



# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“RELACIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA CALIDAD  
DE SERVICIO DE LA EMPRESA AUTOCENTRO  
CAJAMARCA SRL 2021”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración

**Autores:**

Wilson Miguel Rodriguez Lezama  
Segundo Guillermo Suarez Vasquez

**Asesor:**

Dra. Econ. Liliana Beatriz Carrillo Carranza  
<https://orcid.org/0000-0003-0085-8528>

Cajamarca - Perú

**JURADO EVALUADOR**

Jurado 1 Presidente(a)	<b>CACERES IGLESIAS PAULO CESAR</b>	<b>41412453</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	<b>CESPEDES ORTIZ CRISTHIAN PAUL</b>	<b>26732973</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	<b>MENDOZA SANCHEZ JUAN ROMELIO</b>	<b>43679106</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

## INFORME DE SIMILITUD

### Informe de Tesis

#### INFORME DE ORIGINALIDAD



#### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>repositorio.upse.edu.ec</b> Fuente de Internet	<b>9%</b>
<b>2</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>6%</b>

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 6%

Excluir bibliografía

Apagado

## DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado con todo cariño y amor a mi abuelita, gracias por estar siempre conmigo, que aunque ya no te tengo presente, siempre te llevare en mi corazón, porque en toda mi niñez me cuidaste como una madre, fuiste protectora, la siempre consoladora, gracias por haber sido mi segunda mamá, por enseñarme el valor de la vida, por ser siempre tan linda conmigo, nunca me hubiese cansado de contar tus canas y no sabes lo que daría por tenerte solo un minuto para abrazarte, y decirte lo mucho que te quiero.

**Guillermo.**

Después de darle gracias a Dios por ayudarme a concluir mi carrera profesional, dedico este trabajo de tesis a tres amores en mi vida que son mi esperanza y mi motor:

A mi hija Maricielo Janeth Rodríguez Villanueva, por ser la personita que me inspira a seguir adelante, la adoro con el alma., “ES MI COLASHON”.

A mi madre Lilian Lezama Abanto por enseñarme que el valor de la vida está en vencer retos y por ser incondicional para mí

A mi Fredita, porque desde que estuve en su regazo y en sus oraciones, guía mis pasos para avanzar. Ella está y estará conmigo siempre desde “más allá del sol”.

***Wilson Miguel***

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios por darnos la oportunidad de llegar a esta etapa de nuestra vida profesional, a todas las personas que hicieron posible esta investigación para expresar los conocimientos impartidos en las aulas de clase, a nuestras familias por brindarnos su apoyo y confianza incondicional, a nuestros profesores universitarios y asesora porque nos motivó a realizar esta investigación, por brindarnos su tiempo y apoyo adicional, a los de la Concesionaria AUTOCENTRO CAJAMARCA SRL por permitirnos realizar este proyecto de tesis, por su interés en aplicar cambios actuales y por concedernos la oportunidad de contribuir, de alguna manera, en el crecimiento de su empresa.

## TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR.....	2
INFORME DE SIMILITUD.....	3
DEDICATORIA .....	4
AGRADECIMIENTO.....	5
TABLA DE CONTENIDO .....	6
ÍNDICE DE TABLAS .....	7
ÍNDICE DE FIGURAS .....	8
RESUMEN .....	9
ABSTRACT .....	10
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....	11
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	45
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	52
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....	62
REFERENCIAS.....	67
ANEXOS .....	76

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Escala de Likert .....	52
Tabla 2 Estadística de Fiabilidad .....	52
Tabla 3 Valoración de fiabilidad de los siguientes ítems.....	53
Tabla 4 Pruebas de Normalidad .....	54
Tabla 5 Coeficiente de correlación de Pearson de las variables Clima Organizacional y Calidad de servicio.....	56
Tabla 6 Coeficiente de correlación de Pearson de la dimensión Relaciones interpersonales .....	57
Tabla 7 Coeficiente de correlación de Pearson de la dimensión estructura organizacional .....	58
Tabla 8 Coeficiente de correlación de Pearson de la dimensión Comunicación efectiva	58
Tabla 9 Coeficiente de Correlación de Pearson de la dimensión de Capacidad de respuesta .....	59
Tabla 10 Coeficiente de correlación de Pearson de la dimensión Empatía .....	60
Tabla 11 Matriz de Operacionalización de Variables.....	79

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> .....	27
<b>Figura 2</b> <i>Dimensiones del Clima Organizacional.</i> .....	30
<b>Figura 3</b> <i>Ventajas de medir el Clima laboral para detectar problemas emergentes, adaptado por el autor.</i> .....	34
<b>Figura 4</b> <i>Factores que influyen en el Clima organizacional.</i> .....	34
<b>Figura 5</b> <i>Características del clima organizacional, adaptado por el autor.</i> .....	36
<b>Figura 6</b> <i>Dimensiones de la calidad de servicio de acuerdo a Drucker 1990, adaptado por el autor.</i> .....	42



## RESUMEN

La investigación tiene como objetivo determinar la relación entre clima organizacional y la calidad de servicio de los colaboradores de la empresa Autocentro Cajamarca, 2021. Según su propósito es aplicada, de enfoque cuantitativo, de alcance descriptiva correlacional, su diseño es no experimental y, por su secuencia temporal es transversal. El grupo de estudio estuvo conformado por 27 colaboradores de la empresa Autocentro Cajamarca SRL. Para la recolección de la información se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumentos el cuestionario; la información se procesó con el programa estadístico SPSS versión 26. Los resultados muestran que, según el estadígrafo la prueba utilizada fue Shapiro Wilk, existe una relación positiva entre el clima organizacional y la calidad de servicio, la magnitud de esta relación es de  $r = 0.429$  que demuestra una correlación positiva moderada. Se concluye que las relaciones interpersonales, la comunicación efectiva, empatía, credibilidad y seguridad de los colaboradores ayudan a fomentar un mejor clima laboral comprometiéndose con la empresa a brindar mayor calidad a los clientes y generar satisfacción en ellos.

**Palabras clave:** relaciones interpersonales, estructura organizacional, comunicación efectiva, empatía, credibilidad, seguridad.

## **ABSTRACT**

The objective of the research is to determine the relationship between organizational climate and the quality of service of the employees of the company Autocentro Cajamarca, 2021. According to its purpose, it is applied, with a quantitative approach, with a correlational descriptive scope, its design is non-experimental and, therefore, its time sequence is transversal. The study group was made up of 27 employees of the company Autocentro Cajamarca SRL. For the collection of information, the survey technique was used and the questionnaire as instruments; the information was processed with the statistical program SPSS version 26. The results show that, according to the statistician, the test used was Shapiro Wilk, there is a positive relationship between the organizational climate and the quality of service, the magnitude of this relationship is  $r = 0.429$  showing a moderate positive correlation. It is concluded that interpersonal relationships, effective communication, empathy, credibility and security of collaborators help to promote a better work environment by committing with the company to provide higher quality to customers and generate satisfaction in them.

Keywords: interpersonal relationships, organizational structure, effective communication, empathy, credibility, security.

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, de acuerdo al estudio Preparing for take-off, la cifra de rotación de personal a nivel mundial aumentó 23% entre el 2018 hasta la actualidad. Una de las soluciones de mayor impacto es la mejora continua del clima organizacional en las empresas, descuidar la calidad de las relaciones que se establecen en el espacio de trabajo, así como la satisfacción de los trabajadores, puede traer bajos resultados para tu empresa. En toda organización, el recurso humano es el más importante, por lo que procurar su bienestar debe ser una de las prioridades. De lo contrario, corres el riesgo de formar parte de las estadísticas de rotación de personal (Review, 2022)

En nuestro país, los trabajadores en general se han mostrado insatisfechos con el clima organizacional imperante en las empresas, lo que se ha convertido en un factor de preocupación para muchos gerentes y administradores; el esfuerzo humano resulta vital para el funcionamiento de cualquier organización, por lo que se debe prestar primordial atención a sus colaboradores. El clima organizacional, se relaciona en forma importante en diferentes aspectos de la empresa dar valor al talento humano para que se pueda realizar los servicios o trabajos de calidad.

Hoy las empresas vienen atravesando diferentes cambios debido a los factores internos y externos que éstas sufren pues lo que se busca es generar rentabilidad, competitividad y poca o nula rotación de personal para tener éxito en el mercado, la organización establecen las pautas de comportamiento y desenvolvimiento del sujeto dentro de cualquier (Moscoso, 2018) en la revista “La contribución del clima organizacional a la calidad empresarial”, menciona que el clima organizacional es una de las variables más

importantes a considerar actualmente dentro de las organizaciones modernas. El ambiente físico y la cultura (valores) de unidad de negocios. Muchas veces un clima inadecuado se traduce en pobres niveles de calidad en el trabajo. Las empresas son sistemas que como tales producen sus propias relaciones interpersonales (clima). Vienen a ser realmente pequeñas sociedades abiertas, cambiantes y complejas y, por lo tanto, los principios éticos y valorativos respecto al rol que desempeña cada miembro quedarán limitados a la manera en la que se manifieste el clima organizacional en la conciencia de cada trabajador. Es por ello que lograr vincular el clima organizacional y la calidad de servicio permitirá el éxito de las empresas de cualquier rubro.

La empresa Autocentro Cajamarca SRL viene tomando decisiones erróneas por parte de la gerencia y / o área administrativa, ocasionando un clima laboral negativo entre los colaboradores, deficientes relaciones interpersonales, poca comunicación, quejas sobre falta de estímulos, recompensas sobre las ventas, debido a ello se evidencia falta de pertenencia del personal que labora. Otro factor relevante es que la toma de decisiones en ciertas ocasiones por parte de los jefes es muy rápida y no se acostumbra a realizar un análisis adecuado o simplemente no informar ocasionando mala comunicación por tanto mala percepción ante los clientes. Para (Bernal, 2014) en su investigación “El clima organizacional y su relación con la calidad de los servicios públicos de salud México”, menciona qué investigaciones teóricas y empíricas publicadas en países de Latinoamérica durante el siglo XXI pretenden dos objetivos: Primero, examinar la multidimensionalidad y características fundamentales de las variables de clima organizacional y calidad de los servicios públicos de salud. Segundo, diseñar un modelo teórico sobre la relación que existe entre estas dos variables, de ahí la importancia de estudiar claramente ambas variables, porque es un problema que se viene realizando; la mala atención que existe al usuario

generando malestar al momento de ser atendidos desde sacar la cita médica hasta la atención con el médico de turno.

Según Matute, Becerra y Muñoz (2018), Lima – Perú en su artículo publicado en Esan Business, con el título “Clima organizacional en empresas mineras”, menciona algunos aspectos que se pueden considerar importantes en los negocios por ejemplo una buena rentabilidad, es contar con un clima laboral favorable que ayude al cumplimiento de objetivos institucionales, y que ayuden en la toma de decisiones gerenciales, siempre teniendo en cuenta al trabajador como un factor fundamental dentro de las instituciones para ello es bueno que cuente con aspectos como valores, norma y aspectos psicológicos, es importante que las entidades analicen periódicamente el clima laboral para de este modo permitir que el trabajador se encuentre valorado e identificado con su zona de trabajo.

Este estudio tiene como finalidad conocer cuáles son las dimensiones que componen el clima laboral en entidades mineras del Perú. Se busca establecer un clima laboral adecuado y qué medidas se deben considerar para lograr un clima laboral adecuado. La investigación se basa en un análisis y estimación del clima laboral con la finalidad de bajar la brecha que pudiera existir entre el clima laboral actual y el que se quiere lograr. Se considera liderazgo, manejo de personal y variables de comunicación, identificar las relaciones laborales entre los trabajadores.

Para (León, 2020) menciona qué muchas empresas dejan de ser productivas porque no fomentan un buen ambiente de trabajo o simplemente porque no involucran en este proceso a sus directivos, administradores y trabajadores por igual. Los nuevos empleados, suelen llegar con mucho entusiasmo y con ciertas expectativas sobre la empresa, sus actividades y sus compañeros; sin embargo, todo se viene abajo cuando no encuentran el clima organizacional adecuado para su desempeño profesional. Ante esta situación,

identificar y fortalecer los factores que intervienen en la creación de un clima organizacional motivante se convierten en asuntos clave para la productividad de la empresa aumentando así la calidad en el servicio y satisfaciendo a sus clientes.

De acuerdo a lo mencionado el autor refiere que el clima organizacional es uno de los factores más importantes para el desarrollo integral de una empresa debido a su estrecha relación con el bienestar de los colaboradores de la misma, lo cual repercute en la calidad de servicio que estos ofrecen a los usuarios.

Cabe mencionar que la gerencia toma decisiones sin hacer extensivos los cambios sin escuchar o tener en cuenta las propuestas de los colaboradores, este panorama, nos muestra que es conveniente analizar la siguiente pregunta *¿De qué manera el clima organizacional se relaciona en la calidad de servicio?* teniendo en cuenta como base al autor Chiavenato (2011) arguye que el clima organizacional puede ser definido como las cualidades o propiedades del ambiente laboral que son percibidas o experimentadas por los miembros de la organización y que además tienen influencia directa en los comportamientos de los empleados.

Se sabe que la empresa Autocentro Cajamarca SRL cuya misión principal, es liderar en el mercado automotriz y ser reconocidos por la calidad del servicio que brinda no está llevando de una manera correcta estándares o protocolos que coadyuven para mantenerse como una de las empresas líderes en la ciudad de Cajamarca pues a pesar de los problemas identificados en los últimos diez años ha venido creciendo de manera significativa en el mercado de venta y post venta de vehículos grandes como camiones con un 40 % ganado en éste segmento, además cuenta con una estructura optima y amplio local ubicado en la Av. Vía de Evitamiento Norte N° 308 en la ciudad de Cajamarca, razón por la que se justifica la

investigación pues el colaborador está siendo descuidado, en tanto el clima organizacional se ve afectado.

