue la encuesta, y el instrumento empleado fue un cuestionario. Los hallazgos revelaron un coeficiente de correlación de Spearman (Rho) de 0.662, con una significancia bilateral de 0.000, siendo este valor menor que 0.05. Esto indicó que existió una correlación directa moderada entre el clima organizacional y la calidad de servicio. En conclusión, se estableció que un clima organizacional idóneo se relaciona positivamente con la mejora de la calidad del servicio.

Palabras clave: clima organizacional, identidad institucional, relaciones interpersonales y condiciones laborales, calidad de servicio.

Abstract

The purpose of the study was to establish the relationship between the organizational climate and the quality of service in the General Services Area of the National University of Jaén. The research was based on the theory of organizational climate and customer experience developed by Wang and Hsieh (2012). The methodology adopted was a quantitative approach, basic type, with a non-experimental design, correlational scope and synchronous cut. The study population consisted of 70 employees, of which a sample of 60 employees from the General Services area of the National University of Jaén was selected. The technique used for data collection was the survey, and the instrument used was a questionnaire. The results revealed a Spearman correlation coefficient (Rho) of 0.662, with a bilateral significance of 0.000, this value being less than 0.05. This indicated that there was a moderate direct correlation between organizational climate and service quality. In conclusion, it was established that an ideal organizational climate is positively related to the improvement of service quality.

Keywords: organizational climate, institutional identity, interpersonal relationships and working conditions, quality of service.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, la problemática relacionada con el clima institucional es un tema de creciente preocupación para compañías, empleados y expertos en recursos humanos. Las investigaciones y estudios realizados por organizaciones, arrojan luz sobre una serie de desafíos y tendencias preocupantes que impactan a compañías de todas las dimensiones y rubros.

Uno de los problemas comunes en las compañías a nivel mundial es el deficiente clima laboral como lo indica Gallup (2022) que el 60% de empleados no está satisfecho en su trabajo, el 79% precisa que el entorno laboral no cumple con sus expectativas, el 70% indica que la variación del clima laboral depende de la relación con su jefe que está a cargo del área, el 51% indicó que la atmósfera institucional es afectada por el estrés y causante de malas relaciones interpersonales en el trabajo y en el plano familiar.

Según Gallup (2022) un deficiente clima organizacional afecta en gran manera a la economía mundial, siendo que este genera un bajo compromiso laboral del trabajador hacia la empresa y las cifras son alarmantes, el bajo compromiso en el trabajo, le genera un costo a la economía global de 7,8 billones de dólares y equivale al 11% del PIB a nivel mundial. La indagación de Gallup fue en 112.312 compañías en 96 países, así mismo se halló una asociación fuerte entre el compromiso en el trabajo y el rendimiento laboral, la retención, seguridad, rentabilidad y productividad en las compañías.

Para OIT (2020) en Latinoamérica el clima laboral y la baja calidad de servicio son problemas sustanciales que afectan a los trabajadores y las organizaciones, la precariedad laboral, la falta de seguridad en el empleo, y la ausencia de oportunidades de desarrollo profesional generan un ambiente de trabajo de inseguridad y desmotivación, afectando la actitud y el rendimiento de los subordinados. Además, las deficiencias en las medidas de salud y seguridad laboral aumentan el riesgo en el trabajo, deteriorando aún más el clima institucional y la calidad del servicio.

Según la CEPAL (2022) en Latinoamérica se ha identificado que las condiciones laborales son deficientes caracterizado por un clima organizacional negativo y representando barreras significativas para el crecimiento permanente y el equilibrio social en la región, el clima laboral adverso, distinguido por la falta de oportunidades de desarrollo profesional, inestabilidad laboral, y un entorno de trabajo que no promueve la participación y el bienestar de los empleados, afectó negativamente la productividad y la calidad del servicio en diversas organizaciones, incluidas las organizaciones educativas. Estas deficiencias en el ambiente laboral no solo impactaron en la satisfacción y el rendimiento de los subordinados, sino que también tuvo repercusiones directas en la calidad del servicio ofrecido a los estudiantes y la colectividad en general.

Para Great Place to Work (2023) las organizaciones federales en los estados unidos vienen teniendo problemas referente a calidad de servicio que se viene brindando a los consumidores, siendo que los colaboradores de las empresas por motivos de la presión laboral no bienen brindando un servicio al usuario ajustado a las expectativas de este con el servicio y/o producto que adquirió.

En el Perú del universo total de empresas según Great Place to Work Perú (2023) solo 60 compañías son concideradas como lugares idóneos para trabajar, las demás organizaciones por el contrario, reflejan poco compromiso con su capital humano, 80% indicó no tiene oportunidades de crecimiento laboral, es decir las línea de carrera son escasas para el trabajador. compensaciones poco competitivas, 70% no encuentran equilibrio entre las obligaciones laborales y el aspecto familiar, además de ello el liderazgo poco empático, viene generando un clima organizacional poco saludable, donde los colaboradores no se sienten valorados.

Según Gestion (2019) el 86% de trabajadores en el Perú esta dejando su centro de trabajo por el mal clima laboral y el 14% restante lo realiza por el bajo salario que perciben, el 55% de trabajadores de las empresas en el ámbito nacional siente que el ambiente donde laboran no les inspira confianza, por lo que tienen miedo a cometer errores, el 8% siente timidez de expresar sus ideas

y el 6% siente dudas para realizar consultas. Todas estas situaciones están generando un clima organizacional negativo afectando la productividad de las instituciones.

Según American Customer Satisfaction Index ACSI (2022) esto tiene un efecto lineal en el desempeño, la retención de talento y la satisfacción de los clientes. La inequidad en el lugar de trabajo también es una preocupación importante. Las diferencias salariales, las disparidades de crecimiento y la falta de diversidad en los niveles de liderazgo están generando tensiones y descontento entre los empleados, lo que puede perjudicar la cohesión y la cultura de la empresa.

En la Universidad Nacional, particularmente en la unidad de servicios generales se percibió una deficiente atmósfera corporativa entre el personal, la falta de identidad institucional, relaciones saludables, condiciones laborales, incentivos, comunicación efectiva y desarrollo profesional pueden considerarse causas fundamentales. Esta situación conllevó consecuencias perjudiciales, como la desmotivación del personal, una disminución en la productividad y, en última instancia, una merma en la calidad de servicio suministrado a la colectividad universitaria. Los empleados insatisfechos tienden a transmitir esa insatisfacción a los usuarios, lo que afectó la imagen institucional y la satisfacción de los clientes. Por tanto, es imperativo abordar de manera integral este desafío, implementando acciones que mejoren la atmósfera corporativa, y promuevan la capacitación y reconocimiento del personal, y fomenten una cultura de servicio orientada hacia la excelencia, lo que, a su vez, repercutirá positivamente en la calidad del servicio suministrado en el Área de Servicios Generales.

El problema general de la indagación fue: ¿Cuál es la relación entre el clima organizacional y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024?; los problemas específicos serán: (a) ¿Cuál es la relación entre la identidad institucional y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024?; (b) ¿Cuál es la relación entre las relaciones interpersonales y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén,

2024?; (c) ¿Cuál es la relación entre las condiciones laborales y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024?.

Se estableció la justificación teórica, se basó en la necesidad por comprender a fondo las complejidades del clima organizacional y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén. Las teorías existentes sobre la atmosfera organizacional y la gestión de servicios proporcionaron un marco conceptual en el entorno universitario. Al profundizar y explorar cómo se manifiestan estas en el contexto universitario, lo que permitió llenar vacíos en la literatura, proporcionando una comprensión más rica y contextualizada de la atmosfera empresarial y su vínculo con la calidad del servicio. Justificación práctica, el estudio fue fundamental para la Universidad Nacional de Jaén y su Área de Servicios Generales. Al identificar áreas específicas de mejora en el clima organizacional, se proporcionó directrices prácticas para mejorar la gestión interna, promoviendo un ambiente laboral más positivo y colaborativo. Esta mejora no solo aumentó el agrado y la tranquilidad de los colaboradores, sino que también se tradujo directamente en una mejora palpable del servicio otorgado al usuario. Esto, a su vez, contribuyó significativamente a la reputación de la universidad y el agrado de los usuarios, generando un impacto práctico y tangible en la comunidad universitaria. Justificación metodológica, este estudio se justificó ya que existió la necesidad de utilizar enfoques de investigación avanzados y rigurosos para abordar preguntas complejas sobre la atmosfera institucional y la calidad del servicio. El método cuantitativo, junto con técnicas estadísticas, permitieron un análisis profundo y detallado de las variables involucradas. La selección cuidadosa y validación del material de medición aseguró la validez y fiabilidad de los datos recopilados. Este enfoque metodológico no solo garantizó la calidad y credibilidad de los resultados, sino que también estableció un estándar para futuras investigaciones, contribuyendo a la metodología científica y proporcionando un modelo para otras investigaciones en contextos similares. Justificación social, el estudio al identificar y mejorar los factores clave del ambiente corporativo, aumenta la complacencia y bienestar de los subordinados, y generó eficiencia en el servicio a los usuarios. Esto benefició

directamente a la comunidad universitaria, elevando el entorno académico y proporcionando un modelo para otras casas de estudio. Además, fomentó prácticas sostenibles y colaborativas, contribuyendo al bienestar y desarrollo sostenible del entorno educativo, y enriqueció la literatura académica en el campo universitario.

De esta forma, la investigación planteó el objetivo general: Determinar la relación entre el clima organizacional y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024; los siguientes objetivos específicos fueron: (a) Determinar la relación entre la identidad institucional y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024; (b) Determinar la relación entre las relaciones interpersonales y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024; (c) Determinar la relación entre las condiciones laborales y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024.

La hipótesis general de la indagación fue: Existe relación significativa entre el clima organizacional y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024; las hipótesis específicas fueron: (a) Existe relación significativa entre la identidad institucional y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024; (b) Existe relación significativa entre las relaciones interpersonales y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024; (c) Existe relación significativa entre las condiciones laborales y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024.

II. MARCO TEÓRICO

Para la elaboración de la indagación se requirió considerar estudios previos de nivel nacional e internacional y asociados a los constructos en estudio, por lo que se inició con los antecedentes nacionales que se establecieron a continuación:

Se describió los antecedentes en el ámbito nacional con el propósito de conocer hasta donde se ha tratado el tema de investigación, iniciándose con Reatigue (2022) quien en su indagación planteó como propósito evaluar la asociación entre la atmosfera empresarial y la excelencia en el servicio" en una comuna edil. La metodología de indagación siguió un enfoque numérico, siendo de tipo aplicada, profundidad correlacional, diseño sin experimento y corte síncrono. Los hallazgos evidenciaron que la atmosfera institucional es regular (51%) el servicio de calidad se ubicó en el nivel regular (42%) la prueba de asociación reveló una alta asociación entre la atmosfera institucional y el servicio de calidad, siendo el índice de Pearson de 0.983 y un p.valor de 0.000 inferior a 0.05. Se concluyó que la atmosfera institucional está asociado con el servicio de calidad.

Castañeda (2022) en su indagación se planteó como propósito establecer la incidencia entre la atmosfera empresarial y la excelencia en el servicio en la comuna edil de Nueva Arica, Chiclayo. La metodología de indagación fue de tipo aplicada de profundidad correlacional, diseño sin experimento, corte seccional. Los resultados evidenciaron una atmosfera laboral de nivel regular (54%) y el servicio de calidad presentó un nivel medio (61%). Así mismo existió asociación moderada entre la atmosfera laboral y el servicio de calidad, siendo la Rho de Spearman de 0.675 y un p. valor de 0.000 inferior al 0,05. Concluyendo que un clima organizacional saludable incrementa la calidad del servicio hacia el usuario.

Aliaga (2022) en su estudio planteó como propósito conocer la asociación entre la atmosfera laboral y la excelencia en el servicio en Essalud Tacna. Los metodos de indagación fueron de tipo aplicada, profundidad, relacionall, diseño sin experimento, corte síncrono, la población fueron 413

empleados y la muestra 199 empleados. Los resultados evidenciaron que la atmosfera institucional presentó un grado alto (85.9%), y el servicio de calidad presentó un nivel alto (50.32 %). Asimismo, existió una incidencia alta entre la atmosfera empresarial y la excelencia en el servicio, siendo la Rho de Spearman de 0.911, y el p.valor 0.000 inferior al 0.05. Se concluyó que una atmosfera institucional saludable conllevó a brindar un mejor servicio de calidad al usuario.

Para Gaspar (2022) quien en su indagación planteó como propósito analizar la asociación entre la atmosfera empresarial y la excelencia en el servicio en los profesores de la escuela Teresa de la Cruz en Huancavelica. La metodología de estudio fue de enfoque numérico, de alcance correlacional, tipo básica, corte síncrono, la población y muestra de estudio fueron 30 docentes. Los resultados revelaron un ambiente laboral regular (73,4%), y un servicio de calidad moderado (73,3%), el grado de asociacion fue moderado entre la atmosfera empresarial y la excelencia en el servicio siendo la Rho de Spearman de 0.543 y p.valor de 0.002 inferior al 0.05. Se concluyó que una atmosfera corporativa positiva está vinculado con una mejor calidad de servicio ofrecida a los usuarios.

Cabanillas (2022) quien en su estudio planteó como propósito conocer la asociación entre la atmosfera corporativa y calidad de servicio en un hospital en Trujillo, 2021. La metodología de indagación fue de tipo aplicada, diseño sin experimento de alcance correlacional, la poblacion y muestra de estudio estuvo conformado por 50 participantes. Los resultados mostraron que la atmosfera institucional presentó un grado intermedio (64%) y el servicio de calidad muestra un nivel medio (74%). El vínculo entre la atmosfera corporativa y la calidad del servicio fue muy fuerte, siendo el Chi cuadrado de 13,472 y el P, valor de 0.015 inferior a 0.05. En conclusión, un mejor clima organizacional conllevó a suministrar un excelente servicio a los ciudadanos.

Anchay (2021) en su estudio tuvo como intención conocer la asociación entre la atmosfera empresarial y la excelencia en el servicio en la comuna edil de Chosica, Lima – 2019. La metodología de indagación fue de tipo aplicada, enfoque numérico, profundidad relacional, corte transversal y diseño sin

experimento, la población y muestra fueron 90 participantes. Los hallazgos mostraron un grado intermedio (61.1%) para las condiciones laborales y un nivel medio (43.3%) para la calidad del servicio, asimismo presentó una asociación moderada entre las circunstancias laborales y la calidad de servicio, siendo la Rho de Spearman de 0.331 y el p valor de 0.001. Se Concluyó que a mayor atmosfera institucional, mayor calidad del servicio.

Orahulio (2020) quien en su estudio tuvo como finalidad conocer la asociación entre la atmosfera empresarial y la excelencia en el servicio de los empleados en el establecimiento medico San Martín de Porres 2020. Los métodos de la indagación fueron de enfoque numérico, profundidad relacional, corte síncrono, tipo aplicada, la población y muestra 80 empleados. Los hallazgos evidenciaron que la atmosfera laboral reveló un grado alto (71,25%) y el servicio de calidad presentó un nivel alto (65,00%), asimismo la atmosfera corporativa y calidad de servicio se relaciona de forma fuerte, siendo la Rho de Spearman de 0.409. Se concluyó que a una mejor atmosfera institucional mejor servicio de calidad se brindará hacia los usuarios.

