



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Clima organizacional y calidad de servicio de una agencia
bancaria ubicada en los Olivos, 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Morales Silva, Almendra Danae (ORCID: 0000-0001-8208-6124)

ASESOR:

Mgtr. Fernández Bedoya, Víctor Hugo (ORCID: 0000-0002-2464-6477)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

Dedico este trabajo, a Dios por la creación
A mi madre porque es mi motor por la vida.
Y a mis hermanas por su apoyo y
motivación constante para alcanzar mi
objetivo.

Agradecimiento

Al divino hacedor por darnos la vida, y a la Universidad César Vallejo por darme la oportunidad de realizar mis estudios para cumplir el rol protagónico al servicio de la sociedad, a todos los que nos formaron desde nuestra niñez; maestros, amigos, y asesor para mantener y tener viva la conciencia por conocer.

Índice de contenidos

| | |
|--|------|
| Carátula | i |
| Dedicatoria..... | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Índice de contenidos | iv |
| Índice de tablas..... | vi |
| Índice de gráficos y figuras..... | vii |
| Resumen | viii |
| Abstract..... | ix |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO | 4 |
| III. METODOLOGÍA | 13 |
| 3.1 Tipo y diseño de investigación | 13 |
| 3.2 Variables, operacionalización..... | 13 |
| 3.3 Población, muestra y muestreo..... | 14 |
| 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 15 |
| 3.5 Procedimientos | 17 |
| 3.6 Método de análisis de datos..... | 17 |
| 3.7 Aspectos éticos..... | 18 |
| IV. RESULTADOS | 20 |
| V. DISCUSIÓN..... | 31 |
| VI. CONCLUSIONES | 37 |
| VII. RECOMENDACIONES..... | 38 |
| REFERENCIAS BILIOGRÁFICAS | 39 |
| ANEXOS..... | |
| Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables | |
| Anexo 2: Cuestionario | |
| Anexo 3: Matriz de consistencia – Proyecto de Investigación..... | |
| Anexo 4: Detalle de la empresa anonimizada..... | |
| Anexo 5: Consentimiento informado..... | |
| Anexo 6: Ficha de validación de expertos | |
| Anexo 7: Resultados de validez: aplicabilidad por juicio de expertos..... | |
| Anexo 8: Resultados de validez: Calculo de V. de AIKEN | |
| Anexo 9: Resultados de validez: Coeficiente de V. DE AIKEN | |
| Anexo 10: Resultados de fiabilidad: coeficiente Alfa de Cronbach general, por variables y dimensiones | |

| | |
|---|--|
| Anexo 11: Resultados de fiabilidad: Coeficiente de dos mitades de Guttman | |
| Anexo 12: Resultados de fiabilidad: Coeficiente Alfa de Cronbach general si se elimina algún elemento | |
| Anexo 13: Cálculo de la muestra | |
| Anexo 14: Evidencia de recolección de datos | |
| Anexo 15: Base de datos..... | |
| Anexo 16: Resultados descriptivos por ítem | |
| Anexo 17: Resultados de Turnitin..... | |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Distribución de población | 14 |
| Tabla 2 Valoración del coeficiente de alfa de Cronbach y dos mitades de Guttman | 16 |
| Tabla 3 Valoración del coeficiente Rho Spearman | 18 |
| Tabla 4 Prueba de Normalidad: Kolmogórov-Smirnov | 20 |
| Tabla 5 Estadísticos descriptivos generales | 21 |
| Tabla 6 Resultados descriptivos ítem por ítem | 23 |
| Tabla 7 Valoración del coeficiente Rho Spearman | 27 |
| Tabla 8 Prueba de Hipótesis: Rho de Spearman | 28 |

Índice de gráficos y figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1. Detalle gráfico de hipótesis formuladas | 3 |
| Figura 2. Modelo de Motivación | 7 |
| Figura 3. Modelo de Likert..... | 8 |
| Figura 4. Modelo SERVQUAL | 9 |
| Figura 5. Distribución de Ítems | 15 |
| Figura 6. Detalle Grafico de la Prueba de Hipótesis | 30 |

Resumen

Investigación que tuvo como objetivo determinar la relación del clima organizacional (y de sus dimensiones satisfacción laboral, valores, actitudes y opiniones de los empleados) con la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en los Olivos, en el año 2019. Estudio de enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel relacional y descriptivo, diseño no experimental con corte transversal. Población de 135 trabajadores de dicha empresa, muestra de 101 (muestreo probabilístico). La técnica empleada fue la encuesta en modalidad presencial. El instrumento constó de 32 ítems en total, validado cualitativamente y cuantitativamente, con el aval de 6 jueces expertos y el coeficiente V. Aiken de 0,96; los resultados de confiabilidad arrojaron valores de 0,998 de alfa de Cronbach general y 0,996 y 0,997 de dos mitades de Guttman. Se calcularon resultados de normalidad, estadísticos descriptivos generales e individuales, además de inferenciales. Se concluyó que el clima organizacional se relaciona positiva y altamente con la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en los Olivos, 2019 ($p. < 0,05$; $r = 0,885$), al igual que sus dimensiones ($p. < 0,05$; $r = 0,338$; 0,659; 0,651; 0,338).

Palabras clave: Clima organizacional, Calidad de servicio, Gestión de organizaciones.

Abstract

Research that aimed to determine the relationship between the organizational climate (and its dimensions work satisfaction, values, attitudes and opinions of employees) with the quality of service of a banking agency located in the Olivos, in the year 2019. Study of quantitative approach, applied type, relational and descriptive level, non-experimental design with cross section. Population of 135 workers in that company, sample of 101 (probability sample). The technique used was the face-to-face survey. The instrument consisted of 32 items in total, validated qualitatively and quantitatively, with the endorsement of 6 expert judges and the V. Aiken coefficient of 0.96; the reliability results showed values of 0.998 of general Cronbach's alpha and 0.996 and 0.997 of two Guttman halves. Normality results, general and individual descriptive statistics, and inferences were calculated. It was concluded that the organizational climate is positively and highly related to the quality of service of a banking agency located in Los Olivos, 2019 ($p. < 0.05$; $r = 0.885$), as well as its dimensions ($p. < 0.05$; $r = 0.338$; 0.659 ; 0.651 ; 0.338).

Keywords: Organizational climate, Quality of service, Management of organizations.

I. INTRODUCCIÓN

Las empresas de hoy buscan mejorar sus procesos de manera más eficiente y eficaz, en donde el clima de trabajo en las organizaciones tiene un papel importante, por lo que cuenta con características del medio ambiente en el que trabajamos, el percibimos de forma diferente e impactan de alguna manera en el comportamiento y también afecta el rendimiento en su lugar de trabajo por ende la calidad en el servicio que se brinda a los clientes.

De acuerdo con Debate según de la Organización Mundial de la Salud (2019), hace apenas dos años, el 75 por ciento de los mexicanos presentaba estrés laboral, cifra por encima de China (73%) y Estados Unidos (59%). por ello es importante crear una cultura de prevención encaminada a producir bienestar laboral y incrementar la calidad de vida de los colaboradores de las instituciones.

En **contexto nacional** el Diario Gestión (2019), dice que el 86% de renuncias se debe a un inadecuado clima laboral lo cual en muchas ocasiones se debe al trato otorgado por los jefes. La mala comunicación tiene un papel importante ya que afecta o influye la efectividad, por ende, en la mejora continua.

De acuerdo con Grande y Abascal (2017) los problemas son la causa que nos invita a desarrollar una investigación.

En ese sentido, el **problema general** fue: ¿Existe relación ente el clima organizacional y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019?

En cuanto a los **problemas específicos**, estos fueron: ¿Existe relación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019?; ¿Existe relación entre los valores y la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019?; ¿Existe relación entre las actitudes y la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019?; y ¿Existe relación entre las opiniones de los empleados y la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019?.

De acuerdo con Bernal (2010) la **justificación** una investigación tiene como eje principal la resolución de problemas; por ende, es importante dar a conocer los

motivos por los que se realizara. Asimismo, se establece su cubrimiento o dimensión para conocer su viabilidad, los tipos de justificación son teórica, metodológica y práctica.

En cuanto a la **justificación teórica**, este proyecto se justifica en el sentido de que toma como la posible relación de los factores que inciden en el clima organizacional y su repercusión en la calidad de servicio de la agencia bancaria en los Olivos.

En cuanto a la **justificación metodológica**, se orientó a establecer las causas más relevantes del clima organizacional y calidad de servicio, lo cual conlleva a un mayor desenvolvimiento tanto en el área personal como profesional, lo que conllevara en mayores beneficios laborales.

En cuanto a la **justificación práctica**, este proyecta en el sentido de que los resultados obtenidos relacionados con el clima de trabajo en las organizaciones y la calidad de servicio de una agencia bancaria se estableció estrategias que estarán orientadas a aumentar la motivación, identidad con la organización y beneficios para lograr que los colaboradores incrementen sus niveles de efectividad.

De acuerdo con Pájaro (2002) la **hipótesis** es la guía que ayuda a encaminar la generación de conocimiento científico. De manera que cualquier investigador está en la obligación de formular una o varias hipótesis, que una vez corroboradas permiten generar conocimiento científico.

En ese sentido, la **hipótesis general** fue: Existe relación entre el clima organizacional y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019.

En cuanto a las **hipótesis específicas**, estas fueron: Existe relación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019; Existe relación entre los valores y la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019; Existe relación entre las actitudes y la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019; y Existe relación entre las opiniones de los empleados y la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019.

De acuerdo con Gómez (2012) los objetivos son la guía del estudio y deben estar expresadas con claridad para evitar confusiones durante el proceso de la investigación. Un objetivo establece los alcances del trabajo y para que se estudia el tema.

En ese sentido, el **objetivo general** fue: Identificar la relación entre el clima organizacional y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019.

En cuanto a los **objetivos específicos**, estos fueron: Identificar cómo se relacionan la satisfacción laboral y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019; Identificar cómo se relacionan los valores y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019; Identificar cómo se relacionan las actitudes y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019; e Identificar cómo se relacionan las opiniones de los empleados y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019.

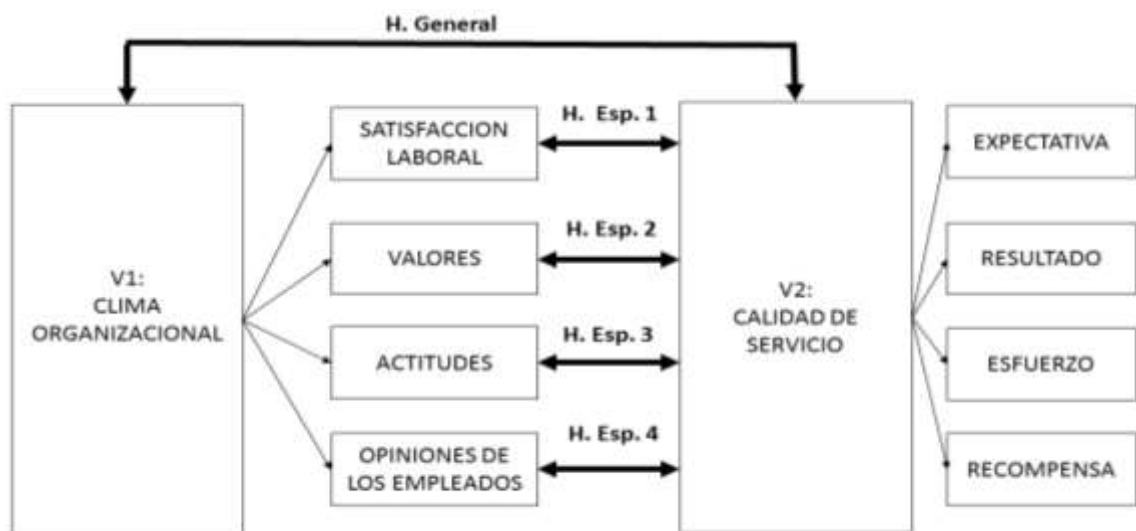


Figura 1. Detalle gráfico de hipótesis formuladas

Fuente: La autora

II. MARCO TEÓRICO

Los principales **trabajos previos** para el estudio son:

En San Francisco (Venezuela), Menegaldo (2011), en su trabajo titulado La calidad de servicio y satisfacción de los clientes del canal mayorista de las Empresas de Helados del Municipio San Francisco -Venezuela, tuvo como objetivo identificar qué relación hay entre la calidad de servicio y satisfacción. Esta investigación es de nivel correlacional, corte transversal, diseño no experimental. Se utilizó el programa SPSS para el análisis de datos. En conclusión, como resultado, el coeficiente de Rho spearman fue de 0,903, por lo tanto, ambas variables están directamente relacionadas.

En México, Juárez (2012), en la reciente investigación titulada Clima Organizacional y Satisfacción Laboral en los trabajadores del Hospital General Regional 72 del Instituto Mexicano del Seguro Social, tuvo como objetivo establecer la relación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral en los trabajadores. El estudio fue de tipo observacional, de corte transversal, de nivel descriptivo, analítico. Como resultado el coeficiente Rho spearman fue de 0.83 con significación bilateral de 0,001, por ende, ambas variables se encuentran relacionadas en el contexto estudiado.

En Valencia (España), Pătraș, Martínez-Tur, Estreder, Gracia, Moliner y Peiró (2018) en su reciente investigación titulada Organizational performance focused on users' quality of life: The role of service climate and "contribution-to-others", este estudio puso a prueba la mediación del clima de servicio entre los empleados y las empresas. Como resultado se obtuvo un aumento significativo de relación entre el bienestar de las personas y el clima de servicio ($r = 0,21$; $p < 0,01$) y un vínculo positivo entre el clima de servicio y el rendimiento centrado en la calidad de vida ($r = 0,15$; $p < 0,01$). La relación del rendimiento centrado en la calidad de vida no fue significativa.

En Trujillo (Perú), Avalos (2019) en su tesis de maestría Clima organizacional y Calidad del servicio educativo en la Institución Educativa N° 80372 – Cushcanday – Agallpampa- Otuzco - La Libertad – 2019, presentó una investigación de tipo básica, de nivel correlacional, de enfoque cuantitativo y diseño no experimental.

Cuya finalidad fue determinar si existe relación entre clima organizacional y la calidad de servicio en una institución educativa. Mediante la prueba de rho de Spearman, cuyo resultado de grado de correlación de $R= 0.913$ con nivel de significancia al 1% ($p<0.01$) se logró dar validez a su hipótesis, por cuanto se concluyó que ambas variables se relacionan fuertemente en el entorno de investigación.

En Chimbote (Perú), Alva (2017) en la reciente investigación titulada “Clima organizacional y su relación con la calidad de servicio al usuario en el Módulo Penal de la Corte Superior de Justicia de Ancash-Huaraz, 2017”, presentó una investigación de tipo aplicada, nivel correlacional, enfoque cuantitativo, diseño no experimental. El objetivo de esta investigación fue determinar la relación entre el clima organizacional y la calidad de servicio a los usuarios. Dando como resultado una significancia del 5% (0.05), en la prueba de Chi- cuadrado de Spearman $X^2_{0}=0,529$, por lo cual se concluyó que no hay relación significativa entre las variables.

En Barranca (Perú), Calero (2018) en su investigación titulada “Clima organizacional y calidad de servicio en la Municipalidad de Barranca, 2018”, presento una investigación de tipo básica, nivel correlacional, enfoque cuantitativo, diseño no experimental. El objetivo de esta investigación fue determinar la relación entre el clima organizacional y calidad de servicio de una municipalidad. A través de la prueba Rho Spearman se obtuvo como resultado el coeficiente de correlación de 0.718 y significación bilateral de $p< 0.005$, con lo se concluye que existe relación significativa entre ambas variables en el entorno del estudio.

En Barranca (Perú), Fiestas (2018) en su investigación titulada “Clima organizacional y calidad de servicio en el Hospital de Barranca, 2018”, presento una investigación de tipo aplicada, nivel correlacional, enfoque cuantitativo, diseño no experimental. El objetivo de esta investigación fue determinar la relación entre el clima organizacional y calidad de servicio de un hospital. A través de la prueba Rho Spearman se obtuvo como resultado el coeficiente de correlación de 0.188 y significación bilateral de $p< 0.004$, por lo se concluye que existe relación significativa positiva débil entre ambas variables en el entorno del estudio.

En Lima (Perú), Medina (2017), en su tesis titulada Clima organizacional y calidad de servicio en la agencia de viajes Inkaland Treks de la provincia de Huaraz

– Ancash, 2017, presentó una investigación de tipo aplicada, nivel correlacional, enfoque cuantitativo, diseño no experimental. El objetivo de este estudio fue determinar si existe relación entre clima organizacional y la calidad de servicio en una agencia de viajes. Mediante la prueba de rho de Spearman, cuyo resultado de grado de correlación de 0,543 se logró dar validez a su hipótesis, por lo que se concluyó que hay una relación moderada entre las variables en el entorno estudiado.

En Lima (Perú), Vargas y Guevara (2018) en su investigación Clima organizacional y calidad de servicio del hospital María Auxiliadora de Rodríguez de Mendoza, cuyo objetivo fue determinar la relación entre clima organizacional y calidad de servicio de salud en un hospital. Mediante la prueba de Chi- cuadrado de Pearson el cual tuvo como resultado un coeficiente de 24.240 y significancia bilateral de 0,001, lo que significa que existe relación entre las variables en el ambiente estudiado.

En Lima (Perú), Mayarí (2017), en una reciente investigación para la Universidad Cesar Vallejo, presento un trabajo titulado Clima organizacional y la calidad de servicio en la división comercial del Banco de Crédito del Perú, en el distrito de Comas para obtener el grado de maestro en administración de negocios MBA. Este trabajo fue de tipo básica cuyo objetivo de investigación fue identificar la relación entre las variables clima organizacional y calidad de servicio. El diseño de esta investigación fue no experimental, a través de la correlación de spearman cuyo coeficiente fue de 0,738, se concluyó que existe una relación significativa entre las variables estudiadas.

Sobre clima organizacional, la **teoría relacionada** a este tema es la propuesta por Litwin y Stringer (2015), en su modelo de motivación, donde determinaron que la productividad está relacionada con el comportamiento de las personas en el entorno laboral. Este modelo está dividido en tres categorías de necesidades motivacionales (poder, afiliación y logro), este planteamiento sostiene que las personas con alto sentido de logro se arriesgan con objetivo más difíciles.

Este modelo propone la existencia de 9 dimensiones las cuales son las siguientes:

Estructura: Este es la representación de lo que los trabajadores perciben de la empresa en cuanto a tramites, procedimientos y limitaciones para desarrollar sus labores.

Responsabilidad: Se refiere a como los colaboradores perciben su libertad en la toma de decisiones con respecto a su trabajo.

Recompensa: Es la percepción de los trabajadores en torno a las recompensas otorgadas con respecto a su trabajo.

Riesgos: Hace referencia a si el trabajador siente que su trabajo le impone desafíos en el desarrollo del mismo.

Cordialidad: Se refiere a como el trabajo percibe el ambiente en su lugar de trabajo y las relaciones con sus compañeros y jefes.

Cooperación: Mide el apoyo que obtiene por parte de la organización.

Estándares: Mide la manera en que los colaboradores cumplen con las normas de rendimiento.

Conflictos: Se refiere a como los empleados perciben la manera en que los jefes los escuchan y resuelven los problemas cuando estos surgen.

Identidad: Es la manera en la que los trabajadores se sienten involucrados con la organización.

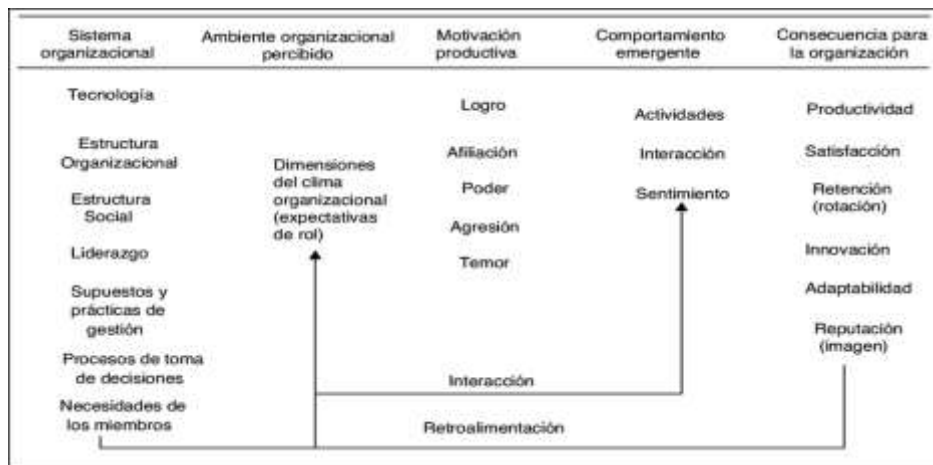


Figura 2. Modelo de Motivación

Fuente: Litwin y Stringer (2015)

Otra **teoría** sobre clima organizacional fue la **expuesta por Likert**, (1961) que sostuvo que hay variable que influyen en la forma que se percibe el clima laboral, las cuales son:

Causales: La cual está compuesta por la estructura, forma de administración, normas establecidas y toma de decisiones de las organizaciones.