Para la sustentación del estudio clima organizacional y calidad de servicio nos apoyaremos en investigaciones previas, donde en primer lugar se presentan antecedentes internacionales mencionadas a continuación:

En la revista San Gregorio (Floril, 2021) titulada “Correlación entre clima organizacional y desempeño laboral en las principales cadenas ecuatorianas de supermercados”, menciona que, Los supermercados, enfrentan constantemente el reto de agradar y retener a sus clientes, para ello necesitan que interactúen todos sus recursos, en especial el talento humano. El objetivo de esta investigación fue determinar la relación entre el clima organizacional y el desempeño laboral de los colaboradores de las principales Cadenas Ecuatorianas de Supermercados. La investigación fue aplicada, cuantitativa, no experimental de diseño transversal, correlacional. La muestra fue tomada a 379 colaboradores de las tres principales cadenas comerciales. Se aplicó un cuestionario con 55 interrogantes en escala de Likert, el análisis estadístico se realizó con el software SPSS.24. La fiabilidad del instrumento se respalda por el valor obtenido de 0,977 coeficiente alfa de Cronbach, la correlación de las variables con el coeficiente de Spearman obtenido  $\rho=0.294$ , estas relaciones también fueron confirmadas con la medida de adecuación KMO y la prueba de esfericidad de Bartlett. Si bien la relación de los factores no es contundente, los resultados obtenidos demuestran que las principales cadenas ecuatorianas de supermercados están atentas sobre la importancia de crear entornos adecuados que brinden las condiciones necesarias para ofrecer un clima organizacional idóneo, potenciar el desempeño y que tanto el colaborador como la organización alcancen su máximo crecimiento.

(Arevalo, 2018) en la tesis “La contribución del clima organizacional a la calidad empresarial” El clima organizacional es una de las variables más importantes a considerar actualmente dentro de las organizaciones modernas. El ambiente físico y la cultura (valores) de la organización establecen las pautas de comportamiento y desenvolvimiento del sujeto dentro de cualquier unidad de negocios. Muchas veces un clima inadecuado se traduce en pobres niveles de calidad en el trabajo. Con ello queremos decir que la calidad es un asunto filosófico cuya garantía se encuentra en la capacidad que los gerentes tengan para establecer climas empresariales adecuados sobre principios éticos y de equidad universales, transversales, asumidos desde los niveles más altos de la organización. Las empresas son sistemas que como tales producen sus propias relaciones interpersonales (clima). Vienen a ser realmente pequeñas sociedades abiertas, cambiantes y complejas y, por lo tanto, los principios éticos y valorativos respecto al rol que desempeña cada miembro quedarán circunscritos a la manera en la que se prefigure el clima organizacional en la conciencia de cada trabajador. Lograr vincular efectivamente la equidad junto al propósito o razón de ser de cada quién es quizás uno de los mayores retos de las nuevas organizaciones y que el estudio profundo del clima organizacional nos ayudará a superar en el corto plazo.

(Sotelo, 2017) en su tesis “*El clima organizacional y su correlación con la calidad en el servicio en una institución de educación de nivel medio superior*”, menciona que el propósito de este trabajo es determinar la relación que existe entre clima organizacional y calidad en el servicio percibido por los trabajadores de una institución de nivel medio superior, particularmente dos colegios de bachilleres del estado de Durango, México. Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta. El cuestionario “Medición del clima organizacional gubernamental utilizando calidad en el servicio como parámetro” se aplicó en el segundo semestre del año 2014 a los docentes y administrativos.



Se utilizó la técnica de análisis estadístico de regresión lineal simple; se revisó la validez y ajuste del modelo; se propuso una ecuación de regresión y se realizó el análisis de supuestos. Se concluye que la correlación entre ambas variables es positiva y el modelo de regresión lineal cumple con los supuestos para estudios de las ciencias sociales.

A su vez, se tomarán como base de la investigación antecedentes nacionales.

(Huamani, 2021) en su tesis “*Clima organizacional y satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa Express Jeans C & O S.A. 2020*” la presente investigación adoptó el enfoque cuantitativo ya que se recolectarán datos con base en la medición y análisis estadístico para encontrar evidencia que respalde el modelo propuesto, el diseño empleado para la investigación corresponde no experimental, transversal y correlacional. Para contrastar la hipótesis se analizará los resultados de una encuesta compuesta por 50 preguntas aplicada a una muestra de 83 trabajadores de la empresa Express Jeans C & O S.A. Para el análisis de datos se aplicará el análisis correlacional.

En la revista Científica de la UCSA (Cubillas, 2021) “Clima organizacional y su relación en el desempeño laboral de los trabajadores”, menciona que uno de los elementos condicionantes del desempeño laboral en las instituciones, es el clima organizacional, donde se presenta dificultades no solo en la estructura organizacional, sino también en los factores emocionales de los trabajadores como adaptarse al cambio, a la condición del trabajo y la comunicación empresarial. El estudio tuvo como objetivo la determinación de la relación entre las variables en la empresa Cotton Life. Con un enfoque cuantitativo, y un diseño correlacional causal, no experimental; tuvo una muestra de 80 trabajadores, utilizando la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento, y llegó a concluir: Existe una influencia directa del clima organizacional en el desempeño laboral de la empresa Cotton Life.

(Mendoza, 2021) en la tesis titulada “Clima organizacional y desempeño laboral del personal de una empresa de capacitación del Perú, Lima 2021”, menciona que en la empresa en que basaremos la investigación se han detectado molestias por parte del personal a causa del trabajo remoto que realizan por encontrarnos en un estado de emergencia por culpa de la pandemia del Covid-19, esto ha evidenciado algunas carencias que están afectando el desempeño laboral esto en base a ello hemos podido formular el problema de investigación: ¿De qué manera se relaciona el clima organizacional y el desempeño laboral del personal de una empresa de Capacitación del Perú, Lima 2021?.

Asimismo, con la finalidad de dar respuesta al problema de investigación planteado se estableció como objetivo general de la investigación: Determinar la relación que existe entre el clima organizacional, y la calidad de servicio de la Empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021. Del mismo se han establecido objetivos específicos; Identificar la relación que existe entre relaciones interpersonales y la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021. Identificar la relación que existe entre estructura organizacional y calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021. Identificar la relación que existe entre comunicación efectiva y calidad de servicio en la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021. Identificar la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la calidad de servicio en la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021. Identificar la relación que existe entre empatía y la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca año 2021.

Según Hernández, Fernández, Baptista (2010) “la hipótesis es el camino a seguir en el estudio, indicando lo queremos probar con la investigación, estas son las posibles respuestas, a las preguntas de investigación.” En el presente estudio se plantea la hipótesis

por ser un tipo de investigación de alcance correlacional, en el que se demostrará la relación existente entre ambas variables de estudio.

La hipótesis de la investigación se expresa como: H1: El clima organizacional se relaciona positivamente con la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021. H0: El clima organizacional no se relaciona positivamente con la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL 2021.

El método para comprobar una hipótesis según Sheahan (2016), la comprobación de una hipótesis a menudo se refiere a dos tipos de hipótesis: la hipótesis nula y la alternativa. La hipótesis nula es la afirmación que se pondrá a prueba. La hipótesis alternativa es el resultado de respaldo que solo juega una parte en la prueba si la hipótesis nula conduce a un rechazo de la hipótesis. Para los efectos de probar una hipótesis de tres formas distintas, hay que saltarse la hipótesis alternativa y centrarse solo en la nula.

Así, mismo las hipótesis específicas se expresan como: Las relaciones interpersonales se relacionan positivamente en la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL 2021. La estructura organizacional se relaciona positivamente en la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL 2021. La comunicación efectiva se relaciona positivamente en la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL 2021. La capacidad de respuesta se relaciona positivamente en la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL 2021. La empatía se relaciona positivamente en la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL 2021.

El propósito del estudio es determinar la relación entre el clima organizacional y el desempeño laboral del personal de una empresa de Capacitación del Perú, Lima 2021. Consideramos como hipótesis Alterna Existe relación entre el Clima organizacional y el desempeño laboral del personal de una empresa de Capacitación del Perú, Lima 2021.

Trabajaremos con un diseño no experimental – transversal con tipo de investigación correlacional, tuvimos como población a 45 empleados y nuestra muestra fue de 30 empleados, la obtención de datos fue a través de 2 cuestionarios con escala tipo Likert. La fiabilidad de los instrumentos dio como resultado Excelente al ser utilizado el estadístico del alfa de Cronbach, ,909 para el primer instrumento Clima Organizacional y,912 para el segundo Desempeño Laboral. En la prueba de hipótesis de Rho de Spearman se obtuvo ,826 con un p valor ,000; por lo cual se concluyó que existe una correlación positiva Alta entre las variables Clima organizacional y Desempeño laboral.

(Cisneros, 2021) en la tesis “Clima organizacional y calidad de servicio en los colaboradores de la empresa Polirroll S.A., Lima, 2021” menciona que, en el presente, las instituciones identifican que el reconocimiento del clima y la calidad de servicio es primordial relevancia, ya que de este modo un negocio es más fructífero que otros. La presente investigación tiene por objetivo. Determinar la relación entre el clima organizacional y el compromiso organizacional en los colaboradores de la empresa “Polirroll S.A.”, Lima, 2021. La metodología de la presente investigación es de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental de corte transversal de nivel correlacional. Se aplicó una muestra a 33 de la empresa “Polirroll S.A.” Los resultados obtenidos señalan que el nivel de significancia o p - valor fue de 0.005, por ello es menor al alfa ( $0.005 < 0.05$ ), asimismo el coeficiente de correlación de Pearson fue de 0,476 y con un nivel de confianza del 95%, se puede concluir de ello, que existe una relación positiva moderada y significativa entre el clima organizacional y el compromiso organizacional.

(Cerna, 2021) en la tesis “El clima organizacional y su relación en la calidad de los servicios de limpieza en la Municipalidad Distrital de Hualmay de la Provincia de Huaura – 2019” El presente proyecto relaciona el clima laboral en su desarrollo interno, respecto a

los servicios que se brindan en términos de alcanzar la calidad en la Municipalidad Distrital de Hualmay - 2019, el que ha tenido como objetivo general, analizar el ambiente municipal para conocerla presencia de la calidad de los servicios en el gobierno local en mención, éste estudio corresponde al diseño no experimental, correlacional –transversal, siendo un estudio de corte cuantitativo. Para ello, se llevaron a cabo encuestas con la finalidad de evaluar los indicadores de ambas variables independiente y dependiente, como, seguridad laboral, relaciones interpersonales, tipos de comunicación y retroalimentación, además, compromiso, satisfacción al usuario, tiempo de resolución e innovación de equipamiento. Esta encuesta fue aplicada a la población de Hualmay y a los trabajadores de la Municipalidad de la División de limpieza. El cuestionario contiene 20 preguntas, 10 por la variable independiente y 10 por la dependiente para la variable calidad de los servicios; los resultados se presentan en tablas y figuras, las cuales se encuentran numeradas y correlativas, además demuestra el análisis e interpretación de los resultados; y la discusión, lo cual sirvió de base para la elaboración de conclusiones y recomendaciones.

(Morales, 2021) en la tesis titulada “Clima organizacional y calidad de servicio de los restaurantes del Damero de Pizarro del Centro Histórico de Lima, Perú” El propósito de esta investigación fue identificar el vínculo entre el clima organizacional (CO) y la calidad de servicio (CS) en los restaurantes del Damero de Pizarro. La metodología empleada se constituyó en un enfoque cuantitativo de alcance correlacional con un diseño no experimental transversal. Asimismo, la población se conformó por 244 restaurantes registrados en el directorio del Damero de Pizarro. La cual por medio de un muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple se calculó 150 restaurantes para la muestra. En el levantamiento de datos se aplicó los cuestionarios de Chiang para el CO y para la CS el cuestionario de Cadena. Por medio del programa estadístico SPSS 26 se procesó la

información recolectada obteniendo resultados descriptivos e inferenciales. De esta forma mediante la aplicación de la prueba de chi cuadrado se obtuvo un p valor de 0.000 aceptando la hipótesis general planteada en esta investigación. Consiguiente, se concluyó que existe relación entre el clima organizacional y calidad de servicio en los restaurantes del Damero de Pizarro.

(Alcarraz, 2020) en la tesis menciona que el “Clima organizacional y la satisfacción laboral en los trabajadores de la oficina de logística del ministerio de relaciones exteriores en el 2018” menciona a las siguientes conclusiones principales, existe una correlación positiva entre el clima organizacional y la satisfacción laboral en los trabajadores de la oficina de logística del ministerio de relaciones exteriores en el 2018, se considera que el clima organizacional esta correlacionado con las dimensiones de la satisfacción laboral a un nivel de confianza del 95% y con un n.s. 0.5. De este modo que se puede afirmar que, a mayor control positivo y por lo tanto a mayor nivel de percepción positiva del clima organizacional, mayor será el nivel de satisfacción laboral en la mencionada oficina. También comprobó la existencia de una correlación significativa y directamente proporcional entre las dimensiones de la variable Clima organizacional y la satisfacción laboral en los trabajadores de la mencionada institución pública.

(Paredes, 2019) en la tesis “Clima organizacional y calidad de servicio en el Hospital Regional docente de Medicina tropical “Dr. Julio César Demarini Caro”, 2018 – La Merced. se ha evidenciado la problemática en cuanto a brecha de recursos humanos, falta de medicamentos, equipamiento y otros; mismos que generan constantes reclamos y quejas de los usuarios de ser atendidos de manera incorrecta e indiferente. El tipo de investigación del presente trabajo es investigación aplicada, el diseño es no experimental y su tipo es correlacional ya que no se manipulará ninguna variable desarrollándose en un solo momento

y en único tiempo, correlacional porque demostrará que la cultura organizacional tendría relación con la calidad de atención, para poder medir las variables sus herramientas será el cuestionario y los resultados explicarán la relación en la calidad de atención a usuarios en los servicios de consultorios externos, hospitalización y emergencia.