Huarcaya (2020) la indagación tuvo como finalidad conocer la asociación entre la atmosfera empresarial y calidad del servicio de una institución del estado. Los metodos de estudio fueron de tipo aplicada, profundidad relacional, diseño sin experimento, la población y muestra fueron 90 participantes. Los hallazgos revelaron un vínculo moderado entre las interacciones interpersonales y servicio de calidad, siendo la Rho de Spearman de 0.669, y la significancia bilateral de 0.00 inferior a 0.05. así mismo encontró una correlación moderada entre las condiciones laborales con el servicio de calidad, siendo la Rho de Spearman de 0.673 y un p.valor de 0.000 menor al 0.05. asi mismo se encontró asociacion media entre la atmosfera corporativa y la calidad de servicio, siendo la Rho de Spearman, 0. 678, y un p.valor de 0.000 inferior al 0.005. Se concluyó que un buen clima institucional conllevó a brindar una excelente calidad de servicio.

Asi mismo los antecedentes en el contexto internacional, según, Gomez (2023) en su estudio estableció como intension conocer la asociación entre la atmosfera corporativa y el servicio percibido en la institución. La metodología

fue de tipo aplicada, profundidad relacional, diseño sin experimento, la población y muestra de estudio estuvo conformado por 51 participantes. Los resultados mostraron un nivel de clima institucional regular (72%), y el servicio de calidad muestra un nivel regular (44%) , asimismo existe asociación entre la atmosfera institucional y el servicio percibido siendo la Rho de Spearman de 0.184. y una sig.bilateral 0.000 inferior a 0.05. Se concluyó que ha mejor atmosfera institucional mejor será la calidad de servicio brindado.

Toapanta (2020) en su estudio la finalidad fue conocer si la atmosfera institucional se asocia con la atención de calidad en el hospital básico Sigchos. Los metodos de de la indagación fueron de tipo aplicada, diseño sin experimento, profundidad relacional, la poblacion fueron 7730, personas y la muestra 479 personas. Los resultados evidenciaron que la mayoría de empleados indicaron que el entorno institucional es bueno (36%), y la mayoría indicó que el servicio de calidad es bueno (32%). Asimismo, se evidenció una fuerte asociación entre el entorno corporativo y el servicio de calidad en la institución médica. Se concluyó que a mejor atmosfera institucional mayor servicio de calidad en la organización hospitalaria.

Agudelo et al. (2020) en su indagación tuvo como intension conocer el vínculo entre la atmosfera institucional y el servicio de calidad percibido en la entidad de salud en Manizales- Colombia. Los metodos de estudio fueron de tipo aplicada, enfoque numérico, de corte síncronico, diseño correlacional, la población 282 participantes. Los resultados evidenciaron que la atmosfera institucional presentó un nivel promedio de (3.22%) y el servicio de calidad una percepción promedio de (6,7%). Asimismo, se evidenció que existió correlación fuerte entre la atmosfera empresarial y la excelencia en el servicio, siendo la correlación de 0.258 y un p.valor de 0.000 y un p valor de 0.05. Concluyeron que existió asociación débil entre la atmosfera empresarial y la excelencia en el servicio.

Teran (2020) en su estudio el propósito fue identificar la asociación entre la atmosfera institucional y la atención de calidad en un establecimiento médico”. Los metodos de estudio fueron de tipo aplicada de profundidad relacional, diseño sin experimento, la población y muestra fueron 230 usuarios.

Los hallazgos evidenciaron que el entorno laboral presentó un nivel alto (68%), y el servicio de calidad presentó un nivel alto (90%). La correlación que existió entre la atmosfera institucional y el servicio de calidad es fuerte. En conclusión, una atmosfera laboral adecuada conllevó a brindar un servicio de calidad.

Fernández (2020) en su indagación estableció como finalidad determinar la asociación entre la atmosfera corporativa y el servicio de calidad otorgado en la Universidad Nacional de Pilar. Los procedimientos aplicados en la indagación fueron de tipo básica, profundidad relacional, diseño sin experimento, corte síncrono, la población y muestra fueron 40 participantes. Los resultados evidenciaron que la atmosfera institucional presentó un grado intermedio (74%), y el servicio de calidad presentó un nivel medio (64%). La correlación entre la atmosfera institucional y el servicio de calidad presentó un nivel de correlación moderado. Se concluyó, que a mejor atmosfera institucional mejor será el servicio de calidad.

En el contexto local Bazan (2023) en su estudio tuvo como intención identificar la asociación entre la atmosfera corporativa y el servicio de calidad en el establecimiento médico de Jaén. Los procedimientos aplicados en la indagación fueron de tipo aplicada, enfoque numérico, corte síncrono, diseño sin experimento, profundidad relacional, población y muestra 35 participantes. Los resultados evidenciaron que la atmosfera institucional mostró un grado alto (57.1%), y el servicio de calidad presentó un grado alto (20.0%). Asimismo, existió una asociación fuerte entre la atmosfera empresarial y la excelencia en el servicio siendo la Rho de Spearman de 0.818 y un p.valor de 0.000 inferior a 0.05. Se concluyó que la atmosfera institucional evidenció una correlación alta con el servicio de calidad.

Santa Cruz (2022) en su estudio estableció como finalidad conocer la asociación entre la atmosfera empresarial y la excelencia en el servicio de los empleados del establecimiento médico – 2022. Los métodos de estudio fueron de tipo aplicada, enfoque numérico, corte síncrono, diseño sin experimento, alcance relacional, población y muestra 35 participantes. Los resultados evidenciaron que la atmosfera institucional mostró un grado alto (57.1%), y el servicio de calidad presentó un grado alto (20.0%). Asimismo, existió una

asociación fuerte entre la atmosfera empresarial y la excelencia en el servicio siendo la Rho de Spearman de 0.818 y un p.valor de 0.000 inferior a 0.05. Se concluyó que la atmosfera institucional evidenció una correlación alta con el servicio de calidad.

Arévalo (2022) en su estudio planteó como propósito conocer el vínculo entre la identidad empresarial y la excelencia en el servicio" en la atención interna en el establecimiento médico. Los procedimientos aplicados en la indagación fueron de tipo básica de alcance relacional, corte síncrono, la población y muestra fueron 70 colaboradores. Los resultados mostraron un compromiso institucional de nivel medio (54,3%) y el servicio de calidad presentó un nivel alto (70.0%). Así mismo existió una asociación débil entre la atmosfera institucional y el servicio de calidad siendo la Rho de Spearman de 0.286 y el p.valor de 0.000 inferior al 0.05. Se concluyó que, existió un vínculo débil entre el compromiso corporativo y el servicio de calidad.

Niño (2022) en su indagación estableció como finalidad conocer la asociación entre la atmosfera institucional y la satisfacción percibida por los pacientes en el establecimiento médico de Cajamarca, 2022. Los procedimientos que aplico la indagación fueron de tipo aplicada, alcance relacional, diseño sin experimento, la población y muestra fueron 109 usuarios. Los resultados mostraron que la atmosfera institucional presentó un grado intermedio (63,3%) y el servicio de excelencia presentó un nivel medio (63.3%) se reveló un vínculo fuerte entre la atmosfera institucional y la satisfacción percibida del usuario siendo la Rho de Spearman 0.441 y un p. valor de 0.00 inferior al 0.05. Se concluyó que existió correlación moderada entre la atmosfera institucional y la satisfacción percibida por los pacientes.

Vasquez (2022) en su indagación tuvo como finalidad evaluar el nivel de la atmosfera institucional y el servicio de calidad brindada a los usuarios del establecimiento médico "Llama" Chota- Cajamarca. La metodología fue de tipo aplicada, diseño básico, corte transversal, alcance correlacional, enfoque cuantitativo, población y muestra 107 pacientes. Los hallazgos mostraron que el grado de atmosfera institucional fue percibido como regular (46.9%), y el servicio de calidad presentó un nivel medio (53.3%). Asimismo, existió una

correlación intermedia entre la atmosfera empresarial y la excelencia en el servicio. Se concluyó, que a una mejor atmosfera institucional mayor será el servicio de calidad que se brindará al usuario.

Tello y Torres (2020) en su estudio tuvo como intención conocer la asociación entre la identidad empresarial y la excelencia en el servicio de los empleados en una empresa de viajes aéreos 2020. Los procedimientos fueron de tipo básica, corte síncrono, alcance relacional, población y muestra de 23 colaboradores. Los hallazgos indicaron que el compromiso institucional presentó un nivel medio (72%) y el servicio de calidad presentó un nivel regular (63%). indicando que existió correlación intermedia entre el compromiso institucional y el servicio de calidad siendo la correlación de Pearson de 0.917 y el p.valor de 0.000 inferior al 0.05. Concluyeron que existió una asociación moderada entre el compromiso corporativo y el servicio de calidad.

En este contexto, además de revisar las investigaciones anteriores, es crucial establecer las definiciones, los factores, dimensiones y teorías vinculadas a las variables en cuestión, comenzando con la conceptualización del constructo clima organizacional, variable 1 clima organizacional según Hincapié et al. (2019) es la atmosfera propiciada por las acciones de los empleados de una compañía y que se refleja en las actitudes que poseen para interactuar entre sí. También definió el clima corporativo Daza et al. (2021) se refiere a cómo los empleados perciben el entorno de trabajo en su organización, una percepción que está influenciada tanto por factores propios de la organización como por características personales de los empleados.

Se procedió a establecer los factores del clima laboral, entre ellos están; Liderazgo: La calidad de dirección genera un efecto importante en la atmosfera corporativa. Un liderazgo efectivo, transparente y orientado al equipo puede generar una atmosfera laboral agradable y motivadora. Reconocimiento y recompensas: El reconocimiento del trabajo bien hecho y las recompensas adecuadas son factores indispensables para una atmosfera corporativa positiva. Los subordinados deben percibir que son valorados y tomados en cuenta por sus aportes (Robbins y Coulter, 2018). Desarrollo profesional: las opciones de crecimiento académico, como la capacitación y el crecimiento en

la posición laboral, son fundamentales para tener colaboradores responsables e incentivados. Carga de trabajo: Una carga de trabajo equilibrada y realista es esencial para evitar el estrés y el agotamiento (Robbins & Coulter, 2018).

Se estableció los tipos de clima organizacional entre estos están; clima laboral positivo: Se describe a la atmosfera corporativa en el cual los colaboradores experimentan sensaciones positivas, se sienten respetados, apoyados e incentivados. Clima laboral negativo: se caracteriza por emociones y actitudes negativas como el estrés, la desconfianza, la carencia de comunicación, el conflicto y la ausencia de reconocimiento y motivación, insatisfechos y desvinculados de su trabajo. El clima laboral participativo: en un clima laboral participativo, los colaboradores son considerados para se parte de la toma de decisiones y se promueve la ayuda y la retroalimentación de ideas. Clima laboral autocrático: un clima laboral autocrático se caracteriza por un liderazgo centralizado y autoritario. Las decisiones son tomadas por la élite de la compañía, sin valorar las recomendaciones de los colaboradores empleados (Chiavenato, 2020).

El constructo clima organizacional está conformado por tres dimensiones; la primera dimensión identidad institucional para Garcia y Diaz (2023) es el conjunto de características, valores, creencias, misión y visión que definen y diferencian a una organización. Esta identidad es proyectada tanto internamente, hacia los empleados y miembros de la organización, como externamente, hacia el público y otras partes interesadas.

La segunda dimensión relaciones interpersonales; Aguilar y Huamani (2021) son las redes de relaciones que las personas construyen entre sí, dado que somos inherentemente seres sociales. Este proceso implica adquirir habilidades para interactuar con los demás de manera respetuosa, aceptando a cada individuo con sus virtudes y defectos. Además, implica tener conciencia de nuestros propios derechos, al mismo tiempo que valoramos y acatamos los derechos de los demás.

La tercera dimensión condiciones laborales; Sabastizagal (2020) las condiciones laborales se refieren al conjunto de circunstancias y factores en los

que los empleados realizan su trabajo. Esto incluye aspectos físicos como el entorno y la infraestructura (lugar de trabajo, herramientas, equipos), aspectos contractuales como el tipo de contrato, salario, horas de trabajo, beneficios y seguridad laboral, y aspectos psicosociales como el clima laboral, las relaciones interpersonales, el estrés laboral y la armonía entre el que hacer laboral y personal.

Se procedió a definir la variable 2 calidad del servicio, según Curbelo (2021) es la percepción del cliente sobre la excelencia y satisfacción experimentada al recibir un servicio. Implica la evaluación subjetiva de factores como fiabilidad, responsabilidad, empatía y tangibilidad por parte del cliente (p.23).

Así mismo Malpartida et al. (2022) indicó que la calidad de servicio es el grado en el que un servicio cumple con las perspectivas y necesidades de los clientes. Esta calidad se evalúa en términos de fiabilidad, capacidad de respuesta, competencia, cortesía, credibilidad, seguridad, acceso, comunicación y comprensión del cliente. Un servicio de alta calidad no solo satisface, sino que también supera las expectativas del cliente, generando una experiencia positiva y fidelización.

Los factores de la calidad del servicio según contempla Lovelock (2009) es el profesionalismo del personal: la actitud, habilidades y conocimientos del personal que interactúa con los clientes son básicas para proporcionar un servicio de calidad. La formación continua y el desarrollo profesional pueden mejorar el nivel de profesionalismo. Actitud y cortesía: La actitud positiva y la cortesía en las interacciones con los clientes pueden hacer una gran diferencia en la experiencia del servicio de calidad. Los compradores aprecian un trato amable y respetuoso. Personalización: Adecuar la atención a las demandas particulares de los ciudadanos puede mejorar significativamente su experiencia. Conocer y entender las preferencias de los clientes puede llevar a interacciones más personalizadas y satisfactorias.

A continuación, se establece los tipos de calidad de servicio entre ellos tenemos: según Kotler y Keller (2021) la calidad técnica: se basa a la precisión

y competencia con la que se otorga un servicio. Implica el conocimiento técnico, habilidades y capacidad para realizar el servicio de manera adecuada. Calidad funcional: se refiere a la experiencia y las interacciones durante la prestación del servicio. Incluye la cortesía, la comunicación efectiva, la empatía y la disposición para ayudar por parte del personal de servicio. Calidad percibida: esta es la calidad tal como es percibida por el cliente. Incluye las expectativas del comprador, las percepciones subjetivas y las comparaciones con las experiencias pasadas. La calidad percibida puede ser subjetiva y variar de un cliente a otro.

El constructo calidad del servicio está constituido por 5 dimensiones entre estas están la primera dimensión: Elementos tangibles, según Mayuri (2017) se refieren a los elementos relacionados con la estructura física, incluyendo cosas como equipo, personal, instalaciones, material atractivo, impresoras y tecnología moderna.

La segunda dimensión, fiabilidad según Kotler y Keller (2021) se basa a las cualidades de brindar un servicio de forma segura y precisa, cumpliendo con compromisos, resolviendo problemas de manera efectiva, ofreciendo un servicio adecuado dentro del plazo acordado y evitando errores, implica realizar las tareas de manera fiable y cumplir las promesas hechas al cliente, manteniendo un alto grado de precisión y fiabilidad en el servicio ofrecido. La tercera dimensión, capacidad de respuesta, según Abril (2018) es la capacidad de un individuo para dar solución a los problemas relacionados con su trabajo, utilizando sus conocimientos, habilidades, experiencias y aptitudes. La disposición del empleado para atender a los compradores de forma ágil y oportuna, proporcionando un servicio que supere las expectativas del cliente y sea rápido, es esencial para ofrecer una experiencia positiva al cliente.

La cuarta dimensión empatía, según López y Guevara (2018) se trata de estar dispuesto a brindar a los clientes un trato y atención individualizada, incluyendo interés, respeto, cortesía, consideración y disposición. Además, implica la capacidad de comprender y empatizar con los clientes que visitan los establecimientos de salud para cubrir sus necesidades. Esto comienza con un

trato amigable, educado y genuino, basado en una comunicación adecuada, lleno de cordialidad, empatía y simpatía.