Intervinientes: Están compuestas por motivaciones, actitudes y comunicación.

Dependientes: Los resultados de la organización (productividad, ganancias-pérdidas logradas).

Estas variables impactan en la manera en que lo miembros de la organización perciben el clima de la misma. Por lo que es de importancia que se perciba un buen clima ya que, de ello dependen el comportamiento y actitudes de las personas sean los esperados y así poder lograr las metas de las organizaciones.

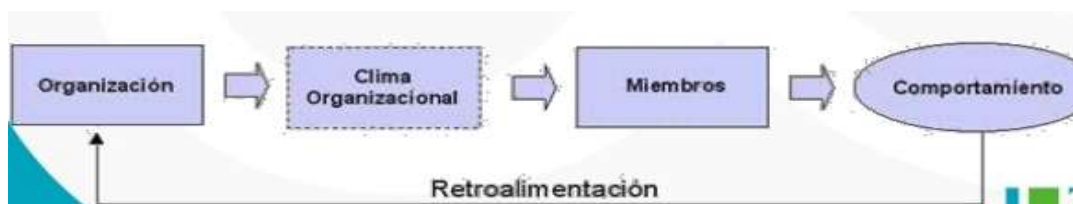


Figura 3. Modelo de Likert

Fuente: Likert (1961)

Sobre calidad de servicio, la **teoría relacionada** a este tema es la propuesta es la propuesta por Zeithaml, Berry y Parasuraman (1988) en su modelo centra las estrategias y procesos que las organizaciones deben implementar para alcanzar una calidad óptima para los clientes.

Brecha 1: Se refiere a la relación entre lo que la empresa entiende sobre expectativas y lo que este realmente espera los clientes.

Brecha 2: Se refiere a los problemas que puedan surgir sino se logra cumplir con los estándares que los clientes tienen como expectativa.

Brecha 3: Una vez establecidos diseños y estándares, se debe contar con sistemas, procedimientos y personal capacitado que aseguren que el servicio sea de calidad o incluso puedan superar las formas establecidas.

Brecha 4: La organización tiene todo lo que es necesario para superar con efectividad las expectativas, por lo cual se deben asegurar de que estas cumplan con todo lo ofrecido los clientes.

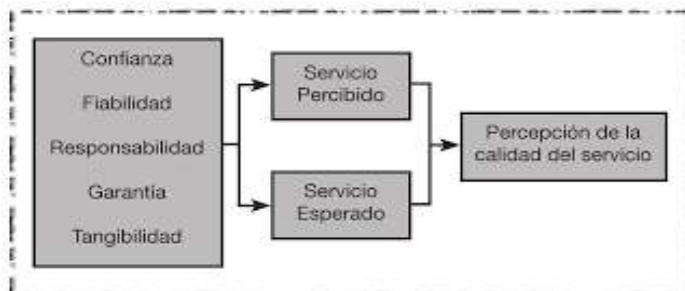


Figura 4. Modelo SERVQUAL

Fuente: Zeithaml, Berry y Parasuraman (1988)

Con respecto al clima organizacional, Chiavenato (2013), nos dice que es intangible ya que no se puede ver ni tocar, pero cuya existencia representa como los colaboradores perciben el entorno y la manera en la que se sienten todos los días al entrar a su centro laboral y la relación con sus compañeros.

Por otro lado, definición hecha por Celis, indica que la percepción individual sobre el ambiente que nos rodea en el trabajo de tal manera que desde el pensamiento se da origen al resultado de las situaciones o casos que se experimenta (2014).

Hoy en día los empleadores desean establecer buenas relaciones bajo un clima que permita mejorar el desempeño, el interés y la satisfacción de sus colaboradores; lo cual es una ventaja contar con los instrumentos necesarios para realizar sus labores adecuadamente, logrando la satisfacción, ya que se ha demostrado que los trabajadores satisfechos con su trabajo tienden a ser más cooperadores, se adaptan y están dispuestos al cambio (Chirinos, Meriño, y Martínez de Meriño, 2018).

Datta y Singh (2018) expresaron que el clima organizacional es una delicada mezcla de interpretaciones por parte de los colaboradores en las organizaciones con respecto a su vida, trabajos, relación con otros y su interpretación de los mismos, los papeles de los demás en la organización.

Jia, Reich y Jia (2016) nos indican que los investigadores del clima describieron las percepciones de los individuos sobre el lugar de trabajo como climas psicológicos y la combinación de éstos las percepciones de las personas a nivel grupal u organizacional como clima organizacional.

En cuanto a satisfacción laboral, Alva y Juárez, (2015), nos dicen que es una tendencia dirigida hacia el trabajo, que se basa en creencias y los valores que se desarrollan de acuerdo experiencias ocupacionales.

La satisfacción laboral es una percepción personal de sus condiciones en su lugar de trabajo, así como sus resultados obtenidos a través de su trabajo. Otros autores definen la satisfacción laboral a través de la relación entre los deseos de uno con respecto a su lugar de trabajo y lo que uno realmente se ofrece en su lugar de trabajo (Cornel, 2015).

Según De La Roca y De La Cruz, (2018) nos dicen que la satisfacción está basada en actitudes de las personas o colaboradores con respecto a su centro de trabajo. El cual deberá tomar en consideración que la labor de un trabajador es mucho más importante.

Por su parte, Valdivia (2017), señala que los valores son criterios para seleccionar las acciones y estas contienen elementos cognitivos y ciertos componentes afectivos de característica selectivo y direccional.

Los valores en el entorno laboral deben ser entendidos por estar representadas de manera cognitiva las necesidades que son expresadas por metas transituacionales que se organizan de manera jerárquica y las cuales están manifestadas en el entorno de trabajo. (Marsollier y Expósito, 2017).

De acuerdo con Vásquez, (2018) dice que las actitudes son objetivos, hechos y señales que nos motivan socialmente. Las actitudes se dividen en tres: El componente cognitivo es la manera en cómo percibimos la forma en que se suscitan los hechos, la parte afectiva es la más sensible, ya que, esta evalúa de manera en que se determinan los objetivos, y finalmente el componente de conducta evalúa el nuestro comportamiento hacia los demás.

Al respecto Nair, Kaushik, y Dhoot (2019) nos dicen que es probable que la participación u opinión de los empleados desempeñe un papel importante en el

proceso del aumento de la mano de obra. Por lo tanto, se debe tomar medidas para que el sistema basado en habilidades tenga suficientes características para mantener a los empleados involucrados; por lo tanto, estimula su rendimiento en el lugar de trabajo.

La voz u opinión de los empleados se refiere a que los empleados reciben información, son consultados o forman parte de las decisiones en forma conjunta en la organización (Kwon, Farndale y Park, 2016).

Según Lin y Liu (2016) nos dicen que el clima de servicio se refiere a como se perciben los eventos, prácticas, procedimientos y conductas que son recompensadas, apoyadas y esperado en un entorno de servicio al cliente. Partiendo de esta definición, el clima de servicio se distingue del clima general por ser un objetivo estratégico para el servicio al cliente. y calidad de servicio.

De acuerdo con la definición de calidad de servicio dada por Berdugo, Barbosa, y Prada, (2016) existe diferencia en lo percibido y lo esperado, es decir, se comparan las expectativas y el desempeño percibido. La calidad de servicio también se define como la manera en que el cliente centra sus expectativas con respecto al servicio recibido.

Por otro lado, la calidad de servicio definido por Revoredo, como grupo de aspectos y especificaciones de un producto o servicio que tienen influencia con la forma de atención para satisfacer las necesidades expresadas de los clientes (2017).

La calidad de servicio, definida por Hong, Deng, Wang y Wu (2019) es un precedente de la satisfacción y argumentan que una actitud positiva hacia la calidad del servicio como uno de los factores clave. Cuya percepción puede conducir a un comportamiento favorable (por ejemplo, los elogios), que es una expresión de satisfacción.

La expectativa es la valoración subjetiva que brinda un cliente sobre cómo les gustaría recibir un servicio de una supuesta organización excelente (Flores, 2017).

Según Melendres (2019) nos dice que las expectativas son probabilidades razonables y sustentadas; se constituye a partir de experiencias previas, deseos y actitudes.

De acuerdo con Vargas (2018) los resultados influyen directa, de manera intencionada o no, de forma positiva o negativa una intervención, política o un programa establecido.

Para Usmaya (2018) los esfuerzos son mayores si logran cumplir las metas lo que significa que se actúa en relación a expectativas para obtener resultados. Esto quiere decir que para algunos es importante y para otros no es por ello que actuaran de diferentes maneras.

Un sistema de recompensas es un conjunto premios que la organización puede poner a sus colaboradores, ya que, toman en cuenta los sueldos, vacaciones, cambios de puestos posiciones, también algunas de estas son garantía de permanecía en el cargo. (Zúñiga, 2016)

Según, las recompensas para Centeno (2016) tienen relación con la manera en que los trabajadores miden la compensación recibía por su trabajo realizado lo que conlleva a un sueldo justo, también premios adicionales que los motiven a mejorar su desempeño.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

El **enfoque fue cuantitativo**, según Del Cid, Méndez, y Sandoval (2011), este tipo de enfoque se caracterizó por estudiar determinada situación o suceso; lo cual determina la relación existente en diferentes aspectos.

El **tipo de investigación fue aplicada**, para Díaz (2008), esta investigación se caracteriza por promover el desarrollo de otro tipo de investigaciones. Esta clase de investigaciones hace énfasis en revolucionar en la práctica los problemas para lo cual está centrada en cómo llevar a la práctica las teorías antes establecidas.

El **nivel fue relacional**, según Hernández Sampieri, Fernández, y Baptista (2014), se caracteriza por establecer la relación o de qué forma se vinculan las variables de contexto particular.

El **diseño fue no experimental**, según Sousa, Driessnack, Costa (2007), tiene por característica no manipular las variables del estudio en cuestión.

El **corte fue transversal**, según Rodríguez, Mendivelso, (2018), esta clase de corte de investigación se caracteriza por ser observacional de base individual que tiene un doble propósito: descriptivo y analítico. Cuyo objetivo primordial fue identificar la frecuencia de una condición en la población estudiada.

3.2 Variables, operacionalización

Debido a que el estudio es de nivel relacional, se presentan dos variables (variable 1 y variable 2).

La variable 1 es: Clima organizacional, en cuanto a sus dimensiones, estos son: Satisfacción laboral, valores, actitudes y opiniones de los empleados. Cabe resaltar, que la variable “Clima organizacional”, es cualitativa por lo que se optó por utilizar la escala de Likert de cinco opciones, y medida ordinal.

La variable independiente 2 es: Calidad de servicio, en cuanto a sus dimensiones, estos son: Expectativa, resultados, esfuerzo y recompensa. Cabe resaltar, que la variable “Calidad de servicio”, es cualitativa por lo que se optó por utilizar la escala de Likert de cinco opciones, y medida ordinal.

Para esta investigación se elaboró una matriz de consistencia la cual esta detallada en el ANEXO 1.

3.3 Población, muestra y muestreo

La población son las personas o grupo de personas con ciertas características que nos permitan obtener una muestra para nuestra investigación. (Valderrama, 2015)

La población para esta investigación fue conformada por los trabajadores de las agencias bancarias en el distrito de los Olivos. Esta investigación aplico el nuestro no probabilístico y muestra a conveniencia del investigador dado que el universo poblacional es finito por consta de 135 personas.

Tabla 1
Distribución de población

| AREAS | AGENCIA 1 | AGENCIA 2 | AGENCIA 3 | AGENCIA 4 | AGENCIA 5 | TOTAL DE TRABAJADORES |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------------------|
| PROMOTOR DE SERVICIOS | 10 | 10 | 10 | 9 | 11 | 50 |
| FUNCIONARIO DE NEGOCIOS | 11 | 8 | 9 | 11 | 6 | 45 |
| PLATAFORMA | 5 | 10 | 5 | 10 | 10 | 40 |
| TOTAL | | | | | | 135 |

Fuente: Planilla de trabajadores, 31 de enero 2020.

Los **criterios de inclusión** todos los trabajadores de agencias bancarias ubicadas en los Olivos según la planilla de trabajadores al 31 de enero 2020.

Los **criterios de exclusión** todos aquellos que no son trabajadores de agencias bancarias ubicadas en los Olivos según la planilla de trabajadores al 31 de enero 2020.

En cuanto, a la **muestra** Valderrama (2015) indico que esta representa un subconjunto dentro del universo de la población. Para este estudio se utilizó una muestra de 101 personas, la cual fue determinada por la formula detallada en el ANEXO 13.

En cuanto, al **muestreo** señala Valderrama (2015) que está guiado por varios fines, y técnicas estadísticas que serán representadas”.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La **técnica** fue la encuesta, de acuerdo con Bernal (2010), ya es una de las más frecuentes, la cual está fundamentada en un grupo de preguntas hechas por el investigador con el fin de obtener la información deseada.

El **instrumento** de recolección de datos para esta investigación fue el cuestionario, el cual cuenta con 32 preguntas y se encuentra detallado en el ANEXO 2, las cuales se elaboraron de acuerdo a las variables del problema de investigación. (Carrasco, 2016).

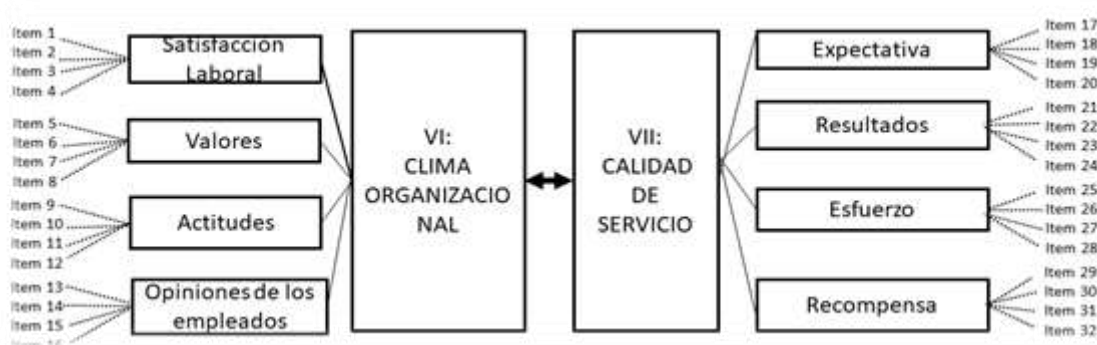


Figura 5. Distribución de Ítems

Fuente: Cuestionario

La escala utilizada fue la propuesta por Likert que consto cinco opciones la cuales fueron las siguiente: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo y totalmente de acuerdo.

Para la presente investigación se utilizó la **validez** de contenido, hecha juicios de expertos. Lo definido por Hernández, Fernández y Bautista. (2014) se refiere a la manera en la cual un instrumento mide realmente las variables. El cuestionario fue sometido a la valides de 6 expertos (Anexo 7), quienes lo evaluaron según su pertenencia, relevancia y claridad, el resultado cualitativo del mismo fue de “aplicable”. Se aplicó el V de Aiken (Anexos 8 y 9), cuyo resultado cuantitativo fue de 0.96 descritos en la Tabla 10.

El alfa de Cronbach es uno de los métodos más populares y aplicados que miden la fiabilidad de un instrumento de medida debido al factor común entre ellos. (Frias-Narraro, 2019)

Desde su creación, diversos investigadores han pretendido darle una valoración al coeficiente de alfa de Cronbach, y dos mitades de Guttman para este trabajo utilizaremos lo propuesto por Chávez-Mendoza y Rodríguez-Miranda (2018), detallado en la Tabla 2.

Tabla 2

Valoración del coeficiente de alfa de Cronbach y dos mitades de Guttman

| Intervalo al que pertenece | Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados |
|----------------------------|---|
| [0; 0,5[| Inaceptable |
| [0,5; 0,6[| Pobre |
| [0,6; 0,7[| Débil |
| [0,7; 0,8[| Aceptable |
| [0,8; 0,9[| Bueno |
| [0,9; 1[| Excelente |

Fuente: Chávez-Mendoza y Rodríguez-Miranda (2018).

El resultado del coeficiente de **alfa de Cronbach** general es de 0,998 (excelente). Se obtuvo como resultado de alfa de Cronbach para las dos variables fue de 0,996 (excelente) para la variable 1 (clima organizacional) y para la variable 2 (calidad de servicio) es de 0,997(excelente). Un análisis más profundo se realizó al determinar el alfa de Cronbach por dimensión obteniendo los valores 0,976; 0,981; 0,979 y 0,994 para las dimensiones de la variable 1 clima organizacional (dimensión 1, dimensión 2, dimensión 3 y dimensión 4 respectivamente) y 0,994; 0,998; 0,978 y 0,991 para las dimensiones de la variable 2 calidad de servicio (dimensión 5, dimensión 6, dimensión 7 y dimensión 8 respectivamente), por lo que todas las dimensiones serán consideradas excelente según la valoración de Chávez-Mendoza y Rodríguez-Miranda (2018). El cálculo estadístico puede ser verificado en el ANEXO 10.

Se aplicó la prueba de **dos mitades de Guttman** a la data obtenida de la muestra, a fin de obtener una segunda opinión de confiabilidad obteniendo como resultado el coeficiente de 0.998. En cuanto a la confiabilidad interna, la primera mitad del cuestionario (16 primeras preguntas) tiene como coeficiente el valor de “0,996”, mientras que la segunda mitad tiene como coeficiente “0,997”, por lo que serán consideradas excelentes según la valoración de Chávez-Mendoza y Rodríguez-Miranda (2018). El cálculo estadístico puede ser verificado en el ANEXO 11.

3.5 Procedimientos

Para recolectar la información para este estudio, se realizaron encuestas presenciales ANEXO 2, en esta investigación se realizó el detalle de todas las empresas anonimizada ANEXO 4 en las cuales se realizó la encuesta, a todos los participantes de la misma se le entregó el consentimiento informado ANEXO 5, dichas encuestas fueron realizadas por la estudiante investigadora Almendra Morales, entre el mes de enero y febrero 2020 a los trabajadores de las agencias ubicadas en los Olivos.

3.6 Método de análisis de datos

Se utilizó el programa estadístico SPSS en la versión 26 en español.

Primero fue realizada la **prueba de normalidad**, de Kolmogórov-Smirnov para obtener la significación asintótica la cual si es menor a 0,050 los valores serán no normales los cuales se muestran en la Tabla 4.

Seguidamente se utilizaron **descriptivos generales**, los cuales muestran media, rango, valor máximo, los cuales se muestran en el Tabla 5.

Luego se utilizaron **descriptivos por ítem (tablas de frecuencia)**, donde se observa los resultados por cada pregunta del cuestionario ANEXO 16.

Se realizó la **prueba de hipótesis**, mediante el estadístico rho de Spearman debido a que son variables cualitativas, con frecuencia no normal para lo que se busca determinar relación entre variables, si el valor de significación asintótica es menor a 0,050 se dará validez a la hipótesis planteada.

Fue posible medir el grado de correlación, el cual se da mediante el coeficiente de correlación, y cuya interpretación se basó en la propuesta por Martínez y Campos (2015).

Tabla 3
Valoración del coeficiente Rho Spearman

| Valor de rho | Significancia |
|---------------|----------------------------|
| -1 | negativa grande y perfecta |
| -0.9 a -0.99 | negativa muy alta |
| -0.7 a -0.89 | negativa alta |
| -0.4 a -0.69 | negativa moderada |
| -0.2 a -0.39 | negativa baja |
| -0.01 a -0.19 | negativa muy baja |
| 0 | nula |
| 0.01 a 0.19 | positiva muy baja |
| 0.2 a 0.39 | positiva baja |
| 0.4 a 0.69 | positiva moderada |
| 0.7 a 0.89 | positiva alta |
| 0.9 a 0.99 | positiva muy alta |
| 1 | positiva grande y perfecta |

Fuente: Martínez y Campos (2015)

3.7 Aspectos éticos

Para esta investigación fue considerada la propiedad intelectual de todos autores cuyos libros y artículos fueron revisados para el conocimiento de las teorías relacionadas a las variables de estudio. Con la finalidad, se utilizó la modalidad APA para los nombres de estos autores.

Se asegura que toda la información recopilada fue obtenida y tratada estrictamente con fines académicos protegiendo de manera anónima al entrevistado.

Se afirma que los resultados que los resultados obtenidos son fruto de la información recogida en el campo por el autor.

Respecto a la originalidad se utilizó el programa TURNITIN a fin de no incurrir en coincidencia.