(Guevara, 2018) en la tesis “Clima organizacional y calidad de servicio del hospital María Auxiliadora de Rodríguez de Mendoza 2018”. Los resultados obtenidos del presente estudio demuestran la existencia de una relación significativa y positiva entre la variable de clima organizacional y calidad de servicio del mencionado hospital, además se observa que ambas variables se encuentran en un nivel Bueno, es decir, a mayor clima organizacional mayor será la calidad de servicio, lo cual se puede evidenciar en la tabla tres y grafico tres. De esta manera se concluye afirmando la existencia de una relación entre ambas variables, por lo tanto, se logró determinar todos los objetivos y se aceptan todas las hipótesis.

(Totocayo, 2019) en la tesis “*Clima Organizacional y Desempeño Laboral de los Directores de Ventas de la empresa Unique en el periodo 2018- 2019*” se menciona que en este trabajo de investigación se analiza la influencia del clima organizacional en el desempeño de los directores de ventas de la empresa Unique en el período 2018-2019, para ello se utilizan dos instrumentos. La escala de Likert se aplicará para la variable independiente y el cuestionario para la dependiente, recalando que solo se aplicará a miembros de esta empresa que tengan rangos desde Director Regional a Director Diamante; es decir, se trabajó con una muestra de 40 directores. Los resultados de este estudio fueron satisfactorios, ya que la influencia del ambiente de trabajo influye de manera positiva en el desempeño de este equipo de personas.

(Pecho, 2018) en la tesis “El Clima Laboral y Calidad Del Servicio En La Municipalidad Provincial De Coronel Portillo, 2017. El estudio se realizó a través del

método descriptivo correlacional, y con diseño transaccional correlacional, aplicamos el instrumento sobre clima laboral a 103 trabajadores y el instrumento sobre calidad del servicio a 103 usuarios, cada cuestionario cuenta con 20 ítems, 5 opciones de respuesta, la información se tabuló en el programa Excel, resultados que se procesaron en el programa (SPSSv24), de dónde se obtuvo la correlación y significancia de nuestro trabajo de investigación. Existe relación negativa baja y no significativa entre del clima laboral y la calidad del servicio en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, 2017, lo que nos manifiesta que el clima laboral no es determinante para lograr una relación significativa con la calidad del servicio que ofrece.

(Espinoza, El clima organizacional y su relación con la calidad del, 2019) “El clima organizacional y su relación con la calidad del servicio educativo la Unidad Educativa Martin Luther King, periodo 2018” Los resultados fueron descritos y sometidos al análisis estadístico de la prueba de correlación de Spearman. A partir de ello, se concluyó con un  $Rho = 0,463$  que hay correlación media positiva entre el clima organizacional y la calidad del servicio educativo. También, se registró que la gran mayoría de los alumnos están satisfechos y de acuerdo con la calidad del servicio educativo. No obstante, se registraron deficiencias en la labor del personal administrativo.

(Totocayo, 2019) en la tesis “*Clima Organizacional y Desempeño Laboral de los Directores de Ventas de la empresa Unique en el periodo 2018- 2019*” se menciona que en este trabajo de investigación se analiza la relación del clima organizacional en el desempeño de los directores de ventas de la empresa Unique en el período 2018-2019, para ello se utilizan dos instrumentos. La escala de Likert se aplicará para la variable independiente y el cuestionario para la dependiente, recalando que solo se aplicará a miembros de esta empresa que tengan rangos desde Director Regional a Director Diamante; es decir, se trabajó



con una muestra de 40 directores. Los resultados de este estudio fueron satisfactorios, ya que la influencia del ambiente de trabajo influye de manera positiva en el desempeño de este equipo de personas.

Para la fundamentación de la presente investigación nos apoyaremos en las siguientes bases teóricas, por ello se hará referencia a la primera variable:

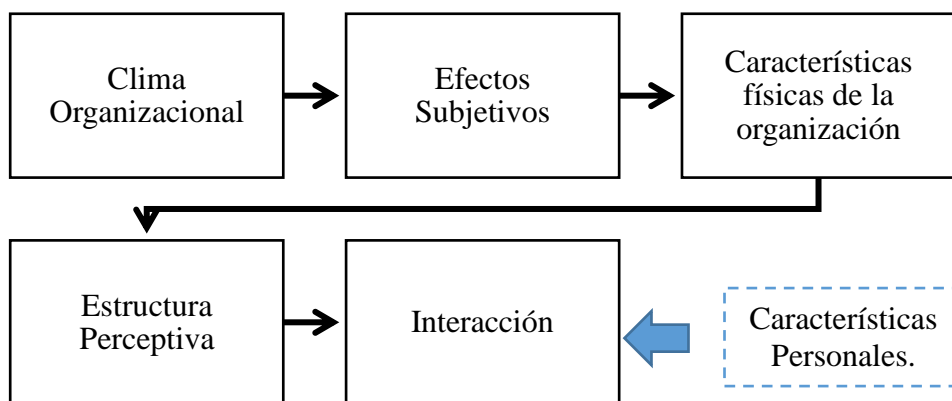
*El clima laboral* es el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. Influye en la satisfacción del personal y por lo tanto en la productividad. Está relacionado con el "saber hacer" del directivo, con los comportamientos de las personas, con su manera de trabajar y de relacionarse, con su interacción con la empresa, con las máquinas que se utilizan y con la propia actividad de cada uno. Es la alta dirección, con su cultura y con sus sistemas de gestión, la que proporciona -o no el terreno adecuado para un buen clima laboral. El Clima Laboral forma parte de las políticas del personal y por parte de Talento humano se encuentra la mejora de ese ambiente con el uso de técnicas precisas. Clima organizacional es el nombre dado al ambiente generado por las emociones de los miembros de un grupo u organización, el cual está relacionado con la motivación de los empleados. Se refiere tanto a la parte física como emocional (Peña, 2018)

(Chiavenato, 2011) hace referencia al clima organizacional como “al ambiente interno existente entre los miembros de la organización, está estrechamente ligado al grado de motivación de los empleados e indica de manera específica las propiedades motivacionales del ambiente organizacional, es decir, aquellos aspectos de la organización que desencadenan diversos tipos de motivación entre los miembros. El clima organizacional incluye en el estado motivacional de las personas y viceversa”.

*La variable Clima Organizacional, es una serie de percepciones globales por parte del individuo en lo concerniente a su organización. Estas percepciones globales reflejan la interacción que se da entre las características personales y las de la organización.*

**Figura 1.**

*Percepción del Clima Organizacional.*



*Nota. En la figura 1 se observa la percepción*

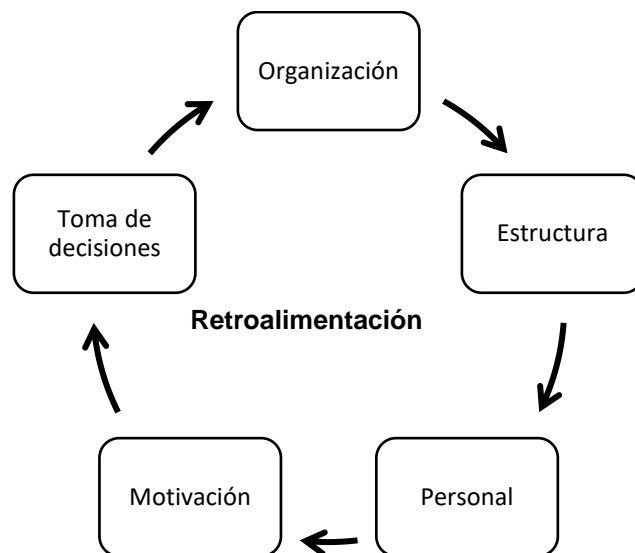
Clima Organizacional y Teoría de la Percepción según Likert:

De todos los enfoques sobre el concepto de clima organizacional, el que ha demostrado mayor utilidad es el que utiliza como elemento fundamental las percepciones que el trabajador tiene de las estructuras y procesos que ocurren en un medio laboral. La especial importancia de este enfoque reside en el hecho de que el comportamiento de un trabajador no es una resultante de los factores organizacionales existentes, sino que depende de las percepciones que tenga el trabajador de estos factores. Sin embargo, según Peiró (2006) citado por, (Peña, 2018) “estas percepciones dependen de buena medida de las actividades, interacciones y otra serie de experiencias que cada miembro tenga con la empresa, de ahí que el clima organizacional refleja la interacción entre características personales y organizacionales” (Pág. 69)

Esto permite considerar que los factores y estructuras del sistema organizacional dan lugar a un determinado clima, en función a las percepciones de los miembros. Este clima resultante induce determinados comportamientos en los individuos, y estos comportamientos inciden en la organización, y, por ende, en el clima, completando el circuito, como se evidencia en la figura 2.

**Figura 1.**

*Ciclo del Clima Organizacional*



*Nota. En la figura 2 se muestra que existe una interacción entre la organización y las características personales dentro de una empresa, adaptado por el autor.*

Además, el clima organizacional está compuesta por dimensiones que se explicarán a continuación:

Existe una serie de características del clima laboral que son importantes conocer para poder realizar correctamente un diagnóstico de clima organizacional. El clima organizacional según (Peña, 2018), se caracteriza porque:

- Es permanente, es decir las empresas guardan cierta estabilidad de clima laboral con ciertos cambios graduales
- Los comportamientos de los trabajadores son modificados por el clima de una empresa.
- El clima de la empresa ejerce influencia en el compromiso e identificación de los trabajadores.
- Los trabajadores modifican el clima laboral de la organización y también afectan sus propios comportamientos y actitudes.
- Diferentes variables estructurales de la empresa afecta el clima de la misma. A su vez estas variables se pueden ver afectadas por el clima.
- Problemas en la organización como rotación y ausentismo puede ser una alarma que en la empresa hay un mal clima laboral. Es decir, sus empleados pueden estar insatisfechos.

De allí que los estudios de clima organizacional según varios autores están concretamente vinculados a ciertas dimensiones o aspectos de análisis inherentes al clima y que han sido definidos como variables de evaluación y medición.

Las características del sistema organizacional generan un determinado clima Organizacional, que repercute sobre las motivaciones de los miembros de la organización y sobre su correspondiente comportamiento. Este comportamiento tiene obviamente una gran variedad de consecuencias para la organización como, por ejemplo, productividad, satisfacción, rotación, adaptación, etc.

(Peña, 2018), postula la existencia de nueve dimensiones que explicarían el clima existente en una determinada empresa. Cada una de estas dimensiones se relaciona con ciertas propiedades de la organización, tales como a saber:

-Las relaciones interpersonales: Es la percepción por parte de los miembros de la empresa acerca de la existencia de un ambiente de trabajo grato y de buenas relaciones sociales tanto entre pares como entre jefes y subordinados.

-La Estructura organizacional: que representa la percepción que tiene los miembros de la organización acerca de la cantidad de reglas, procedimientos, trámites y otras limitaciones a que se ven enfrentados en el desarrollo de su trabajo. La medida en que la organización pone el énfasis en la burocracia, versus el énfasis puesto en un ambiente de trabajo libre, informal y poco estructurado.

-Comunicación efectiva: es un medio utilizado en los diversos procesos administrativos, esto radica en la relación directa con la función de gerencia, de manera que esta puede definirse como una transferencia de información. En este sentido, la comunicación permite la interacción e integración de los recursos humanos; es efectiva para generar cambio de conductas, hacer productiva la información y lograr las metas. Puede considerarse, como un proceso que ocurre entre los miembros, en forma colectiva, hacia una unificación de la organización en el ámbito social; por lo cual, debe darse en forma dinámica, donde sea constante el flujo, pero respetando el grado de identificación de estructura.

-Capacidad de respuesta: la capacidad de respuesta al cliente como “Disposición a ayudar a los clientes y entregarles un buen servicio rápido”; ello implica que el personal de la entidad se caracteriza por una adecuada predisposición de proporcionar un servicio ágil y eficiente, de ahí la importancia de mantenerse informado de los principales inconvenientes y dificultades de los clientes que permitan plantear opciones de mejora.

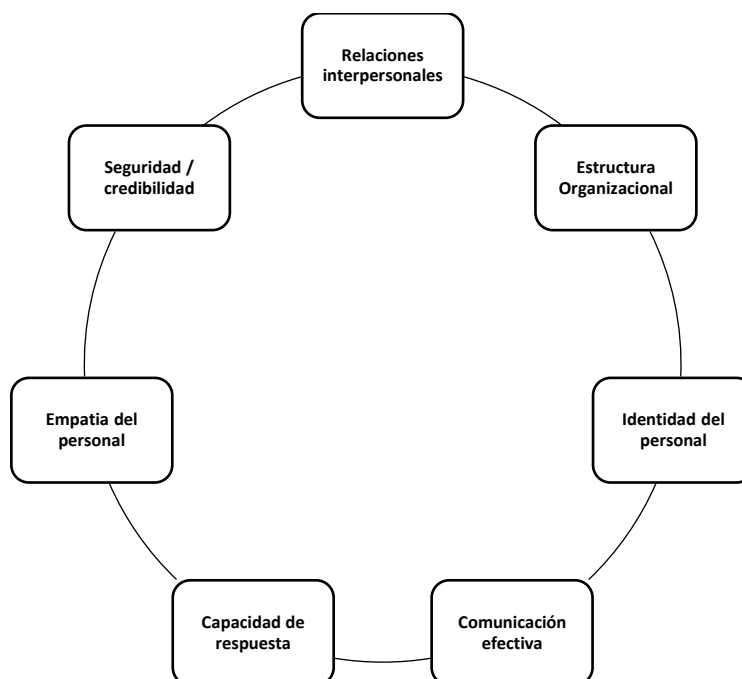
-Empatía del personal: es una competencia clave de la inteligencia emocional. Ser empático significa ser capaz de ver el mundo como la persona que tienes enfrente, conseguir compartir y comprender sus sentimientos, necesidades, preocupaciones...y actuar en consecuencia. Sea cual sea tu puesto de trabajo, la empatía beneficiará tu relación con trabajadores y colaboradores, ya que mejora notablemente la comunicación y la relación interpersonal.

-Credibilidad: construcción de la confianza, la cual responde a las experiencias previas que funcionan como una referencia laboral.