La quinta dimensión seguridad, según López y Guevara (2018) es el nivel de confianza que experimenta un cliente al sentirse seguro y protegido de posibles daños o riesgos. Esto incluye todas las medidas de seguridad proporcionadas al cliente en situaciones de desastre u otros problemas, comenzando por la bondad de los colaboradores y la seguridad que se comunica al cliente.

Se estableció las teorías que tratan la variable1 atmosfera corporativa y calidad de servicio entre estas tenemos: la Teoría del Clima Organizacional Positivo y Experiencia del Cliente, desarrollado por Wang y Hsieh (2012) esta teoría explora la asociación entre una atmosfera institucional positiva y la experiencia del cliente. Argumenta que un ambiente de trabajo favorable con empleados motivados y comprometidos se traduce en una mejor experiencia para el cliente, lo que a su vez mejora la sensación de los consumidores sobre la excelencia del servicio proporcionado.

Asi mismo la teoría de la cultura organizacional desarrollada por Schein (1985) donde sostiene que la cultura organizacional, que incluye valores compartidos y normas, afecta tanto la atmosfera corporativa como la calidad del servicio, caracterizado por la complacencia laboral y la identidad de los empleados.

Otra de las Teorías del Compromiso corporativo desarrollada por Meyer y Allen (1991) esta teoría se centra que el nivel de compromiso de los subordinado con la compañía tiene un impacto en la calidad del servicio. Propone que una gestión efectiva de la atmosfera corporativa, que incluya la participación activa de los subordinados y un liderazgo positivo, conlleva a un incremento en la calidad del servicio y el contentamiento del cliente.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El tipo de indagación fue básica según Arias y Covinos (2021) indicó que es la actividad científica y académica que se realiza con el objetivo principal de aumentar el conocimiento y comprender los principios fundamentales de la naturaleza, sin necesariamente tener una aplicación práctica inmediata” (p.68). El estudio fue de tipo básico siendo que se buscó ampliar los conocimientos referentes a la atmósfera empresarial y la calidad de servicio.

El enfoque del estudio fue cuantitativo según Castañeda (2022) es un enfoque que se basó en la recolección y la evaluación de datos numéricos para entender fenómenos, establecer patrones, hacer predicciones y validar teorías. Este enfoque, se apoya en la matemática y estadística para dimensionar los constructos de estudio, y busca establecer relaciones causales o correlacionales entre variables. El enfoque de indagación fue numérico, ya que los datos referentes a la atmósfera organizacional y la calidad de servicio se expresaron en datos estadísticos y numéricos.

El diseño fue no experimental según Hernández y Mendoza (2018) el diseño no experimental siendo que el investigador no estimuló los constructos y no ejerció control del entorno en el que se ejecutó el estudio, se basó en la visualización y la indagación de los conceptos en su ámbito natural. En el contexto de la indagación no se manipuló la variable 1 clima organizacional para ver su efecto en la calidad de servicio solo se limitó a observar y escudriñar los constructos de indagación su ámbito natural sin alterar su presencia.

El alcance del estudio fue correlacional según Arias y Covinos (2021) en este estudio se buscó medir la asociación entre 2 o más constructos sin intentar establecer una causa y efecto entre ellas. El alcance de la indagación fue correlacional, ya que se midió la relación entre la atmósfera empresarial y la calidad de servicio.

Variables y Operacionalización

Variable 1: clima organizacional

Definición conceptual: según Hincapie (2019) es la atmosfera propiciada por las acciones de los empleados de una compañía y que se refleja en las actitudes que poseen para interactuar entre sí.

Definición operacional: el constructo clima corporativo fue medido por medio de las acciones identidad institucional, relaciones interpersonales y condiciones laborales.

Indicadores: constituido por tres dimensiones; identidad institucional, relaciones interpersonales y condiciones laborales. La primera dimensión identidad institucional; tiene tres indicadores: participación laboral, compromiso laboral y sentido de pertenencia. La segunda dimensión relaciones interpersonales; tiene tres indicadores: colaboración entre empleados, conflictos laborales y confianza entre empleados. La tercera dimensión condiciones laborales; tiene tres indicadores: ambiente físico, carga de trabajo y estabilidad laboral.

Escala: la escala que se utilizó fue ordinal, que posee las siguiente categorías (5) siendo estas: Nunca (1) Casi Nunca (2) A Veces (3) Casi Siempre (4) Siempre.

Variable 2: Calidad de servicio

Definición conceptual: según, Curbelo (2021) es la percepción del cliente sobre la excelencia y satisfacción experimentada al recibir un servicio. Implica la evaluación subjetiva de factores como fiabilidad, responsabilidad, empatía y tangibilidad por parte del cliente.

Definición operacional: el concepto de la calidad de servicio, fue medido por medio de las acciones; elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad.

Indicadores: constituido por cinco dimensiones; elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad. la primera dimensión elementos tangibles; contiene tres indicadores: limpieza y mantenimiento, presentación del personal y estado de las instalaciones. Segunda dimensión fiabilidad; contiene tres indicadores: cumplimiento de plazos, exactitud de información y calidad de la información. Tercera dimensión capacidad de respuesta:

tiempo de respuesta, flexibilidad del servicio, orientación del cliente. Cuarta dimensión empatía; contiene tres indicadores: compromiso con el usuario, cortesía y personalización de servicio. Quinta dimensión seguridad; contiene tres indicadores: privacidad y protección de datos, cumplimiento de la normativa y protocolos de seguridad.

Escala: la escala que se utilizó fue ordinal, que posee las siguiente categorías (5) siendo estas: Nunca (1) Casi Nunca (2) A Veces (3) Casi Siempre (4) Siempre.

3.2. Población, muestra y muestreo

La población según Ñaupas et al. (2018) “se refirió al acervo total de componentes que tienen rasgos semejantes dentro de un estudio de investigación. Estos elementos pueden incluir personas, objetos, eventos u otros que cumplan con los estándares definidos para la investigación” (p.334).

La población estuvo constituida por 70 subordinados de la unidad de servicios generales de la Universidad Nacional de Jaén.

Criterios de Inclusión: El estudio incluirá a los subordinados que pertenecen directamente al Área de Servicios Generales de la casa de estudios. Esto implicó a los empleados que ostente contrato permanente y estén trabajando durante el período específico de estudio.

Criterios de Exclusión: el estudio excluyó a los subordinados que no están asociados directamente con la unidad de Servicios Generales, incluso si trabajan en la Universidad Nacional de Jaén. También se excluyeron aquellos colaboradores que hayan dejado su empleo antes o durante el estudio, así como aquellos empleados que estén con contratos de locación de servicio.

3.2.1. Muestra

La muestra según Cabezas et al. (2018) es un subconjunto de individuos, elementos o casos seleccionados de una población más amplia, que se utiliza para realizar el análisis y obtener conclusiones que puedan generalizarse a toda la población. La selección de la muestra es un paso crucial en el diseño de la

investigación, ya que determina la validez y la representatividad de los resultados. (p.93).

La muestra de la indagación estuvo constituida por 60 subordinados, siendo que estos se encuentran con contratos vigentes y tienen permanencia laboral en la Universidad Nacional de Jaén.

3.2.2. Muestreo

El muestreo fue no probabilístico según Ñaupas (2018) es un procedimiento donde no poseen oportunidad todos los participantes que constituyen el universo de indagación. En este procedimiento de muestreo, la tamización de los sujetos fue por conveniencia o juicio del investigador, en lugar de procedimientos aleatorios. El muestreo fue de tipo no probabilístico ya que se escogieron las unidades muestrales por conveniencia y criterio del propio investigador.

3.2.3. Unidad de análisis

La unidad de análisis según Hernández y Mendoza (2018) es la unidad o entidad principal que se examina en un estudio para contestar a los enunciados de indagación y asimismo probar las hipótesis. La unidad de análisis estuvo constituido por un colaborador del área de servicios generales de la Universidad Nacional De Jaén.

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.3.1. Técnica

La técnica según Bernal (2016) se refirió a los enunciados asociados con uno o más constructos, que se midieron con la intención de conseguir los propósitos de la indagación (p.245). El procedimiento para recolectar la data fue la encuesta con la cual se recogió los datos de la muestra del estudio, referente al constructo clima organizacional y calidad de servicio.

3.3.2. Instrumento

El instrumento según Silvestre y Huaman (2019) fue el cuestionario consistió en una serie de declaraciones presentadas en forma escrita o digital, vinculado con uno o varios constructos que van a ser cuantificados. Es crucial que el cuestionario esté en línea con la preparación del problema y las hipótesis, y también debe ser

confiable y válido en su contenido. La hoja de recojo de datos sera el cuestionario el cual estuvo conformado por enunciados de cada uno de los constructos de estudio, con la intension de recoger datos válidos y confiables para una cuantificación idónea de los conceptos en estudio.

La validez del cuestionario, se ejecutó por medio de expertos los cuales emitieron opinion respecto a la idoneidad del cuestionario para recolectar la data de la muestra, fue relevante considerar la opinión y experiencia de expertos financieros y reguladores del sector para asegurar que el cuestionario esté en línea con las mejores prácticas y estándares del sector financiero.

La confiabilidad del cuestionario se realizó a través del alfa de Cronbach, para ver la coherencia interna de los items en la hoja de preguntas. Para ello fue importante ejecutar el estudio piloto del instrumento y un reducido grupo de muestra para conocer los tentativos problemas y realizar ajustes de las preguntas según los comentarios y resultados obtenidos.

3.4. Procedimientos

El proceso inició con la revisión de los datos relacionados a la atmosfera institucional y la calidad de servicio. Luego, se efectúo una encuesta a los subordinados del contexto de estudio. Esta encuesta se realizó en persona, visitando a cada colaborador en su ubicación para obtener datos precisos. Posteriormente, los datos recopilados se analizarán utilizando los programas SPSS y Excel.

3.5. Método de análisis de datos

Se sirvió de las herramientas informáticas software SPSS versión 27 y Excel para tamizar la información. Toda la información se almacenó en Excel y mediante estos programas se obtuvo datos confiables que permitieron tomar decisiones fundamentadas en un enfoque lógico y racional.

3.7. Aspectos éticos

De acuerdo con el informe del Consejo Universitario N° 0470-2022/UCV, entregada en Trujillo el 19 de julio de 2022 por el Dr. Jorge Salas Ruiz, Vicerrector de indagación de la Universidad César Vallejo, se aprueba el reajuste del Código

de Ética en indagación de dicha Universidad, como se indicó en el Artículo 1 de la misma. Por lo tanto, se insta a las unidades académicas de la UCV para que acaten esta ordenanza institucional, el código de ética que otorgó las directrices para llevar a cabo la indagación, promoviendo la integridad científica. Enfocándose en el bien común de los alumnos y graduados. Durante la indagación, se acataron rígidamente los principios deontológicos. Se ávalo la cooperación deliberada de los participantes, dando la oportunidad de hacer preguntas y abandonar en cualquier momento sin tener que enfrentar repercusiones. Se resaltó que no existía riesgo para los encuestados y se les dio la posibilidad de responder o no las preguntas que resultasen incómodas. Aunque no se entregó estímulos personales, se indicó que los hallazgos contribuirán a la mejora de la atmosfera laboral y del servicio entregados a los usuarios de la universidad de Jaén. Se protegió los datos a través del recojo anónimo de la información. Además se indicó que los datos sólo serán utilizados únicamente con fines académicos. Siendo preservado por el investigador principal y desechados cuando la situación lo ameritara.

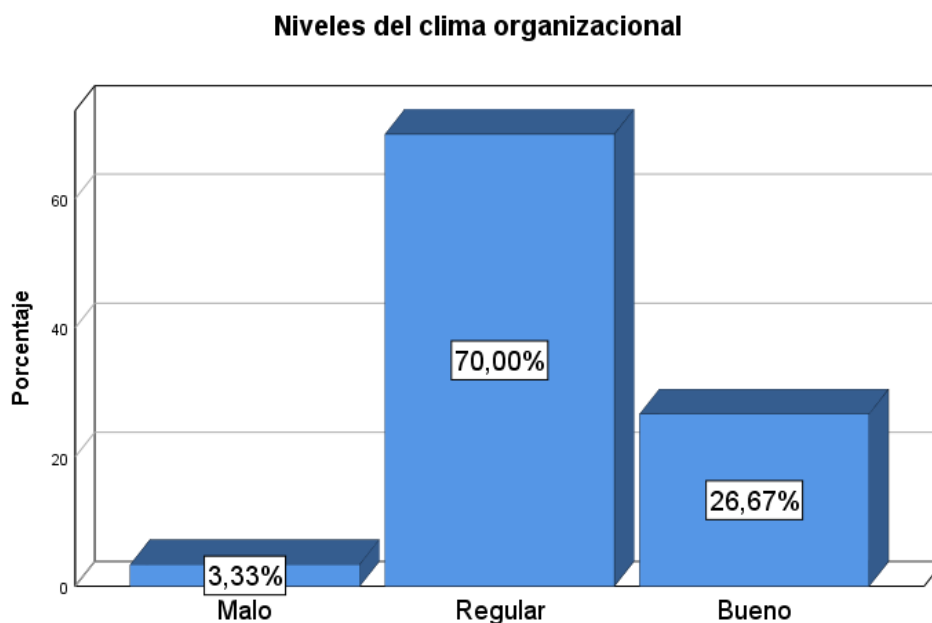
IV. RESULTADOS

Análisis descriptivo

Se presentó el análisis descriptivo expresado en tablas y gráficos respecto a las variables y dimensiones en estudio.

Figura 1

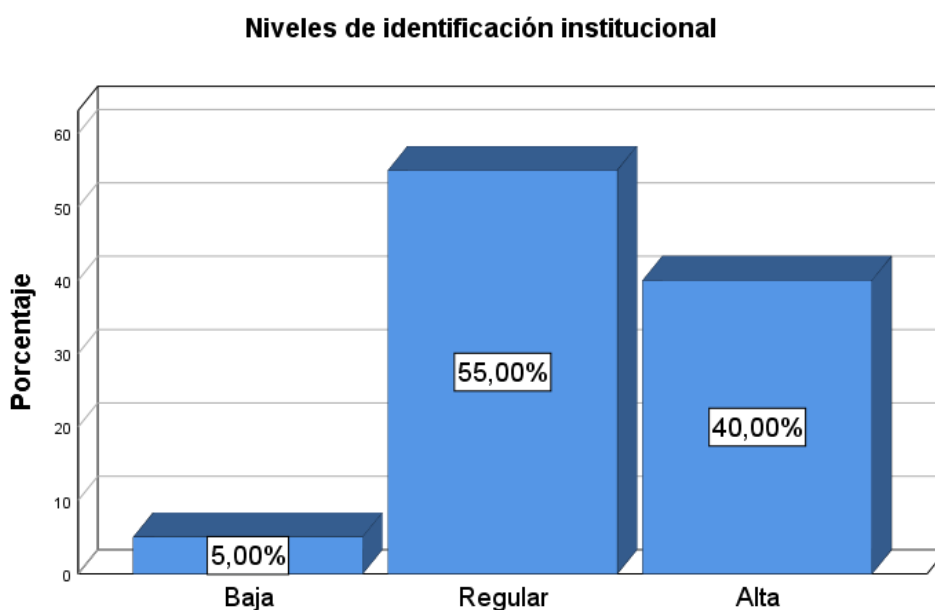
Niveles del clima organizacional



Para evaluar la percepción del concepto atmosfera corporativa se empleó una escala ordinal de 3 niveles: malo, regular y bueno, junto con el formulario de 15 Ítems. Como es posible verificar en la figura 1 previamente establecida, se evidenció que la apreciación más elevada se encuentra en el nivel regular, representando un 70,00% del total, mientras que el nivel bueno presentó un 26,67%, y el nivel malo 3,33%. La concentración en el nivel regular indicó posibles aspectos que fortalecer como: el sentido de pertenencia, la confianza entre empleados, y ser diligente al momento de asignar la carga laboral para así optimizar la atmosfera corporativa.