De acuerdo al Principio de Autonomía, a cada participante de esta investigación luego de hacerles llegar la información del propósito de la misma decidieron participar voluntariamente de la misma. (Zarate Grajales, 2009)

De acuerdo al Principio de Justicia, cada uno de los participantes de este estudio recibió trato justo, respeto y amabilidad, además la información brindada fue tratada de manera confidencial.

IV. RESULTADOS

Para esta investigación fue realizada la prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov, según García, González y Jornet (2010) esta prueba nos permite conocer el nivel de concordancia que existe entre la distribución de un grupo de datos.

Tabla 4
Prueba de Normalidad: Kolmogórov-Smirnov

| | | V1 | V2 |
|------------------------------------|---------------------|-------------------|-------------------|
| N | | 101 | 101 |
| Parámetros normales ^{a,b} | Media | 4.88 | 4.98 |
| | Desviación estándar | .382 | .140 |
| Máximas diferencias extremas | Absoluta | .523 | .536 |
| | Positivo | .378 | .444 |
| | Negativo | -.523 | -.536 |
| Estadístico de prueba | | .523 | .536 |
| Sig. asintótica (bilateral) | | .000 ^c | .000 ^c |

Fuente: SPSS versión 26

Si la significación asintótica (bilateral) es menor a **0,05**, los datos no son normales; por lo tanto, la variable 1 “CLIMA ORGANIZACIONAL” no contiene datos normales puesto que su coeficiente de **Kolmogórov-Smirnov** fue de **0,000**; por otro lado, la variable 2 “CALIDAD DE SERVICIO” tampoco presentó características normales, puesto que su coeficiente de **Kolmogórov-Smirnov** fue de **0,000**.

Tabla 5
Estadísticos descriptivos generales

| | N | Rango | Mínimo | Máximo | Media | Error | Desviación | Varianza |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------|------------|-------------|
| | Estadístico | Estadístico | Estadístico | Estadístico | Estadístico | estándar | estándar | Estadístico |
| 1.- Las condiciones laborales son percibidas como optima | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.31 | .081 | .809 | .655 |
| 2.- Las oportunidades de crecimiento mejoran la satisfacción laboral | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.34 | .077 | .778 | .606 |
| 3.- La satisfacción laboral influye en los resultados de los trabajadores | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.30 | .079 | .794 | .631 |
| 4.- La satisfacción laboral es resultado de una naturaleza de trabajo positiva percibida | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.27 | .081 | .811 | .658 |
| 5.- La responsabilidad es parte de los valores fundamentales de la sociedad | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.34 | .077 | .778 | .606 |
| 6.- Una persona con integridad tiene valores | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.29 | .080 | .804 | .647 |
| 7.- La puntualidad es un valor fundamental de la sociedad | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.29 | .080 | .804 | .647 |
| 8.- La emocionalidad se refleja en su trabajo | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.34 | .077 | .778 | .606 |
| 9.- Creer en uno mismo influye en las actitudes en el trabajo | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.33 | .078 | .789 | .622 |
| 10.- Las personas que ven las oportunidades tiene las mejores actitudes | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.32 | .078 | .787 | .619 |
| 11.- Las personas que se enfocan en las soluciones son proactivas | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.27 | .081 | .811 | .658 |
| 12.- Las personas persistentes logran mejores resultados | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.31 | .081 | .809 | .655 |
| 13.- Las opiniones de los jefes influyen en la satisfacción del personal | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.31 | .079 | .797 | .635 |
| 14.- Se involucra en la ejecución de las actividades de grupo | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.34 | .077 | .778 | .606 |
| 15.- Las relaciones intrapersonales tienen incidencia con el clima laboral | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.33 | .078 | .789 | .622 |
| 16.- Las relaciones interpersonales tienen relevancia en su trabajo | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.34 | .077 | .778 | .606 |
| 17.- El cumplimiento de su trabajo supera las expectativas de los clientes | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.32 | .078 | .787 | .619 |
| 18.- Recibe la capacitación necesaria para realizar su trabajo | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.33 | .078 | .789 | .622 |
| 19.- La excelencia se muestra con los resultados de la atención hacia el cliente. | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.34 | .077 | .778 | .606 |
| 20.- La atención a los clientes es cumplida en el tiempo establecido | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.33 | .078 | .789 | .622 |
| 21.- La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.35 | .075 | .754 | .569 |
| 22.- La infraestructura, le añade presencia a la empresa | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.34 | .077 | .778 | .606 |


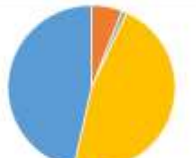
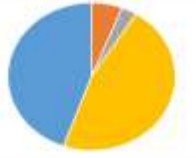
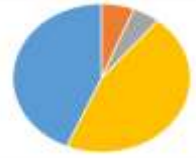
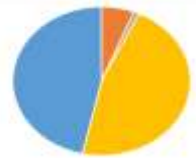
| | | | | | | | | |
|--|-----|---|---|---|------|------|------|------|
| 23.- La imagen de los colaboradores influye en los resultados de la atención al cliente | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.34 | .076 | .765 | .586 |
| 24.- La mejora continua es muestra de calidad | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.34 | .077 | .778 | .606 |
| 25.- La satisfacción de los clientes se logra a través de una buena comunicación | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.32 | .076 | .761 | .579 |
| 26.- Los clientes que reciben una atención individualizada se ven motivados a volver a consumir los servicios de la empresa donde fueron atendidos | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.33 | .078 | .789 | .622 |
| 27.- Una buena atención al cliente es bien recibida | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.32 | .078 | .787 | .619 |
| 28.- Las necesidades de los clientes son comprendidas | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.31 | .078 | .784 | .615 |
| 29.- El reconocimiento de su trabajo es importante | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.33 | .078 | .789 | .622 |
| 30.- Tiene confianza en el trabajo que realiza | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.31 | .079 | .797 | .635 |
| 31.- Los bonos influyen en la atención brindada a los clientes | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.32 | .080 | .799 | .639 |
| 32.- Los premios motivan al personal a realizar un mejor servicio | 101 | 3 | 2 | 5 | 4.33 | .078 | .789 | .622 |
| <hr/> | | | | | | | | |
| D1: Satisfacción Laboral | 101 | 2 | 3 | 5 | 4.67 | .049 | .492 | .242 |
| D2: Valores | 101 | 2 | 3 | 5 | 4.89 | .034 | .344 | .118 |
| D3: Actitudes | 101 | 2 | 3 | 5 | 4.88 | .038 | .382 | .146 |
| D4: Opiniones del empleado | 101 | 2 | 3 | 5 | 4.94 | .031 | .311 | .096 |
| D5: Expectativa | 101 | 2 | 3 | 5 | 4.89 | .034 | .344 | .118 |
| D6: Resultados | 101 | 1 | 4 | 5 | 4.90 | .030 | .300 | .090 |
| D7: Esfuerzo | 101 | 2 | 3 | 5 | 4.89 | .034 | .344 | .118 |
| D8: Recompensa | 101 | 2 | 3 | 5 | 4.90 | .033 | .332 | .110 |
| <hr/> | | | | | | | | |
| V1: Clima Organizacional | 101 | 2 | 3 | 5 | 4.88 | .038 | .382 | .146 |
| V2: Calidad de servicio | 101 | 1 | 4 | 5 | 4.98 | .014 | .140 | .020 |
| <hr/> | | | | | | | | |
| N válido (por lista) | 101 | | | | | | | |

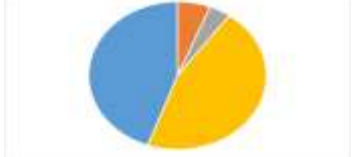
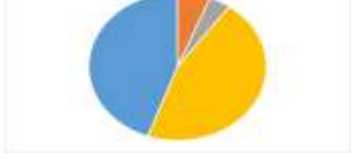







Fuente: SPSS versión 26

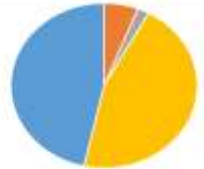
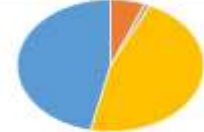






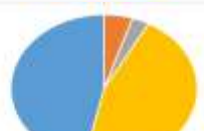


En cuanto a la Tabla 5, la pregunta que tuvo mayor aceptación entre los encuestados fue la preguntas 21 (4,35) y las menos aceptadas por los encuestados fueron las preguntas 4 y 12 con 4.27.

De las tablas de frecuencia se obtuvo con resultado que la mayoría de los encuestados para la Variable 1: Clima organizacional, 2 sujetos indicaron estar en ni de acuerdo ni en desacuerdo, 8 de acuerdo y 91 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 2%, 7,9% y 90,1% de la muestra respectivamente, para la Variable 2: Calidad de servicio, 2 sujetos indicaron estar de acuerdo y 99 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 2% y 98% de la muestra respectivamente. Los resultados de las tablas se encuentran detallado en el ANEXO 16.

Tabla 6
Resultados descriptivos ítem por ítem

| | |
|---|---|
| <p>pregunta 1.- El 46,5% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo con el enunciado “Las condiciones laborales son percibidas como optima”.</p> |  |
| <p>pregunta 2.- El 46,5% de los encuestados se muestra de acuerdo y totalmente de acuerdo con el enunciado “Las oportunidades de crecimiento mejoran la satisfacción laboral”.</p> |  |
| <p>pregunta 3.- El 44,5% de los encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “Las oportunidades de crecimiento mejoran la satisfacción laboral influye en los resultados de los trabajadores”.</p> |  |
| <p>pregunta 4.- El 43,5% de los encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “La satisfacción laboral es resultado de una naturaleza de trabajo positiva percibida”.</p> |  |
| <p>pregunta 5.- El 46,5% de los encuestados se muestra de acuerdo y totalmente de acuerdo con el enunciado “La responsabilidad es parte de los valores fundamentales de la sociedad”.</p> |  |

| | |
|--|---|
| <p>pregunta 6.- El 44,5% de los encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “Una persona con integridad tiene valores”.</p> |  |
| <p>pregunta 7.- El 44,5% de los encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “La puntualidad es un valor fundamental de la sociedad”.</p> |  |
| <p>pregunta 8.- El 46,5% de los encuestados se muestra de acuerdo y totalmente de acuerdo con el enunciado “La emocionalidad se refleja en su trabajo”.</p> |  |
| <p>pregunta 9.- El 46,5% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo con el enunciado “Creer en uno mismo influye en las actitudes en el trabajo”.</p> |  |
| <p>pregunta 10.- El 46,5% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo con el enunciado “Las personas que ven las oportunidades tienen las mejores actitudes”.</p> |  |
| <p>pregunta 11.- El 43,5% de los encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “Las personas que se enfocan en las soluciones son proactivas”.</p> |  |
| <p>pregunta 12.- El 46,5% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo con el enunciado “Las personas persistentes logran mejores resultados”.</p> |  |
| <p>pregunta 13.- El 45,5% de los encuestados se muestra de acuerdo y totalmente de acuerdo con el enunciado “Las opiniones de los jefes influyen en la satisfacción del personal”.</p> |  |
| <p>pregunta 14.- El 46,5% de los encuestados se muestra de acuerdo y totalmente de acuerdo con el enunciado “Se involucra en la ejecución de las actividades de grupo”.</p> |  |

| | |
|---|---|
| <p>pregunta 15.- El 45,5% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo con el enunciado “Las relaciones intrapersonales tienen incidencia con el clima laboral”.</p> |  |
| <p>pregunta 16.- El 46,5% de los encuestados se muestra de acuerdo y totalmente de acuerdo con el enunciado “Las relaciones interpersonales tienen relevancia en su trabajo”.</p> |  |
| <p>pregunta 17.- El 45,5% de los encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “El cumplimiento de su trabajo supera las expectativas de los clientes”.</p> |  |
| <p>pregunta 18.- El 46,5% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo con el enunciado “Recibe la capacitación necesaria para realizar su trabajo”.</p> |  |
| <p>pregunta 19.- El 46,5% de los encuestados se muestra de acuerdo y totalmente de acuerdo con el enunciado “La excelencia se muestra con los resultados de la atención hacia el cliente”.</p> |  |
| <p>pregunta 20.- El 46,5% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo con el enunciado “La atención a los clientes es cumplida en el tiempo establecido”.</p> |  |
| <p>pregunta 21.- El 46,5% de los encuestados se muestra de acuerdo y totalmente de acuerdo con el enunciado “La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes”.</p> |  |
| <p>pregunta 22.- El 46,5% de los encuestados se muestra de acuerdo y totalmente de acuerdo con el enunciado “La infraestructura, le añade presencia a la empresa”.</p> |  |
| <p>pregunta 23.- El 46,5% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo con el enunciado “La imagen de los colaboradores influyen en los resultados de la atención al cliente”.</p> |  |
| <p>pregunta 24.- El 46,5% de los encuestados se muestra de acuerdo y totalmente de acuerdo con el enunciado “La mejora continua es muestra de calidad”.</p> |  |
| <p>pregunta 25.- El 47,5% de los encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “La satisfacción de los clientes se logra a través de una buena comunicación”.</p> |  |

pregunta 26.- El 46,5% de los encuestados se muestra **totalmente de acuerdo** con el enunciado “Los clientes que reciben una atención individualizada se ven motivados a volver a consumir los servicios de la empresa donde fueron atendidos”.

pregunta 27.- El 46,5% de los encuestados se muestra **de acuerdo** con el enunciado “Una buena atención al cliente es bien recibida”.

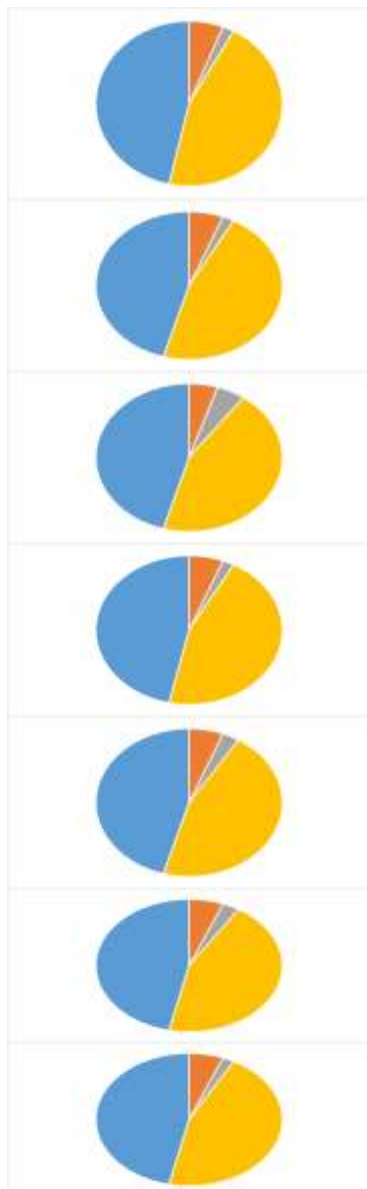
pregunta 28.- El 45,5% de los encuestados se muestra **totalmente de acuerdo** con el enunciado “Las necesidades de los clientes son comprendidas”.

pregunta 29.- El 46,5% de los encuestados se muestra **totalmente de acuerdo** con el enunciado “El reconocimiento de su trabajo es importante”.

pregunta 30.- El 45,5% de los encuestados se muestra **de acuerdo y totalmente de acuerdo** con el enunciado “Tiene confianza en el trabajo que realiza”.

pregunta 31.- El 46,5% de los encuestados se muestra **totalmente de acuerdo** con el enunciado “Los bonos influyen en la atención brindada a los clientes”.

pregunta 32.- El 46,5% de los encuestados se muestra **totalmente de acuerdo** con el enunciado “Los premios motivan al personal a realizar un mejor servicio”.



Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con los gráficos mostrados en la Tabla 6, los colores amarillo, azul, naranja y plomo representan a las personas que respondieron totalmente de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo y en desacuerdo respectivamente.

Prueba de hipótesis

En esta investigación se utilizó para prueba estadística de Rho Spearman, según Díaz, García, León, Ruiz y Torres (2014), indicaron que es muestra de asociación entre variables por la cual se puede obtener un coeficiente entre variables ordinales la cual es calculada en base a rangos asignados. Diversos investigadores han

pretendido darle una valoración al coeficiente de Rho Spearman, para este trabajo utilizaremos lo propuesto por Martínez y Campos (2015), detallado en la Tabla 3.

Tabla 7
Valoración del coeficiente Rho Spearman

| Valor de rho | Significancia |
|---------------|----------------------------|
| -1 | negativa grande y perfecta |
| -0.9 a -0.99 | negativa muy alta |
| -0.7 a -0.89 | negativa alta |
| -0.4 a -0.69 | negativa moderada |
| -0.2 a -0.39 | negativa baja |
| -0.01 a -0.19 | negativa muy baja |
| 0 | nula |
| 0.01 a 0.19 | positiva muy baja |
| 0.2 a 0.39 | positiva baja |
| 0.4 a 0.69 | positiva moderada |
| 0.7 a 0.89 | positiva alta |
| 0.9 a 0.99 | positiva muy alta |
| 1 | positiva grande y perfecta |

Fuente: Martínez y Campos (2015).

Las hipótesis de esta investigación fueron las siguientes:

Hipótesis general: Existe relación entre el clima organizacional y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019.

Hipótesis específica 1: Existe relación entre satisfacción laboral y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019.

Hipótesis específica 2: Existe relación entre los valores y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019.

Hipótesis específica 3: Existe relación entre las actitudes y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019.

Hipótesis específica 4: Existe relación entre las opiniones de los empleados y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019.

Tabla 8
Prueba de Hipótesis: Rho de Spearman

| | | V1: Clima organizacional | V2: Calidad de servicio | D1: Satisfacción laboral | D2: Valores | D3: Actitudes | D4: Opiniones de los empleados |
|-----------------|--------------------------------|----------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------|---------------|--------------------------------|
| Rho de Spearman | V1: Clima organizacional | Coeficiente de correlación | 1.000 | .885** | .338** | .659** | .651** |
| | | Sig. (bilateral) | | .000 | .001 | .000 | .000 |
| | | N | 101 | 101 | 101 | 101 | 101 |
| | V2: Calidad de servicio | Coeficiente de correlación | .885** | 1.000 | .268** | .510** | .504** |
| | | Sig. (bilateral) | .000 | | .007 | .000 | .000 |
| | | N | 101 | 101 | 101 | 101 | 101 |
| | D1: Satisfacción laboral | Coeficiente de correlación | .338** | .268** | 1.000 | .478** | .503** |
| | | Sig. (bilateral) | .001 | .007 | | .000 | .000 |
| | | N | 101 | 101 | 101 | 101 | 101 |
| | D2: Valores | Coeficiente de correlación | .659** | .510** | .478** | 1.000 | .751** |
| | | Sig. (bilateral) | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | | N | 101 | 101 | 101 | 101 | 101 |
| | D3: Actitudes | Coeficiente de correlación | .651** | .504** | .503** | .751** | 1.000 |
| | | Sig. (bilateral) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | | N | 101 | 101 | 101 | 101 | 101 |
| | D4: Opiniones de los empleados | Coeficiente de correlación | .338** | .268** | 1.000** | .478** | .503** |
| | | Sig. (bilateral) | .001 | .007 | | .000 | .000 |
| | | N | 101 | 101 | 101 | 101 | 101 |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo a la Tabla 8, se puede obtener los siguientes resultados.

La Variable 1 “clima organizacional” presentó **correlación significativa** con la Variable 2 “calidad de servicio”, lo cual está sustentado en el resultado de significación asintótica bilateral de 0,000. En cuanto al grado de correlación, este fue de 0,885, lo cual es considerado como **positiva alta** según la valoración de Martínez y Campo (2015).

La Variable 2 “calidad de servicio” presentó **correlación significativa** con la Dimensión 1 “satisfacción laboral”, lo cual está sustentado en el resultado de significación asintótica bilateral de 0,001. En cuanto al grado de correlación, este fue de 0,338, lo cual es considerado como **positiva baja** según la valoración de Martínez y Campo (2015).

La Variable 2 “calidad de servicio” presentó **correlación significativa** con la Dimensión 2 “valores”, lo cual está sustentado en el resultado de significación asintótica bilateral de 0,000. En cuanto al grado de correlación, este fue de 0,659,

lo cual es considerado como **positiva moderada** según la valoración de Martínez y Campo (2015).

La Variable 2 “calidad de servicio” presentó **correlación significativa** con la Dimensión 3 “actitud”, lo cual está sustentado en el resultado de significación asintótica bilateral de 0,000. En cuanto al grado de correlación, este fue de 0,651, lo cual es considerado como **positiva moderada** según la valoración de Martínez y Campo (2015).

La Variable 2 “calidad de servicio” presentó correlación significativa con la Dimensión 4 “opinión de los empleados”, lo cual está sustentado en el resultado de significación asintótica bilateral de 0,001. En cuanto al grado de correlación, este fue de 0,338, lo cual es considerado como **positiva baja** según la valoración de Martínez y Campo (2015).

En consecuencia, se da validez a las hipótesis.