-La identidad del personal: Es el sentimiento de pertenencia a la organización y que se es un elemento importante y valioso dentro del grupo de trabajo. En general, es la sensación de compartir los objetivos personales con los de la organización.

## Figura 2

*Dimensiones del Clima Organizacional.*



*Nota. En la figura 3 se muestra las dimensiones del clima organizacional, adaptado por autor.*

De acuerdo a las dimensiones antes mencionadas se dice que el conocimiento del Clima Organizacional proporciona retroalimentación acerca de los procesos que determinan los comportamientos organizacionales, permitiendo, además, introducir cambios planificados, tanto en las actitudes y conductas de los miembros, como en la estructura organizacional o en uno o más de los subsistemas que la componen.

La importancia de esta información se basa en la comprobación de que el clima organizacional influye en el comportamiento manifiesto de los miembros, a través de percepciones estabilizadas que filtran la realidad y condicionan los niveles de motivación laboral y rendimiento profesional, entre otros. (Peña, 2018)

#### *La Medición del Clima Organizacional:*

La evaluación del clima organizacional, es un procedimiento elaborado para medir y evaluar el medio ambiente organizacional mediante diversos instrumentos, de origen psicológico y sociológico, diseñados científicamente y aplicados en forma metodológica y sistematizada, asegurando así la validez y confiabilidad de sus resultados.

Medir la percepción del clima significa determinar el grado en que un determinado atributo organizacional es percibido y no el grado en que ese atributo percibido satisface o agrada.

(Peña, 2018), señala que las relaciones laborales en la organización “Pueden determinar los niveles de productividad y competencia de la empresa en el mercado” (Pág. 29); pues si estas relaciones no son óptimas se limitan los trabajos en equipo y se generan problemas de desempeño de los empleados reduciendo su nivel de trabajo, por esto mantener un clima organizacional sano es una variable prioritaria al momento de buscar nuevas

estrategias de producción o promover cambios organizacionales, pero es algo necesario y fundamental para cualquier institución, ya que este es el indicador más preciso que demuestra los niveles que se tienen en la organización en cuanto a relaciones laborales se refiere.

#### *Importancia de la medición del clima organizacional*

La evaluación del clima organizacional le permite conocer como es percibida la empresa por sus trabajadores; logrando identificar las fortalezas o aspectos bien valorados de la cultura organizacional, así como identificar las fuentes de insatisfacción que contribuyen al desarrollo de actitudes negativas frente a la organización.

#### *La evaluación del clima organizacional le permite a su empresa.*

Evaluar las fuentes de conflicto, de estrés o de insatisfacción que contribuyen al desarrollo de actitudes negativas frente a la organización.

Brindar las bases para la planeación e intervención orientadas hacia mejoramiento de la calidad de vida, la productividad del trabajo, la armonía en las relaciones interpersonales y el desarrollo de la eficiencia de la organización a corto, mediano o largo plazo.

Realizar seguimiento oportuno al desarrollo de la organización y prever los problemas antes que generen consecuencias que afecten la productividad o el ambiente laboral.

#### *Ventajas de medir el clima laboral dentro de las organizaciones:*

La Medición de Clima Laboral es una herramienta que facilita conocer los factores humanos y técnicos que influyen en la toma de decisiones. Sirve para detectar ciertos problemas emergentes dentro de las organizaciones, como, por ejemplo: una alta rotación, ausentismo laboral, desmotivación y apatía, conflictos interpersonales recurrentes, mala atención al cliente, entre otros, por eso recomendable realizar.



### *Medición del Clima Laboral*

El Clima Laboral es una serie de instrumento que se utiliza, con el objetivo de medir la percepción positiva o negativa del personal en relación a las condiciones que encuentra en la organización para desempeñar su trabajo y se realiza con el fin de anticipar y detectar posibles problemas y focos de conflicto interno, proponiendo acciones concretas para solucionarlos. Un estudio de Clima Laboral permite conocer el estado de la empresa en cuanto a aspectos organizacionales, ambiente de trabajo, la cultura, estado de ánimo, y factores similares que pueden influir en el desempeño de su personal. Además, tiene un propósito motivacional, ya que, en el momento de aplicar las herramientas, se le hace sentir al personal el interés sobre la organización, por su desarrollo Integral y el bienestar en su trabajo, existen factores importantes que se debe mencionar a) El clima no se ve, ni se toca, pero es real dentro de la organización, está integrado en una serie de elementos que condicionan el desempeño laboral de los empleados; el clima en las organizaciones está integrado por elementos como: a) El aspecto individual de los empleados en el que se consideran actitudes, percepciones, personalidad, valores, aprendizaje y el estrés que pueden sentir los empleados en la organización. b) Los grupos dentro de la organización, su estructura, procesos cohesión, normas y gestión documentaria. c) La motivación, necesidades, esfuerzo y refuerzo. d) Liderazgo, poder, políticas, influencias, estilo. e) La estructura con sus macro y micro dimensiones. f) Los procesos organizacionales, evaluación, sistema de remuneración, comunicación y el proceso de toma de decisiones.

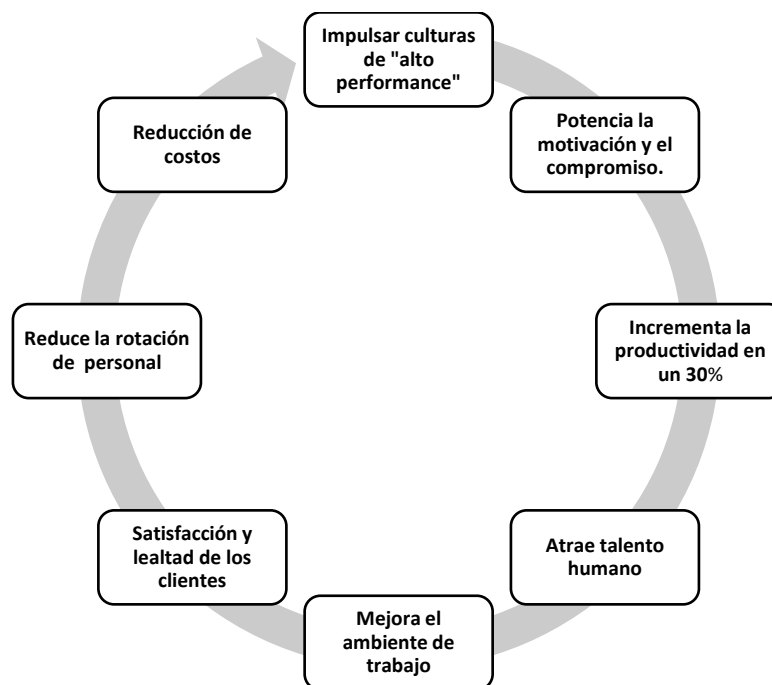
(Peña, 2018), refiere que, a fin de comprender mejor el concepto de clima organizacional es necesario resaltar los siguientes puntos:

El clima se refiere a las características del medio ambiente de trabajo. Estas características son percibidas directas o indirectamente por los colaboradores que prestan

algún servicio laboral como: a) El clima, tiene repercusiones en el comportamiento laboral y b) el clima, es una variable interviniente que media entre los factores del sistema organizacional y comportamiento individual.

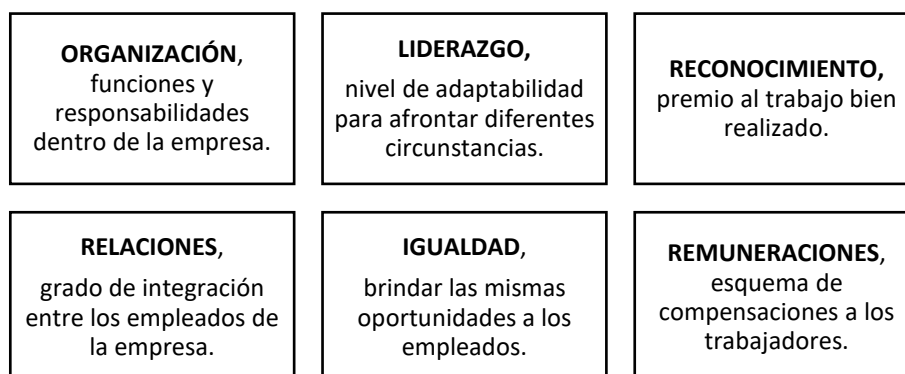
**Figura 3**

*Ventajas de medir el Clima laboral para detectar problemas emergentes, adaptado por el autor.*



**Figura 4**

*Factores que influyen en el Clima organizacional.*



*Nota. En los cuadros se aprecia los factores que influyen en el clima organizacional de una empresa, adaptado por el autor.*

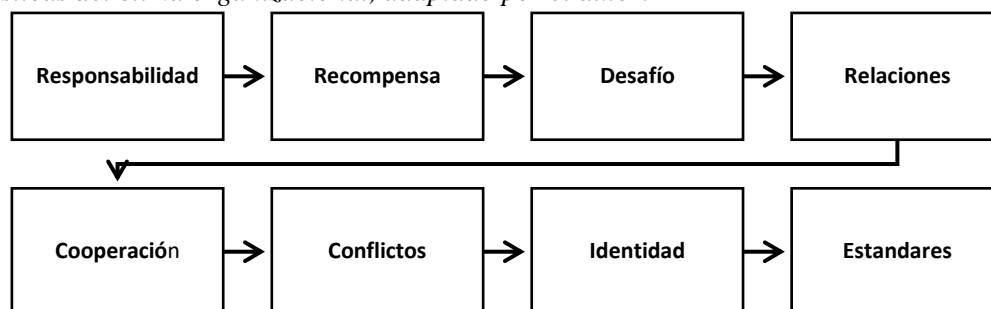
## Características del Clima Organizacional

Para (Peña, 2018) “El clima organizacional cuenta con diferentes características que influyen motivación de las personas que forman parte de la organización y conlleva al comportamiento que tendrán, el cual puede ser tanto negativo como positivo” (Pág. 32). Las características son las siguientes: a) Responsabilidad (empowerment): Sentimiento que comparten los empleados acerca de la independencia que tienen para tomar decisiones en momentos de trabajo. b) Recompensa: La recompensa que obtienen los empleados por el trabajo que realizan, siempre y cuando sea un trabajo merecedor de ésta. c) Desafío: La percepción que se tiene acerca de los desafíos que enfrenta la empresa al imponer el trabajo. Promueve aceptación de riesgos. d) Relaciones: Cómo los miembros de la empresa se sienten en el ambiente laboral. La percepción que tienen acerca de las relaciones sociales ya sea con compañeros de trabajo o jefes. e) Cooperación: El sentimiento de las personas de la organización de poder formar parte de un equipo, el cual cuente con un apoyo mutuo y espíritu positivo. f) Conflictos: El momento en el cual los miembros aceptan las opiniones de todos los demás, tienen la capacidad de solucionar problemas con madurez. g) Identidad: Sentirse valioso dentro de la organización, sentir que forma parte importante del equipo. Conocer el clima organizacional de una empresa brinda la oportunidad de tener cierto tipo de retroalimentación acerca de todo el comportamiento organizacional. Es aquí donde se crean diferentes planes para la mejora de la empresa, tomando en cuenta las actitudes y conductas de las personas que forman parte de la organización para darles motivación y se

tenga un mejor rendimiento. h) Los estándares: Es la percepción de los miembros acerca del énfasis que pone las organizaciones sobre las normas de rendimiento.

**Figura 5**

*Características del clima organizacional, adaptado por el autor.*



*Nota.*

Para la fundamentación de la presente investigación nos apoyamos en las siguientes bases teóricas por ello se hará referencia a la segunda variable.

#### *Calidad de servicio*

En la literatura académica, la medición de la calidad del servicio ha suscitado algunas diferencias de criterio. La principal hace referencia a qué es lo que realmente se está midiendo. En general se encuentran tres tendencias de constructos que se usan para evaluar la calidad del servicio: calidad, satisfacción y valor. La investigación en el área se ha centrado básicamente en calidad y satisfacción; el valor es el concepto con más bajo nivel de estudio hasta el momento. (Duque, 2005) “reconoce que la línea que separa las evaluaciones de la calidad de las otras tendencias de evaluación de experiencias de servicio no está muy bien definida. Para los propósitos de este trabajo se tomará únicamente el concepto de calidad” (Pág. 27).

La Real Academia Española define calidad como la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor. Esta definición establece dos

elementos importantes en su estudio. Primero, la referencia a características o propiedades y, segundo, su bondad para valorar “algo” a través de ella. Adicionalmente encontramos las siguientes definiciones:

Para (Deming, 1989) “Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles; solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; también puede estar definida solamente en términos del agente” (Pág. 45).

La palabra calidad tiene múltiples significados. Dos de ellos son los más representativos (Juran, 1990) : 1) La calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto. 2) Calidad consiste en libertad después de las deficiencias.

De manera sintética, para (Ishikawa, 1986) “calidad significa calidad del producto, más específicamente, calidad es calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos, etc. (Pág. 89).

Para (Crosby, 1988) “Calidad es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad” (Pág.66).

Para (Imai, 1998) “La calidad se refiere, no solo a productos o servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios. La calidad pasa por todas las fases de la actividad de la empresa, es decir, por todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios (Pág. 10)

Para (Druker, 1990) “La calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar” (Pág. 41).

Para (Duque, 2005) en la literatura sobre la calidad del servicio, el concepto de calidad se refiere a la calidad percibida, es decir “al juicio del consumidor sobre la excelencia y superioridad de un producto”). En términos de servicio significaría “un juicio global, o actitud, relacionada con la superioridad del servicio” En este sentido, la calidad percibida es subjetiva, supone un nivel de abstracción más alto que cualquiera de los atributos específicos del producto y tiene una característica multidimensional. Finalmente, la calidad percibida se valora (alta o baja) en el marco de una comparación, respecto de la excelencia o superioridad relativas de los bienes y/o servicios que el consumidor ve como sustitutos.