Figura 2

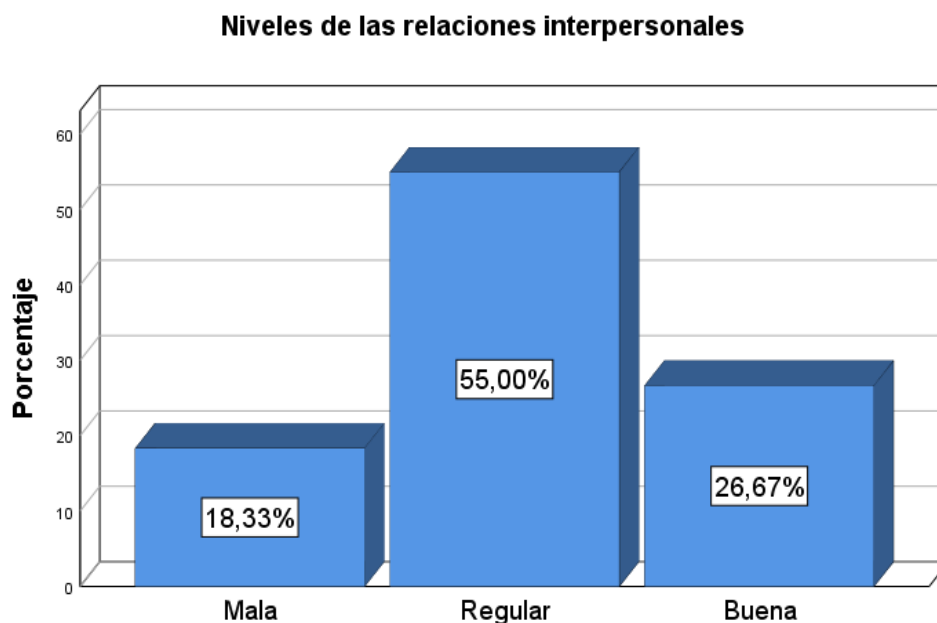
Niveles de identificación institucional



Para evaluar la sensación de la dimensión identidad institucional se empleó una escala ordinal de 3 niveles: baja, regular y alta, junto con el formulario de 5 Ítems. Como es posible verificar en la figura 2 previamente establecida, se evidenció que la apreciación más elevada se encuentra en el nivel regular, representando un 55,00% del total, mientras que el nivel alto presentó un 40,00%, y el nivel malo 5,00%. La predominancia del nivel regular indicó posibles aspectos que fortalecer, como: propiciar mayor participación en actividades laborales y sociales, generar un mayor compromiso en el logro de los propósitos y conocer y valorar las tareas ejecutadas de los colaboradores.

Figura 3

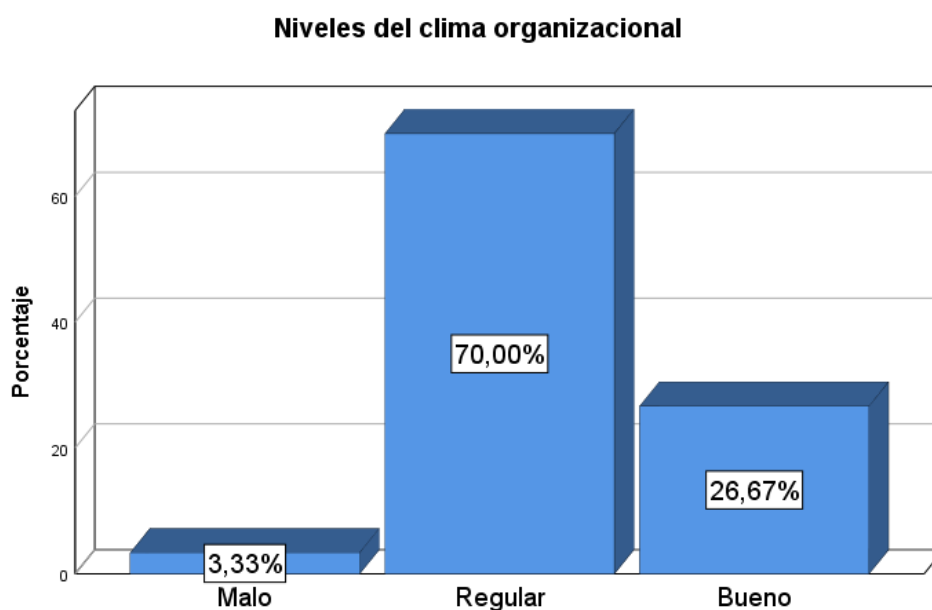
Niveles de las relaciones interpersonales



Para evaluar la sensación de la dimensión relaciones interpersonales se empleó una escala ordinal de 3 niveles: mala, regular y buena, junto con el formulario de 5 Ítems. Como es posible verificar en la figura 3 previamente establecida, se evidenció que la apreciación más elevada se encuentra en el nivel regular, representando un 55,00% del total, mientras que el nivel bueno presentó un 26,67%, y el nivel malo 18,33%. La predominancia del nivel regular indicó posibles aspectos que fortalecer como: la colaboración mutua, prevenir los conflictos laborales, y vigorizar la confianza de los empleados en la institución.

Figura 4

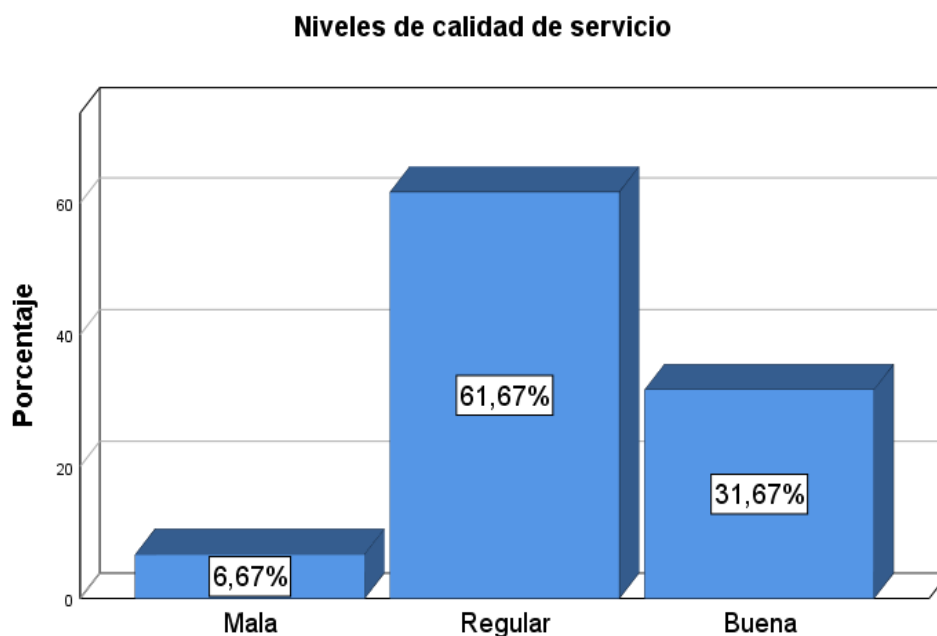
Niveles de condiciones laborales



Para evaluar la percepción de la dimensión condiciones laborales se empleó una escala ordinal de 3 niveles: mala, regular y buena, junto con el formulario de 5 Ítems. Como es posible verificar en la figura 4 previamente establecida, se evidenció que la apreciación más elevada se encuentra en el nivel regular, representando un 63,33% del total, mientras que el nivel bueno presenta un 26,67%, y el nivel malo 10,00%. La predominancia del nivel regular indicó posibles aspectos que fortalecer como: la asignación de la carga laboral, valorar los espacios familiares, y otorgar estabilidad laboral a los colaboradores.

Figura 5

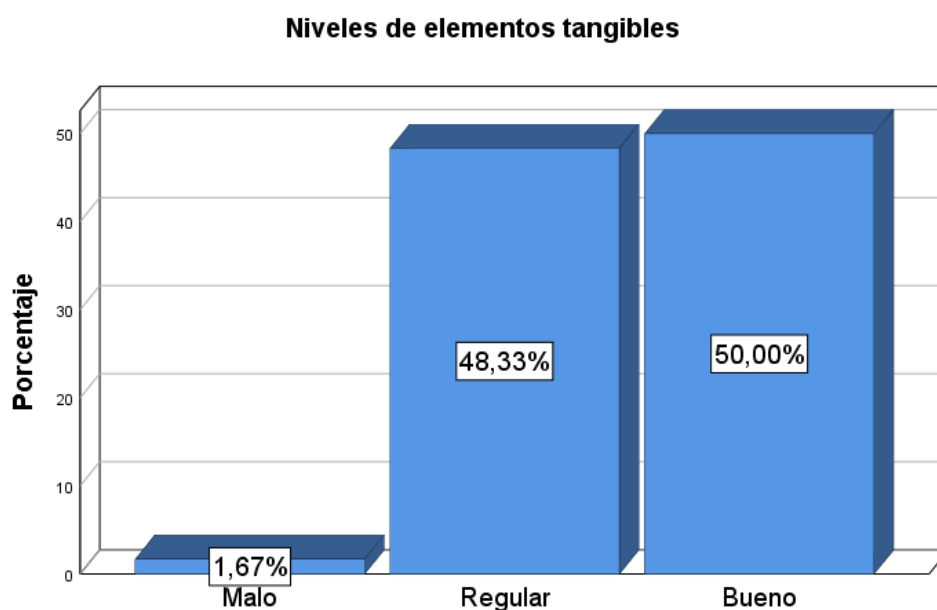
Niveles de calidad de servicio



Para evaluar la percepción de la variable calidad de servicio se empleó una escala ordinal de 3 niveles: mala, regular y buena, junto con el formulario de 15 Ítems. Como es posible verificar en la figura 5 previamente establecida, se evidenció que la apreciación más elevada se encuentra en el nivel regular, representando un 61,67% del total, mientras que el nivel bueno presentó un 31,67%, y el nivel malo 6,67%. La predominancia del nivel regular indicó posibles aspectos que fortalecer, como: los elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad en el servicio brindado.

Figura 6

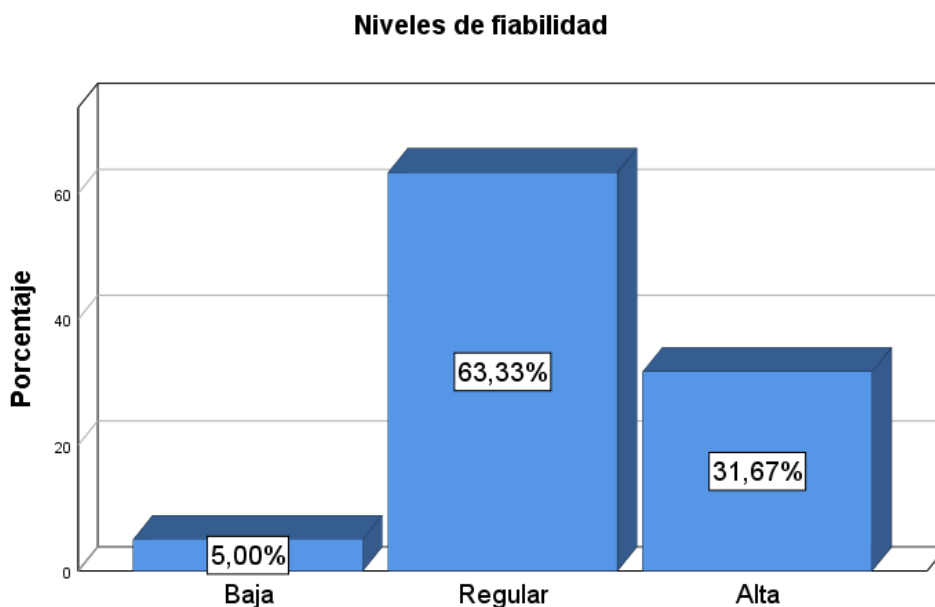
Niveles de los elementos tangibles



Para evaluar la percepción de la dimensión elementos tangibles se empleó una escala ordinal de 3 niveles: malo, regular y bueno, junto con el formulario de 3 ítems. Como es posible verificar en la figura 6 previamente establecida, se evidenció que la apreciación más elevada se encuentra en el nivel bueno, representando un 50,00% del total, mientras que el nivel regular presentó un 48,33%, y el nivel malo 1,67%. La predominancia del nivel regular indicó posibles aspectos que fortalecer como: higiene, áreas que sean agradables y limpias y la presencia de los empleados.

Figura 7

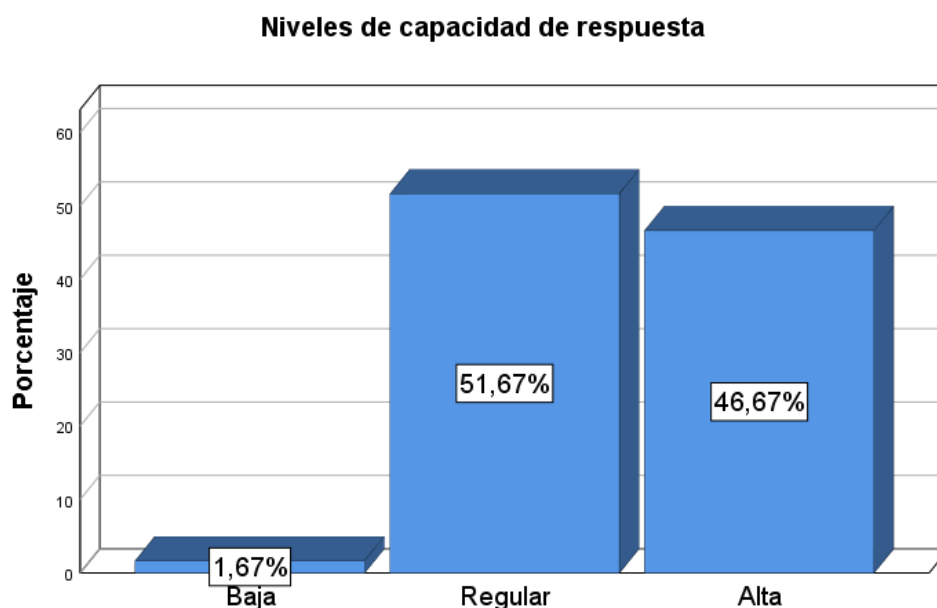
Niveles de fiabilidad



Para evaluar la percepción de la dimensión fiabilidad se empleó una escala ordinal de 3 niveles: baja, regular y alta, junto con el formulario de 3 Ítems. Como es posible verificar en la figura 7 previamente establecida, se evidenció que la apreciación más elevada se encuentra en el nivel regular, representando un 61,33% del total, mientras que el nivel bueno presentó un 31,67%, y el nivel malo 5,00%. La predominancia del nivel regular indicó posibles aspectos que fortalecer como: cumplir las promesas hechas al usuario, entregar información exacta, tratar de minimizar los errores y fallas al entregar el servicio al usuario.