Existe relación ente el clima organizacional y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019

Existe relación entre satisfacción laboral y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019

Existe relación entre valores y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019

Existe relación entre las actitudes y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019

Existe relación entre opinión de los empleados y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019



Figura 6. Detalle Grafico de la Prueba de Hipótesis

FUENTE: La autora

V. DISCUSIÓN

Discusión con los antecedentes:

De acuerdo al trabajo presentado por Fiestas (2018), se encontró que el objetivo planteado por el investigador fue similar al formulado en esta investigación, ya que ambas buscaron determinar la relación entre las variables “clima organizacional” y “calidad de servicio”, pero en diferente contexto, ya que el investigador citado realizó su estudio en torno a los usuarios del Hospital de Barranca, y esta investigación utilizó como contexto a los trabajadores de una agencia bancaria ubicada en los Olivos. La muestra seleccionada por Fiestas (2018), ascendió a 314 usuarios, en cambio de este estudio utilizó 101 trabajadores de acuerdo con la planilla de trabajadores. En cuanto a los resultados, Fiestas (2018), utilizó la prueba de significación bilateral, el coeficiente de 0,004 y grado de correlación de $R= 0.188$, esta investigación utilizó la misma prueba estadística obteniendo como resultado de significación bilateral, el coeficiente de 0,000 y grado de correlación de 0,885. Se concluyó que los resultados obtenidos en esta investigación son más determinantes, por cuanto los resultados de significación bilateral son menores a los obtenidos por Fiestas (2018), posiblemente los resultados de la muestra recopilada en el contexto seleccionado (trabajadores de una agencia bancaria ubicada en los Olivos), tiendan a presentar valores más determinantes a los del contexto evaluado por Fiestas (2018), lo cual podría ser validado mediante otra investigación a futuro.

Como respuesta al trabajo presentado por Avalos (2019), se encontró que el objetivo planteado por el investigador fue similar al formulado en esta investigación, ya que ambas buscaron determinar la relación entre las variables “clima organizacional” y “calidad de servicio”, pero en diferente contexto, ya que el investigador citado realizó su estudio entorno a los docentes de la Institución Educativa N° 80372 – Cushcanday – Agallpampa- Otuzco - La Libertad – 2019, y esta investigación utilizó como contexto a los trabajadores de una agencia bancaria ubicada en los Olivos. La muestra seleccionada por Avalos (2019), ascendió a 14 docentes de la Institución Educativa N° 80372, en cambio de este estudio utilizó

101 trabajadores de acuerdo con la planilla de trabajadores. En cuanto a los resultados, Avalos (2019), utilizó la prueba de utilizó la prueba estadística de rho de Spearman, obteniendo como resultado de significación bilateral, el coeficiente de 0,001 y grado de correlación de $R= 0.913$, esta investigación utilizó la misma prueba estadística obteniendo como resultado de significación bilateral, el coeficiente de 0,000 y grado de correlación de 0,885. En conclusión, a los resultados obtenidos en esta investigación son más determinantes, por cuanto los resultados de significación bilateral son menores a los obtenidos por Avalos (2019), posiblemente los resultados de la muestra recopilada en el contexto seleccionado (trabajadores de una agencia bancaria ubicada en los Olivos), tiendan a presentar valores más determinantes a los del contexto evaluado por Avalos (2019), lo cual podría ser validado mediante otra investigación a futuro.

Del mismo modo, al trabajo presentado por Alva (2017), se encontró que el objetivo planteado por el investigador fue similar al formulado en esta investigación, ya que ambas buscaron determinar la relación entre las variables “clima organizacional” y “calidad de servicio”, pero en diferente contexto, ya que el investigador citado realizó su estudio en torno a los trabajadores del Módulo Penal de la Corte Superior de Justicia de Ancash-Huaraz, 2017, y esta investigación utilizó como contexto a los trabajadores de una agencia bancaria ubicada en los Olivos. La muestra seleccionada por Alva (2017), ascendió a 70 usuarios en el Módulo Penal de la Corte Superior de Justicia de Ancash-Huaraz, en cambio de este estudio utilizó 101 trabajadores de acuerdo con la planilla de trabajadores. En cuanto a los resultados, Alva (2017), utilizó la prueba de chi-cuadrado de Pearson, obteniendo el resultado de significación bilateral de 0,047; esta investigación utilizó la prueba estadística de rho de Spearman, obteniendo como resultado de significación bilateral, el coeficiente de 0,000. De acuerdo a los resultados obtenidos en esta investigación se concluye que son más determinantes, por cuanto los resultados de significación bilateral son menores a los obtenidos por Alva (2017), posiblemente los resultados de la muestra recopilada en el contexto seleccionado (trabajadores de una agencia bancaria ubicada en los Olivos), tiendan a presentar valores más determinantes a los del contexto evaluado por Alva (2017), lo cual podría ser validado mediante otra investigación a futuro.

En lo que respecta al trabajo presentado por Calero (2018), se encontró que el objetivo planteado por el investigador fue similar al formulado en esta investigación, ya que ambas buscaron determinar la relación entre las variables “clima organizacional” y “calidad de servicio”, pero en diferente contexto, ya que el investigador citado realizó su estudio en torno a los usuarios de la Municipalidad de Barranca, y esta investigación utilizó como contexto a los trabajadores de una agencia bancaria ubicada en los Olivos. La muestra seleccionada por Calero (2018), ascendió a 152 usuarios de la municipalidad, en cambio de este estudio utilizó 101 trabajadores de acuerdo con la planilla de trabajadores. En cuanto a los resultados, Calero (2018), utilizó la prueba de utilizó la prueba estadística de rho de Spearman, obteniendo como resultado de significación bilateral, el coeficiente de 0,000 y grado de correlación de $R= 0,718$, esta investigación utilizó la misma prueba estadística obteniendo como resultado de significación bilateral, el coeficiente de 0,000 y grado de correlación de 0,885. Asimismo, los resultados obtenidos en esta investigación son más determinantes, por cuanto los resultados de significación bilateral son menores a los obtenidos por Calero (2018), posiblemente los resultados de la muestra recopilada en el contexto seleccionado (trabajadores de una agencia bancaria ubicada en los Olivos), tiendan a presentar valores más determinantes a los del contexto evaluado por Calero (2018), lo cual podría ser validado mediante otra investigación a futuro.

De la misma manera el trabajo presentado por Medina (2017), se encontró que el objetivo planteado por el investigador fue similar al formulado en esta investigación, ya que ambas buscaron determinar la relación entre las variables “clima organizacional” y “calidad de servicio”, pero en diferente contexto, ya que el investigador citado realizó su estudio entorno agencia de viajes Inkaland Treks de la provincia de Huaraz – Ancash, 2017, y esta investigación utilizó como contexto a los trabajadores de una agencia bancaria ubicada en los Olivos. La muestra seleccionada por Medina (2017), ascendió a 30 trabajadores de la agencia de viajes Inkaland Treks de la provincia de Huaraz – Ancash, en cambio de este estudio utilizó 101 trabajadores de acuerdo con la planilla de trabajadores. En cuanto a los resultados, Medina (2017), utilizó la prueba de utilizó la prueba estadística de rho de Spearman, obteniendo como resultado de significación bilateral, el coeficiente de 0,002 y grado de correlación de $R= 0.543$, esta investigación utilizó la misma

prueba estadística obteniendo como resultado de significación bilateral, el coeficiente de 0,000 y grado de correlación de 0,885. Asimismo, los resultados obtenidos en esta investigación son más determinantes, por cuanto los resultados de significación bilateral son menores a los obtenidos por Medina (2017), posiblemente los resultados de la muestra recopilada en el contexto seleccionado (trabajadores de una agencia bancaria ubicada en los Olivos), tiendan a presentar valores más determinantes a los del contexto evaluado por Medina (2017), lo cual podría ser validado mediante otra investigación a futuro.

Asimismo, al trabajo presentado por Vargas y Guevara (2018), se encontró que el objetivo planteado por el investigador fue similar al formulado en esta investigación, ya que ambas buscaron determinar la relación entre las variables “clima organizacional” y “calidad de servicio”, pero en diferente contexto, ya que el investigador citado realizó su estudio en torno a trabajadores y usuarios del hospital María Auxiliadora de Rodríguez de Mendoza, y esta investigación utilizó como contexto a los trabajadores de un agencia bancaria ubicada en los Olivos. La muestra seleccionada por Vargas y Guevara (2018) ascendió a 30 trabajadores y 30 usuarios del hospital María Auxiliadora de Rodríguez de Mendoza, en cambio de este estudio utilizó 101 trabajadores de acuerdo con la planilla de trabajadores. En cuanto a los resultados, Vargas y Guevara (2018) utilizó la prueba de chi-cuadrado de Pearson, obteniendo el resultado de significación bilateral de 0,001; esta investigación utilizó la prueba estadística de rho de Spearman, obteniendo como resultado de significación bilateral, el coeficiente de 0,000. De acuerdo con los resultados obtenidos en esta investigación son más determinantes, por cuanto los resultados de significación bilateral son menores a los obtenidos por Vargas y Guevara (2018), posiblemente los resultados de la muestra recopilada en el contexto seleccionado (trabajadores de una agencia bancaria ubicada en los Olivos), tiendan a presentar valores más determinantes a los del contexto evaluado por Vargas y Guevara (2018), lo cual podría ser validado mediante otra investigación a futuro.

En cuanto al trabajo presentado por Mayarí (2017), se encontró que el objetivo planteado por el investigador fue similar al formulado en esta investigación, ya que ambas buscaron determinar la relación entre las variables “clima organizacional” y

“calidad de servicio”, en el mismo contexto de investigación, ya que ambos estudios están dirigidos a trabajadores de agencias bancarias, pero en diferentes distritos de Lima. La muestra seleccionada por Mayarí (2017), ascendió a 100 trabajadores división comercial del Banco de Crédito del Perú, en cambio de este estudio utilizó 101 trabajadores de acuerdo con la planilla de trabajadores. En ambas investigaciones se utilizó la prueba estadística Rho Spearman obteniendo en la ambas los mismos resultados de significación bilateral de 0,000, el coeficiente de correlación para Mayarí (2017), fue de 0,738 y el coeficiente para este estudio fue de 0,885. Se concluye que ambos estudios demuestran que existe relación positiva entre las variables clima organizacional y calidad de servicio; al respecto, este estudio complementa lo planteado por Mayarí (2017), llegando a las mismas conclusiones.

En cuanto a los estudios realizados por Menegaldo (2011), Juárez (2012), Patras et. (2018), se analizó que estos son de enfoque cualitativo, toda vez que estos demuestran la relación positiva entre las variables clima organizacional y calidad de servicio; al respecto, este estudio complementa lo planteado por dichos autores, ya que analiza las mismas variables con otro enfoque (cuantitativo), llegando a las mismas conclusiones en distintos contextos.

Discusión con la teoría:

De acuerdo con la teoría revisada, la variable 1 “Clima organizacional” fue constituida por las dimensiones “satisfacción laboral”, “valores”, “actitudes” y “opiniones de los empleados” según Bruner (1987). Los resultados del análisis descriptivo general realizado, guardan relación con la teoría, ya que los promedios de respuesta de los encuestados fueron altos (satisfacción laboral = 4,67; valores= 4,89; actitudes = 4,88 y opiniones de los empleados = 4.94), en la escala de Likert donde 1 fue totalmente en desacuerdo y 5 fue totalmente de acuerdo. De esta manera, este estudio confirma la posición del autor teórico con relación a las dimensiones que integran la variable “clima organizacional”.

De acuerdo con la teoría revisada, la variable 1 “Calidad de servicio” fue constituida por las dimensiones “expectativa”, “resultados”, “esfuerzo” y “recompensa” según Giese y Cote, (2000); Eggert y Ulaga, (2002). Los resultados del análisis descriptivo general realizado, guardan relación con la teoría, ya que los promedios de

respuesta de los encuestados fueron altos (expectativa = 4,89; resultados = 4,90; esfuerzo = 4,89 y recompensa= 4.90), en la escala de Likert donde 1 fue totalmente en desacuerdo y 5 fue totalmente de acuerdo. De esta manera, este estudio confirma la posición del autor teórico con relación a las dimensiones que integran la variable “calidad de servicio”.

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo con Lam (2016), las conclusiones son interpretaciones de los resultados los cuales constituyen nuevos aportes o descubrimientos del estudio realizado. Líneas debajo, se detallan las conclusiones a las cuales ha llegado este estudio.

1. Existe relación entre el clima organizacional y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019; lo cual fue validado a través de la prueba de Rho Spearman (significación asintótica bilateral = 0,000).
2. Existe relación entre la satisfacción laboral y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019; lo cual fue lo cual fue validado a través de la prueba de Rho Spearman (significación asintótica bilateral = 0,001).
3. Existe relación entre los valores y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019; lo cual fue lo cual fue validado a través de la prueba de Rho Spearman (significación asintótica bilateral = 0,000).
4. Existe relación entre las actitudes y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019; lo cual fue lo cual fue validado a través de la prueba de Rho Spearman (significación asintótica bilateral = 0,001).
5. Existe relación entre las opiniones de los empleados y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019; lo cual fue lo cual fue validado a través de la prueba de Rho Spearman (significación asintótica bilateral = 0,000).

VII. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones de investigación son definidas como ayuda para sugerir nuevos conocimientos para futuras investigaciones (Del Cid, Méndez y Sandoval, 2011), en ese sentido, a continuación, se numeran las recomendaciones fruto en esta investigación.

A la empresa donde se realizó la investigación, se recomienda incrementar la satisfacción laboral por medio de charlas motivacionales, esto debido a que la investigación presentada ha logrado determinar que existe una moderada relación entre la satisfacción laboral y calidad de servicio, por cuanto se reduciría la deserción de los empleados.

A empresas similares, se recomienda también incrementar la satisfacción laboral, los resultados obtenidos en esta investigación, han sido dados a través de la prueba de rho de Spearman, la cual es una prueba estadística cuyos resultados pueden ser inferenciados, en otras palabras, aplicados en otros contextos; por lo tanto, en caso presenten realidades problemáticas superiores, estos pueden ser solucionados con esta propuesta.

A investigadores del campo de gestión de organizaciones, y a estudiantes de pregrado y posgrado se pone a disposición toda la información recopilada en este estudio, recopilación de literatura teórica, implicancias prácticas solucionadas, y modelos metodológicos empleados, a fin de que puedan ser de su uso para futuras investigaciones. Así como también se recomienda el estudio de las variables utilizadas a fin de generar discusión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human. Decision Processes*, 50, 179–211. DOI: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Al Qeisi, K. I., & Al Zagheer, H. M. (2015). Determinants of knowledge sharing behaviour among personnel in banking industry. *International Journal of Business and Management*, 10(4), 49–59. DOI: <https://doi.org/10.5539/ijbm.v10n4p49>.
- Alva, J. y Juarez, J. (2015). *Relación entre el nivel de Satisfacción Laboral y el nivel de productividad de los colaboradores de la Empresa Chimu Agropecuaria S.A Del Distrito De Trujillo-2014* (Tesis de pregrado). Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, Perú. Recuperado de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/716/1/ALVA_JOSE_SATISFACCI%c3%93N_LABORAL_AGROPECUARIA.pdf
- Alva, O. (2017). *Clima organizacional y su relación con la calidad de servicio al usuario en el Módulo Penal de la Corte Superior de Justicia de Ancash-Huaraz, 2017* (Tesis maestría). Universidad Cesar Vallejo, Perú. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11937/alva_so.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arano, R., Escudero, J., y Delfín, L. (2016). Founding the origin of the organizational climate, from the perspective of school management: a theoretical approach. Recuperado de: <https://www.uv.mx/iiesca/files/2016/11/02ca201601.pdf>
- Avalos, K. (2019). *Clima Organizacional y Calidad Del Servicio Educativo En La Institución Educativa N° 80372 – Cushcanday – Agallpampa- Otuzco - La Libertad – 2019* (Tesis maestría). Universidad Cesar Vallejo, Perú. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/37801/avalos_pk.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Andersson, M., Moen, O., & Brett, P. O. (2020). The organizational climate for psychological safety: Associations with SMEs' innovation capabilities and innovation performance. *Journal of Engineering and Technology Management*, 55, 101554. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2020.101554>
- Bal S. (2016). The influences of participative organizational climate and self-leadership on innovative behavior and the roles of job involvement and proactive personality: A survey in the context of SMEs in Izmir. *Procedia Soc Behav Sci*. 2013;75(1):407-19. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042813005818>
- Berdugo, C., Barbosa, R., y Prada, L. (2016). Relevant variables in the measuring of the perceived quality in bank service. *Dyna*, 83(197), ISSN: 0012-7353. DOI: <http://dx.doi.org/10.15446/dyna.v83n197.55426>

- Bernal, C., (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (3^{ta} ed.). Bogotá., Colombia: Person
- Bernal, I., Pedraza, N. y Sanchez, M. (2015). The organizational climate and its relationship to the quality of public health services: Design of a theoretical model. *Estudios Generales*, vol.31 no.134 Cali Jan./Mar. 2015 ISSN 0123-5923. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232015000100003&lang=es
- Calero, O (2018), *Clima organizacional y calidad de servicio en la Municipalidad de Barranca, 2018* (Tesis de pregrado). Universidad San Pedro, Perú
- Castillo, E., Medina, M., Bernardo, J., Reyes, C. y Ayala, C. (2019). Leadership and organizational climate in workers of health facilities of a micro-network in Peru. *Rev Cubana Salud Pública* 45 (2) 15 Jul 2019Apr-Jun 2019. Recuperado de: <https://scielosp.org/article/rcsp/2019.v45n2/e1351/>
- Celis, C. (2014). *Importancia Del Clima Organizacional En La Productividad Laboral*. Medellín. Universidad Militar Nueva Granada. Colombia. Recuperado de https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/13586/ENSAYO_D_E_GRADO_.pdf;jsessionid=2C46CCE2A6C4480B3765470622E55E1B?sequence=1
- Cornel, L. (2015). The impact of personal resources on organizational attitudes: Job satisfaction and trust in organization. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 187 (2015) 685 – 689. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.127>
- Corona, J. (2016). Notes on Research Methods. *Medisur versión On-line*, ISSN 1727-897X. Medisur vol.14 no.1 Cienfuegos ene.-feb. 2016. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727897X2016000100016
- Centeno, J. (2016) *Clima organizacional en los docentes de la Institucion Educacion Tecnica Maria Inmaculada- Huancayo – 2015* (Tesis maestria). Universidad Nacional del Centro del Perú, Perú.
- Chaves-Barboza, E. y Rodríguez-Miranda, L. (2018). Análisis de confiabilidad y validez de un cuestionario sobre entornos personales de aprendizaje (PLE). *Revista Ensayos Pedagógicos Vol. XIII, No. 1 71-106, ISSN 1659-0104, Enero-junio, 2017* DOI: <http://dx.doi.org/10.15359/rep.13-1.4>
- Chiavenato, I. (2013). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. (8^{ta} ed.). México D.F., México: McGraw
- Chirinos, Y.; Meriño, V. y Martínez de Meriño, C. (2018). El clima organizacional en el emprendimiento sostenible. *Revista EAN*, 84, 43-61. DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1916>

- Datta, A. y Singh, R. (2018). Determining the dimensions of organizational climate perceived by the hotel employees. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 40–48. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.07.001>
- Díaz, I., García, C., Leon, M., Ruiz, F. y Torres, F. (2014) Guía de Asociación entre variables (Pearson y Spearman en SPSS) *Ayudantía Estadística I 2014. Universidad de Chile Facultad de Ciencias Sociales (FACSO) Departamento de Sociología*. Recuperado de https://www.ucursos.cl/facso/2014/2/SO01007/1/material_docente/bajar?id_material=994690
- Díaz, V. (2008). *Metodología de la Investigación Científica y Bioestadística para profesionales y estudiantes de ciencias de la salud* (2^{da} ed.). Santiago de Chile. Chile: RIL® editores
- Del Cid, A., Méndez, R., y Sandoval, F. (2011). *Investigación. Fundamentos y metodología*. (2^{ta} ed.). Estado de México., México: Pearson.
- De La Roca, A. y De La Cruz, R. (2018). “*Influencia del nivel de satisfacción laboral en la productividad de los trabajadores de la planta concentradora Victoria de la Compañía Minera Volcan S.A.A* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo, Perú. Recuperado de <http://181.65.200.104/bitstream/handle/UNCP/4925/De%20La%20Roca%20Gutarra%20-%20De%20La%20Cruz%20Romani.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Espinoza, E. (2018). Hypothesis in research. *MENDIVE*, Vol. 16 No. 1 ISSN. 1815-7696 RNPS 2057 (enero-marzo). Recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/men/v16n1/1815-7696-men-16-01-122.pdf>
- Forehand, G., y Von Haller, G. (1964). Environmental variation in studies of organizational behavior. *Psychological Bulletin*, 62(6), 361-382. DOI: <https://doi.org/10.1037/h0045960>
- Flores, D. (2017). *Factores que inciden en la calidad del servicio universitario a partir de expectativas y percepciones de estudiantes de una universidad pública, Abancay – 2016* (Tesis de doctoral). Universidad César Vallejo, Perú.
- Fiestas, V (2018), *Clima organizacional y calidad de servicio en el Hospital de Barranca Cajatambo, 2018* (Tesis de pregrado). Universidad San Pedro, Perú.
- Gil, F. (29 de abril del 2019). *Aptitus: “86% de trabajadores renuncia por mal clima laboral generado por jefes”*. *Gestion*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/management-empleo/aptitus-86-trabajadores-renuncia-mal-clima-laboral-generado-jefes-265382-noticia/>
- Frias-Navarro, D. (2019). Apuntes de consistencia interna de las puntuaciones de un instrumento de medida. *Universidad de Valencia*. España. Recuperado de <https://www.uv.es/friasnav/AlfaCronbach.pdf>
- García, R., González, J. y Jornet, J. (2010) SPSS: PRUEBAS NO PARAMÉTRICA. *Grupo de Innovación Educativa Universidad de Valencia*. Recuperado de https://www.uv.es/innomide/spss/SPSS/SPSS_0802A.pdf