Para (Duque, 2005) Estos son los argumentos de los principales exponentes del concepto de calidad percibida del servicio, para señalar que, en un contexto de mercado de servicios, la calidad merece un tratamiento y una conceptualización distinta a la asignada a la calidad de los bienes tangibles. A diferencia de la calidad en los productos, que puede ser medida objetivamente a través de indicadores tales como duración o número de defectos, la calidad en los servicios es algo fugaz que puede ser difícil de medir La propia intangibilidad de los servicios origina que éstos sean percibidos en gran medida de una forma subjetiva.

Desde una perspectiva pragmática, (Druker, 1990) “establece cinco niveles de evaluación del desempeño de una organización de acuerdo con la satisfacción obtenida (comparación de las expectativas)” (Pág. 79)

#### *Orígenes de la calidad:*

Al respecto, acerca de calidad (Cuatrecasas, 2014) dice que la calidad es un concepto que ha ido evolucionando en su significado a lo largo de la historia. Con anterioridad a los tiempos recientes en que se ha desarrollado profundamente este concepto, fueron

apareciendo estos conceptos que pueden considerarse como la prehistoria de la calidad y su gestión. Así, por ejemplo, durante la Revolución Francesa (1794) se crea un Taller Nacional de Calibres, cuyo objetivo era lograr la estandarización de las municiones para su empleo en diferentes tipos de fusibles, donde ya se aplicaron conceptos de inspección y control de fabricación. A lo largo de la historia las actividades como esta contribuyeron a la aparición de la idea moderna de la calidad, tal como se conoce en la actualidad. Se puede establecer la aparición del concepto moderno de la calidad en torno a los años de 1920, en Estados Unidos, 34 impulsada por grandes compañías como Ford Motor Company, American Telephone & Telegraph, Westem Electric, etc., En esta etapa (1920) Ronald Fisher comienza aplicar el Diseño Estadístico de Experimentos (DEE), aplicado a la mejora de la productividad de algunos cultivos. También se desarrolla en este periodo el Control Estadístico de la calidad (SPC), en manos del considerado padre de la calidad, Walter A. Shewhart. La segunda Guerra Mundial (1939-1945) constituyo el detonante fundamental para un notable desarrollo del SPC, así como del interés general por todos los temas relacionados con la calidad. Durante esta época, importantes maestros de la calidad como Walter E. Deming o Joseph M. Juran desarrollan el programa de gestión de la calidad. Durante el conflicto se avanza de forma considerable en los diferentes aspectos de la calidad. También en esta época, Armand V. Feigenbaum comienza a desarrollar un nuevo concepto: “el control de calidad total”. Se incluye una gestión de la calidad más extensa, que abarca todas las áreas de la empresa y que persigue la satisfacción plena de los clientes. Se puede considerar como el origen de lo que hoy se denomina la Gestión de Calidad Total (GCT). Una vez concluida la guerra, se produce un transvase de ideas y conceptos hacia Japón. Los japoneses aprenden las técnicas de control estadístico, de proceso adaptación y de forma rápida, en principio como inspección, estableciendo tolerancias de calidad en los productos, para pasar, en una segunda fase, a controlar el proceso evitando los fallos en el producto

Final. Para (Cuatrecasas, 2014) “A ello contribuyeron una serie de conferencias y seminarios sobre esta temática que fueron impartidos en Japón por los maestros Deming y Juran. Coincidiendo con el auge de la calidad en Japón, la industria americana sufre un estancamiento en su evolución” (Pág. 50).

No incentiva la aplicación de las técnicas de calidad debido a la falta de competidor cualificado y solo se puso interés en producir y vender bienes para abastecer al mercado mundial. Este fenómeno coincide con un aumento paulatino de las prestaciones, fiabilidad y calidad de los productos japoneses, más preocupados por la mejora continua y por una constante evolución alentado por ideas que les involucra a Deming y Juran. Con este programa, Japón aprovecho el encasillamiento americano para lanzarse a su conquista. Sera durante la década de los 80 cuando la calidad experimenta una evolución en la industria americana, pasando a considerarse como un elemento estratégico fundamental. Philip B. Crosby introdujo el programa de mejora tratando de concientizar a las empresas para que centraran sus esfuerzos en la necesidad de obtener calidad. El objetivo consistía en suprimir gran parte de las 35 inspecciones haciendo las cosas bien desde el principio. Es decir, “a la primera”. El concepto de calidad evoluciona hacia la gestión de la calidad total como nueva filosofía. La calidad se considera como algo global presente en todos los departamentos de la empresa, liderada por la alta dirección y con la participación e involucración de todos los recursos humanos. Esta nueva filosofía engloba e integra técnicas que se venían practicando, como el control estadístico de procesos. Para (Cuatrecasas, 2014) El diseño estadístico de experimentos, con otras herramientas de más recientes incorporación como el análisis modal de fallos y sus efectos, o el moderno Despliegue Funcional de la Calidad. “Estas y otras técnicas se emplean de forma integrada y complementaria en la planificación, optimización y control de la calidad de productos y servicios”. (p. 54)



Además, la calidad de servicio está compuesta por dimensiones que se explicarán a continuación:

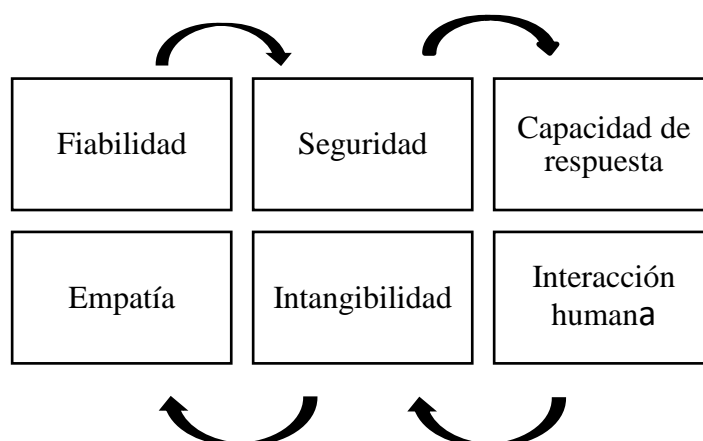
Dimensiones de la calidad de servicio: la mayoría de los clientes utilizan, según (Druker, 1990), cinco dimensiones para llevar a cabo dicha evaluación: a) **Fiabilidad**: Es la capacidad que debe tener la empresa que presta el servicio para ofrecerlo de manera confiable, segura y cuidadosa. Dentro del concepto de fiabilidad se encuentran incluidos todos los elementos que permiten al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de la organización, es decir, fiabilidad significa brindar el servicio de forma correcta desde el primer momento.

b) **Seguridad**: Es el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una organización y confía en que serán resueltos de la mejor manera posible. Seguridad implica credibilidad, que a su vez incluye integridad, confiabilidad y honestidad. Esto significa que no sólo es importante el cuidado de los intereses del cliente, sino que la organización debe demostrar también su preocupación en este sentido para dar al cliente una mayor satisfacción. c) **Capacidad de respuesta**: Se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y para suministrar el servicio rápido; también hacen parte de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como lo accesible que resulte la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con ella y la factibilidad de lograrlo. d) **Empatía**: Significa la disposición de la empresa para ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada. No es solamente ser cortés con el cliente, aunque la cortesía es parte importante de la empatía, como también es parte de la seguridad, requiere un fuerte compromiso e implicación con el cliente, conociendo a fondo sus características y sus requerimientos específicos. e) **Intangibilidad**: A pesar de que existe intangibilidad en el servicio, en sí es intangible, es importante considerar algunos aspectos

que se derivan de dicha intangibilidad: los servicios no pueden ser mantenidos en inventario; si no se utiliza la capacidad de producción de servicio en su totalidad, ésta se pierde para siempre. f) Interacción humana: Para suministrar servicio es necesario establecer un contacto entre la organización y el cliente. Es una relación en la que el cliente participa en la elaboración del servicio. El carácter multidimensional de la calidad del servicio siempre ha tenido aceptación tanto desde aproximaciones prácticas como teóricas. El punto de divergencia es la identificación de los determinantes de dicha calidad.

**Figura 6**

*Dimensiones de la calidad de servicio de acuerdo a Drucker 1990, adaptado por el autor.*



La calidad de los elementos que intervienen en el proceso de fabricación del servicio se refiere al soporte físico (actualidad, sofisticación, limpieza, etc.), contacto personal (eficacia, cualificación, presentación, disponibilidad, etc.), clientela (pertenencia al mismo segmento) y eficacia de su participación. Finalmente, la calidad del proceso de prestación del servicio se dirige a la fluidez y facilidad de las interacciones. Eficacia, secuencia y grado de adecuación a las expectativas y necesidades del cliente en el proceso de interacción.

Importancia de la calidad:

De acuerdo con (Vértice, 2016) habla sobre la importancia de los símbolos y de la información en la calidad del servicio y dice: en la percepción de la calidad influyen también los símbolos que rodean al producto. Todos los signos, verbales o no, que acompañan al servicio, tienen un papel fundamental en este sentido: mirar al cliente a la cara, cederle el paso, expresar con una sonrisa el placer que les produce verlo, llamarlo por su nombre, son otras de las ventajas para ofrecer un servicio de calidad que tenga por objeto la conquista del cliente. La información puede modificar considerablemente la percepción de la calidad. En el supuesto de que los clientes tengan que hacer cola, lo más razonable es explicarles por qué deben esperar tanto tiempo, entonces la espera le resultará más corta y las críticas serán menos intensas. Para que una persona no se impacienta en el teléfono lo mejor será preparar un mensaje adaptado al servicio y al cliente. No pueden olvidar que ninguna información por muy útil que sea sustituirá jamás a una respuesta rápida.

De acuerdo a la presente investigación hemos identificado algunas definiciones conceptuales.

Definición conceptual: según la (DRAE, 2013) se presenta el significado de las siguientes palabras:

- Calidad: es aquella cualidad de las cosas que son de excelente creación, fabricación o procedencia, calidad describe lo que es bueno, por definición, todo lo que es de calidad supone un buen desempeño.
- Clima organizacional: el conjunto de cualidades, atributos o propiedades relativamente permanentes de un ambiente de trabajo concreto que son percibidas, sentidas o experimentadas por las personas que componen la organización empresarial y que influyen sobre su conducta.

- **Cultura:** es todo complejo que incluye el conocimiento, el arte, las creencias, la ley, la moral, las costumbres y todos los hábitos y habilidades adquiridos por el hombre no sólo en la familia, sino también al ser parte de una sociedad como miembro que es.
- **Empresa:** es una organización de personas que comparten unos objetivos con el fin de obtener beneficios.
- **Organización:** es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos estos sistemas pueden, a su vez, estar conformados por otros subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas.
- **Servicio:** son un conjunto de acciones las cuales son realizadas para servir a alguien, algo o alguna causa.

Dentro de la investigación realizada se encontró algunas limitaciones cómo, por ejemplo, accesos restringidos o por horarios limitados a la empresa debido al COVID 19, sólo se realizó para aplicar las encuestas físicas y conversaciones con la administradora. Otra limitante no menos importante fue no poder encontrar antecedentes del mismo rubro en la investigación, se obtuvieron algunas tesis respetando las mismas variables en su mayoría.

## **CAPÍTULO II. METODOLOGÍA**

### **Enfoque de investigación: cuantitativo**

La investigación es de enfoque cuantitativo, pues para (Hernandez, 2006), el enfoque cuantitativo, debido a que se utiliza la recolección de datos, se realiza un análisis estadístico a través de una medición numérica. La investigación cuantitativa implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. Es concluyente en su propósito ya que trata de cuantificar el problema y entender qué tan generalizado está mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población y muestra de análisis.

### **Tipo de investigación: Básica**

La presente investigación es de tipo descriptivo según (Hernandez, 2006), describirá situaciones y eventos de determinado fenómeno. La investigación del presente estudio es básica, debido a que tiene como finalidad la obtención y recopilación de información para ir construyendo una base de conocimiento que se agrega a la información previa existente.

### **Diseño de investigación No experimental (observacional)**

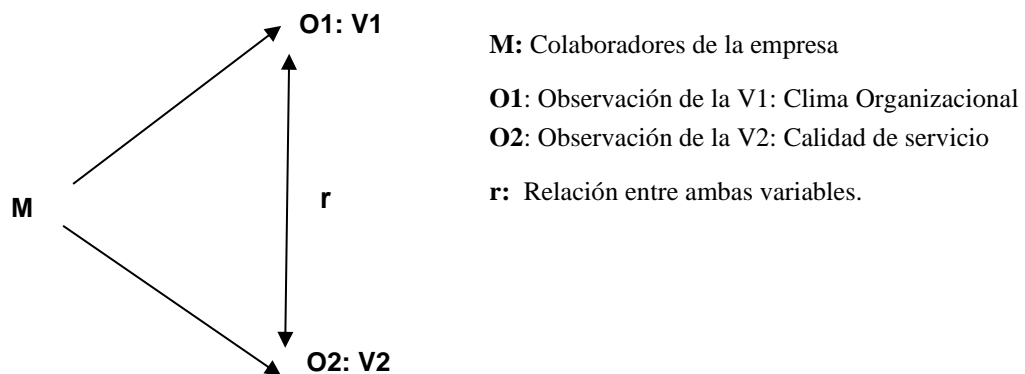
Porque se realiza sin manipular las variables como clima organizacional y calidad de servicio. Según (Hernandez, 2006). “La investigación es de tipo básica debido a que tiene como finalidad la obtención y recopilación de información para ir construyendo una base de conocimiento que se agrega a la información previa existente” (Pág. 66).

### **Corte o temporalidad de la investigación: Transversal**

Es transversal, porque describe la situación en un momento dado y no requieren la observación de los sujetos estudiados durante un periodo de tiempo y una muestra previamente establecida.

**Correlacional**, porque se analiza de qué manera el clima organizacional se relaciona con la calidad de servicio del personal de la empresa.