Figura 8

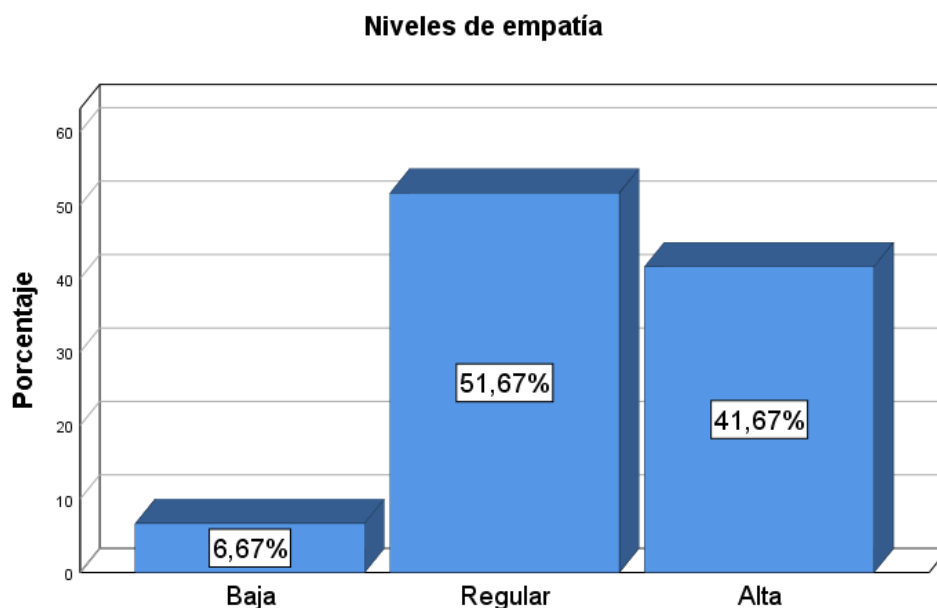
Niveles de capacidad de respuesta



Para evaluar la percepción de la dimensión capacidad de respuesta se empleó una escala ordinal de 3 niveles: baja, regular y alta, junto con el formulario de 3 ítems. Como es posible verificar en la figura 8 previamente establecida, se evidenció que la apreciación más elevada se encuentra en el nivel regular, representando un 51,67% del total, mientras que el nivel alto presentó un 46,67%, y el nivel malo 1,67%. La predominancia del nivel regular indicó posibles aspectos que fortalecer como: mayor agilidad para dar respuesta a las consultas y solicitudes, el servicio estuvo la altura de la expectativa de los usuarios.

Figura 9

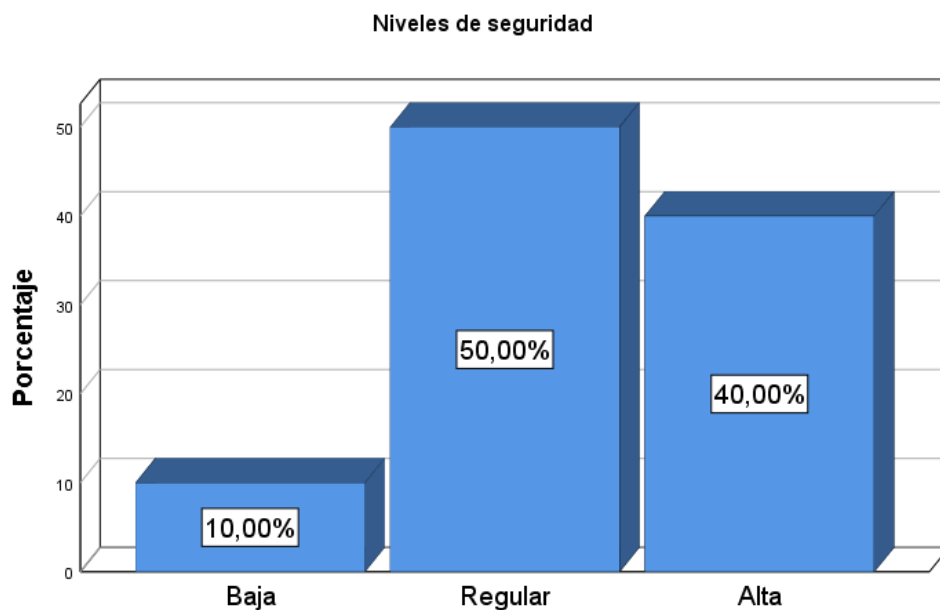
Niveles de empatía



Para evaluar la percepción de la dimensión empatía se empleó una escala ordinal de 3 niveles: baja, regular y alta, junto con el formulario de 3 Ítems. Como es posible verificar en la figura 9 previamente establecida, se evidenció que la apreciación más elevada se encuentra en el nivel regular, representando un 51,67% del total, mientras que el nivel alto presentó un 41,67%, y el nivel malo 6,67%. La predominancia del nivel regular indicó posibles aspectos que fortalecer como: demostrar un mayor compromiso, cortesía y un servicio personalizado al usuario.

Figura 10

Niveles de seguridad



Para evaluar la percepción de la dimensión seguridad se empleó una escala ordinal de 3 niveles: baja, regular y alta, junto con el formulario de 3 ítems. Como es posible verificar en la figura 10 previamente establecida, se evidenció que la apreciación más elevada se encuentra en el nivel regular, representando un 50,00% del total, mientras que el nivel alto presentó un 40,00%, y el nivel malo 10,00%. La predominancia del nivel regular indicó posibles aspectos que fortalecer como: mayor protección de los datos del usuario, ceñirse a la normativa y protocolos de la corporación.

Análisis inferencial

Tabla 1

Análisis de normalidad de la información

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Clima organizacional	,126	60	0,019
Calidad de servicio	,078	60	0,020*
Identidad institucional	,186	60	0,000
Relaciones interpersonales	,129	60	0,015
Condiciones laborales	,243	60	0,000

Resultados

El análisis de normalidad se efectuó a través de Kolmogorov-Smirnov, ya que el número de participantes fueron mayores que 50, el nivel de significancia bilateral fue 0.019 para el constructo atmosfera corporativa, 0.020 para el constructo calidad de servicio, 0.000 para la dimensión identidad institucional, 0.015 para la dimensión relaciones interpersonales y 0.000 para la dimensión condiciones laborales, todos los resultados son menores al nivel (alfa) 0.05, a la luz de los resultados los datos no presentaron comportamiento normal, por lo tanto se tiene que utilizar estadística no paramétrica, siendo pertinente utilizar la Rho de Spearman, dado que las variables son numérica valoradas en una escala ordinal.

Prueba de hipótesis

Hipótesis general

Existe relación significativa entre el clima organizacional y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024.

Tabla 2

Correlación entre el clima organizacional y calidad de servicio

		Correlaciones		
			Clima organizacional	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Clima organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	0,662**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
	Calidad de servicio	N	60	60
		Coeficiente de correlación	,662**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

En la Tabla 2, se observó una significancia asintótica de 0.000, inferior a 0.05, lo que sugirió rechazar (H_0) y aceptar (H_a). Además, se obtuvo un índice de asociación de Spearman de 0.662, que reveló un vínculo medio entre la atmósfera corporativa y la calidad de servicio. Estos hallazgos evidenciaron que, a medida que la atmósfera institucional mejora, también lo hace la calidad del servicio.

Sig.b < 0.05. se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna

Sig.b > 0.05. se acepta la hipótesis nula y rechaza la hipótesis alterna

Hipótesis específica 1

Existe relación significativa entre la identidad institucional y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024.

Tabla 3

Correlación entre la identidad institucional y calidad de servicio

		Correlaciones		
			Identidad institucional	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Identificación institucional	Coeficiente de correlación	1,000	,634**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Calidad de servicio	N	60	60
		Coeficiente de correlación	,634**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

En la Tabla 2, se observó una significancia asintótica de 0.000, inferior a 0.05, lo que sugirió rechazar (H_0) y aceptar (H_a). Además, se obtuvo un índice de asociación de Spearman de 0.634, que reveló una asociación media entre la identidad corporativa y la calidad de servicio. Estos hallazgos evidenciaron que, a medida que la identidad institucional aumenta, también lo hace la calidad del servicio.

Existe relación significativa entre las relaciones interpersonales y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024.

Tabla 4

Correlación entre las relaciones interpersonales y calidad de servicio

		Correlaciones		
			Relaciones interpersonales	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Relaciones interpersonales	Coeficiente de correlación	1,000	,580**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	,580**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		60	60	

En la Tabla 2, se observó una significancia asintótica de 0.000, inferior a 0.05, lo que sugirió rechazar (H0) y aceptar (Ha). Además, se obtuvo un índice de asociación de Spearman de 0.580, que reveló una asociación media entre las relaciones interpersonales y la calidad de servicio. Estos hallazgos evidenciaron que, a medida que las relaciones interpersonales mejoran, también lo hace la calidad del servicio.

Existe relación significativa entre las condiciones laborales y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024.

Tabla 5

Correlación entre las condiciones laborales y calidad de servicio

Correlaciones				
			Condiciones laborales	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Condiciones laborales	Coeficiente de correlación	1,000	,521**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	,521**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

En la Tabla 2, se observó una significancia asintótica de 0.000, inferior a 0.05, lo que sugirió rechazar (H0) y aceptar (Ha). Además, se obtuvo un índice de asociación de Spearman de 0.521 que reveló una asociación media entre las condiciones laborales y la calidad de servicio. Estos hallazgos evidenciaron que, a medida que las condiciones laborales mejoran, también lo hace la calidad del servicio.

V. DISCUSIÓN

Se estableció como propósito general determinar el vínculo entre la atmosfera organizacional y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024. En el estudio se halló un grado de percepción del constructo atmosfera institucional que se situó en un grado regular con un 70%, proporción que se vincula de forma directa con la percepción del constructo calidad de servicio, la cual se ubicó en un grado regular con un 61.67%, de esta forma se reveló un vínculo entre ambos constructos, a medida que la percepción de un constructo aumenta también lo hace el otro constructo. Asimismo, se determinó una asociación “Rho” de Spearman de 0.662 ($r=0.662$), siendo este índice una asociación moderada lineal entre el constructo atmosfera empresarial y la excelencia del servicio. También se obtuvo un p -valor $p=0.000$ ($p<0.05$) sugiriendo aceptar la H_a , revelando una asociación entre los constructos en mención. Estos hallazgos fueron homogéneos con los de Castañeda (2022) quien al asociar la atmosfera corporativa con la calidad de servicio en la comuna edil, halló un índice de asociación de 0.675 determinando un vínculo medio entre la atmosfera corporativa y el servicio de calidad, haciendo uso de la Rho de Spearman. Asimismo, son semejantes con los hallazgos de Gaspar (2022) ya que encontró un índice de asociación de 0.543, revelando una asociación moderada entre la atmosfera corporativa con la calidad de servicio. En esa línea coincidieron con el estudio de Reátegui (2022) quien encontró un índice de asociación de 0.983 determinando un vínculo positivo alto, entre la atmosfera corporativa y la calidad de servicio. En el estudio realizado se presentó algunas limitaciones que se han ido superando paralelamente con el recoger de los resultados entre estas limitaciones cabe mencionar, el estudio se focalizó a un área específica de la institución y ello limitó tener una muestra representativa y poder generalizar los resultados para la institución de forma global, por lo que se estableció un muestreo cuidadoso, considerando la mayoría de trabajadores para tener una perspectiva más completa del fenómeno. Así mismo el estudio se realizó en un periodo específico, por lo que requeriría medirlo en diferentes periodos para ver si el clima organizacional cambia. Por otro lado se lidió con la no presencia de los trabajadores por motivos de vacaciones y licencias de salud, para ello se coordinó cuidadosamente el cronograma de la investigación, anticipando y programando las recolecciones de

datos de manera que coincidieran con periodos en los que se esperaba una mayor presencia de empleados, unido a ello se aprovecharon las tecnologías de comunicación, como encuestas en línea o entrevistas virtuales, para facilitar la participación de los empleados que no estuvieran físicamente presentes. El estudio se estribó en la teoría de Wang y Hsieh (2012) quien argumentó que un clima institucional favorable con empleados motivados y comprometidos se traduce en una mejor experiencia para el cliente, lo que a su vez mejora la sensación de los consumidores sobre la experiencia del servicio proporcionado.

Se planteó como objetivo específico 1 establecer la asociación entre la identidad institucional y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024. En el estudio se halló un grado de percepción del constructo identidad corporativa que se situó en un grado regular con un 55%, proporción que se vincula de forma lineal con la percepción del constructo calidad de servicio, la cual se ubicó en un grado regular con un 61.67%, de esta forma se reveló un vínculo entre ambos constructos, a medida que la percepción de un constructo aumenta también lo hace el otro constructo. Asimismo, se determinó una asociación “Rho” de Spearman de 0.634 ($r=0.634$), siendo este índice una asociación moderada lineal entre el constructo identidad corporativa y calidad de servicio. También se obtuvo un p -valor $p=0.000$ ($p<0.05$) sugiriendo aceptar la H_a , revelando una asociación entre los constructos en mención. Estos resultados concuerdan con el estudio realizado por Tello y Torres (2020) quienes encontraron un índice de asociación de 0.917 indicando que el compromiso corporativo y la calidad de servicio se asocian de manera fuerte en una Aerolínea sede Cajamarca en el año 2020, determinaron un vínculo positivo alto por medio de la Rho de Spearman, esto se debió porque falta fortalecer aspectos como el sentido de pertenencia del empleado, para tener un mayor compromiso al brindar el servicio al usuario. Asimismo, los resultados fueron semejantes con los hallados por Arévalo (2022) quien al relacionar el compromiso corporativo y calidad de atención en una posta médica de salud de Cajamarca. Encontrando un índice de asociación de 0.286 arrojando una asociación débil entre conceptos de estudio. Según la teoría de Schein (1985) la cultura corporativa, incluye valores compartidos y normas, afectó tanto la atmosfera organizacional como la calidad del servicio, caracterizado por la complacencia laboral y la identidad de los colaboradores. En

la investigación se encontró que existió asociación significativa moderada entre la identidad corporativa y la calidad de servicio en el Área de Servicios Generales en la casa de estudio Jaén. Esto se debió porque la administración del área de forma esporádica fomenta la identidad institucional vinculada a una mayor participación, compromiso y reconocimiento del trabajo de los empleados.

Se planteó como objetivo específico 2 establecer la asociación entre las relaciones interpersonales y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024. En el estudio se halló un grado de percepción del constructo relaciones interpersonales que se situó en un grado regular con un 55%, proporción que se vincula de forma lineal con la percepción del constructo calidad de servicio, la cual se ubicó en un grado regular con un 61.67%, de esta forma se reveló un vínculo entre ambos constructos, a medida que la percepción de un constructo aumenta también lo hace el otro constructo. Asimismo, se determinó una asociación “Rho” de Spearman de 0.580 ($r=0.580$), siendo este índice una asociación moderada lineal entre el constructo relaciones interpersonales y calidad de servicio. También se obtuvo un p -valor $p=0.000$ ($p<0.05$) sugiriendo aceptar la H_a , revelando una asociación entre los constructos en mención. Estos resultados concuerdan con el estudio realizado por Huarcaya (2020) quien, al asociar la atmosfera institucional y calidad del servicio en los comedores de Ate Vitarte, quien encontró un índice de asociación de 0.669 determinando un vínculo positivo moderado entre las interacciones interpersonales con la calidad de servicio, haciendo uso del índice de correlación de Pearson, esto posiblemente se debió porque falta gestión en resolución de conflictos entre los empleados. Asimismo, concuerdan con los resultados encontrados por Carhuallanqui (2018) quien encontró una asociación positiva moderada entre los vínculos interpersonales y la calidad de servicio, siendo el índice de asociación de 0.545 utilizando el índice de asociación de Pearson. Según Meyer y Allen (1991) en su teoría se centra que el grado de responsabilidad de los colaboradores un impacto en la calidad del servicio. Propone que una gestión efectiva del clima organizacional, que incluya la participación activa de los subordinados y un liderazgo positivo, conllevó a un aumento en la excelencia del servicio y el contentamiento del cliente.