- Gómez, S. (2012). *Metodología de la investigación*. (1^{ra} ed.). Estado de México., México: Red Tercer Milenio.
- Glisson, C., & Green, P. (2011). Organizational climate, services, and outcomes in child welfare systems. *Child Abuse & Neglect*, 35(8), 582–591. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chiabu.2011.04.009>
- Glisson, C. (2009). Organizational climate and culture and performance in the human services. In R. Patti (Ed.), *Handbook of human services management* (pp. 119–141). Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Glisson, C., y Hemmelgarn, A. (1998). The effects of organizational climate and interorganizational coordination on the quality and outcomes of children's service systems. *Child Abuse & Neglect*, 22(5).
- Glisson, C., y James, L. (2002). The cross-level effects of culture and climate in human service teams. *Journal of Organizational Behavior*, 23.
- Glisson, C., & Durick, M. (1988). Predictors of job satisfaction and organizational commitment in human service organizations. *Administrative Science Quarterly*, 33.
- Grande, I., y Abascal, E. (2017). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. (13^{va} ed.). Madrid, España: ESIC Editorial
- Guchait, P., Abbott, J., Lee, C., Back, K., y Manoharan, A. (2019). The influence of perceived forgiveness climate on service recovery performance: The mediating effect of psychological safety and organizational fairness. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 40, 94–102. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.06.007>
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6^{ta} ed.). México D.F., México: McGraw-Hill
- Hong, W., Deng, Z., Wang, B., y Wu, T. (2019). Online Service Qualities in the Multistage Process and Patients' Compliments: A Transaction Cycle Perspective. *Information & Management*, 103230. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103230>
- Jacobs, S. et al., (2020). Organisational factors associated with safety climate, patient satisfaction and self-reported medicines adherence in English community pharmacies. *Research in Social and Administrative Pharmacy*. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2019.09.058>
- Juárez, S. (2012). Clima Organizacional y Satisfacción Laboral en los trabajadores del Hospital General Regional 72 del Instituto Mexicano del Seguro Social. *Revista Médica del Instituto Mexicano del Seguro Social*, N° 50 (3), p.307- 314, México. Recuperado de http://revistamedica.imss.gob.mx/index.php?option=com_multicategories&view=article&id=1875:clima-organizacional&catid=733:practicaclinico-quirurgica&Itemid=763
- Jia, R., Reich, B. H. y Jia, H. H. (2016). A commentary on: "Creating agile organizations through IT: The influence of IT service climate on IT service

- quality and IT agility." *The Journal of Strategic Information Systems*, 25(3), 227–231. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2016.06.001>
- Lam, R. (2016). Writing a scientific paper. *Rev Cubana Hematol Inmunol Hemoter*, vol.32 no.1 Ciudad de la Habana ene.-mar. 2016, ISSN 0864-0289. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-02892016000100006
- Lin, Y. y Liu, N. (2016). High performance work systems and organizational service performance: The roles of different organizational climates. *International Journal of Hospitality Management*, 55, 118–128. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.04.005>
- Litwin, H., & Stringer, A. (2015). *La motivación y el clima organizacional*. Boston: Harvard Business School Press
- Likert, R. (1961). *New Patterns of Management*. Mc Graw Hill, Nueva York
- Loh, M., Idris, M. Dormann, C. y Muhamad, H. (2019). Organisational climate and employee health outcomes: A systematic review. *Safety Science*, 118. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2019.05.052>
- Kang, H., y Busser, J. (2018). Impact of service climate and psychological capital on employee engagement: The role of organizational hierarchy. *International Journal of Hospitality Management*, 75, 1–9. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.03.003>
- Kwon, B., Farndale, E., y Park, J. G. (2016). Employee voice and work engagement: Macro, meso, and micro-level drivers of convergence?, *Human Resource Management Review*, 26(4), 327–337. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2016.04.005>
- Martinez, A. y Campos, W. (2015) Correlación entre Actividades de Interacción Social Registradas con Nuevas Tecnologías y el grado de Aislamiento Social en los Adultos Mayores. *Revista Mexicana de Ingeniería Biomedica*. Vol. 36, No. 3, Sep-Dic 2015, 181 191. DOI: <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmib/v36n3/v36n3a4.pdf>
- Mayari, P. (2017). *Clima organizacional y la calidad de servicio en la división comercial del Banco de Crédito del Perú en el distrito de Comas* (Tesis maestría). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/8510>
- Marsollier, G. y Expósito, C. (2017). Values and Engagement among Employees in the Public Sector; *Revista Empresa Y Humanismo*, Vol Xx , N° 2 / 2017 / 29-50 ISSN: 1139-7608. Recuperado de https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/69529/CONICET_Digital_Nro.a7567773-2e74-4451-bea9-756ffac2b252_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Medina, D. (2017). *Clima organizacional y calidad de servicio en la agencia de viajes Inkaland Treks de la provincia de Huaraz – Ancash, 2017* (Tesis de pregrado) Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/7023/Medina_OD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Melendres, Y. (2019). *Expectativas y percepción de la calidad de servicios educativos en los estudiantes de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la Universidad Alas Peruanas-Filial Cajamarca, Cajamarca – 2019* (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Cajamarca, Perú.
- Menegaldo K. (2011), La calidad de servicio y satisfacción de los clientes del canal mayorista de las Empresas de Helados del Municipio San Francisco (Tesis maestría), Universidad Autónoma de Manizales, Maracaibo, Venezuela.
- Sanchez, M. (08 de octubre del 2019). *Urge aumentar el salario emocional en el trabajo*. Debate. Recuperado de <https://www.debate.com.mx/estados/Urge-aumentar-el-salario-emocional-en-el-trabajo-20191008-0147.html>
- Mojtaba, K., et al. (2020) Understanding librarians' knowledge sharing behavior: The role of organizational climate, motivational drives and leadership empowerment. *Library and Information Science Research*. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2019.100998>
- Nair: S.; Kaushik; A. y Dhoot; H. (2019). Conceptual framework of a skill-based interactive employee engaging system: In the Context of Upskilling the present IT organization, *Applied Computing and Informatics*, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.aci.2019.05.001>
- Orgambidez-Ramos, A. y Almeida, M. (2015). Organizational antecedents of service quality: a model of structural equations. *TM Studies*, vol.11 no.2 Faro jul. 2015 ISSN 2182-8458. Recuperado de: http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-84582015000200019&lang=es
- Pajaro, D. (2002). La formulacion de la hipotesis. *Cinta de Moebio*, núm. 15, diciembre, 2002, Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/101/10101506.pdf>
- Pătraș, L., Martínez-Tur, V., Estreder, Y., Gracia, E., Moliner, C. y Peiró, J. M. (2018). "Organizational performance focused on users' quality of life: The role of service climate and "contribution-to-others" wellbeing beliefs. *Research in Developmental Disabilities*, 77, 114–123. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ridd.2018.04.016>
- Parasuraman, A.; Zeithalm, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Rodríguez, M., y Mendivelso, F. (2018). Diseño De Investigación De Corte Transversal. Recuperado de: http://www.unisanitas.edu.co/Revista/68/07Rev%20Medica%20Sanitas%2021-3_MRodriguez_et_al.pdf
- Romero, G. (2006). Principios y valores éticos en las organizaciones bancarias respecto a la calidad del servicio y atención al cliente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 11(36), ISSN: 1315-9984. Recuperado: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=290/29003608>

- Revoredo, H. (2017). *Gestión de operaciones bancarias y calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, agencia Magdalena, Lima, 2017* (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Perú.
- Sousa, V., Driessnack, M. y Costa, I. (2007). an overview of research designs relevant to nursing: part 1: quantitative research designs. *Rev Latino-am Enfermagem*, 2007 maio-junho; 15(3). Recuperado de: http://www.scielo.br/pdf/rlae/v15n3/es_v15n3a22.pdf
- Sotelo, J. y Figueroa, E. (2017). The organizational climate and its correlation with the quality of service in a higher education institution. *RIDE. Rev. Iberoam. Investig. Desarro. Educ*, vol.8 no.15 Guadalajara jul./dic. 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.23913/ride.v8i15.312>
- Schneider, B., Ehrhart, M., y Macey, W., 2013. Organizational climate and culture. *Annu. Rev. Psychol.* 64, 361–388. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-113011-143809>.
- Usmaya, T. (2018). *Marketing interno y calidad de servicio de los colaboradores de recepciones Dlujo, San Martín de Porres, 2018* (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Perú.
- Valderrama, S. (2014). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Lima: Editorial San Marcos.
- Valdivia, G. (2017) *Relación entre los valores organizacionales y los valores individuales en la Universidad Privada de Arequipa, 2017* (Tesis maestría). Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú. Recuperado de <https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/6390/8H.1499.MG.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vasquez, R. (2018). *Liderazgo y Actitudes ante el Cambio Organizacional en los Empleados de la Municipalidad Provincial de Trujillo – 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/24073/vasquez_br.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vargas, S. (2018). *Sistemas administrativos y gestión por resultados en la Municipalidad Provincial de San Martín- 2018* (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Perú.
- Vargas, H., y Guevara H. (2018). *Clima organizacional y calidad de servicio del hospital María Auxiliadora de Rodríguez de Mendoza 2018* (Tesis maestría). Universidad César Vallejo, Perú.
- Yuctor, M. y Salazar-Duque, D. (2019). Analysis of the organizational climate and job satisfaction in the hotel sector. Case of Quito and Cuenca cities. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, ISSN 0717-6651. Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2019000100082&lang=es
- Wong, I., Ma, E., Chan, S., Huang, G., y Zhao, T. (2019). When do satisfied employees become more committed? A multilevel investigation of the role of

internal service climate. *International Journal of Hospitality Management*, 82, 125–135. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.03.014>

Zuñiga, M. (2016). *El clima organizacional y su relación con la calidad de servicio que brinda el Banco Interamericano de Finanzas Lima 2016* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Callao, Perú

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables

| Variables | Definición Conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala de medición |
|----------------------|--|--|----------------------------|--|-------------------------|
| Clima Organizacional | Chiavenato (2013) nos dice que el clima organizacional es intangible ya que no se ve ni se toca, pero tiene una existencia real que representa como los colaboradores perciben su entorno y como sienten todos los días al entrar a su centro de trabajo y en relación con sus compañeros. | "Brunet (1987), Citado por Ramos, D. (2012) define el clima organizacional como las percepciones del ambiente organizacional determinado por los valores, actitudes u opiniones personales de los empleados, y las variables resultantes como la satisfacción y la productividad que están influenciadas por las variables del medio y las variables personales". (p.16) | SATISFACCIÓN LABORAL | Condiciones laborales | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Oportunidad de crecimiento | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Resultados del trabajo | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Naturaleza del trabajo en si | Likert (5 alternativas) |
| | | | VALORES | Responsabilidad | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Integridad | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Puntualidad | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Emocionalidad | Likert (5 alternativas) |
| | | | ACTITUDES | Cree en sí mismo | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Ve las oportunidades | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Se enfoca en las soluciones | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Persistencia | Likert (5 alternativas) |
| | | | OPINIONES DE LOS EMPLEADOS | Satisfacción personal | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Productividad | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Relaciones intrapersonales | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Relaciones interpersonales | Likert (5 alternativas) |
| Calidad de Servicio | Lin y Liu (2016). nos dicen que el clima de servicio se refiere a como se perciben los eventos, prácticas, procedimientos y conductas que son recompensadas, apoyadas y esperado en un entorno de servicio al cliente. Partiendo de esta definición, el clima de servicio se distingue del clima general por ser un objetivo estratégico para el servicio al cliente. y calidad de servicio. | "La satisfacción será el resultado de una experiencia personal del cliente, respecto al consumo de un producto, donde el cliente tiene la ventaja de evaluar de forma cognitiva las siguientes variables: expectativa y resultado, esfuerzo y recompensa, o puede ser afectiva, señala Giese y Cote, (2000); Eggert y Ulaga, (2002), Citado por Quispe y Ayavivi (2016) | EXPECTATIVA | Cumplimiento | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Capacidad de respuesta | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Realizan bien el servicio la primera vez | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Servicio en tiempo prometido | Likert (5 alternativas) |
| | | | RESULTADOS | Confianza | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Instalaciones atractivas | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Imagen de los colaboradores | Likert (5 alternativas) |
| | | | | No cometen errores | Likert (5 alternativas) |
| | | | ESFUERZO | Comunicación de servicio | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Atención individualizada | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Se preocupan por los clientes | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Compresión de necesidad del cliente | Likert (5 alternativas) |
| | | | RECOMPENSA | Reconocimiento publico | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Bonos | Likert (5 alternativas) |
| | | | | Premios | Likert (5 alternativas) |
| | | | | | |

Anexo 2: Cuestionario

Estimado señor/señora:

Se le solicita que responda todos los siguientes enunciados con veracidad.

INSTRUCCIONES

A continuación, se presenta una serie de enunciados a los cuales deberá usted responder marcando un (X) de acuerdo a lo que considere conveniente.

- 1= Totalmente en desacuerdo.
- 2= En desacuerdo.
- 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
- 4= De acuerdo
- 5= Totalmente de acuerdo

| TÍTULO: Clima organizacional y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en los Olivos, 2019 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| (VI) Variable Independiente: CLIMA ORGANIZACIONAL | | | | | |
| D1) Dimensión 1: Satisfacción Laboral | | | | | |
| 1.- Las condiciones laborales son percibidas como optima | | | | | |
| 2.- Las oportunidades de crecimiento mejoran la satisfacción laboral | | | | | |
| 3.- La satisfacción laboral influye en los resultados de los trabajadores | | | | | |
| 4.- La satisfacción laboral es resultado de una naturaleza de trabajo positiva percibida | | | | | |
| (D2) Dimensión 2: Valores | | | | | |
| 5.- La responsabilidad es parte de los valores fundamentales de la sociedad | | | | | |
| 6.- Una persona con integridad tiene valores | | | | | |
| 7.- La puntualidad es un valor fundamental de la sociedad | | | | | |
| 8.- La emocionalidad se refleja en su trabajo | | | | | |
| (D3) Dimensión 3: Actitudes | | | | | |
| 9.- Creer en uno mismo influye en las actitudes en el trabajo | | | | | |
| 10.- Las personas que ven las oportunidades tiene las mejores actitudes | | | | | |
| 11.- Las personas que se enfocan en las soluciones son proactivas | | | | | |
| 12.- Las personas persistentes logran mejores resultados | | | | | |
| (D4) Dimensión 4: Opiniones de los empleados | | | | | |
| 13.- Las opiniones de los jefes influyen en la satisfacción del personal | | | | | |
| 14.- Se involucra en la ejecución de las actividades de grupo | | | | | |
| 15.- Las relaciones intrapersonales tienen incidencia con el clima laboral | | | | | |
| 16.- Las relaciones interpersonales tienen relevancia en su trabajo | | | | | |
| (VD) Variable Dependiente: CALIDAD DE SERVICIO | | | | | |
| (D1) Dimensión 1: Expectativa | | | | | |
| 17.- El cumplimiento de su trabajo supera las expectativas de los clientes | | | | | |
| 18.- Recibe la capacitación necesaria para realizar su trabajo | | | | | |
| 19.- La excelencia se muestra con los resultados de la atención hacia el cliente. | | | | | |
| 20.- La atención a los clientes es cumplida en el tiempo establecido | | | | | |
| (D2) Dimensión 2: Resultados | | | | | |
| 21.- La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes | | | | | |
| 22.- La infraestructura, le añade presencia a la empresa | | | | | |
| 23.- La imagen de los colaboradores influye en los resultados de la atención al cliente | | | | | |
| 24.- La mejora continua es muestra de calidad | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| (D3) Dimensión 3: Esfuerzo | | | | | |
| 25.- La satisfacción de los clientes se logra a través de una buena comunicación | | | | | |
| 26.- Los clientes que reciben una atención individualizada se ven motivados a volver a consumir los servicios de la empresa donde fueron atendidos | | | | | |
| 27.- Una buena atención al cliente es bien recibida | | | | | |
| 28.- Las necesidades de los clientes son comprendidas | | | | | |
| (D4) Dimensión 4: Recompensa | | | | | |
| 29.- El reconocimiento de su trabajo es importante | | | | | |
| 30.- Tiene confianza en el trabajo que realiza | | | | | |
| 31.- Los bonos influyen en la atención brindada a los clientes | | | | | |
| 32.- Los premios motivan al personal a realizar un mejor servicio | | | | | |

Anexo 3: Matriz de consistencia – Proyecto de Investigación

“Clima organizacional y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en los Olivos, 2019”

| PROBLEMA GENERAL | OBJETIVO GENERAL | HIPÓTESIS PRINCIPAL | VARIABLES | DISEÑO METODOLÓGICO |
|--|---|--|--|---|
| ¿Existe relación ente el clima organizacional y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019? | Identificar la relación ente el clima organizacional y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019 | Existe relación ente el clima organizacional y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019 | Variable Independiente / Variable 1: Clima organizacional | Tipo de estudio Descriptivo - Correlacional Básica y de enfoque cuantitativo. |
| PROBLEMAS ESPECÍFICOS | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | HIPÓTESIS ESPECÍFICOS | Dimensiones: | Diseño: No experimental de corte transversal. |
| 1) ¿Existe relación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019? | 1) Identificar cómo se relacionan la satisfacción laboral la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019 | 1) Existe relación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019 | a) Satisfacción laboral b) Valores c) Actitudes d) Opiniones de los empleados | Área de estudio: Librería Nuevo mundo, sede Lima, 2017 |
| 2) ¿Existe relación entre los valores y la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019? | 2) Identificar cómo se relacionan los valores y la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019 | 2) Existe relación entre los valores y la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019 | Variable Dependiente / Variable 2: Calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en los Olivos, 2019 | Población y muestra Trabajadores (135) personas. |
| 3) ¿Existe relación entre las actitudes y la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019? | 3) Identificar cómo se relacionan las actitudes y la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019 | 3) Existe relación entre las actitudes y la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019 | a) Expectativa b) Resultados c) Esfuerzo d) Recompensa | Instrumento: Encuesta |
| 4) ¿Existe relación entre las opiniones de los empleados y la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019? | 4) Identificar cómo se relacionan las opiniones de los empleados y la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019 | 4) Existe relación entre las opiniones de los empleados y la calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en Los Olivos, 2019 | | Técnica: Entrevista |
| | | | | Valoración estadística Paquete estadístico SSPS 26 (versión en español) |

Anexo 4: Detalle de la empresa anonimizada

Esta empresa es el banco más grande y el proveedor líder de servicios financieros integrados en el Perú, con aproximadamente US\$ 39 mil millones en activos totales y una participación de mercado de 30,4% en créditos totales y 33,5% en depósitos totales. Tiene más de 127 años de presencia en el país y es la marca más valiosa del Perú. Su red de más de 8340 puntos de contacto sirve a sus más de 13 millones de clientes. Es la principal subsidiaria de Credicorp (NYSE: BAP), el mayor holding financiero peruano. La Banca Mayorista compite con bancos locales y extranjeros, y ofrece a sus clientes préstamos a corto y mediano plazo en moneda local y extranjera, financiamientos para comercio exterior, leasing, seguros y asesoría financiera. Actualmente es el líder del mercado con una participación de mercado de más del 40% en créditos corporativos. Por otro lado, la Banca Minorista atiende a personas y empresas pequeñas con una amplia gama de productos con alto valor agregado con una participación de mercado superior al 20%. Además, ofrece servicios de gestión de activos, transacciones de divisas, de tesorería, de custodia, servicios de asesoramiento de inversión y actividades de investigación financiera

Anexo 5: Consentimiento informado

Carta de consentimiento informado para participantes del CUESTIONARIO para el proyecto “CLIMA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DE SERVICIO DE UNA AGENCIA BANCARIA UBICADA EN LOS OLIVOS, 2019”

Mi nombre es Almendra Morales y me encuentro desarrollando una evaluación para conocer la relación del clima organizacional y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en los Olivos

Estamos realizando una encuesta que busca conocer los puntos de vista de todas las personas que laboran en agencias bancarias ubicadas en los Olivos, con respecto al clima organizacional, así como sobre aquellas acciones que podrían coadyuvar a incentivarlo. Por ello estamos invitando a todas las personas que laboran en agencias bancarias ubicadas en los Olivos a participar contestando un cuestionario.