### **Diagrama de la investigación**



### **Población**

La población o universo es un conjunto de elementos a los cuales se le estudian algunas características comunes, la población en estudio está constituida por el personal administrativo y operativo de la empresa Autocentro Cajamarca SRL los cuales vienen siendo 27 trabajadores siendo finita.

### **Tabla de distribución de la Población**

Para Población Finita: < 100,000 individuos.

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q} \quad n = \frac{19.976875}{0.75} = 27$$

Nivel de Confianza o Seguridad: 1-a

90.0%     $Z_{\alpha} =$  1.65

1-a	Coficiente (Za)
90.0%	1.645
95.0%	1.96
97.5%	2.24
99.0%	2.576

Es el porcentaje de confianza de que la Muestra será representativa de la Población.

N: Total de Población:

27

p: Proporción Esperada:

0.5

La probabilidad de que el resultado sea favorable.

q (1-p) :

0.5

La probabilidad de que el resultado NO sea favorable.

e: Nivel de error

aceptado:

5%

Es el error máximo aceptado en la representatividad de la muestra.

## Muestra

Muestreo probabilístico: porque permite seleccionar casos característicos de una población limitada o finita en este caso siendo una cantidad pequeña de 27 trabajadores.

Es un subconjunto de la población en estudio, para la investigación en estudio se ha considerado la misma cantidad de población en la muestra debido a que consideraremos a todos los elementos cuya característica es homogénea y cantidad pequeña.

## Técnica e instrumento de recolección y análisis de datos

La encuesta es una técnica que recoge datos mediante la aplicación de un cuestionario previamente diseñado a una muestra o población de trabajadores. La técnica empleada en el presente estudio es la encuesta contando con 30 preguntas para ambas variables con sus respectivas dimensiones utilizando una escala de Liker dirigida al personal de Autocentro Cajamarca SRL.

El instrumento es el cuestionario: se define como un instrumento de investigación que consiste en un conjunto de preguntas u otros tipos de indicaciones cuyo objetivo es recopilar información de un encuestado.

### **Tabla 1.**

#### *Escala de Likert*

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

Nota: Elaboración propia según escala de Likert.

### **Confiabilidad**

El Alfa de Crombach ( $\alpha$ ) es un índice de consistencia interna que toma valores entre 0 y 1 y sirve para comprobar si el instrumento que se está evaluando recopila información defectuosa que, por tanto, llevaría a conclusiones equivocadas, o si se trata de un instrumento fiable que realiza mediciones estables y consistentes; a grandes rasgos, mide la homogeneidad de las preguntas promediando todas las correlaciones entre todos los ítems para ver que, efectivamente, se parecen y se tenga resultados objetivos. Para interpretar dicho índice se evalúa de la siguiente manera, mientras más se acerque el valor del índice a (1), mejor será la fiabilidad.



Para el presente estudio de investigación se realizará una prueba del Coeficiente de Crombach, mediante el programa estadístico SPSS versión 26.0; considerando la totalidad de la muestra.

**Tabla 2.**

*Estadística de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,726	27

Nota: Elaboración propia según resultados obtenidos en el programa estadístico SPSS.

La escala del coeficiente de fiabilidad fue de 0.726; los resultados se consideran confiables según la escala de calificación existente. El coeficiente determinado es superior a 0,70 y se considera que el instrumento es aceptable y confiable.

**Tabla 3.**

*Valoración de la fiabilidad de los ítems*

Intervalo que pertenece el coeficiente alfa de Crombach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
> 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;0,1 >	Excelente

*Nota: Elaboración propia de acuerdo a los rangos de alfa de crombach*

### **Validez**

Para (Hernandez, 2006) citado por (Palomino, 2017) La validez, “se refiere a la exactitud con que un instrumento mide lo que se propone medir, es decir la eficacia de una prueba para representar, describir o pronosticar el atributo que le interesa al examinador” (Pág.38).

El análisis de validez fue realizado para los instrumentos indicados, mediante el juicio experto, con la opinión de profesionales especializados en el área de estudio en este caso la carrera de Administración, para verificar si los constructos operacionalizan adecuadamente a cada variable en estudio.

### **Aspectos éticos**

Las teorías y aspectos literarios, para efectos de la construcción del trabajo de investigación, han sido adquiridas respetando estrictamente los derechos de autoría, para tales efectos se han citado a todos los autores que han contribuido al mundo del conocimiento y que sus recursos han sido válidos como pilar del presente trabajo,

información respetada y autorizada por la empresa Autocentro SRL sede Cajamarca, así mismo los resultados se presentan sin alterar datos reales.

La ética esta relaciona con el comportamiento de los investigadores frente a la sociedad, la investigación se orienta al cumplimiento de la normativa vigente de la universidad, ha no infringir la ley o causar daño a la empresa, trabajadores y sus clientes.

## CAPÍTULO III. RESULTADOS

Presentación de resultados:

Para poder determinar los resultados de la investigación, se obtuvieron datos informativos a través de la aplicación de una encuesta a los colaboradores de la empresa Autocentro Cajamarca SRL con el objetivo de determinar la relación entre el clima organizacional y la calidad de servicio.

Análisis, interpretación y discusión de resultados:

Determinar la relación que existe entre el clima organizacional, y la calidad de servicio de la Empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021.

Prueba de Normalidad

Para determinar la correlación entre dos (2) variables existen dos caminos (Flores, Miranda y Villasís, 2017):

- Shapiro – Wilk, para muestras menores e iguales a 50 datos ( $n \leq 50$ )
- Kolmogorov – Smirnov, para muestras mayores a 50 datos ( $n > 50$ )

Para la investigación de estudio se aplicaron 27 encuestas realizando la prueba de normalidad de Shapiro – Wilk; así:

- Hipótesis nula.                      Ho: Los datos tienen una distribución normal
- Hipótesis alterna.                      H1: Los datos no tienen una distribución normal
- Nivel de significancia:              0.05 (5%)

Si  $p < 0.05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna o del investigador, es decir, sí hay diferencia entre la distribución de la variable analizada y la distribución normal, entonces no hay homogeneidad o distribución normal.

En cambio, si  $p \geq 0.05$  aceptamos la hipótesis nula y rechazamos la hipótesis alterna o del investigador, entonces sí hay homogeneidad o distribución normal.

En la tabla 4 se aprecian los resultados de la prueba de normalidad de Shapiro- Wilk, muestra menor a 50.

#### Pruebas de Hipótesis:

El Coeficiente de Pearson evalúa la relación lineal entre dos variables continuas, es decir, un cambio de una variable se asocia a un cambio proporcional de la otra. Este puede variar entre -1 y +1 como se aprecia (Hernández y Mendoza, 2018, p. 346; Minitab18, s.f.).

#### Tabla 4.

##### *Interpretación del Coeficiente de Correlación de Pearson*

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

*Nota: Tabla de Interpretación del Coeficiente de Correlación de Pearson adaptado de Hernández y Mendoza (2018; p. 346)*

Se plantea la hipótesis general para medir la correlación entre la variable independiente “Clima Organizacional” y la variable dependiente “Calidad de servicio”, así:

- Ho: No existe correlación entre clima organizacional y calidad de servicio.
- H1: Sí existe correlación entre clima organizacional y calidad de servicio.

Se aprecia que el  $p < 0.05$  (sig.=0.000) para una muestra de 27 datos; entonces rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la alterna donde sí existe una correlación positiva, la cual es de 0,429, significa que el clima organizacional sí se relaciona con la calidad de servicio, la cual es positiva media.

Análisis administrativo, de acuerdo a los resultados obtenidos si existe correlación positiva media entre el clima organizacional y la calidad de servicio, es por ello que, para la empresa, trabajadores, clientes y stakeholders realizar una evaluación es importante para identificar los problemas que existen y aplicar medidas correctivas pues lo que se desea es mejorar los comportamientos de los trabajadores buscando armonía y generando excelente atención al cliente.

Inicialmente, determinamos si los datos obtenidos siguen una distribución normal:

## **Tabla 5.**

### *Pruebas de Normalidad*

### **Pruebas de normalidad**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1: CLIMA_ORGANIZACIONAL	,166	27	,054	,943	27	,142
V2: CALIDAD_DE_SERVICIO	,173	27	,037	,913	27	,027

a. Corrección de significación de Lilliefors

*Nota: En la tabla 2 observamos las 2 pruebas de normalidad Kolmogorov-Smirnov y Shapiro-Wilk*

De acuerdo a la teoría si las observaciones son mayores a 50 aplicamos la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, caso contrario utilizamos la prueba de Shapiro-Wilk. En la presente investigación utilizamos la prueba de Shapiro-Wilk ya que nuestros datos son sólo 27 encuestados.

Ahora determinamos si los datos son o no normales, para ello observamos el nivel de significancia, si es mayor a 0.05 significa que mis datos son normales, en la **tabla 5** observamos el nivel de significancia es de 0,142 por lo tanto, los datos son normales y aplicamos el coeficiente de **correlación de Pearson**.

El coeficiente de correlación de Pearson tiene como objetivo medir la fuerza o grado de asociación entre dos variables aleatorias cuantitativas que poseen una distribución normal bivariada conjunta. El coeficiente se define por la siguiente fórmula (Restrepo & González, 2007).

$$\rho = \frac{cov(x, y)}{\sigma_x \sigma_y}, -1 \leq \rho \leq 1$$

$\rho$ : Coeficiente de correlación de Pearson

$cov(x, y)$ : covarianza

$\sigma_x$ : Desviación de x

$\sigma_y$ : Desviación de y

Se encontró el coeficiente de correlación de Pearson y obtenemos como resultado un valor de 0.429, significa que las variables “Clima organizacional” y “Calidad de servicio” se relaciona positivamente, contrastando la hipótesis planteada.

Análisis administrativo, para la presente investigación se consideró importante realizar el coeficiente de correlación de Pearson pues es un índice que se utiliza para medir el grado de relación de dos variables siempre y cuando ambas sean cuantitativas y continuas, en nuestro estudio si se pudo aplicar porque cumple con lo antes mencionado.

**Tabla 6.**

*Coeficiente de correlación de Pearson de las variables Clima Organizacional y Calidad de servicio.*

		CLIMA_ORGANIZACIONAL	CALIDAD_DE_SERVICIO
CLIMA_ORGANIZACIONAL	Correlación de Pearson	1	,429*
	Sig. (bilateral)		,025
	N	27	27
CALIDAD_DE_SERVICIO	Correlación de Pearson	,429*	1
	Sig. (bilateral)	,025	
	N	27	27

- La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

*Nota: La figura muestra que existe un grado de correlación positivo de las variables: independiente y dependiente, halladas en IBM SPSS Statistics 26.*

- Identificar las relaciones interpersonales del personal en la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021.



**Tabla 7.**

*Coefficiente de correlación de Pearson de la dimensión Relaciones interpersonales*

**Correlaciones**

		CALIDAD_DE_SERVICIO	RELACIONES_INTERPERSONALES
CALIDAD_DE_SERVICIO	Correlación de Pearson	1	,477*
	Sig. (bilateral)		,012
	N	27	27
RELACIONES_INTERPERSONALES	Correlación de Pearson	,477*	1
	Sig. (bilateral)	,012	
	N	27	27

\* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

*Nota: La figura muestra que existe un grado de correlación positivo de las variables “Relaciones interpersonales” y “Calidad de servicio”, halladas en IBM SPSS Statistics 26.*

Se encontró el coeficiente de correlación de Pearson y obtenemos como resultado un valor de 0.477, significa que las variables “Relaciones interpersonales” y “Calidad de servicio” se relaciona positivamente, contrastando la hipótesis planteada.

Análisis administrativo, de acuerdo a las dimensiones identificadas en nuestro estudio, las relaciones interpersonales son esenciales para el logro de los objetivos de la empresa, combinando capacidades, habilidades y recursos individuales; por ello es indispensable conservar y promover relaciones interpersonales saludables que permitan establecer un excelente clima organizacional y con ello incrementar la calidad de servicio que se busca para satisfacer a nuestros clientes y así mantenernos competitivos en el mercado.

- Identificar la adecuada estructura organizacional del personal en la calidad de servicio en la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021.

**Tabla 8.**

*Coefficiente de correlación de Pearson de la dimensión estructura organizacional*

		CALIDAD_DE_	ESTRUCTURA_
		SERVICIO	ORG
CALIDAD_DE_SERVICIO	Correlación de Pearson	1	,569**
	Sig. (bilateral)		,002
	N	27	27
ESTRUCTURA_ORG	Correlación de Pearson	,569**	1
	Sig. (bilateral)	,002	
	N	27	27

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

*Nota: La figura muestra que existe un grado de correlación positivo de las variables “Estructura organizacional” y “Calidad de servicio”, halladas en IBM SPSS Statistics 26.*

Se encontró el coeficiente de correlación de Pearson y obtenemos como resultado un valor de 0.569, significa que las variables “Estructura organizacional” y “Calidad de servicio” se relaciona positivamente, contrastando la hipótesis planteada.

Análisis administrativo, dentro de las dimensiones identificadas en nuestro estudio se encuentra la estructura organizacional de acuerdo a las teorías y estudios obtenidos permite determinar la cantidad de recursos humanos necesarios para desarrollar las funciones en las áreas o departamentos, dar orden, evitar confusiones y delimitar claramente las responsabilidades de cada miembro del equipo, contribuyendo en su conjunto, al correcto desempeño de los trabajadores.

- Identificar la comunicación efectiva del personal en la calidad de servicio en la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021.

**Tabla 9.**

*Coefficiente de correlación de Pearson de la dimensión Comunicación efectiva*

### Correlaciones

		CALIDAD_DE_ SERVICIO	COM_EFECTIV A
CALIDAD_DE_SERVICIO	Correlación de Pearson	1	,017
	Sig. (bilateral)		,933
	N	27	27
COM_EFECTIVA	Correlación de Pearson	,017	1
	Sig. (bilateral)	,933	
	N	27	27

*Nota: La figura muestra que existe un grado de correlación positivo de las variables “Comunicación efectiva” y “Calidad de servicio”, halladas en IBM SPSS Statistics 26.*

Se encontró el coeficiente de correlación de Pearson y obtenemos como resultado un valor de 0.17, significa que las variables “Comunicación efectiva” y “Calidad de servicio” se correlacionan de manera positiva muy débil, contrastando la hipótesis planteada.