Se planteó como objetivo específico 3 establecer la asociación entre las condiciones laborales y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024. En el estudio se halló un grado de percepción del constructo condiciones en el trabajo que se situó en un grado regular con un 63.33%, proporción que se vinculó de forma lineal con la percepción del constructo calidad de servicio, la cual se ubicó en un grado regular con un 61.67%, de esta forma se revela un vínculo entre ambos constructos, a medida que la percepción de un constructo aumenta también lo hace el otro constructo. Asimismo, se determinó una asociación "Rho" de Spearman de 0.521 ($r=0.521$), siendo este índice una asociación moderada lineal entre el constructo condiciones laborales y calidad de servicio. También se obtuvo un p -valor $p=0.000$ ($p<0.05$) sugiriendo aceptar la H_a , revelando una asociación entre los constructos en mención. Estos resultados fueron semejantes a los hallazgos de Huarcaya (2020) quien, al asociar la atmosfera corporativa y calidad del servicio de los Comedores de Ate, siendo el índice de correlación 0.673 determinando un vínculo positivo moderado entre las condiciones laborales con la calidad de servicio, haciendo uso del índice de correlación de Pearson. Asimismo, coincidieron con los estudios de Anchay (2021) quien, al asociar las condiciones en el trabajo con la calidad del servicio, hallando un índice de correlación de Pearson, 0.331, esta coincidencia indicó que en todas las instituciones estudiadas hay aspectos que mejorar, como el ambiente físico, la carga de trabajo y una mayor estabilidad laboral. El estudio destacó la importancia crucial de las condiciones laborales en la percepción global de la calidad de servicio. Los hallazgos indicaron que a medida que los empleados son expuestos a un entorno laboral más propicio, otorgan una mejor calidad del servicio. Según Wang y Hsieh (2012) argumentó que un clima institucional favorable con empleados motivados y comprometidos se traduce en una mejor experiencia para el cliente, lo que a su vez mejora la percepción de los consumidores sobre la excelencia del servicio proporcionado. En la indagación se halló una asociación significativa moderada entre las condiciones laborales y la calidad de servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén. Esto se debió porque la administración del área de forma esporádica busca armonizar la carga laboral y la estabilidad laboral.

VI. CONCLUSIONES

- Primera** : Se determinó que el clima organizacional se asocia de manera directa significativa con la calidad de servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, siendo el coeficiente de asociación, moderado igual a 0.662 ($r=0.662$) esto se debió al nivel moderado de la atmosfera corporativa, identidad institucional, relaciones interpersonales y condiciones laborales, sugiriendo implementar programas para fortalecer la atmosfera laboral en referencia al sentido de pertinencia, vínculos personales y condiciones laborales para suministrar un servicio de calidad hacia el usuario.
- Segunda** : Se determinó que la identidad institucional se asocia de manera directa significativa con la calidad de servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, con un coeficiente de asociación, moderado igual a 0.634 ($r=0.634$) esto se debió al nivel moderado de la identidad institucional, participación, compromiso y sentido de pertenencia del empleado, sugiriendo establecer estrategias para fortalecer el sentido de pertinencia de los empleados hacia la organización con la intención de poder brindar un excelente servicio al usuario.
- Tercera** : Se determinó que las relaciones interpersonales se relacionan de manera directa significativa con la calidad de servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, con un coeficiente de asociación, moderado igual a 0.580 ($r=0.580$) esto se debió al nivel moderado de las relaciones interpersonales, gestión de conflictos y confianza entre empleados, sugiriendo implementar programas de adiestramiento para vigorizar las relaciones interpersonales, la resolución de conflictos, el trabajo en equipo así poder brindar un servicio de calidad hacia el usuario.
- Cuarta** : Se determinó que las condiciones laborales se asocian de manera directa significativa con la calidad de servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, con un

coeficiente de asociación, moderado igual a 0.521 ($r=0.521$) esto se debió al nivel moderado del, ambiente físico, carga de trabajo, estabilidad laboral, sugiriendo ejecutar acciones para propiciar la estabilidad, bienestar y flexibilidad laboral tanto para el personal con contrato CAS y locación de servicios. Esto reflejó un trato laboral inclusivo que propició brindar un excelente servicio al usuario.

VII. RECOMENDACIONES

- Primera** : Se recomienda al jefe del Área de Servicios Generales coordinar con el jefe de recursos humanos para implementar medidas que fortalezcan el clima organizacional, como programas de capacitación, en identidad institucional, reconocimiento del personal, desarrollo de habilidades y fomento de la participación. Estas acciones no solo mejorarán el clima organizacional y la calidad de servicio, sino que también contribuirán a establecer una cultura institucional centrada en la excelencia y la satisfacción del usuario.
- Segunda** : Se recomienda al jefe del Área de Servicios Generales coordinar con el jefe de recursos humanos para implementar estrategias que fortalezcan la identidad institucional, integrándolo a la formación del personal, realizando un monitoreo continuo, reconociendo y celebrando la identidad institucional, vinculándolo a las estrategias de mejora continua, y la entrega de servicios de calidad, con el objetivo de consolidar una cultura organizacional cohesionada y orientada hacia la excelencia.
- Tercera** : Se recomienda al jefe del Área de Servicios Generales coordinar con el jefe de recursos humanos para implementar acciones como programas de desarrollo interpersonal, fomentando el trabajo en equipo, facilitando la comunicación abierta, la empatía y el reconocimiento de las relaciones positivas y creando un ambiente de respeto y colaboración para fortalecer estas relaciones y al mismo tiempo elevar la calidad del servicio, creando un entorno laboral saludable, centrado en el bienestar y satisfacción del usuario.
- Cuarta** : Se recomienda al jefe del Área de Servicios Generales coordinar con el presidente de la Universidad Nacional de Jaén, para mejorar las condiciones laborales, en cuanto a infraestructura, equipamiento y programas que fomenten la estabilidad, bienestar y flexibilidad laboral, tanto para el personal CAS y de locación de

servicios. Estas acciones buscan mejorar las condiciones laborales contribuyendo positivamente a una mejora en la calidad del servicio y propiciando satisfacción del usuario.

REFERENCIAS

- Abril M. (2018). *Diseño de proceso de gestión del talento humano*. Bogotá: MEGAGRAF-Ambato. <https://www.studocu.com/pe/document/universidad-alas-peruanas/desarrollo-humano/talento-humano-gth/21509500>
- Agudelo, R., Peña, P., Hoyos, C., & Jiménez, M. (2020). *la relacion entre el clima organizacional con la percepción de la calidad de servicio en una entidad de salud en Manizale. Universidad Católica de Manizales, Colombia* <https://www.redalyc.org/journal/2738/273863770011/html/>
- Aguilar, R., & Huamani, A. (2021). *Relaciones interpersonales y rendimiento laboral en los profesionales de enfermería de los servicios de medicina del hospital nacional dos de mayo 2019. Universidad Nacional del Callao.* <http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/5634/TESIS%20MAESTRO-AGUILAR%20MOLINA-FCS-2021.pdf?sequence=1>
- Aliaga, R. (2022). *El clima organizacional y calidad de servicio Hospital III daniel Alcides carrión essalud Tacna. Universiad de San Martin de Porres.* <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/10312>
- American Customer Satisfaction Index ACSI. (2022). *ACSI measures citizen satisfaction with over 100 services, programs, and websites of federal government agencies.* Nueva Yord. <https://www.theacsi.org/news-and-resources/reports/>
- Anchay, S. (2021). *Clima organizacional y calidad de servicio en la municipalidad distrital de Chosica, Lima – 2019. Universidad Peruana Unión.* <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2817598>
- Arevalo, J. (2022). *El compromiso organizacional y calidad de atención interna del Centro de Salud Morro Solar, Jaén-Cajamarca 2022. Universidad Cesar Vallejo* Jaén. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/121700/Arevalo_CJM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arias, J., & Covinos M. (2021). *Diseño y metodología de la investigacion* (Primera Enfoque Consulting E.I.R.

https://www.academia.edu/69037546/Arias_Covinos_Dise%C3%B1o_y_metodologia_de_la_investigacion_1_

Bazan, C. (2023). *El clima organizacional y calidad de atención al usuario externo de un Centro de Salud de Jaén*. Jaen. Universidad Cesar Vallejo
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/107290/Bazan_SCJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bernal, A. (2016). *Metodología de la investigación. administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Pearson.
https://www.academia.edu/44228601/Metodologia_De_La_Investigaci%C3%B3n_Bernal_4ta_edicion

Cabanillas, Y. (2022). *La relación entre clima organizacional y calidad de servicio en Farmacia, durante pandemia COVID-19 del Hospital Regional Docente de Trujillo, 202*. Universidad Cesar Vallejo
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/87310/Cabanillas_VYY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Sangolquí, Ecuador.: Editorial de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

Carhuallanqui, B., Sanche, A., & Valer, A. (2018). *Relaciones interpersonales y su relación con la calidad de servicio en el área de emergencia del hospital de apoyo pichanaki*. Huanuco. Universidad Nacional "Hermilio Valdizán"-Huanuco.
<https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/3265/2EN.ED%20102%20C28.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Castañeda, M. (2022). La científicidad de metodologías cuantitativa, cualitativa y emergentes. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 16(1), 1-12. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/ridu/v16n1/2223-2516-ridu-16-01-e1555.pdf>

- Castañeda, A. (2022). *Clima organizacional y calidad del servicio en la municipalidad de Nueva Arica, Chiclayo*. Universidad Cesar Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/60515>
- CEPAL. (2022). *Coyuntura Laboral en América Latina y el Caribe*. Santiago. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/739ae556-32a5-42d9-911d-e8ad320acd11/content>
- Chiavenato, I. (2020). *Administración de Recursos Humanos. Capital humano de las organizaciones*. Mexico: Mc Graw Hill. doi:https://www.ingebook.com/ib/NPcd/IB_BooksVis?cod_primaria=1000187&codigo_libro=8104
- Curbelo, D. (2021). Evaluación de la calidad percibida y la satisfacción en organizaciones cubanas de la salud. *Eument. net*, 2(23), 51-66. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8550554>
- Daza A., Beltrán, L., & Silva, J. (2021). Análisis del clima organizacional en las empresas del sector palmero de la región Caribe colombiana. *Revista Facultad De Ciencias Económicas*, 29(1), 65-76. <http://scielo.org.co/pdf/rfce/v29n1/0121-6805-rfce-29-01-65.pdf>
- De Wang , Y., & Hsien, H. (2012). Toward a Better Understanding of the Link Between Ethical Climate and Job Satisfaction: A Multilevel Analysis. *Journal of Business Ethics*, 105 (4), 535-545.
- Espinoza, L. (2020). *relacion entre el clima organizacional y la calidad del servicio educativo en un caso de estudio. Unidad Educativa MartinLuther King*, Guayaquil. <https://www.eumed.net/rev/reea/enero-20/clima-organizacional.html>
- Fernández, A. (2020). El Clima organizacional y calidad de servicio ofrecido por la Universidad Nacional de Pilar. *Ciencia Latina*, 105 (4) 1-12. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/166/212>

- Gallup. (2022). *Estado de Lugar de trabajo global*. Inc. All rights reserved.
<https://www.observatoriorh.com/wp-content/uploads/2022/06/state-of-the-global-workplace-2022-download.pdf>
- García, I., & Díaz, B. (2023). *La identidad Institucional en la UAEMex. Un legado de valores*. Mexico. UAEMéx 1 (23) 32-35
<https://revistaidentidad.uaemex.mx/article/view/22575/16837>
- Gaspar, C. (2022). *el clima organizacional y calidad de servicio en docentes de la institución educativa teresa de la cruz – Huancavelica*. Universidad Nacional De Huancavelica
<https://apirepositorio.unh.edu.pe/server/api/core/bitstreams/b2d3a168-f51b-4b51-9d54-30f86ceca8cf/content>
- Gestion. (29 de 04 de 2019). *Managemet y empleo. 86% de trabajadores renuncia por mal clima laboral generado por jefes*, págs. 1-2.
<https://gestion.pe/economia/management-empleo/aptitus-86-trabajadores-renuncia-mal-clima-laboral-generado-jefes-265382-noticia/>
- Gomez, J. (2023). *relación entre el clima organizacional y la calidad percibida del servicio en la oficinas de la procuraduría general de la nación regional córdoba en la ciudad de Montería. Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 7(1), 5005-5025.
<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/4813>
- Great Place to Work Perú. (2023). *Los Mejores Lugares para Trabajar™ 2023*. Lima. <https://s3.amazonaws.com/media.greatplacetowork.com/peru/best-workplaces-in-peru/2023/reporte/Reporte+Los+Mejores+Lugares+Para+Trabajar+en+Per%C3%BA+2023.pdf>
- Hernandez, R., & Mendoza, C. (2018). *metodologia de la investigacion: rutas cuantitativas cualitativas y mixta*. McGraw-Hill
<http://repositoriobibliotecas.uv.cl/handle/uvscil/1385>
- Hincapié, N., Orellana, E., & Orellana, C. (2019). *Clima organizacional en las instituciones educativas de Santa Marta*, oratores 1(9) 34-57.

<https://repositorio.umecit.edu.pa/bitstream/handle/001/4082/document-20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Huarcaya, E. (2020). *Clima Organizacional y Calidad del Servicio en los Comedores del Centro Poblado de Huaycán, Ate-Vitarte, periodo 2018*. Universidad Nacional De Educacion Enrique Guzmán y Valle. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNEI_3f63f8492964dc6ab5ea0a944ceeddb7/Description

Kotler, P., & Keller, K. (2021). *Marketing Managemen*. Mexico: Pearson. [dehttps://www.academia.edu/43892309/Direccion_en_Marketing_Kotler_y_Keller_1](https://www.academia.edu/43892309/Direccion_en_Marketing_Kotler_y_Keller_1)

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios personal, tecnología y estrategia*. Mexico: Pearson educacion. <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/1902-marketing-de-servicios-christopher-lovelock.pdf>

Malpartida, D., Granada, A., & Salas, H. (2022). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una empresa comercializadora de sistemas de climatización doméstica e industrial, distrito de Surquillo, 2021. *Revista Científica de la UCSA*, 9(3), 23-35. <http://scielo.iics.una.py/pdf/ucsa/v9n3/2409-8752-ucsa-9-03-23.pdf>

Mayurí, P. (2017). *Clima Organizacional y Calidad de Servicio en la División Comercial del BCP en el Distrito de Comas*. Universidad Cesar Vallejo. <https://pe.search.yahoo.com/search?fr=mcafee&type=E210PE91215G0&p=Clima+Organizacional+y+Calidad+de+Servicio+en+la+Divisi%C3%B3n+Comercial+del+BCP+en+el+Distrito+de+Comas%2C+2016>.

Meyer, J., & Allen, N. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89. A three-component conceptualization of organizational commitment

Niño, M. (2022). *el clima organizacional y satisfacción percibida por los usuarios externos de un Establecimiento de Salud Publico en Cajamarca, 2022*.