Si usted está de acuerdo en participar en este estudio, queremos invitarlo a que conteste este cuestionario que tiene una aplicación de alrededor de 5 minutos. En el mismo vamos a preguntarle algunos datos sociodemográficos, posteriormente preguntaremos asuntos relacionados al clima organizacional y su relación con la calidad de servicio.

Su participación en esta encuesta no tiene costo alguno y es totalmente voluntaria. Es decir, no tiene que participar si no lo desea y puede suspender su participación en el momento que usted decida, sin que haya ninguna consecuencia. El hecho de que decida participar o no en el estudio, así como el hecho de expresar libremente sus opiniones, cualesquiera que estas sean, no tendrá ninguna repercusión negativa para usted o su puesto de trabajo o estudio.

La información se reportará de manera general, es decir, se eliminará cualquier dato que le pudiera identificar a usted. Todos los datos serán registrados directamente en una base de datos, y únicamente los investigadores responsables podrán tener acceso a los mismos mediante claves de seguridad.

Si está de acuerdo en participar en el estudio, por favor escriba “Sí estoy de acuerdo en participar” en la parte inferior de la encuesta, además de su firma.

¡Muchas gracias por su participación!

Anexo 6: Ficha de validación de expertos



CARTA DE PRESENTACIÓN

Fernandez Bedoya Victor Hugo

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración la UCV filial Lima – Campus Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recolectaré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré por el título profesional de Licenciado en Administración.

El título de la investigación es: "Clima organizacional y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en los Olivos, 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de (gestión de las organizaciones/marketing), docencia universitaria y actividades de investigación demostrada en la Facultad de Ciencias Empresariales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

Morales Silva Almendra Danae

D.N.I: 71242141

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS
VARIABLES CLIMA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DE SERVICIO**

| N° | Escala | Items | Pertinencia | | Relevancia | | Claridad | | Sugerencias |
|--|----------|--|-------------|----|------------|----|----------|----|--|
| | | | SI | No | SI | No | SI | No | |
| VARIABLE INDEPENDIENTE / VARIABLE 1: CLIMA ORGANIZACIONAL | | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN 1: Satisfacción Laboral | | | SI | No | SI | No | SI | No | |
| 1 | Likert 5 | Las condiciones laborales son percibidas como óptimas | / | | / | | / | | |
| 2 | Likert 5 | Las oportunidades de crecimiento mejoran la satisfacción laboral | / | | / | | / | | |
| 3 | Likert 5 | La satisfacción laboral influye en los resultados de las organizaciones | / | | / | | / | | |
| 4 | Likert 5 | La satisfacción laboral es resultado de una naturaleza de trabajo positiva percibida | / | | / | | / | | |
| DIMENSIÓN 2: Valores | | | SI | No | SI | No | SI | No | |
| 5 | Likert 5 | La responsabilidad es parte de los valores fundamentales de la sociedad | / | | / | | / | | |
| 6 | Likert 5 | Una persona con integridad tiene valores | / | | / | | / | | |
| 7 | Likert 5 | La puntualidad es un valor fundamental de la sociedad | / | | / | | / | | |
| 8 | Likert 5 | La econo-micidad se ve reflejada en su trabajo | / | | / | | / | | |
| DIMENSIÓN 3: Actitudes | | | SI | No | SI | No | SI | No | |
| 9 | Likert 5 | Crear en uno mismo influye en las actitudes en el trabajo | / | | / | | / | | |
| 10 | Likert 5 | Las personas que ven las oportunidades tienen las mejores actitudes | / | | / | | / | | |
| 11 | Likert 5 | Las personas que se enfocan en las soluciones son proactivas | / | | / | | / | | |
| 12 | Likert 5 | Las personas persistentes logran mejores resultados | / | | / | | / | | |
| DIMENSIÓN 4: Opiniones de los empleados | | | SI | No | SI | No | SI | No | |
| 13 | Likert 5 | Las opiniones influyen en la satisfacción personal | / | | / | | / | | <i>precisar que son opiniones de empleados</i> |
| 14 | Likert 5 | Se involucra en la ejecución de las actividades de grupo | / | | / | | / | | |
| 15 | Likert 5 | Las relaciones impersonales tienen incidencia con el clima laboral | / | | / | | / | | |
| 16 | Likert 5 | Las relaciones intrapersonales tienen relevancia en su trabajo | / | | / | | / | | |
| VARIABLE DEPENDIENTE / VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO | | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN 1: Expectativa | | | SI | No | SI | No | SI | No | |
| 17 | Likert 5 | El cumplimiento de su trabajo supera las expectativas de los clientes | / | | / | | / | | |
| 18 | Likert 5 | Recibe la capacitación necesaria para realizar su trabajo | / | | / | | / | | |
| 19 | Likert 5 | La excelencia se muestra con los resultados de la atención hacia el cliente | / | | / | | / | | |
| 20 | Likert 5 | La atención a los clientes es cumplida en el tiempo establecido | / | | / | | / | | |
| DIMENSIÓN 2: Resultados | | | SI | No | SI | No | SI | No | |
| 21 | Likert 5 | La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes | / | | / | | / | | |
| 22 | Likert 5 | La infraestructura de la empresa, le añade presencia a la empresa | / | | / | | / | | |

| | | | | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 23 | Likert 5 | La imagen de los colaboradores influye en los resultados de la atención al cliente | / | | / | | / | |
| 24 | Likert 5 | La mejora continua es muestra de calidad | / | | / | | / | |
| DIMENSIÓN 3: Esfuerzo | | | Sí | No | Sí | No | Sí | No |
| 25 | Likert 5 | La satisfacción de los clientes se logra a través de una buena comunicación | / | | / | | / | |
| 26 | Likert 5 | Los clientes que reciben una atención individualizada se ven motivados a volver a consumir los servicios de la empresa donde fueron atendidos | / | | / | | / | |
| 27 | Likert 5 | Una buena atención al cliente es bien recibida | / | | / | | / | |
| 28 | Likert 5 | Las necesidades de los clientes son comprendidas | / | | / | | / | |
| DIMENSIÓN 4: Recompensa | | | Sí | No | Sí | No | Sí | No |
| 29 | Likert 5 | El reconocimiento de su trabajo es importante | / | | / | | / | |
| 30 | Likert 5 | Tiene confianza en el trabajo que realiza | / | | / | | / | |
| 31 | Likert 5 | Los bonos influyen en la atención brindada a los clientes | / | | / | | / | |
| 32 | Likert 5 | Los premios motivan al personal a realizar un mejor servicio | / | | / | | / | |

Observaciones: Mejora Redacción Pregunta 13.

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Victor Hugo Fernandez Bedoya

DNI: 44326351

Especialidad del validador: Lic En Administración

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

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


 Mg. Lic. Adm. Víctor H. Fernández Bedoya
 INVESTIGADOR EN CIENCIAS EMPRESARIALES
 CLAD REGUC 019824

06 de noviembre del 2019

CARTA DE PRESENTACIÓN

Carranza Estela Teodoro

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración la UCV filial Lima – Campus Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recolectaré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré por el título profesional de Licenciado en Administración.

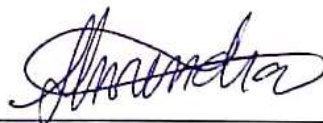
El título de la investigación es: "Clima organizacional y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en los Olivos, 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de (gestión de las organizaciones/marketing), docencia universitaria y actividades de investigación demostrada en la Facultad de Ciencias Empresariales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

Morales Silva Almendra Danae

D.N.I: 71242141

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS VARIABLES CLIMA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DE SERVICIO

| I.P. | Escala | Ítems | Pertinencia ^a | | Relevancia ^a | | Claridad ^a | | Sugerencias |
|--|----------|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| VARIABLE INDEPENDIENTE / VARIABLE 1: CLIMA ORGANIZACIONAL | | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN 1: Satisfacción Laboral | | | SI | No | SI | No | SI | No | |
| 1 | Likert 5 | Las condiciones laborales son percibidas como óptimas | / | | / | | / | | |
| 2 | Likert 5 | Las oportunidades de crecimiento mejoran la satisfacción laboral | / | | / | | / | | |
| 3 | Likert 5 | La satisfacción laboral influye en los resultados de los trabajadores | / | | / | | / | | |
| 4 | Likert 5 | La satisfacción laboral es resultado de una naturaleza de trabajo positiva percibida | / | | / | | / | | |
| DIMENSIÓN 2: Valores | | | SI | No | SI | No | SI | No | |
| 5 | Likert 5 | La responsabilidad es parte de los valores fundamentales de la sociedad | / | | / | | / | | |
| 6 | Likert 5 | Una persona con integridad tiene valores | / | | / | | / | | |
| 7 | Likert 5 | La puntualidad es un valor fundamental de la sociedad | / | | / | | / | | |
| 8 | Likert 5 | La emocionalidad se ve reflejada en su trabajo | / | | / | | / | | |
| DIMENSIÓN 3: Actitudes | | | SI | No | SI | No | SI | No | |
| 9 | Likert 5 | Creer en uno mismo influye en las actitudes en el trabajo | / | | / | | / | | |
| 10 | Likert 5 | Las personas que ven las oportunidades tienen las mejores actitudes | / | | / | | / | | |
| 11 | Likert 5 | Las personas que se enfocan en las soluciones son proactivas | / | | / | | / | | |
| 12 | Likert 5 | Las personas persistentes logran mejores resultados | / | | / | | / | | |
| DIMENSIÓN 4: Opiniones de los empleados | | | SI | No | SI | No | SI | No | |
| 13 | Likert 5 | Las opiniones influyen en la satisfacción personal | / | | / | | / | | |
| 14 | Likert 5 | Se involucra en la ejecución de las actividades de grupo | / | | / | | / | | |
| 15 | Likert 5 | Las relaciones intrapersonales tienen incidencia con el clima laboral | / | | / | | / | | |
| 16 | Likert 5 | Las relaciones intrapersonales tienen relevancia en su trabajo | / | | / | | / | | |
| VARIABLE DEPENDIENTE / VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO | | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN 1: Expectativa | | | SI | No | SI | No | SI | No | |
| 17 | Likert 5 | El cumplimiento de su trabajo supera las expectativas de los clientes | / | | / | | / | | |
| 18 | Likert 5 | Recibe la capacitación necesaria para realizar su trabajo | / | | / | | / | | |
| 19 | Likert 5 | La excelencia se muestra con los resultados de la atención hacia el cliente. | / | | / | | / | | |
| 20 | Likert 5 | La atención a los clientes es cumplida en el tiempo establecido | / | | / | | / | | |
| DIMENSIÓN 2: Resultados | | | SI | No | SI | No | SI | No | |
| 21 | Likert 5 | La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes | / | | / | | / | | |
| 22 | Likert 5 | La infraestructura de la empresa, le añade presencia a la empresa | / | | / | | / | | |



| | | | | | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| 23 | Likert 5 | La imagen de los colaboradores influye en los resultados de la atención al cliente | / | | / | | / | | |
| 24 | Likert 5 | Un servicio sin error es muestra de calidad | / | | / | | / | | |
| DIMENSIÓN 3: Esfuerzo | | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 25 | Likert 5 | Hay una correcta comunicación con los clientes hará que ellos se sientan satisfechos con el servicio brindado | / | | / | | / | | |
| 26 | Likert 5 | Los clientes reciben una atención individualizada se ven motivados a volver a consumir productos o servicios de la empresa donde fueron atendidos | / | | / | | / | | |
| 27 | Likert 5 | Una buena atención al cliente es bien recibida | / | | / | | / | | |
| 28 | Likert 5 | Las necesidades de los clientes son comprendidas | / | | / | | / | | |
| DIMENSIÓN 4: Recompensa | | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 29 | Likert 5 | El reconocimiento público del trabajo es importante | / | | / | | / | | |
| 30 | Likert 5 | Tiene confianza en el trabajo que realiza | / | | / | | / | | |
| 31 | Likert 5 | Los bonos influyen en la atención brindada a los clientes | / | | / | | / | | |
| 32 | Likert 5 | Los premios lo motivan al personal a realizar un mejor trabajo | / | | / | | / | | |

Observaciones:

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

Apellidos y nombres del juez validador **Dr. Mg. CAMARZA ESTEBAN TEODORO**

DNI: **08074405**

Especialidad del validador: **MARKETING**

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

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

06 de noviembre del 2019

CARTA DE PRESENTACIÓN

Alva Arce Rosell Cesar

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración la UCV filial Lima – Campus Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recolectaré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré por el título profesional de Licenciado en Administración.

El título de la investigación es: "Clima organizacional y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en los Olivos, 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de (gestión de las organizaciones/marketing), docencia universitaria y actividades de investigación demostrada en la Facultad de Ciencias Empresariales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

Morales Silva Almendra Danae

D.N.I: 71242141

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS
VARIABLES CLIMA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DE SERVICIO**

| N° | Escala | Items | Pertinencia ^a | | Relevancia ^b | | Claridad ^c | | Sugerencias |
|--|----------|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| VARIABLE INDEPENDIENTE / VARIABLE 1: CLIMA ORGANIZACIONAL | | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN 1: Satisfacción Laboral | | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 1 | Likert 5 | Las condiciones laborales son percibidas como óptimas | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 2 | Likert 5 | Las oportunidades de crecimiento mejoran la satisfacción laboral | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 3 | Likert 5 | La satisfacción laboral influye en los resultados de los trabajadores | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 4 | Likert 5 | La satisfacción laboral es resultado de una naturaleza de trabajo positiva percibida | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| DIMENSIÓN 2: Valores | | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 5 | Likert 5 | La responsabilidad es parte de los valores fundamentales de la sociedad | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 6 | Likert 5 | Una persona con integridad tiene valores | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 7 | Likert 5 | La puntualidad es un valor fundamental de la sociedad | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 8 | Likert 5 | La emocionalidad se ve reflejada en su trabajo | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| DIMENSIÓN 3: Actitudes | | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 9 | Likert 5 | Crear en uno mismo influye en las actitudes en el trabajo | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 10 | Likert 5 | Las personas que ven las oportunidades tienen las mejores actitudes | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 11 | Likert 5 | Las personas que se enfocan en las soluciones son proactivas | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 12 | Likert 5 | Las personas persistentes logran mejores resultados | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| DIMENSIÓN 4: Opiniones de los empleados | | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 13 | Likert 5 | Las opiniones influyen en la satisfacción personal | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 14 | Likert 5 | Se involucra en la ejecución de las actividades de grupo | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 15 | Likert 5 | Las relaciones intrapersonales tienen incidencia con el clima laboral | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 16 | Likert 5 | Las relaciones intrapersonales tienen relevancia en su trabajo | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| VARIABLE DEPENDIENTE / VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO | | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN 1: Expectativa | | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 17 | Likert 5 | El cumplimiento de su trabajo supera las expectativas de los clientes | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 18 | Likert 5 | Recibe la capacitación necesaria para realizar su trabajo | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 19 | Likert 5 | La excelencia se muestra con los resultados de la atención hacia el cliente. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 20 | Likert 5 | La atención a los clientes es cumplida en el tiempo establecido | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| DIMENSIÓN 2: Resultados | | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 21 | Likert 5 | La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 22 | Likert 5 | La infraestructura de la empresa, le añade presencia a la empresa | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |



| | | | | | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| 23 | Likert 5 | La imagen de los colaboradores influye en los resultados de la atención al cliente | / | | / | | / | | |
| 24 | Likert 5 | Un servicio sin error es muestra de calidad | / | | / | | / | | |
| DIMENSIÓN 3: Esfuerzo | | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 25 | Likert 5 | Hay una correcta comunicación con los clientes hará que ellos se sientan satisfechos con el servicio brindado | / | | / | | / | | |
| 26 | Likert 5 | Los clientes reciben una atención individualizada se ven motivados a volver a consumir productos o servicios de la empresa donde fueron atendidos | / | | / | | / | | |
| 27 | Likert 5 | Una buena atención al cliente es bien recibida | / | | / | | / | | |
| 28 | Likert 5 | Las necesidades de los clientes son comprendidas | / | | / | | / | | |
| DIMENSIÓN 4: Recompensa | | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 29 | Likert 5 | El reconocimiento público del trabajo es importante | / | | / | | / | | |
| 30 | Likert 5 | Tiene confianza en el trabajo que realiza | / | | / | | / | | |
| 31 | Likert 5 | Los bonos influyen en la atención brindada a los clientes | / | | / | | / | | |
| 32 | Likert 5 | Los premios lo motivan al personal a realizar un mejor trabajo | / | | / | | / | | |

Observaciones:

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

Apellidos y nombres del juez validador (D) / Mg: ALVA ALE ROSELL CESAR

DNI: 10787368

Especialidad del validador: ADMINISTRACION - DIRECCION DE RECURSOS HUMANOS

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

06 de noviembre del 2019

CARTA DE PRESENTACIÓN

Aliaga Correa David Fernando

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración la UCV filial Lima – Campus Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recolectaré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré por el título profesional de Licenciado en Administración.

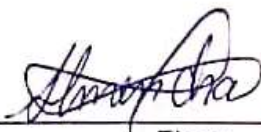
El título de la investigación es: "Clima organizacional y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en los Olivos, 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de (gestión de las organizaciones/marketing), docencia universitaria y actividades de investigación demostrada en la Facultad de Ciencias Empresariales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

Morales Silva Almendra Danae

D.N.I: 71242141

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS
VARIABLES CLIMA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DE SERVICIO**

| Ítem | Escala | Ítems | Pertinencia ¹ | Relevancia ² | Claridad ³ | Sugerencias | | |
|--|----------|--|--------------------------|-------------------------|-----------------------|-------------|----|----|
| VARIABLE INDEPENDIENTE / VARIABLE 1: CLIMA ORGANIZACIONAL | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN 1: Satisfacción Laboral | | | Si | No | Si | No | Si | No |
| 1 | Likert 5 | Las condiciones laborales son percibidas como óptimas | / | | / | | / | |
| 2 | Likert 5 | Las oportunidades de crecimiento mejoran la satisfacción laboral | / | | / | | / | |
| 3 | Likert 5 | La satisfacción laboral influye en los resultados de los trabajadores | / | | / | | / | |
| 4 | Likert 5 | La satisfacción laboral es resultado de una naturaleza de trabajo positiva percibida | / | | / | | / | |
| DIMENSIÓN 2: Valores | | | Si | No | Si | No | Si | No |
| 5 | Likert 5 | La responsabilidad es parte de los valores fundamentales de la sociedad | / | | / | | / | |
| 6 | Likert 5 | Una persona con integridad tiene valores | / | | / | | / | |
| 7 | Likert 5 | La puntualidad es un valor fundamental de la sociedad | / | | / | | / | |
| 8 | Likert 5 | La emocionalidad se ve reflejada en su trabajo | / | | / | | / | |
| DIMENSIÓN 3: Actitudes | | | Si | No | Si | No | Si | No |
| 9 | Likert 5 | Creer en uno mismo influye en las actitudes en el trabajo | / | | / | | / | |
| 10 | Likert 5 | Las personas que ven las oportunidades tienen las mejores actitudes | / | | / | | / | |
| 11 | Likert 5 | Las personas que se enfocan en las soluciones son proactivas | / | | / | | / | |
| 12 | Likert 5 | Las personas persistentes logran mejores resultados | / | | / | | / | |
| DIMENSIÓN 4: Opiniones de los empleados | | | Si | No | Si | No | Si | No |
| 13 | Likert 5 | Las opiniones influyen en la satisfacción personal | / | | / | | / | |
| 14 | Likert 5 | Se involucra en la ejecución de las actividades de grupo | / | | / | | / | |
| 15 | Likert 5 | Las relaciones intrapersonales tienen incidencia con el clima laboral | / | | / | | / | |
| 16 | Likert 5 | Las relaciones intrapersonales tienen relevancia en su trabajo | / | | / | | / | |
| VARIABLE DEPENDIENTE / VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN 1: Expectativa | | | Si | No | Si | No | Si | No |
| 17 | Likert 5 | El cumplimiento de su trabajo supera las expectativas de los clientes | / | | / | | / | |
| 18 | Likert 5 | Recibe la capacitación necesaria para realizar su trabajo | / | | / | | / | |
| 19 | Likert 5 | La excelencia se muestra con los resultados de la atención hacia el cliente. | / | | / | | / | |
| 20 | Likert 5 | La atención a los clientes es cumplida en el tiempo establecido | / | | / | | / | |
| DIMENSIÓN 2: Resultados | | | Si | No | Si | No | Si | No |
| 21 | Likert 5 | La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes | / | | / | | / | |
| 22 | Likert 5 | La infraestructura de la empresa, le añade presencia a la empresa | / | | / | | / | |



| | | | | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|----|----|----|----|----|----|
| 23 | Likert 5 | La imagen de los colaboradores influye en los resultados de la atención al cliente | / | | / | | / | |
| 24 | Likert 5 | Un servicio sin error es muestra de calidad | / | | / | | / | |
| DIMENSIÓN 3: Esfuerzo | | | SI | No | SI | No | SI | No |
| 25 | Likert 5 | Hay una correcta comunicación con los clientes hará que ellos se sientan satisfechos con el servicio brindado | / | | / | | / | |
| 26 | Likert 5 | Los clientes reciben una atención individualizada se ven motivados a volver a consumir productos o servicios de la empresa donde fueron atendidos | / | | / | | / | |
| 27 | Likert 5 | Una buena atención al cliente es bien recibida | / | | / | | / | |
| 28 | Likert 5 | Las necesidades de los clientes son comprendidas | / | | / | | / | |
| DIMENSIÓN 4: Recompensa | | | SI | No | SI | No | SI | No |
| 29 | Likert 5 | El reconocimiento público del trabajo es importante | / | | / | | / | |
| 30 | Likert 5 | Tiene confianza en el trabajo que realiza | / | | / | | / | |
| 31 | Likert 5 | Los bonos influyen en la atención brindada a los clientes | / | | / | | / | |
| 32 | Likert 5 | Los premios lo motivan al personal a realizar un mejor trabajo | / | | / | | / | |

Observaciones: Sin Observaciones.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: DR. RUDGA CORREA DAVID FERNANDO

DNI: 27168879

Especialidad del validador: DOMICILISTADOR

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

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


27168879

06 de noviembre del 2019

CARTA DE PRESENTACIÓN

Cieza Paredes Fernando Luccio

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración la UCV filial Lima – Campus Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recolectaré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré por el título profesional de Licenciado en Administración.