Análisis administrativo, de acuerdo a las investigaciones realizadas las empresas deben considerar, los efectos positivos de la comunicación efectiva pues según lo estudiado mejora la competitividad de la empresa, así como la forma en la que los trabajadores se pueden adaptar a los cambios que se produzcan en su entorno, con el fin de conseguir los objetivos que se hayan propuesto inicialmente, favoreciéndose todos como unidad de negocio.

- Identificar la capacidad de respuesta del personal en la calidad de servicio en la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021.

#### Tabla 10.

*Coefficiente de Correlación de Pearson de la dimensión de Capacidad de respuesta*

### Correlaciones

		CALIDAD_DE_ SERVICIO	CAPA_RESP
--	--	-------------------------	-----------

CALIDAD_DE_SERVICIO	Correlación de Pearson	1	,356
	Sig. (bilateral)		,068
	N	27	27
CAPA_RESP	Correlación de Pearson	,356	1
	Sig. (bilateral)	,068	
	N	27	27

*Nota: La figura muestra que existe un grado de correlación positivo de las variables “Capacidad de respuesta” y “Calidad de servicio”, halladas en IBM SPSS Statistics 26.*

Se encontró el coeficiente de correlación de Pearson y obtenemos como resultado un valor de 0.356, significa que las variables “Capacidad de respuesta” y “Calidad de servicio” se correlacionan de manera positiva débil, contrastando la hipótesis planteada.

Análisis administrativo, de acuerdo a los resultados estadísticos obtenidos se puede inferir que la dimensión capacidad de respuesta es importante pues los clientes representan el objetivo central para una empresa; si ellos están contentos, quiere decir que seguirán siendo leales al negocio. Por el contrario, la falta de capacidad de respuesta y atención que tengamos como colaboradores ocasiona que los clientes dejen de consumir nuestros productos o el servicio que brindamos siendo inevitable perder clientes.

- Identificar la empatía del personal en la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca año 2022.

**Tabla 11.**

*Coeficiente de correlación de Pearson de la dimensión Empatía*

**Correlaciones**

		CALIDAD_DE_SERVICIO	EMPATÍA_PERSONAL
CALIDAD_DE_SERVICIO	Correlación de Pearson	1	,187
	Sig. (bilateral)		,350

	N	27	27
EMPATÍA_PERSONAL	Correlación de Pearson	,187	1
	Sig. (bilateral)	,350	
	N	27	27

*Nota: La figura muestra que existe un grado de correlación positivo de las variables “Empatía del personal” y “Calidad de servicio”, halladas en IBM SPSS Statistics 26.*

Se encontró el coeficiente de correlación de Pearson y obtenemos como resultado un valor de 0.187, significa que las variables “Empatía del personal” y “Calidad de servicio” se correlaciona positivamente muy débil, contrastando la hipótesis planteada.

Análisis administrativo, identificando las dimensiones ésta última de gran importancia hace notar que la empatía del personal demuestra un gran respeto por los demás y contribuye a crear una cultura y clima organizacional optima en equipo. Además, aumenta la autoestima y permite que los trabajadores se sientan tomados en cuenta, alentados y motivados por sus jefes o gerentes.

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En la investigación se determinó la relación que existe entre el clima organizacional y la calidad de servicio, de los resultados obtenidos para comprobar la hipótesis de investigación se utilizó la prueba estadística Shapiro Wilk por manejar una muestra menor a 50 pues en nuestro caso fueron 27 encuestados, de los resultados encontrados guardan una relación positiva según el procesamiento de la información recabada mediante los instrumentos utilizados.

En cuanto a la Hipótesis general “El clima organizacional se relaciona positivamente con la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL 2021, existe relación directa positiva entre el clima organizacional y la calidad de servicios de los colaboradores; así mismo, de acuerdo a la correlación encontrada de Spearman existe correlación moderada entre ambas variables. También podemos observar que el grado de significancia es de 0.142 lo cual significa que se aplica la correlación de Pearson por tener datos normales mayores a 0.05, esto es importante porque mide la fuerza y/o grado de asociación de las dos variables.

De acuerdo al coeficiente de correlación encontrada sobre la dimensión relaciones interpersonales que los colaboradores ejercen para una buena calidad de servicio el nivel de correlación es positiva débil con 0.477 pues casi la mitad de los colaboradores consideran que existe una aceptable relación en el trabajo pues hay compañerismo, colaboración y principios individuales que permiten afianzar el respeto entre compañeros si bien es cierto no es con todos casi el 50% se identifica.

En cuanto al coeficiente de correlación de la dimensión estructura organizacional que los colaboradores ejercen para una buena calidad de servicio está en un nivel de correlación positiva media siendo esto 0.569 porque mencionan que hay un buen soporte físico, buena infraestructura, organigrama dividido por niveles, los sueldos son competitivos, ambiente favorable a nivel de estructura física para trabajar.

En cuanto al coeficiente de correlación de la dimensión comunicación efectiva que los colaboradores ejercen para una buena calidad de servicio está en un nivel de correlación positiva muy débil con un valor de 0.17 mencionando que falta de coordinación y fluidez al momento de efectuar tareas en el ambiente de trabajo llevando muchas veces a conflictos o malentendidos generando malestar en los clientes.

En cuanto al coeficiente de correlación de la dimensión capacidad de respuesta que los colaboradores ejercen para una buena calidad de servicio está en un nivel de correlación positiva débil siendo de 0.356 debido a que manifiestan que no todo el personal se compromete a atender de manera oportuna a los clientes porque muchas veces las funciones de cada área no las tienen definidas.

En cuanto a la correlación de la dimensión empatía que los colaboradores ejercen para una buena calidad de servicio está en un nivel de correlación positiva muy débil de 0.187 porque mencionan que hay poco o casi nada de compromiso, muchas veces no se ponen de acuerdo cuando se presenta dificultades en la empresa.

Si realizamos una comparación del resultado obtenido con la tesis de Cisneros (2021) cuyo título es “Clima organizacional y calidad de servicio en los colaboradores de la empresa Polirroll S.A., Lima, 2021” quien hace referencia que clima organizacional se relaciona con la calidad de servicio en los colaboradores de la empresa Polirroll S.A cuya metodología es de tipo diseño no experimental de corte transversal de nivel correlacional, los resultados obtenidos señalan que el nivel de significancia o p - valor fue de 0.005, por ello es menor al

alfa ( $0.005 < 0.05$ ), asimismo el coeficiente de correlación de Pearson fue de 0,476 con un nivel de confianza del 95%, se puede concluir de ello, que existe una relación positiva moderada y significativa entre el clima organizacional y la calidad de servicio, de acuerdo a ello se puede inferir que ambas investigaciones tienen similitud en los resultados siendo positiva moderada.

Implicancias teóricas, el presente trabajo de investigación es relevante debido a que se desarrolló mediante la investigación de las variables clima organizacional y calidad de servicio lo cual permite complementar el conocimiento para futuros investigadores teniendo en cuenta el trabajo de investigación como un antecedente. En cuanto al desarrollo de la variable clima organizacional se tuvo en cuenta la definición de (Chiavenato, 2010) quien indica que el clima laboral es la condición necesaria del ambiente apreciado o habituado por los miembros de la organización en su comportamiento. Este concepto conduce hacia un elemento que apoya a entender que el clima organizacional es parte esencial que transmite a la percepción de los que constituyen una organización, del mismo modo la calidad de servicio para (Imai, 1998) menciona, la calidad se refiere, no solo a productos o servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios. La calidad pasa por todas las fases de la actividad de la empresa, es decir, por todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios pág. 10. Así mismo dentro de la investigación (Druker, 1990) menciona que “La calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar” pág. 41. La finalidad de la investigación fue evaluar el clima organizacional y su relación con la calidad de servicio, cuyo propósito fue diagnosticar las principales causas y agentes que perjudican el buen desarrollo de la calidad de servicio, considerando que un buen clima organizacional aumenta los niveles productivos y de satisfacción al cliente. Además, dicha investigación contribuirá a reforzar



el conocimiento profundo sobre el contenido, así mismo servirá de apoyo para futuros estudios y discusiones teóricas relacionadas al tema, desde el punto de vista académico, nuestra investigación ha contribuido a: (1) comprender la importancia del clima organizacional en las empresas locales de la ciudad de Cajamarca (2) El impacto del manejo del clima organizacional (3) Desde un punto de vista teórico y empírico, contribuyen al impacto de la empresa en la búsqueda de un adecuado clima organizacional que permita generar mayor calidad en la atención y satisfacción al cliente.

Desde el punto de vista de implicancia práctica, los resultados de éste estudio permiten a las empresas tomar decisiones sobre el adecuado manejo del clima organizacional para las mejoras de la calidad en la atención al cliente, en este sentido, se da un marco de referencia que propone no solo un amplio conjunto de variables a analizar, sino también el impacto de una correcta gestión del principal recurso de las organizaciones en este caso el factor humano. Lo que se busca es aportar a la empresa Autocentro Cajamarca SRL, de tal forma que la información recolectada y analizada le sirva a la gerencia en la toma de decisiones para el cumplimiento de sus objetivos trazados.

Implicancia metodológica, el presente estudio servirá para identificar y evaluar posibles problemas o conflicto interno dentro de la empresa, también permitirá diseñar y proponer estrategias de mejora e introducir cambios planificados en la estructura organizacional y estilo administrativo de toda la empresa, gracias a la técnica utilizada dentro del aspecto metodológico la escala de Liker ayudó a la investigación para recoger datos mediante la aplicación de un cuestionario contando con 30 preguntas para ambas variables a través de la técnica llamada encuesta. Otro aspecto metodológico importante dentro del estudio es el coeficiente de fiabilidad cuyo valor fue de 0.726; siendo los resultados confiables según la escala de calificación existente superior a 0,70 considerándose así el instrumento aceptable y confiable.

## Conclusiones

Se concluye; en cuanto al objetivo principal, determinar la relación que existe entre el clima organizacional y la calidad de servicio de los colaboradores de la empresa Autocentro Cajamarca SRL, año 2021, existe una relación positiva moderada baja ( $p=0.429 >0.05$ ) en cuanto al clima organizacional y calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL 2021. Para la investigación se aplicó la prueba de confiabilidad o consistencia interna del instrumento (encuesta) que sirvió para medir dos características principales que son la “confiabilidad” y “validez”.

De acuerdo a los resultados obtenidos falta desarrollar algunos planes de acción como por ejemplo mejorar sustancialmente las relaciones interpersonales, mejorar la comunicación efectiva, desarrollar actividades de integración para así optimizar la calidad de servicio y lograr la satisfacción de nuestros clientes.

## REFERENCIAS

- Alcarraz, P. (2020). *“El clima organizacional y la satisfacción laboral en los trabajadores de la oficina de logística del ministerio de relaciones exteriores 2018*. Lima - Perú.
- Alcivar, J. K. (2018). *El clima organizacional y su relación con la calidad del servicio en la empresa*. Sanborondón - Ecuador.
- Arevalo. (2018). *La contribución del clima organizacional a la calidad empresarial*. Guayaquil - Ecuador.
- Cerna, L. (2021). Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12867/4913>
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos*. Mexico: McGraw Hill.
- Cisneros, C. L. (2021). *Clima organizacional y compromiso organizacional en los colaboradores de la empresa Polirroll S.A., Lima, 2021*. Lima - Perú.
- Crosby, P. (. (1988). *La organización permanece exitosa*. Mexico: McGraw-Hill.
- Cuatrecasas, L. (2014). *Gestión de la Calidad*. Mexico.
- Cubillas, L. L. (Agosto de 2021). *Revista Científica de la UCSA*. Obtenido de <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2021.008.02.003>
- Deming, W. (. (1989). *Calidad, productividad y competitividad*. Madrid.
- DRAE. (2013). *Diccionario de la Real Academia Española*. Barcelona - España: Oceano .
- Druker, P. (. (1990). *El ejecutivo eficaz*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Duque, E. (2005). INNOVAR. *Revista de Ciencias Sociales y Administrativas*. vol 15 - pp 64- 80.
- Espinoza. (2019). *El clima organizacional y su relación con la calidad del*. Lima- Perú.
- Espinoza. (2020). *El clima organizacional y su relación con la calidad del servicio educativo*. Ecuador.
- Floril, P. R. (junio de 2021). *Revista San Gregorio vol.1 Nro. 46* . Obtenido de <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i46.1746>
- Guevara, V. y. (2018). *Clima organizacional y calidad de servicio del Hospital María Auxiliadora de Rodríguez de mendoza 2018*. Chiclayo - Perú.
- Huamani. (2021). *Clima organizacional y satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa Express Jeans C y O SA 2020*. Lima - Perú.
- Idolina Bernal González, N. A. (2014). *El clima organizacional y su relación con la calidad de los servicios públicos de salud México*. México.
- Imai, M. (. (1998). *Cómo implementar el kaizen en I sitio de trabajo*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Ishikawa, K. (. (1986). *¿Qué es control total de la calidad ?* Bogotá: Norma.
- Juran, J. M. (1990). *Juran y la planificación de la la Calidad* . Madrid: Díaz de Santos.
- Mendoza Zarate, J. H. (setiembre de 2021). Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/1479>
- Morales, A. M. (2021). Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12867/5258>
- Moscoso, R. O. (2018). La contribución del clima organizacional a la calidad empresarial. *Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, 683 -697.
- Palomino, L. (2017). *Riesgo ergonómico en las licenciadas de enfermería del*. Lambayeque -Perú.
- Paredes. (2019). *Clima organizacional y calidad de servicio en el Hospital regional docente de medicina tropical “dr. Julio César demarini caro”, 2018 – la merced*. Huancayo - Perú.
- Pecho. (2018). *EL CLIMA LABORAL Y CALIDAD DEL SERVICIO EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CORONEL PORTILLO 2017*. Pucallpa - Perú.
- Peña, H. (2018). *Clima Organizacional*. Ecuador.