Universidad Cesar Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/101876/Ni%203%b1o_CMM-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romer, H. (2018). *Metodología de la investigación. Cuantitativa y Cualitativa, Ediciones de la U.*
https://books.google.com.pe/books/about/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_cuanti.html?id=VzOjDwAAQBAJ&redir_esc=y

OIT. (2020). *El COVID-19 y el mundo del trabajo. Cuarta edición. estimaciones actualizadas y análisis.*
https://webapps.ilo.org/wcmstp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/documents/briefingnote/wcms_745965.pdf

Orahulio, C. (2020). *Clima organizacional y calidad del servicio de los trabajadores en un establecimiento de salud del distrito de San Martín de Porres 2020.* Lima. Universidad Cesar Vallejo
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/49094>

Quispe, S. (2022). *Clima organizacional y calidad de los servicios de salud en los trabajadores de un puesto de salud de Jaén – 2022.* Universidad Cesar Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/113526/Quispe_SCS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ramírez, J., & Tesén, J. (2022). *Las relaciones interpersonales y la calidad educativa.* Chiclayo. TecnoHumanismo 2(3) 17-34
https://www.researchgate.net/publication/358950198_Las_relaciones_interpersonales_y_la_calidad_educativa/link/638050ac7b0e356feb7f6222/download?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19

Reátegui Tello, A. (2022). *clima organizacional y calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de Pajarillo, 2022.* Universidad Cesar Vallejo
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/81342/Reategui_TAS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Robbins, S., & Coulter, M. (2018). *Administración*. Pearson. doi:<https://archive.org/details/administracion-10ma-edicion-stephen-p.-robbins-mary-coulter-1>
- Sabastizagal, I., Astete, J., & Benavides, F. (2020). Condiciones de trabajo, seguridad y salud en la población económicamente activa y ocupada en áreas urbanas del Perú. *Exp Salud Publica*, 37 (1), 32-41. <https://www.scielo.org/pdf/rpmesp/2020.v37n1/32-41/es>
- Schein, E. (1985). Organizational Culture and Leadership. *Russischer Sprache erschienen.*, 1-5. https://www.researchgate.net/publication/303188862_Schein_Edgar_H_1985_Organizational_Culture_and_Leadership_San_Francisco_Jossey-Bass_Publishers
- Silvestre, I., & Huaman, C. (2019). *Pasos para elaborar la investigación y la redacción de la tesis universitaria*. Lima: editorial San Marcos.
- Tello, J., & Torres, C. (2020). *el compromiso organizacional y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea sede en la ciudad cajamarca en el año 2020*. https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27764/CAROLINE%20TRACY%20TORRES%20FERNANDEZ%20y%20JHOANA%20VICTORIA%20TELLO%20RABANAL_total_pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Terán, J. (2020). *el clima laboral y calidad de atención en salud en el centro de salud tipo a iess. cotacachi*. Universidad Técnica del Norte <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/10345/2/PG%20788%20TRABAJO%20GRADO.pdf>
- Toapanta, W. (2020). *Análizar el clima organizacional y calidad de atención sanitaria del hospital básico sigchos*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15009/3/T-UCSG-POS-MGSS-248.pdf.pdf>

- Vargas, H., & Guevara, H. (2018). *Clima organizacional y calidad de servicio del hospital María Auxiliadora de Rodríguez de Mendoza 2018*. Universidad Cesar Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27967/vargas_lh.pdf
- Vargas, H., & Guevara, H. (2018). *Clima organizacional y calidad de servicio del hospital María Auxiliadora de Rodríguez de Mendoza 2018*. Universidad Cesar Vallejo
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27967/vargas_lh.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vasquez, K. (2022). *el Nivel de clima organizacional del personal y calidad de atención en pacientes del centro de salud "Llama" Provincia De Chota-Región Cajamarca*. Cajamarca.Universidad Señor de Sipan
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/11372/Vasquez%20Chiroque%20Katherine%20Margarita.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	MARCO TEÓRICO	VARIABLE DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema General: ¿Cuál es la relación entre el clima organizacional y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024?</p>	<p>Objetivo General: Determinar la relación entre el clima organizacional y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024.</p>	<p>Hipótesis General: Existe relación significativa entre el clima organizacional y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024</p>	V1 clima laboral	<p>V1. Clima organizacional</p> <p>D1. Identidad institucional</p> <p>D2. Relaciones interpersonales</p> <p>D3. Condiciones laborales</p>	<p>Tipo de Investigación. Aplicada</p> <p>Nivel de Investigación. Correlacional transversal</p> <p>Diseño de Investigación. No experimental</p> <p>Población 70 trabajadores y la muestra 60 colaboradores del área de servicios generales</p> <p>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</p> <p>Encuestas Cuestionario.</p>
<p>Problemas Específicos</p> <p>¿Cuál es la relación entre la identidad institucional y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024?</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>Determinar la relación entre la identidad institucional y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024</p>	<p>Hipótesis Específicas</p> <p>Existe relación significativa entre la identidad institucional y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024</p>			
<p>¿Cuál es la relación entre las relaciones interpersonales y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024?</p>	<p>Determinar la relación entre las relaciones interpersonales y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024</p>	<p>Existe relación significativa entre las relaciones interpersonales y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024</p>	V2. Calidad del servicio	<p>V2. Calidad de servicio</p> <p>D1. Elementos tangibles</p> <p>D2. Fiabilidad</p> <p>D3. Capacidad de respuesta</p> <p>D4. Empatía</p> <p>D5. Seguridad</p>	
<p>¿Cuál es la relación entre las condiciones laborales y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024?</p>	<p>Determinar la relación entre las condiciones laborales y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024</p>	<p>Existe relación significativa entre las condiciones laborales y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024</p>			

Anexo 2 Tabla de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
V1 Clima organizacional	Hincapié (2019) es la atmosfera propiciada por las acciones de los empleados de una compañía y que se refleja en las actitudes que poseen para interactuar entre sí.	La variable clima organizacional será medido por medio de las acciones identidad instituciones, relaciones interpersonales y condiciones laborales.	Identidad institucional	- Participación laboral - Compromiso laboral - Sentido de pertenencia	Escala Ordinal
			Relaciones interpersonales	- Colaboración entre empleados - Conflictos laborales - Confianza entre empleados	
			Condiciones laborales	- Ambientes físicos - Carga de trabajo - Estabilidad laboral	
V2 Calidad del servicio	Curbelo (2021) es la percepción del cliente sobre la excelencia y satisfacción experimentada al recibir un servicio. Implica la evaluación subjetiva de factores como fiabilidad, responsabilidad, empatía y tangibilidad por parte del cliente (p.23).	La variable calidad de servicio será medido por medio de las acciones elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad	Elementos tangibles	- Limpieza y Mantenimiento - Presentación del Personal - Estado de las Instalaciones	Escala Ordinal
			Fiabilidad	- Cumplimiento de Plazos - Exactitud de la Información - Calidad de la información	
			Capacidad de respuesta	- Tiempo de Respuesta - Flexibilidad del servicio - Orientación del cliente	
			Empatía	- Compromiso con el usuario - Cortesía - Personalización de Servicio	
			Seguridad	- Privacidad y Protección de Datos - Cumplimiento de la normativa - Protocolos de seguridad	

Anexos 3 instrumento de recolección de datos

Cuestionario para medir el clima organizacional

Estimado(a) colaborador(a), la presente servirá para medir el clima organizacional en el en el área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén. Sus respuestas serán tratadas de forma anónima y confidencial, usada exclusivamente para fines de investigación y no serán orientadas para ningún otro propósito, por lo que solicitamos responder con sinceridad, veracidad y total libertad, y no dejar ninguna pregunta sin responder.

Marque con una X la alternativa que usted considere conveniente, de acuerdo al ítem en los casilleros señalados, se agradece su cooperación. Responda utilizando la siguiente escala: Nunca (1) Casi Nunca (2) A Veces (3) Casi Siempre (4) Siempre.

N°	Dimensión 1: IDENTIDAD INSTITUCIONAL	1	2	3	4	5
1	¿Participa de manera activa en todas las actividades laborales y sociales que organiza la institución?					
2	¿Se siente comprometido con el logro de los objetivos de la institución?					
3	¿Experimenta una sensación de pertenencia y reconocimiento dentro de la institución?					
4	¿Percibe que su trabajo en el área es reconocido y valorado por la institución?					
5	¿Percibe que desempeña un papel significativo dentro de su equipo de trabajo?					
	Dimensión 2: RELACIONES INTERPERSONALES					
6	¿Se fomenta una colaboración mutua entre los compañeros de trabajo?					
7	¿Ha observado situaciones específicas de conflicto entre compañeros de equipo en el último período?					
8	¿En caso de surgir conflictos dentro del área, se abordan y resuelven de manera inmediata?					
9	¿Se percibe un nivel de confianza sólido entre los compañeros del área?					
10	¿Se fomenta un ambiente de confianza entre colaboradores y superiores?					
	Dimensión 3: CONDICIONES LABORALES	1	2	3	4	5
11	¿Considera como adecuada la distribución, aseo, iluminación, ventilación, higiene y seguridad en el área de trabajo?					
12	¿Considera que la asignación de la carga laboral en su área de trabajo es justa y equitativa?					
13	¿Considera que la sobrecarga laboral es la causa principal de insatisfacción laboral en su área de trabajo?					

14	¿Considera que en su área que labora se equilibra el trabajo con la vida familiar?					
15	¿Percibe que las políticas laborales propician estabilidad y permanencia en su área de trabajo?					

Questionario para medir la calidad de servicio

Estimado(a) colaborador(a), la presente servirá para medir la calidad del servicio en el área administrativa de la Universidad Nacional de Jaén. Sus respuestas serán tratadas de forma anónima y confidencial, usada exclusivamente para fines de investigación y no serán orientadas para ningún otro propósito, por lo que solicitamos responder con sinceridad, veracidad y total libertad, y no dejar ninguna pregunta sin responder.

Marque con una X la alternativa que usted considere conveniente, de acuerdo al ítem en los casilleros señalados, se agradece su cooperación. Responda utilizando la siguiente escala: Nunca (1) Casi Nunca (2) A Veces (3) Casi Siempre (4) Siempre.

N°	Dimensión 1: ELEMENTOS TANGIBLES	1	2	3	4	5
1	¿Las instalaciones físicas del área son cómodas, limpias y agradables para desempeñar sus laborales?					
2	¿La presentación de los trabajadores del área siempre es prolija y formal?					
3	¿La apariencia de las instalaciones del área están acorde al servicio que se presta al usuario?					
	Dimensión 2: FIABILIDAD	1	2	3	4	5
4	¿Cuándo se promete otorgar un servicio al usuario se ejecuta dentro del plazo establecido?					
5	¿Cuándo el usuario solicita información está siempre se entrega de manera precisa y exacta?					
6	¿Cuándo el usuario solicita información esta se entrega si fallas y errores?					
	Dimensión 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA	1	2	3	4	5
7	¿Las consultas, solicitudes o problemas de los usuarios se resuelven de manera inmediata?					
8	¿El servicio brindado se adapta a las necesidades y expectativas de los usuarios?					
9	¿El servicio brindado se acompaña con orientación pertinente al usuario?					
	Dimensión 3: EMPATÍA	1	2	3	4	5
10	¿El compromiso del personal es constante al otorgar el servicio al usuario?					

11	¿Las interacciones con los usuarios siempre se llevan a cabo de manera cortés y amable?					
12	¿El servicio brindado es personalizado y se adapta a las necesidades específicas del usuario?					
	Dimensión 3: SEGURIDAD	1	2	3	4	5
13	¿Se ha implementado medidas para garantizar la privacidad y protección de los datos del usuario?					
14	¿Se cumple con la normativa de seguridad en cuanto a la protección de los datos del usuario?					
15	¿Se acata los protocolos de seguridad al brindar el servicio al usuario?					

Anexo 4 Evaluación por juicio de expertos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Ricardo Rivera Tantachuco

Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario para medir la sobrecarga de trabajo y la satisfacción laboral".

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre y apellidos:	Ricardo Rivera Tantachuco
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Administración
Áreas de experiencia profesional:	10 años
Institución donde labora:	Universidad Señor de Sipan
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación /Temática (si corresponde)	Administración
Código Orcid	https://orcid.org/0000-0002-1463-4683

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	<i>Cuestionario para medir el clima organizacional y calidad de servicio</i>
Autor (a):	<i>Cruz Chumacero Diana (2023)</i>
Procedencia:	<i>Jaén</i>
Administración:	<i>Aplicación mediante estudio de campo</i>
Tiempo de aplicación:	<i>25 minutos</i>
Ámbito de aplicación:	<i>Personal administrativo del área de servicios generales</i>
Significación:	<i>El objeto es medir si las variables clima organizacional y calidad de servicio se relacionan significativamente en un ambiente de trabajo.</i>

4. Soporte teórico



FORMATO DE VALIDACIÓN

Estimado Juez: leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

Variable/categoría: Clima organizacional
Primera dimensión / subcategoría: Identidad institucional

Objetivos de la dimensión: *Evaluar si el grado de identidad institucional es un factor determinante para el clima organizacional de una entidad del estado.*

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Participación laboral	¿Participa de manera activa en todas las actividades laborales y sociales que organiza la institución?	4	4	4	-
Compromiso laboral	¿Se siente comprometido con el logro de los objetivos de la institución?	4	4	4	-
Sentido de pertenencia	¿Experimenta una sensación de pertenencia y reconocimiento dentro de la institución?	4	4	4	-
	¿Percibe que su trabajo en el área es reconocido y valorado por la institución?	4	4	4	-
	¿Percibe que desempeña un papel significativo dentro de su equipo de trabajo?	3	4	4	-

Segunda dimensión / subcategoría: Relacionales interpersonales

Objetivos de la dimensión: *Evaluar si el grado de relacionales interpersonales es un factor determinante en el clima organizacional de una entidad del estado.*

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Colaboración entre empleados	¿Se fomenta una colaboración mutua entre los compañeros de trabajo?	4	4	4	-
Conflictos laborales	¿Ha observado situaciones específicas de conflicto entre compañeros de equipo en el último periodo?	4	4	4	-
	¿En caso de surgir conflictos dentro del área, se abordan y resuelven de manera inmediata?	3	4	4	-
Confianza entre empleados	¿Se percibe un nivel de confianza sólido entre los compañeros del área?	4	4	4	-
	¿Se fomenta un ambiente de confianza entre colaboradores y superiores?	4	4	4	-

Tercera dimensión / subcategoría: Condiciones de trabajo

Objetivos de la dimensión: *Evaluar si la Condiciones de trabajo es un factor determinante para el clima organizacional de una entidad del estado.*

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Ambientes físicos	¿Considera como adecuada la distribución, aseo, iluminación, ventilación, higiene y seguridad en el área de trabajo?	4	4	4	-
Carga de trabajo	¿Considera que la asignación de la carga laboral en su área de trabajo es justa y equitativa?	4	4	4	-
	¿Considera que la sobrecarga laboral es la causa principal de insatisfacción laboral en su área de trabajo?	4	4	4	-
	¿Considera que en su área que labora se equilibra el trabajo con la vida familiar?	4	4	4	-
Estabilidad laboral	¿Percibe que las políticas laborales propician estabilidad y permanencia en su área de trabajo?	4	4	4	-

Variable/categoría: CALIDAD DE SERVICIO
Primera dimensión / subcategoría: ELEMENTOS TANGIBLES

Objetivos de la dimensión: *Medir el grado de los elementos tangibles como factor de la calidad de servicio*

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Limpieza y Mantenimiento	¿Las instalaciones físicas del área son cómodas, limpias y agradables para desempeñar sus laborales?	4	4	4	-
Presentación del Personal	¿La presentación de los trabajadores del área siempre es prolija y formal?	4	4	4	-
Estado de las Instalaciones	¿La apariencia de las instalaciones del área están acorde al servicio que se presta al usuario?	4	4	4	-

Segunda dimensión / subcategoría: Fiabilidad
Objetivos de la dimensión: Medir el nivel de fiabilidad como factor de la calidad del servicio.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Cumplimiento de Plazos	¿Cuándo se promete otorgar un servicio al usuario se ejecuta dentro del plazo establecido?	4	4	4	-
Exactitud de la Información	¿Cuándo el usuario solicita información está siempre se entrega de manera precisa y exacta?	4	4	4	
Calidad de la información	¿Cuándo el usuario solicita información esta se entrega si fallas y errores?	4	4	4	

Tercera dimensión / subcategoría: capacidad de respuesta
Objetivos de la dimensión: Medir el nivel de capacidad de respuesta como factor de la calidad del servicio

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Tiempo de Respuesta	¿Las consultas, solicitudes o problemas de los usuarios se resuelven de manera inmediata?	4	4	4	-
Flexibilidad del servicio	¿El servicio brindado se adapta a las necesidades y expectativas de los usuarios?	4	4	4	
Orientación del cliente	¿El servicio brindado se acompaña con orientación pertinente al usuario?	3	4	4	-

Cuarta dimensión / subcategoría: empatía
Objetivos de la dimensión: Medir el grado de empatía como factor de la calidad de servicio.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Compromiso con el usuario	¿El compromiso del personal es constante al otorgar el servicio al usuario?	4	4	4	-
Cortesía	¿Las interacciones con los usuarios siempre se llevan a cabo de manera cortés y amable?	4	4	4	-
Personalización de Servicio	¿El servicio brindado es personalizado y se adapta a las necesidades específicas del usuario?	4	4	4	

Quinta dimensión / subcategoría: Seguridad
Objetivos de la dimensión: Medir el grado de seguridad como factor de calidad de servicio.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Privacidad y Protección de Datos	¿Se ha implementado medidas para garantizar la privacidad y protección de los datos del usuario?	4	4	4	-
Cumplimiento de la normativa	¿Se cumple con la normativa de seguridad en cuanto a la protección de los datos del usuario?	4	4	4	-
Protocolos de seguridad	¿Se acata los protocolos de seguridad al brindar el servicio al usuario?	4	4	4	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Conformidad en la claridad de preguntas.