El título de la investigación es: "Clima organizacional y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en los Olivos, 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de (gestión de las organizaciones/marketing), docencia universitaria y actividades de investigación demostrada en la Facultad de Ciencias Empresariales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Firma

Morales Silva Almendra Danae

D.N.I: 71242141

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS
VARIABLES CLIMA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DE SERVICIO**

| N° | Escala | Ítems | Pertinencia ¹ | Relevancia ² | Claridad ³ | Sugerencias | | |
|--|----------|--|--------------------------|-------------------------|-----------------------|-------------|----|----|
| VARIABLE INDEPENDIENTE / VARIABLE 1: CLIMA ORGANIZACIONAL | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN 1: Satisfacción Laboral | | | Si | No | Si | No | Si | No |
| 1 | Likert 5 | Las condiciones laborales son percibidas como óptimas | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 2 | Likert 5 | Las oportunidades de crecimiento mejoran la satisfacción laboral | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 3 | Likert 5 | La satisfacción laboral influye en los resultados de los trabajadores | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 4 | Likert 5 | La satisfacción laboral es resultado de una naturaleza de trabajo positiva percibida | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| DIMENSIÓN 2: Valores | | | Si | No | Si | No | Si | No |
| 5 | Likert 5 | La responsabilidad es parte de los valores fundamentales de la sociedad | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 6 | Likert 5 | Una persona con integridad tiene valores | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 7 | Likert 5 | La puntualidad es un valor fundamental de la sociedad | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 8 | Likert 5 | La emocionalidad se ve reflejada en su trabajo | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| DIMENSIÓN 3: Actitudes | | | Si | No | Si | No | Si | No |
| 9 | Likert 5 | Creer en uno mismo influye en las actitudes en el trabajo | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 10 | Likert 5 | Las personas que ven las oportunidades tienen las mejores actitudes | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 11 | Likert 5 | Las personas que se enfocan en las soluciones son proactivas | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 12 | Likert 5 | Las personas persistentes logran mejores resultados | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| DIMENSIÓN 4: Opiniones de los empleados | | | Si | No | Si | No | Si | No |
| 13 | Likert 5 | Las opiniones influyen en la satisfacción personal | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 14 | Likert 5 | Se involucra en la ejecución de las actividades de grupo | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 15 | Likert 5 | Las relaciones intrapersonales tienen incidencia con el clima laboral | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 16 | Likert 5 | Las relaciones intrapersonales tienen relevancia en su trabajo | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| VARIABLE DEPENDIENTE / VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN 1: Expectativa | | | Si | No | Si | No | Si | No |
| 17 | Likert 5 | El cumplimiento de su trabajo supera las expectativas de los clientes | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 18 | Likert 5 | Recibe la capacitación necesaria para realizar su trabajo | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 19 | Likert 5 | La excelencia se muestra con los resultados de la atención hacia el cliente. | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 20 | Likert 5 | La atención a los clientes es cumplida en el tiempo establecido | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| DIMENSIÓN 2: Resultados | | | Si | No | Si | No | Si | No |
| 21 | Likert 5 | La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 22 | Likert 5 | La infraestructura de la empresa, le añade presencia a la empresa | ✓ | | ✓ | | ✓ | |

| | | | | | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|-------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 23 | Likert 5 | La imagen de los colaboradores influye en los resultados de la atención al cliente | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 24 | Likert 5 | Un servicio sin error es muestra de calidad | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| DIMENSIÓN 3: Esfuerzo | | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 25 | Likert 5 | Hay una correcta comunicación con los clientes hará que ellos se sientan satisfechos con el servicio brindado | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 26 | Likert 5 | Los clientes reciben una atención individualizada se ven motivados a volver a consumir productos o servicios de la empresa donde fueron atendidos | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 27 | Likert 5 | Una buena atención al cliente es bien recibida | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 28 | Likert 5 | Las necesidades de los clientes son comprendidas | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| DIMENSIÓN 4: Recompensa | | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 29 | Likert 5 | El reconocimiento público del trabajo es importante | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 30 | Likert 5 | Tiene confianza en el trabajo que realiza | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 31 | Likert 5 | Los bonos influyen en la atención brindada a los clientes | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 32 | Likert 5 | Los premios lo motivan al personal a realizar un mejor trabajo | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Observaciones:

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Cieza Paredes, Fernando Lucio

DNI: 07250904

Especialidad del validador: Economía - Gestión de Recursos Humanos

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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



06 de noviembre del 2019

CARTA DE PRESENTACIÓN

Merino Garces Jose Luis

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración la UCV filial Lima – Campus Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recolectaré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré por el título profesional de Licenciado en Administración.

El título de la investigación es: "Clima organizacional y calidad de servicio de una agencia bancaria ubicada en los Olivos, 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de (gestión de las organizaciones/marketing), docencia universitaria y actividades de investigación demostrada en la Facultad de Ciencias Empresariales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

Morales Silva Almendra Danae

D.N.I: 71242141

| | | | | | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|----|----|----|----|----|----|----------------|
| 23 | Likert 5 | La imagen de los colaboradores influye en los resultados de la atención al cliente | / | / | / | | | | |
| 24 | Likert 5 | Un servicio sin error es muestra de calidad | | / | / | / | | | Mejor Continúe |
| DIMENSIÓN 3: Esfuerzo | | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 25 | Likert 5 | Hay una correcta comunicación con los clientes hará que ellos se sientan satisfechos con el servicio brindado | | / | / | | / | | TENDR |
| 26 | Likert 5 | Los clientes reciben una atención individualizada se ven motivados a volver a consumir productos o servicios de la empresa donde fueron atendidos | | / | / | | / | | TENDR |
| 27 | Likert 5 | Una buena atención al cliente es bien recibida | / | / | / | / | / | / | ✓ |
| 28 | Likert 5 | Las necesidades de los clientes son comprendidas | / | / | / | / | / | / | ✓ |
| DIMENSIÓN 4: Recompensa | | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 29 | Likert 5 | El reconocimiento público del trabajo es importante | | / | / | | / | | TENDR |
| 30 | Likert 5 | Tiene confianza en el trabajo que realiza | / | / | / | / | / | / | ✓ |
| 31 | Likert 5 | Los bonos influyen en la atención brindada a los clientes | / | / | / | / | / | / | ✓ |
| 32 | Likert 5 | Los premios lo motivan al personal a realizar un mejor trabajo | | / | / | | / | | TENDR |

Observaciones:

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

 Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **JOSÉ LUIS FERRER**

 DNI: **4030566**

Especialidad del validador:

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

06 de noviembre del 2019

Anexo 7: Resultados de validez: aplicabilidad por juicio de expertos

Tabla 9
Juicio de Expertos

| Experto | Aplicabilidad |
|--------------------------------------|----------------------|
| 1.- Dr. Alva Arce Rosell Cesar | Aplicable |
| 2.- Dr. Aliaga Correa David Fernando | Aplicable |
| 3.- Dr. Carranza Estela Teodoro | Aplicable |
| 4.-Dr. Cieza Paredes Fernando Lucio | Aplicable |
| 5.- Mg. Merino Garces Jose Luis | Aplicable |
| 6.- Mg. Fernández Bedoya Victor Hugo | Aplicable |

Resultado de juicio de expertos

Anexo 8: Resultados de validez: Calculo de V. de AIKEN

| Nº de jueces | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 0.96 |
|--------------|----------|----|----|----|----|----|---|---------|-------------|----|----|----|----|----|---|---------|------------|----|----|----|----|----|---|---------|-----------------|------|
| Ítem | CLARIDAD | | | | | | | | PERTINENCIA | | | | | | | | RELEVANCIA | | | | | | | | V.AIKEN GENERAL | |
| | Jueces | | | | | | | | Jueces | | | | | | | | Jueces | | | | | | | | | |
| | J1 | J2 | J3 | J4 | J5 | J6 | S | v.AIKEN | J1 | J2 | J3 | J4 | J5 | J6 | S | V.AIKEN | J1 | J2 | J3 | J4 | J5 | J6 | S | V.AIKEN | | |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0.83333 | 0.94 | |
| 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1.00 | |
| 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1.00 | |
| 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1.00 | |
| 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1.00 | |
| 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1.00 | |
| 7 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1.00 | |
| 8 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0.83333 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0.83333 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0.83333 | 0.83 | |
| 9 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1.00 | |
| 10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1.00 | |
| 11 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1.00 | |
| 12 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1.00 | |
| 13 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0.83333 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0.83333 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 4 | 0.66667 | 0.78 | |
| 14 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0.83333 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0.83333 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0.83333 | 0.83 | |
| 15 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0.83333 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0.83333 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0.83333 | 0.83 | |
| 16 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1.00 | |
| 17 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1.00 | |
| 18 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1.00 | |
| 19 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1.00 | |
| 20 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0.83333 | 0.94 | |
| 21 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0.83333 | 0.94 | |
| 22 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0.83333 | 0.94 | |
| 23 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1.00 | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--------|--------|------|
| 24 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0.8333 | 0.94 |
| 25 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0.8333 | 0.94 |
| 26 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0.8333 | 0.94 |
| 27 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1.00 |
| 28 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1.00 |
| 29 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0.8333 | 0.94 | |
| 30 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1.00 |
| 31 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1.00 |
| 32 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0.8333 | 0.94 |

Validez: V de Aiken

La validez fue obtenida de cada ítem mediante la aplicación del Coeficiente V de Aiken, utilizando la siguiente fórmula:

$$V = \frac{S}{(n(c-1))}$$

siendo:

S = la sumatoria de si

si = valor asignado por el juez i

n = número de jueces

c = número de valores de la escala de valoración (2, e este caso)

Anexo 9: Resultados de validez: Coeficiente de V. DE AIKEN

Tabla 10
Coeficiente V. de Aiken

| N° | ÍTEM | V. DE AIKEN |
|--------------|---|-------------|
| 1 | Las condiciones laborales son percibidas como optima | 0.94 |
| 2 | Las oportunidades de crecimiento mejoran la satisfacción laboral | 1.00 |
| 3 | La satisfaccion laboral influye en los resultados de los trabajadores | 1.00 |
| 4 | La satisfacción laboral es resultado de una naturaleza de trabajo positiva percibida | 1.00 |
| 5 | La responsabilidad es parte de los valores fundamentales de la sociedad | 1.00 |
| 6 | Una persona con integridad tiene valores | 1.00 |
| 7 | La puntualidad es un valor fundamental de la sociedad | 1.00 |
| 8 | La emocionalidad se refleja en su trabajo | 0.83 |
| 9 | Creer en uno mismo influye en las actitudes en el trabajo | 1.00 |
| 10 | Las personas que ven las oportunidades tienen las mejores actitudes | 1.00 |
| 11 | Las personas que se enfocan en las soluciones son proactivas | 1.00 |
| 12 | Las personas persistentes logran mejores resultados | 1.00 |
| 13 | Las opiniones de los jefes influyen en la satisfacción del personal | 0.78 |
| 14 | Se involucra en la ejecución de las actividades de grupo | 0.83 |
| 15 | Las relaciones intrapersonales tienen incidencia con el clima laboral | 0.83 |
| 16 | Las relaciones interpersonales tienen relevancia en su trabajo | 1.00 |
| 17 | El cumplimiento de su trabajo supera las expectativas de los clientes | 1.00 |
| 18 | Recibe la capacitación necesaria para realizar su trabajo | 1.00 |
| 19 | La excelencia se muestra con los resultados de la atención hacia el cliente. | 1.00 |
| 20 | La atención a los clientes es cumplida en el tiempo establecido | 0.94 |
| 21 | La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes | 0.94 |
| 22 | La infraestructura, le añade presencia a la empresa | 0.94 |
| 23 | La imagen de los colaboradores influye en los resultados de la atención al cliente | 1.00 |
| 24 | La mejora continua es muestra de calidad | 0.94 |
| 25 | La satisfacción de los clientes se logra a través de una buena comunicación | 0.94 |
| 26 | Los clientes que reciben una atención individualizada se ven motivados a volver a consumir los servicios de la empresa donde fueron atendidos | 0.94 |
| 27 | Una buena atención al cliente es bien recibida | 1.00 |
| 28 | Las necesidades de los clientes son comprendidas | 1.00 |
| 29 | El reconocimiento de su trabajo es importante | 0.94 |
| 30 | Tiene confianza en el trabajo que realiza | 1.00 |
| 31 | Los bonos influyen en la atención brindada a los clientes | 1.00 |
| 32 | Los premios motivan al personal a realizar un mejor servicio | 0.94 |
| TOTAL | | 0.96 |

Anexo 10: Resultados de fiabilidad: coeficiente Alfa de Cronbach general, por variables y dimensiones

Tabla 11
Coeficiente de alfa de Cronbach general

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| 0.998 | 32 |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo a la tabla 4, el coeficiente de **Alfa de Cronbach general** es de 0,998, por cuanto es considerado excelente según la valoración de Chávez-Mendoza y Rodríguez-Miranda (2018).

Tabla 12
Coeficiente de alfa de Cronbach por variable

| Variable | Alfa de Cronbach | N de elementos |
|--------------------------|------------------|----------------|
| V1: Clima Organizacional | 0,996 | 16 |
| V2: Calidad de servicio | 0,997 | 16 |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo a la tabla 4, el coeficiente de **Alfa de Cronbach por variable** nos muestra que la variable 1 (clima organizacional) es de 0,996 y la variable 2 (calidad de servicio) es de 0,997, por cuanto ambos son considerado excelentes según la valoración de Chávez-Mendoza y Rodríguez-Miranda (2018).

Tabla 13
Coeficiente de alfa de Cronbach por dimensión

| Variable | Alfa de Cronbach | N de elementos |
|----------------------------|------------------|----------------|
| D1: Satisfacción Laboral | 0,976 | 4 |
| D2: Valores | 0,981 | 4 |
| D3: Actitudes | 0,979 | 4 |
| D4: Opiniones del empleado | 0,994 | 4 |
| D5: Expectativa | 0,994 | 4 |
| D6: Resultados | 0,998 | 4 |
| D7: Esfuerzo | 0,978 | 4 |
| D8: Recompensa | 0,991 | 4 |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo a la tabla 4, el coeficiente de **Alfa de Cronbach por dimensión** nos indica que la dimensión 1 es de 0,976, la dimensión 2 es de 0,981, la dimensión 3 es de 0,979, las dimensiones 4 y 5 tienen un coeficiente de 0,994, la dimensión 6 es de 0,998, la dimensión 7 es de 0,978 y la dimensión 8 es de 0,991, por lo que todas las dimensiones serán consideradas excelente según la valoración de Chávez-Mendoza y Rodríguez-Miranda (2018).

Anexo 11: Resultados de fiabilidad: Coeficiente de dos mitades de Guttman

Tabla 14
Coeficiente de dos mitades de Guttman general

| | | | |
|---------------------------------------|-------------------|----------------------|-----------------|
| Alfa de Cronbach | Parte 1 | Valor | .996 |
| | | N de elementos | 16 ^a |
| | Parte 2 | Valor | .997 |
| | | N de elementos | 16 ^b |
| | | N total de elementos | 32 |
| Correlación entre formularios | | | .995 |
| Coeficiente de Spearman-Brown | Longitud igual | | .998 |
| | Longitud desigual | | .998 |
| Coeficiente de dos mitades de Guttman | | | .998 |

Fuente: SPSS versión 26

En cuanto a la **confiabilidad**, se aplicó la prueba de **dos mitades de Guttman** a la data obtenida de la muestra, obteniendo como resultado el coeficiente de 0.709. En cuanto a la confiabilidad interna, la primera mitad del cuestionario (16 primeras preguntas) tiene como coeficiente el valor de “0,996”, mientras que la segunda mitad tiene como coeficiente “0,997”, por lo que serán consideradas excelentes según la valoración de Chávez-Mendoza y Rodríguez-Miranda (2018)

Anexo 12: Resultados de fiabilidad: Coeficiente Alfa de Cronbach general si se elimina algún elemento

Tabla 15
Coeficiente de alfa de Cronbach general si se elimina algún elemento

| | Media de escala si el elemento se ha suprimido | Varianza de escala si el elemento se ha suprimido | Correlación total de elementos corregida | Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido |
|--|--|---|--|---|
| 1.- Las condiciones laborales son percibidas como optima | 133.88 | 564.146 | .977 | .998 |
| 2.- Las oportunidades de crecimiento mejoran la satisfacción laboral | 133.85 | 564.828 | .999 | .998 |
| 3.- La satisfacción laboral influye en los resultados de los trabajadores | 133.89 | 566.438 | .934 | .998 |
| 4.- La satisfacción laboral es resultado de una naturaleza de trabajo positiva percibida | 133.92 | 566.854 | .903 | .998 |
| 5.- La responsabilidad es parte de los valores fundamentales de la sociedad | 133.85 | 564.828 | .999 | .998 |
| 6.- Una persona con integridad tiene valores | 133.90 | 566.150 | .930 | .998 |
| 7.- La puntualidad es un valor fundamental de la sociedad | 133.90 | 566.170 | .929 | .998 |
| 8.- La emocionalidad se refleja en su trabajo | 133.85 | 564.828 | .999 | .998 |
| 9.- Creer en uno mismo influye en las actitudes en el trabajo | 133.86 | 564.601 | .991 | .998 |
| 10.- Las personas que ven las oportunidades tienen las mejores actitudes | 133.87 | 565.553 | .968 | .998 |
| 11.- Las personas que se enfocan en las soluciones son proactivas | 133.92 | 566.894 | .902 | .998 |
| 12.- Las personas persistentes logran mejores resultados | 133.88 | 564.106 | .979 | .998 |
| 13.- Las opiniones de los jefes influyen en la satisfacción del personal | 133.88 | 565.386 | .959 | .998 |
| 14.- Se involucra en la ejecución de las actividades de grupo | 133.85 | 564.828 | .999 | .998 |
| 15.- Las relaciones intrapersonales tienen incidencia con el clima laboral | 133.86 | 564.621 | .991 | .998 |
| 16.- Las relaciones interpersonales tienen relevancia en su trabajo | 133.85 | 564.828 | .999 | .998 |
| 17.- El cumplimiento de su trabajo supera las expectativas de los clientes | 133.87 | 565.633 | .966 | .998 |
| 18.- Recibe la capacitación necesaria para realizar su trabajo | 133.86 | 564.601 | .991 | .998 |
| 19.- La excelencia se muestra con los resultados de la atención hacia el cliente. | 133.85 | 564.828 | .999 | .998 |
| 20.- La atención a los clientes es cumplida en el tiempo establecido | 133.86 | 564.561 | .992 | .998 |
| 21.- La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes | 133.84 | 566.175 | .993 | .998 |
| 22.-La infraestructura, le añade presencia a la empresa | 133.85 | 564.828 | .999 | .998 |
| 23.- La imagen de los colaboradores influye en los resultados de la atención al cliente | 133.85 | 565.968 | .984 | .998 |

| | | | | |
|---|--------|---------|------|------|
| 24.- La mejora continua es muestra de calidad | 133.85 | 564.828 | .999 | .998 |
| 25.-La satisfacción de los clientes se logra a través de una buena comunicación | 133.87 | 569.153 | .899 | .998 |
| Los clientes que reciben una atención individualizada se ven motivados a volver a consumir los servicios de la empresa donde fueron atendidos | 133.86 | 564.601 | .991 | .998 |
| Una buena atención al cliente es bien recibida | 133.87 | 565.553 | .968 | .998 |
| Las necesidades de los clientes son comprendidas | 133.88 | 566.426 | .947 | .998 |
| El reconocimiento de su trabajo es importante | 133.86 | 564.581 | .992 | .998 |
| Tiene confianza en el trabajo que realiza | 133.88 | 565.346 | .961 | .998 |
| Los bonos influyen en la atención brindada a los clientes | 133.87 | 564.333 | .985 | .998 |
| Los premios motivan al personal a realizar un mejor servicio | 133.86 | 564.621 | .991 | .998 |