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

Apellidos y nombres del juez evaluador: Mg. Ricardo Rivera Tantachuco

Especialidad del evaluador: Maestro en Administración de Negocios

18 de diciembre de 2023.



 Firma del evaluador
 DNI: 17634312



Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Arellano Lachapell Ademar

Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario para medir la sobrecarga de trabajo y la satisfacción laboral".

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre y apellidos:	Ademar Arellano Lachapell
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Administración
Áreas de experiencia profesional:	18 años
Institución donde labora:	Universidad Particular los Angeles de Chimbote
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación /Temática (si corresponde)	Administración
Código Orcid	https://orcid.org/0000-0003-2812-7591

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	<i>Cuestionario para medir el clima organizacional y calidad de servicio</i>
Autor (a):	<i>Cruz Chumacero Diana (2023)</i>
Procedencia:	<i>Jaén</i>
Administración:	<i>Aplicación mediante estudio de campo</i>
Tiempo de aplicación:	<i>25 minutos</i>
Ámbito de aplicación:	<i>Personal administrativo del área de servicios generales</i>
Significación:	<i>El objeto es medir si las variables clima organizacional y calidad de servicio se relacionan significativamente en un ambiente de trabajo.</i>

4. Soporte teórico



FORMATO DE VALIDACIÓN

Estimado Juez: leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

Variable/categoría: Clima organizacional

Primera dimensión / subcategoría: Identidad institucional

Objetivos de la dimensión: *Evaluar si el grado de identidad institucional es un factor determinante para el clima organizacional de una entidad del estado.*

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Participación laboral	¿Participa de manera activa en todas las actividades laborales y sociales que organiza la institución?	4	4	4	-
Compromiso laboral	¿Se siente comprometido con el logro de los objetivos de la institución?	4	4	4	-
Sentido de pertenencia	¿Experimenta una sensación de pertenencia y reconocimiento dentro de la institución?	4	4	4	-
	¿Percibe que su trabajo en el área es reconocido y valorado por la institución?	4	4	4	-
	¿Percibe que desempeña un papel significativo dentro de su equipo de trabajo?	4	4	4	-

Segunda dimensión / subcategoría: Relacionales interpersonales

Objetivos de la dimensión: *Evaluar si el grado de relacionales interpersonales es un factor determinante en el clima organizacional de una entidad del estado.*

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Colaboración entre empleados	¿Se fomenta una colaboración mutua entre los compañeros de trabajo?	4	4	4	-
Conflictos laborales	¿Ha observado situaciones específicas de conflicto entre compañeros de equipo en el último periodo?	4	4	4	-
	¿En caso de surgir conflictos dentro del área, se abordan y resuelven de manera inmediata?	4	4	4	-
Confianza entre empleados	¿Se percibe un nivel de confianza sólido entre los compañeros del área?	4	4	4	-
	¿Se fomenta un ambiente de confianza entre colaboradores y superiores?	4	4	4	-

Tercera dimensión / subcategoría: Condiciones de trabajo

Objetivos de la dimensión: *Evaluar si la Condiciones de trabajo es un factor determinante para el clima organizacional de una entidad del estado.*

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Ambientes físicos	¿Considera como adecuada la distribución, aseo, iluminación, ventilación, higiene y seguridad en el área de trabajo?	4	4	4	-
Carga de trabajo	¿Considera que la asignación de la carga laboral en su área de trabajo es justa y equitativa?	4	4	4	-
	¿Considera que la sobrecarga laboral es la causa principal de insatisfacción laboral en su área de trabajo?	4	4	4	-
	¿Considera que en su área que labora se equilibra el trabajo con la vida familiar?	4	4	4	-
Estabilidad laboral	¿Percibe que las políticas laborales propician estabilidad y permanencia en su área de trabajo?	4	4	4	-

Variable/categoría: CALIDAD DE SERVICIO
Primera dimensión / subcategoría: ELEMENTOS TANGIBLES

Objetivos de la dimensión: *Medir el grado de los elementos tangibles como factor de la calidad de servicio*

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Limpieza y Mantenimiento	¿Las instalaciones físicas del área son cómodas, limpias y agradables para desempeñar sus laborales?	4	4	4	-
Presentación del Personal	¿La presentación de los trabajadores del área siempre es prolija y formal?	4	4	4	-
Estado de las Instalaciones	¿La apariencia de las instalaciones del área están acorde al servicio que se presta al usuario?	4	4	4	-

Segunda dimensión / subcategoría: Fiabilidad
Objetivos de la dimensión: Medir el nivel de fiabilidad como factor de la calidad del servicio.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Cumplimiento de Plazos	¿Cuándo se promete otorgar un servicio al usuario se ejecuta dentro del plazo establecido?	4	4	4	-
Exactitud de la Información	¿Cuándo el usuario solicita información está siempre se entrega de manera precisa y exacta?	4	4	4	
Calidad de la información	¿Cuándo el usuario solicita información esta se entrega si fallas y errores?	4	4	4	

Tercera dimensión / subcategoría: capacidad de respuesta
Objetivos de la dimensión: Medir el nivel de capacidad de respuesta como factor de la calidad del servicio

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Tiempo de Respuesta	¿Las consultas, solicitudes o problemas de los usuarios se resuelven de manera inmediata?	4	4	4	-
Flexibilidad del servicio	¿El servicio brindado se adapta a las necesidades y expectativas de los usuarios?	4	4	4	
Orientación del cliente	¿El servicio brindado se acompaña con orientación pertinente al usuario?	4	4	4	-

Cuarta dimensión / subcategoría: empatía
Objetivos de la dimensión: Medir el grado de empatía como factor de la calidad de servicio.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Compromiso con el usuario	¿El compromiso del personal es constante al otorgar el servicio al usuario?	4	4	4	-
Cortesía	¿Las interacciones con los usuarios siempre se llevan a cabo de manera cortés y amable?	4	4	4	-
Personalización de Servicio	¿El servicio brindado es personalizado y se adapta a las necesidades específicas del usuario?	4	4	4	

Quinta dimensión / subcategoría: Seguridad
Objetivos de la dimensión: Medir el grado de seguridad como factor de calidad de servicio.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Privacidad y Protección de Datos	¿Se ha implementado medidas para garantizar la privacidad y protección de los datos del usuario?	4	4	4	-
Cumplimiento de la normativa	¿Se cumple con la normativa de seguridad en cuanto a la protección de los datos del usuario?	4	4	4	-
Protocolos de seguridad	¿Se acata los protocolos de seguridad al brindar el servicio al usuario?	4	4	4	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Conformidad en la claridad de preguntas.

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

Apellidos y nombres del juez evaluador: Mg. Ademar Arellano Lachapell

Especialidad del evaluador: Maestro en Administración de Negocios

18 de diciembre de 2023.



 Mg. Ademar Arellano Lachapell
 ADMINISTRADOR

 Firma del evaluador
 DNI: 02892201

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Méndez Gutiérrez Leidy Lucia

Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario para medir la sobrecarga de trabajo y la satisfacción laboral".

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre y apellidos:	Leidy Lucia Méndez Gutiérrez
Grado profesional:	Maestría () Doctor (x)
Área de formación académica:	Administración
Áreas de experiencia profesional:	8 años
Institución donde labora:	UCV - UPN
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación /Temática (si corresponde)	Administración
Código Orcid	https://orcid.org/0000-0003-2675-8090

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	<i>Cuestionario para medir el clima organizacional y calidad de servicio</i>
Autor (a):	<i>Cruz Chumacero Diana (2023)</i>
Procedencia:	<i>Jaén</i>
Administración:	<i>Aplicación mediante estudio de campo</i>
Tiempo de aplicación:	<i>25 minutos</i>
Ámbito de aplicación:	<i>Personal administrativo del área de servicios generales</i>
Significación:	<i>El objeto es medir si las variables clima organizacional y calidad de servicio se relacionan significativamente en un ambiente de trabajo.</i>

Segunda dimensión / subcategoría: Fiabilidad
Objetivos de la dimensión: Medir el nivel de fiabilidad como factor de la calidad del servicio.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Cumplimiento de Plazos	¿Cuándo se promete otorgar un servicio al usuario se ejecuta dentro del plazo establecido?	4	4	4	-
Exactitud de la Información	¿Cuándo el usuario solicita información está siempre se entrega de manera precisa y exacta?	4	4	4	
Calidad de la información	¿Cuándo el usuario solicita información esta se entrega si fallas y errores?	4	4	4	

Tercera dimensión / subcategoría: capacidad de respuesta
Objetivos de la dimensión: Medir el nivel de capacidad de respuesta como factor de la calidad del servicio

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Tiempo de Respuesta	¿Las consultas, solicitudes o problemas de los usuarios se resuelven de manera inmediata?	4	4	4	-
Flexibilidad del servicio	¿El servicio brindado se adapta a las necesidades y expectativas de los usuarios?	4	4	4	
Orientación del cliente	¿El servicio brindado se acompaña con orientación pertinente al usuario?	4	4	4	-

Cuarta dimensión / subcategoría: empatía
Objetivos de la dimensión: Medir el grado de empatía como factor de la calidad de servicio.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Compromiso con el usuario	¿El compromiso del personal es constante al otorgar el servicio al usuario?	4	4	4	-
Cortesía	¿Las interacciones con los usuarios siempre se llevan a cabo de manera cortés y amable?	4	4	4	-
Personalización de Servicio	¿El servicio brindado es personalizado y se adapta a las necesidades específicas del usuario?	4	4	4	

Quinta dimensión / subcategoría: Seguridad
Objetivos de la dimensión: Medir el grado de seguridad como factor de calidad de servicio.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Privacidad y Protección de Datos	¿Se ha implementado medidas para garantizar la privacidad y protección de los datos del usuario?	4	4	4	-
Cumplimiento de la normativa	¿Se cumple con la normativa de seguridad en cuanto a la protección de los datos del usuario?	4	4	4	-
Protocolos de seguridad	¿Se acata los protocolos de seguridad al brindar el servicio al usuario?	4	4	4	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Conformidad en la claridad de preguntas.

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

Apellidos y nombres del juez evaluador: Mg. Leidy Lucia Méndez Gutiérrez

Especialidad del evaluador: Licenciada en Administración, Maestra en Administración de Negocios MBA, Magister en Gestión Pública

30 de diciembre de 2023.



 Miembro del Jurado Evaluador
 CLAD - N°29956

 Firma del evaluador
 DNI: 46215770

Anexo 5: Modelo del consentimiento informado



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Consentimiento informado (*)

Título de la investigación: Clima Organizacional y Calidad de Servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024.

Investigador (a) (es): CRUZ CHUMACERO DIANA

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Clima Organizacional y Calidad de Servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024.", cuyo objetivo es determinar la relación entre el clima organizacional y la calidad del servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024. Esta investigación es desarrollada por estudiantes (de pregrado) de la carrera profesional administración del programa académico taller de elaboración de tesis, de la Universidad César Vallejo del campus Chiclayo, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución:



Colaboradores del Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén

Describir el impacto del problema de la investigación.

La realidad problemática presentada es referente al deficiente clima organizacional que presentan los colaboradores del Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, el cual es consecuencia de diversos factores, teniendo como consecuencias, la falta de identidad institucional, deficiente relaciones impersonales y precarias condiciones laborales.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: "Clima Organizacional y Calidad de Servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024". Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 15 minutos y se realizará sus puestos que labora cada trabajador. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

Participación voluntaria (principio de autonomía):

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

Riesgo (principio de No maleficencia):

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

Beneficios (principio de beneficencia):





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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



Confidencialidad (principio de justicia):

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

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con las

Investigador (a):

Cruz Chumacero, Diana email: dianacrzychumacero@gmail.com

Docente asesor:

Méndez Gutiérrez, Leidy Lucia email: lmendezgut@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Susan Paola Soto Ludeña

Fecha y hora: 28 Noviembre 2023

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

Anexo 6 Fiabilidad del instrumento

Fiabilidad de cuestionario de clima organizacional

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,879	15

Fiabilidad de cuestionario de calidad de servicio

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,858	15

Fiabilidad total

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,923	30

Anexo 7 autorización para la ejecución de la investigación



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JAÉN
RESOLUCIÓN N°002-2018-SUNEDUCD
Creada por Ley N° 29304
DIRECCION GENERAL DE ADMINISTRACION
"Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo"



Jaén, 28 de noviembre del 2023

Srta:

Diana Cruz Chumacero

Bach. En Administración y Negocios Internacionales.


Presente. –

Yo, **ELVIS ELMER CONDORI ARDILES**, Identificado con DNI N° 01297828 en mi calidad de Director General de Administración de la Institución Universidad Nacional de Jaén, con RUC N°20487463737, ubicada en la Carretera Jaén – San Ignacio km24 Sector Yanuyacu.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

A la Srta. Diana Cruz Chumacero, con DNI N°72169471, Bachiller de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo; en nuestra Institución para ejecución de su proyecto de investigación denominado "Clima Organizacional y Calidad de Servicio en el Área de Servicios Generales de la Universidad Nacional de Jaén, 2024." con la finalidad de que pueda aplicar los instrumentos respectivos; en caminados a evaluar el clima organizacional y calidad de servicio, donde todos los trabajadores serán partícipes de dicha aplicación.

Cordialmente.


UNIVERSIDAD NACIONAL DE JAÉN
CPC **Elvis Elmer Condori Ardiles**
DIRECTOR GENERAL DE ADMINISTRACIÓN

Firma y sello

DNI: 01297828