Fuente: SPSS versión 26

Anexo 13: Cálculo de la muestra

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

$$n = \frac{0.95^2 * 135 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (135 - 1) + (0.95^2 * 0.05 * 0.05)}$$

Dónde:

Z= Nivel de confianza

p= Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

q= Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado

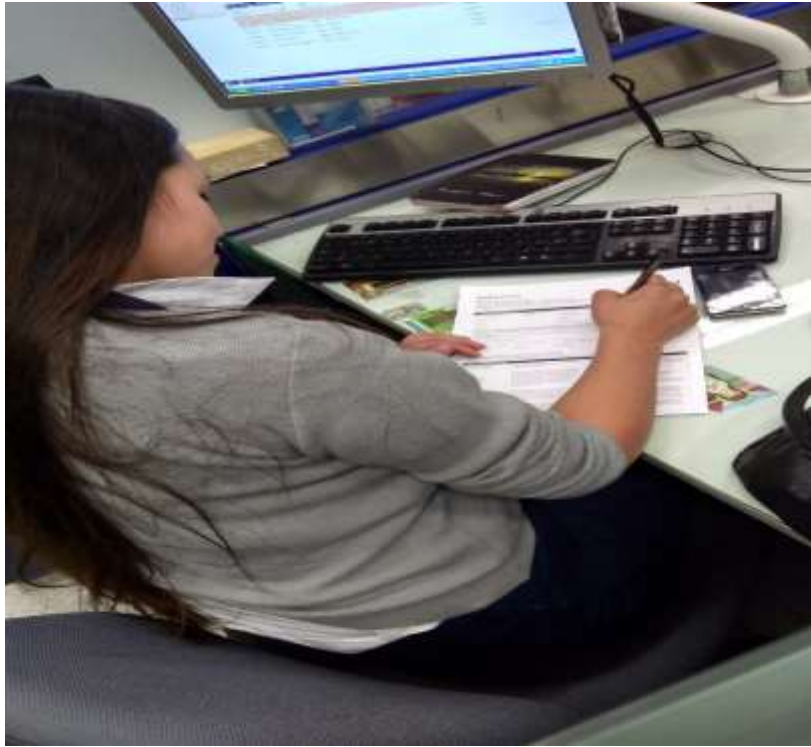
N= Tamaño del universo

e= Error de estimación máximo aceptado

n= Tamaño de la muestra

Anexo 14: Evidencia de recolección de datos





Anexo 16: Resultados descriptivos por ítem

Tabla 16

Estadísticos descriptivos para la pregunta 1: Las condiciones laborales son percibidas como optima

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 4 | 4.0 | 4.0 | 9.9 |
| | De acuerdo | 44 | 43.6 | 43.6 | 53.5 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 16 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 1: Las condiciones laborales son percibidas como optima”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 4 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 44 de acuerdo y 47 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 4%, 43,6% y 46,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 17

Estadísticos descriptivos para la pregunta 2: Las oportunidades de crecimiento mejoran la satisfacción laboral

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 1.0 | 1.0 | 6.9 |
| | De acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 53.5 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 17 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 2: Las oportunidades de crecimiento mejoran la satisfacción laboral”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 1 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 47 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 1%, 46,5% y 46,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 18

Estadísticos descriptivos para la pregunta 3: La satisfacción laboral influye en los resultados de los trabajadores

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 3 | 3.0 | 3.0 | 8.9 |
| | De acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 55.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 45 | 44.5 | 44.6 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 18 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 3: La satisfacción laboral influye en los resultados de los trabajadores”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 45 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 3%, 46,5% y 44,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 19

Estadísticos descriptivos para la pregunta 4: La satisfacción laboral es resultado de una naturaleza de trabajo positiva percibida

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 5 | 5.0 | 5.0 | 10.9 |
| | De acuerdo | 46 | 45.5 | 45.5 | 56.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 44 | 43.5 | 43.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 19 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 4: La satisfacción laboral es resultado de una naturaleza de trabajo positiva percibida”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 5 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 46 de acuerdo y 44 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 5%, 45,5% y 43,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 20

Estadísticos descriptivos para la pregunta 5: La responsabilidad es parte de los valores fundamentales de la sociedad

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 1.0 | 1.0 | 6.9 |
| | De acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 53.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 20 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 5: La responsabilidad es parte de los valores fundamentales de la sociedad”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 1 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 47 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 1%, 46,5% y 46,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 21

Estadísticos descriptivos para la pregunta 6: Una persona con integridad tiene valores

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 4 | 4.0 | 4.0 | 9.9 |
| | De acuerdo | 46 | 45.5 | 45.5 | 55.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 45 | 44.5 | 43.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 21 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 6: Una persona con integridad tiene valores”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 4 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 46 de acuerdo y 45 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 4%, 45,5% y 44,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 22

Estadísticos descriptivos para la pregunta 7: La puntualidad es un valor fundamental de la sociedad

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 4 | 4.0 | 4.0 | 9.9 |
| | De acuerdo | 46 | 45.5 | 45.5 | 55.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 45 | 44.5 | 43.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 22 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 7: La puntualidad es un valor fundamental de la sociedad”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 4 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 46 de acuerdo y 45 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 4%, 45,5% y 44,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 23

Estadísticos descriptivos para la pregunta 8: La emocionalidad se refleja en su trabajo

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 1.0 | 1.0 | 6.9 |
| | De acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 53.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 23 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 8: La emocionalidad se refleja en su trabajo”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 1 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 47 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 1%, 46,5% y 46,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 24

Estadísticos descriptivos para la pregunta 9: Creer en uno mismo influye en las actitudes en el trabajo

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 2.0 | 2.0 | 7.9 |
| | De acuerdo | 46 | 45.5 | 45.5 | 53.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 24 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 9: Creer en uno mismo influye en las actitudes en el trabajo”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 2 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 47 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 2%, 45,5% y 46,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 25

Estadísticos descriptivos para la pregunta 10: Las personas que ven las oportunidades tienen las mejores actitudes

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 2.0 | 2.0 | 7.9 |
| | De acuerdo | 46 | 45.5 | 45.5 | 53.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 25 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 10: Las personas que ven las oportunidades tienen las mejores actitudes”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 2 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 47 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 2%, 45,5% y 46,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 26

Estadísticos descriptivos para la pregunta 11: Las personas que se enfocan en las soluciones son proactivas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 5 | 5.0 | 5.0 | 10.9 |
| | De acuerdo | 46 | 45.5 | 45.5 | 56.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 44 | 43.5 | 43.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 26 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 11: Las personas que se enfocan en las soluciones son proactivas”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 5 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 46 de acuerdo y 44 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 5%, 45,5% y 43,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 27

Estadísticos descriptivos para la pregunta 12: Las personas persistentes logran mejores resultados

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 4 | 4.0 | 4.0 | 9.9 |
| | De acuerdo | 44 | 43.6 | 43.6 | 53.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 27 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 12: Las personas persistentes logran mejores resultados”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 4 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 46 de acuerdo y 45 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 4%, 43,6% y 46,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 28

Estadísticos descriptivos para la pregunta 13: Las opiniones de los jefes influyen en la satisfacción del personal

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 3 | 3.0 | 3.0 | 8.9 |
| | De acuerdo | 46 | 45.5 | 45.5 | 54.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 46 | 45.5 | 45.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 28 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 13: Las opiniones de los jefes influyen en la satisfacción del personal”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 46 de acuerdo y 46 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 3%, 45,5% y 45,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 29

Estadísticos descriptivos para la pregunta 14: Se involucra en la ejecución de las actividades de grupo

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 1.0 | 1.0 | 6.9 |
| | De acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 53.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 29 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 14: Se involucra en la ejecución de las actividades de grupo”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 1 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 47 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 1%, 46,5% y 46,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 30

Estadísticos descriptivos para la pregunta 15: Las relaciones intrapersonales tienen incidencia con el clima laboral

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 2.0 | 2.0 | 7.9 |
| | De acuerdo | 46 | 45.5 | 45.5 | 53.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 30 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 15: Las relaciones intrapersonales tienen incidencia con el clima laboral”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 2 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 47 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 2%, 45,5% y 46,5% de la muestra respectivamente

Tabla 31

Estadísticos descriptivos para la pregunta 16: Las relaciones interpersonales tienen relevancia en su trabajo

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 1.0 | 1.0 | 6.9 |
| | De acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 53.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 31 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 16: Las relaciones interpersonales tienen relevancia en su trabajo”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 1 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 47 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 1%, 46,5% y 46,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 32

Estadísticos descriptivos para la pregunta 17: El cumplimiento de su trabajo supera las expectativas de los clientes

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 2.0 | 2.0 | 7.9 |
| | De acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 54.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 46 | 45.5 | 45.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 32 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 17: El cumplimiento de su trabajo supera las expectativas de los clientes”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 2 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 47 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 2%, 46,5% y 45,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 33

Estadísticos descriptivos para la pregunta 18: Recibe la capacitación necesaria para realizar su trabajo

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 2.0 | 2.0 | 7.9 |
| | De acuerdo | 46 | 45.5 | 45.5 | 53.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 33 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 18: Recibe la capacitación necesaria para realizar su trabajo”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 2 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 47 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 2%, 45,5% y 46,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 34

Estadísticos descriptivos para la pregunta 19: La excelencia se muestra con los resultados de la atención hacia el cliente

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 1.0 | 1.0 | 6.9 |
| | De acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 53.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 34 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 19: La excelencia se muestra con los resultados de la atención hacia el cliente”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 1 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 47 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 1%, 46,5% y 46,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 35

Estadísticos descriptivos para la pregunta 20: La atención a los clientes es cumplida en el tiempo establecido

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 2.0 | 2.0 | 7.9 |
| | De acuerdo | 46 | 45.5 | 45.5 | 53.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 35 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 20: La atención a los clientes es cumplida en el tiempo establecido”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 2 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 47 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 2%, 45,5% y 46,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 36

Estadísticos descriptivos para la pregunta 21: La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 5 | 5.0 | 5.0 | 5.0 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 2.0 | 2.0 | 7.9 |
| | De acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 53.5 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 36 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 21: La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes”, 5 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 2 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 47 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5%, 2%, 46,5% y 46,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 37

Estadísticos descriptivos para la pregunta 22: La infraestructura, le añade presencia a la empresa

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 1.0 | 1.0 | 6.9 |
| | De acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 53.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 37 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 22: La infraestructura, le añade presencia a la empresa”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 1 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 47 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 1%, 46,5% y 46,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 38

Estadísticos descriptivos para la pregunta 23: La imagen de los colaboradores influye en los resultados de la atención al cliente

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 5 | 5.0 | 5.0 | 5.0 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 3 | 3.0 | 3.0 | 7.9 |
| | De acuerdo | 46 | 45.5 | 45.5 | 53.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 38 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 23: La imagen de los colaboradores influye en los resultados de la atención al cliente”, 5 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 47 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5%, 3%, 45,5% y 46,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 39

Estadísticos descriptivos para la pregunta 24: La mejora continua es muestra de calidad

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 1.0 | 1.0 | 6.9 |
| | De acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 53.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 39 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 24: La mejora continua es muestra de calidad”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 1 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 47 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 1%, 46,5% y 46,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 40

Estadísticos descriptivos para la pregunta 25: La satisfacción de los clientes se logra a través de una buena comunicación

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 5 | 5.0 | 5.0 | 5.0 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 3 | 3.0 | 3.0 | 7.9 |
| | De acuerdo | 48 | 47.5 | 47.5 | 55.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 45 | 44.6 | 44.6 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 40 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 25: La imagen de los colaboradores influye en los resultados de la atención al cliente”, 5 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 48 de acuerdo y 45 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5%, 3%, 47,5% y 44,6% de la muestra respectivamente.

Tabla 41

Estadísticos descriptivos para la pregunta 26: Los clientes que reciben una atención individualizada se ven motivados a volver a consumir los servicios de la empresa donde fueron atendidos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 2.0 | 2.0 | 7.9 |
| | De acuerdo | 46 | 45.5 | 45.5 | 53.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 41 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 26: Los clientes que reciben una atención individualizada se ven motivados a volver a consumir los servicios de la empresa donde fueron atendidos”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 2 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 47 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 2%, 45,5% y 46,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 42

Estadísticos descriptivos para la pregunta 27: Una buena atención al cliente es bien recibida

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 2.0 | 2.0 | 7.9 |
| | De acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 54.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 46 | 45.5 | 45.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 42 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 27: Una buena atención al cliente es bien recibida”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 2 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 46 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 2%, 46,5% y 45,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 43

Estadísticos descriptivos para la pregunta 28: Las necesidades de los clientes son comprendidas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | En desacuerdo | 5 | 5.0 | 5.0 | 5.0 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 5 | 5.0 | 5.0 | 5.0 |
| | De acuerdo | 45 | 44.6 | 44.6 | 54.4 |
| | Totalmente de acuerdo | 46 | 45.5 | 45.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 43 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 28: Las necesidades de los clientes son comprendidas”, 5 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 5 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 45 de acuerdo y 46 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5%, 5%, 44,6% y 45,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 44

Estadísticos descriptivos para la pregunta 29: El reconocimiento de su trabajo es importante

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 2.0 | 2.0 | 7.9 |
| | De acuerdo | 46 | 45.5 | 45.5 | 53.5 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 44 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 29: El reconocimiento de su trabajo es importante”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 2 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 47 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 2%, 45,5% y 46,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 45

Estadísticos descriptivos para la pregunta 30: Tiene confianza en el trabajo que realiza

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 3 | 3.0 | 3.0 | 8.9 |
| | De acuerdo | 46 | 45.5 | 45.5 | 54.5 |
| | Totalmente de acuerdo | 46 | 45.5 | 45.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 45 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 30: Tiene confianza en el trabajo que realiza”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 46 de acuerdo y 46 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 3%, 45,5% y 45,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 46

Estadísticos descriptivos para la pregunta 31: Los bonos influyen en la atención brindada a los clientes

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 3 | 3.0 | 3.0 | 8.9 |
| | De acuerdo | 45 | 44.6 | 44.6 | 53.5 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 46 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 31: Los bonos influyen en la atención brindada a los clientes”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 46 de acuerdo y 46 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 3%, 44,5% y 46,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 47

Estadísticos descriptivos para la pregunta 32: Los premios motivan al personal a realizar un mejor servicio

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 5.9 | 5.9 | 5.9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 2.0 | 2.0 | 7.9 |
| | De acuerdo | 46 | 45.5 | 45.5 | 53.5 |
| | Totalmente de acuerdo | 47 | 46.5 | 46.5 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 47 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 32: Los premios motivan al personal a realizar un mejor servicio”, 6 sujetos indicaron estar en desacuerdo, 2 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47 de acuerdo y 47 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 5,9%, 2%, 45,5% y 46,5% de la muestra respectivamente.

Tabla 48
Estadísticos descriptivos para la Dimensión 1: Satisfacción laboral

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Valido | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | De acuerdo | 31 | 30.7 | 46.5 | 31.7 |
| | Totalmente de acuerdo | 69 | 68.3 | 44.6 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 48 “Estadísticos descriptivos para la Dimensión 1: Satisfacción laboral”, 1 sujeto indicó estar en ni de acuerdo ni en desacuerdo, 31 de acuerdo y 69 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 1%, 30,7% y 68,3% de la muestra respectivamente.

Tabla 49
Estadísticos descriptivos para la Dimensión 2: Valores

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Valido | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | De acuerdo | 9 | 8.9 | 8.9 | 9.9 |
| | Totalmente de acuerdo | 91 | 90.1 | 90.1 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 49 “Estadísticos descriptivos para la Dimensión 2: Valores”, 1 sujeto indicó estar en ni de acuerdo ni en desacuerdo, 9 de acuerdo y 91 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 1%, 8,9% y 90,1% de la muestra respectivamente.

Tabla 50
Estadísticos descriptivos para la Dimensión 3: Actitudes

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Valido | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 2.0 | 2.0 | 2.0 |
| | De acuerdo | 8 | 7.9 | 7.9 | 9.9 |
| | Totalmente de acuerdo | 91 | 90.1 | 90.1 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 50 “Estadísticos descriptivos para la Dimensión 3: Actitudes”, 2 sujetos indicaron estar en ni de acuerdo ni en desacuerdo, 8 de acuerdo y 91 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 2%, 7,9% y 90,1% de la muestra respectivamente.

Tabla 51
Estadísticos descriptivos para la Dimensión 4: Opiniones de los empleados

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Valido | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 2.0 | 2.0 | 2.0 |
| | De acuerdo | 2 | 2.0 | 2.0 | 4.0 |
| | Totalmente de acuerdo | 97 | 96.0 | 96.0 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 51 “Estadísticos descriptivos para la Dimensión 4: Opiniones de los empleados”, 2 sujetos indicaron estar en ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2 de acuerdo y 97 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 2%, 2% y 96% de la muestra respectivamente.

Tabla 52
Estadísticos descriptivos para la Dimensión 5: Expectativa

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Valido | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | De acuerdo | 9 | 8.9 | 8.9 | 9.9 |
| | Totalmente de acuerdo | 91 | 90.1 | 90.1 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 52 “Estadísticos descriptivos para la Dimensión 5: Expectativa”, 1 sujeto indicó estar en ni de acuerdo ni en desacuerdo, 9 de acuerdo y 91 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 1%, 8,9% y 90,1% de la muestra respectivamente.

Tabla 53
Estadísticos descriptivos para la Dimensión 6: Resultados

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Valido | De acuerdo | 10 | 9.9 | 9.9 | 9.9 |
| | Totalmente de acuerdo | 91 | 90.1 | 90.1 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 53 “Estadísticos descriptivos para la Dimensión 6: Resultados”, 10 sujetos indicaron estar de acuerdo y 91 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 9,9% y 90,1% de la muestra respectivamente.

Tabla 54
Estadísticos descriptivos para la Dimensión 7: Esfuerzo

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Valido | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | De acuerdo | 9 | 8.9 | 8.9 | 9.9 |
| | Totalmente de acuerdo | 91 | 90.1 | 90.1 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 54 “Estadísticos descriptivos para la Dimensión 7: Esfuerzo”, 1 sujeto indicó estar en ni de acuerdo ni en desacuerdo, 9 de acuerdo y 91 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 1%, 8,9% y 90,1% de la muestra respectivamente.

Tabla 55
Estadísticos descriptivos para la Dimensión 8: Recompensa

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Valido | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | De acuerdo | 8 | 7.9 | 7.9 | 8.9 |
| | Totalmente de acuerdo | 92 | 91.1 | 91.1 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 55 “Estadísticos descriptivos para la Dimensión 8: Recompensa”, 1 sujeto indicó estar en ni de acuerdo ni en desacuerdo, 8 de acuerdo y 91 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 1%, 7,9% y 91,1% de la muestra respectivamente.

Tabla 56
Estadísticos descriptivos para la Variable 1: Clima organizacional

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Valido | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 2.0 | 2.0 | 2.0 |
| | De acuerdo | 8 | 7.9 | 7.9 | 9.9 |
| | Totalmente de acuerdo | 91 | 90.1 | 90.1 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 56 “Estadísticos descriptivos para la Variable 1: Clima organizacional”, 2 sujetos indicaron estar en ni de acuerdo ni en desacuerdo, 8 de acuerdo y 91 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 2%, 7,9% y 90,1% de la muestra respectivamente.

Tabla 57

Estadísticos descriptivos para la Variable 2: Calidad de servicio

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Valido | De acuerdo | 2 | 2.0 | 2.0 | 2.0 |
| | Totalmente de acuerdo | 99 | 98.0 | 98.0 | 100.0 |
| | Total | 101 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: SPSS versión 26

De acuerdo con la Tabla 57 “Estadísticos descriptivos para la Variable 2: Calidad de servicio”, 2 sujetos indicaron estar de acuerdo y 99 totalmente de acuerdo; estos resultados corresponden al 2% y 98% de la muestra respectivamente.