- Sotelo, J. G. (2017). <https://doi.org/10.23913/ride.v8i15.312>. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S2007-74672017000200582&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2007-74672017000200582&lng=es&nrm=iso)
- Totocayo, H. (Junio de 2019). Obtenido de [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2405/Manuela%20Hurtado\\_Juan%20Reynoso\\_Trabajo%20de%20Investigacion\\_Bachiller\\_2019.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2405/Manuela%20Hurtado_Juan%20Reynoso_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2019.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Vértice, J. (2016). *La calidad en el servicio al cliente*. Madrid España.

**APENDICE A “CLIMA ORGAIZACIONAL Y CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA AUTOCENTRO CAJAMARCA SRL 2021”**

Estimado señor (a), la presente tiene como finalidad realizar una investigación cuyo objetivo es determinar la relación del Clima Organizacional y Calidad de Servicio de los colaboradores de la empresa Autocentro SRL Cajamarca año 2022.

**INSTRUCCIONES:**

Marque con un aspe (X) el número que mejor le identifica: Las respuestas serán confidenciales y anónimas.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	ITEM	ESCALA DE VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
<b>VARIABLE 1 : CLIMA ORGANIZACIONAL</b>						
<b>Dimensión 1 Relaciones interpersonales</b>						
1.	¿Considera Ud. que existe un ambiente de trabajo favorables en Autocentro SRL Cajamarca?					
2.	¿Considera Ud. que las condiciones de trabajo son adecuadas para el cumplimiento de funciones?					
3.	¿Considera Ud. Que se aceptan sugerencias para que el trabajo mejore?					
<b>Dimensión 2 Estructura Organizacional</b>						
4..	¿Considera Ud. que los reglamentos de trabajo son explícitos para los colaboradores?					
5.	¿Cree Ud. Que cada trabajador conoce los procedimientos del área de trabajo?					
6.	¿La empresa Autocentro SRL Cajamarca cuenta con un Manual de Procedimientos y funciones MOF?					

7.	¿La empresa Autocentro SRL Cajamarca cuenta con un Reglamento de interno de trabajo RIT?					
8.	¿Considera Ud. Que existe un adecuado ambiente físico de trabajo?					
<b>Dimensión 3 Comunicación efectiva</b>						
9.	¿ A usted la empresa le permite desarrollar sus habilidades para trabajar con sus compañeros?					
10.	¿Usted cree que existe una buena comunicación con sus compañeros de trabajo?					
11.	¿Usted sabe escuchar y busca el entendimiento mutuo para llegar a un buen acuerdo con los demás?					
12.	¿Cree usted que la empresa Autocentro SRL Cajamarca propicia la buena comunicación entre los diferentes mandos jerárquicos?					
13.	¿Considera Ud. Que existen compañeros de trabajo que murmuran y comentan de anomalías que se cometen en el trabajo realizado?					
<b>Dimensión 4 Capacidad de respuesta</b>						
14.	¿Considera usted que los clientes terminan satisfechos después de adquirir un servicio?					
15.	¿Usted se siente comprometido con las normas y valores de convivencia en la empresa Autocentro SRL Cajamarca?					
16.	¿La empresa Autocentro SRL Cajamarca invierte en capacitaciones para mejorar el buen trato y servicio hacia sus clientes?					
17.	¿Usted cumple en el tiempo establecido con sus tareas asignadas?					
<b>Dimensión 5 Empatía del personal</b>						
18.	¿Usted se preocupa por cumplir todos los requerimientos de sus clientes?					
19.	¿Usted realiza un seguimiento continuo a sus clientes después de realizar el servicio?					
<b>VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO</b>						
<b>Dimensión 6 Credibilidad / fiabilidad</b>						
19.	¿ Cree usted que los clientes confían en el servicio que se brinda?					
20.	¿Cree usted que los clientes vuelven a utilizar los servicios después de una atención?					
21.	¿Considera usted importante las capacitaciones?					

22.	¿Considera que las capacitaciones son importantes para mejorar con los servicios brindados?					
23.	¿Cree Ud. Que la empresa cumple y garantiza un servicio de calidad?					
<b>Dimensión 7 intangibilidad</b>						
24.	¿Cree Ud. Que la empresa Autocentro SRL Cajamarca brinda oportunidad para aportar ideas de mejora en la calidad del trabajo?					
25.	¿Cree Ud. Que existen buenas oportunidades de desarrollo para superarse profesionalmente?					
26.	¿Cree Ud. Que los clientes perciben un buen clima laboral en la empresa Autocentro SRL Cajamarca?					
27.	¿Se siente Ud. Orgulloso de pertenecer a la empresa Autocentro SRL Cajamarca?					
<b>Dimensión 8 Interacción humana</b>						
28.	¿Considera Ud. Que la empresa informa asertivamente sobre las nuevas técnicas aplicadas en el servicio?					
29.	¿Considera Ud. Que existen controles de tareas antes y después de realizar un servicio?					
30.	Considera Ud. Que se desarrollan bien las actividades porque existen buenas relaciones de trabajo entre el personal y el jefe inmediato?					

## ÁPENDICE B FICHA DE EVALUACIÓN

<b>VARIABLE CLIMA ORGANIZACIONAL</b>																		
<b>Relaciones interpersonales</b>			<b>Estructura organizacional</b>					<b>Comunicación Efectiva</b>					<b>Capacidad de respuesta</b>				<b>Empatía del personal</b>	
Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	2	4	4	3	4	3	4	2	4	3	5	3	4	4	3
4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4
5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	2	4	5	3	5	5	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	1	5	5	5	5	5	2
5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	1
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
4	5	4	5	5	5	5	3	4	3	5	4	4	2	5	3	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3



4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3
4	4	3	4	3	5	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3
3	4	4	4	3	5	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4

VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO											
Credibilidad / fiabilidad					Intangibilidad				Interacción humana		
Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Item11	Item12
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4
3	3	4	4	3	3	3	3	5	3	3	3
5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	3	3	4	5	3	4	5	5
5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3
4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5
3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4
3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	5	4	3	4	5	5	4	3	3
4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4
4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5
3	3	3	3	4	4	5	3	3	5	2	5
2	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5

# ANEXOS

## Anexo 1.

### Validación de instrumento de investigación

#### FORMATO PARA VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

##### I. GENERALIDADES

1. Tesis: Segundo Guillermo Suárez Vásquez y Wilson Miguel Rodríguez Lezama.
2. Título de la tesis: Relación del clima Organizacional y la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL 2021.
3. Experto: Mg. María Elena Vera Correa.
4. Especialidad: Administración de empresas
5. Grado académico: Magister
6. Cargo actual: Docente
7. Institución: Universidad Privada del Norte
8. Nombre de instrumento: Cuestionario
9. Lugar y fecha: Cajamarca 01 de agosto del 2022

##### II. TABLA DE VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO POR EVIDENCIAS

N°	EVIDENCIAS	VALORACIÓN					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de las preguntas con los objetivos	x					
2	Pertinencia de las preguntas con las variables	x					
3	Pertinencia de las preguntas con las dimensiones	x					
4	Pertinencia de las preguntas con los indicadores	x					
5	La redacción de las preguntas son precisas y claras	x					
6	Adecuado para la unidad de análisis	x					
7	Los indicadores están acorde con la base teórica	x					
8	El instrumento facilita la prueba de hipótesis	x					
9	Facilita la interpretación de resultados	x					
10	El instrumento está expresado en hechos empíricos	x					
11	Su estructura es lógica y articulada	x					
12	El uso de la escala de medición es la adecuada	x					
13	Acorde con el desarrollo técnico, académico y científico	x					
VALOR TOTAL OBTENIDO							

Coefficiente de Valoración (%): C.V = (Suma del Valor Total Obtenido/Valor Óptimo)\*100

C.V = 100%

##### III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES

.....  
.....  
.....  
.....

  
Mg. María Elena Vera Correa  
C.I.P. N° 154894  
Firma del Experto

**FORMATO PARA VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. GENERALIDADES**

1. Tesistas: Segundo Guillermo Suárez Vásquez y Wilson Miguel Rodríguez Lezama.
2. Título de la tesis: Relación del clima Organizacional y la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL 2021.
3. Experto: Mg. Fiorella Marilú Tacilla Becerra.
4. Especialidad: Gestión empresarial
5. Grado académico: Magister
6. Cargo actual: Docente
7. Institución: Universidad Privada del Norte
8. Nombre de instrumento: Cuestionario
9. Lugar y fecha: Cajamarca 01 de agosto del 2022

**II. TABLA DE VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO POR EVIDENCIAS**

N°	EVIDENCIAS	VALORACIÓN					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de las preguntas con los objetivos	x					
2	Pertinencia de las preguntas con las variables	x					
3	Pertinencia de las preguntas con las dimensiones	x					
4	Pertinencia de las preguntas con los indicadores	x					
5	La redacción de las preguntas son precisas y claras	x					
6	Adecuado para la unidad de análisis	x					
7	Los indicadores están acorde con la base teórica	x					
8	El instrumento facilita la prueba de hipótesis	x					
9	Facilita la interpretación de resultados	x					
10	El instrumento está expresado en hechos empíricos	x					
11	Su estructura es lógica y articulada	x					
12	El uso de la escala de medición es la adecuada	x					
13	Acorde con el desarrollo técnico, académico y científico	x					
<b>VALOR TOTAL OBTENIDO</b>							

Coefficiente de Valoración (%): C.V = (Suma del Valor Total Obtenido/Valor Óptimo)\*100

C.V = 100 %

**III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES**

.....

.....

.....

.....



Firma del Experto

**Anexo 2.**

*Estadística de alfa de Crombach si se suprime un 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 Crombach si el elemento se ha suprimido
P1	86,55	109,945	,293	,760
P2	87,40	118,674	,151	,765
P3	86,70	107,379	,517	,746
P4	86,40	110,884	,465	,751
P5	86,05	109,945	,434	,751
P6	87,10	126,095	-,291	,785
P7	86,50	116,474	,100	,772
P8	87,20	121,432	-,060	,775
P9	86,55	109,945	,293	,760
P10	87,40	118,674	,151	,765
P11	86,70	107,379	,517	,746
P12	86,40	110,884	,465	,751
P13	86,05	109,945	,434	,751
P14	86,85	116,766	,257	,762
P15	86,70	120,011	-,008	,776
P16	86,55	109,945	,293	,760
P17	87,40	118,674	,151	,765
P18	86,70	107,379	,517	,746
P19	86,40	110,884	,465	,751
P20	86,05	109,945	,434	,751
P21	86,40	112,779	,223	,765
P22	87,30	121,063	-,038	,773
P23	86,55	109,945	,293	,760
P24	87,40	118,674	,151	,765
P25	86,70	107,379	,517	,746
P26	86,40	110,884	,465	,751
P27	86,05	109,945	,434	,751
P28	86,85	116,766	,257	,762
P29	86,20	113,563	,432	,771
P30	86,33	111,325	,269	,756

### Anexo 3.

#### Matriz de Operacionalización de Variables

Definición de Variables	Definición Operacional	Variable(X) Independiente	Dimensiones	Indicadores
<b>Clima Organizacional</b>	Clima es un medio donde se manifiestan las habilidades o problemas que los trabajadores tienen dentro de la empresa para aumentar o disminuir su productividad.	Clima Organizacional ( X)	Relaciones interpersonales	Ambiente de trabajo grato
			Estructura organizacional	Procedimientos, normas, reglas.
			Comunicación efectiva	Transferencia optima de información.
			Capacidad de respuesta	Servicio ágil, eficiente.
			Empatía del personal	Comprender y compartir necesidades. Confiabilidad
Definición de Variables	Definición Operacional	Variable (Y) Dependiente	Dimensiones	Indicadores
<b>Calidad de servicio</b>	Es un concepto que deriva de la propia definición de Calidad, entendida como satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente o, expresado en palabras de J. M. Juran, como aptitud de uso.	Calidad de servicio (Y)	Fiabilidad	Servicio correcto / óptimo
			Seguridad	Honestidad en el servicio
			Empatía	Conocer requerimientos y características
			Intangibilidad	Capacidad de producción del servicio

---

Interacción humana

Contacto con personas, involucramiento

---



**Anexo 4.**

*Matriz de consistencia*

<b>Clima organizacional y su relación con la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL 2021</b>				
<b>Problema General</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Hipótesis General</b>	<b>Metodología</b>	<b>Población y muestra</b>
¿Cuál es la relación que existe entre el clima organizacional y la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021?	Determinar la relación que existe entre el clima organizacional, y la calidad de servicio de la Empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021.	El clima organizacional se relaciona positivamente en la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021.	Enfoque de estudio: cuantitativo	Población 27 Muestra 27
<b>Problema Específicos</b>	<b>Objetivo Específicos</b>	<b>Hipótesis Específicas</b>		
¿Cómo las relaciones interpersonales se relacionan con la calidad de servicio en la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021?	-Identificar las relaciones interpersonales del personal en la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021.	Las relaciones interpersonales se relacionan positivamente en la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021.	Tipo de investigación Descriptivo	
¿Cómo se relaciona la adecuada estructura organizacional del personal en la calidad de servicio en la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021?	Identificar la adecuada estructura organizacional del personal en la calidad de servicio en la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021	La adecuada identidad se relaciona positivamente en la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021.	Diseño: No experimental, transversal	

---

¿Cómo se relaciona la comunicación efectiva del personal en la calidad de servicio en la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021?	Identificar la comunicación efectiva del personal en la calidad de servicio en la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021.	La capacidad de respuesta se relaciona positivamente en la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021.
¿Cómo se relaciona la capacidad de respuesta del personal en la calidad de servicio en la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021?	Identificar la capacidad de respuesta del personal en la calidad de servicio en la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021.	La empatía se relaciona positivamente en la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021
¿Cómo se relaciona la empatía del personal en la calidad de servicio en la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021?	Identificar la empatía del personal en la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca año 2021.	La seguridad / credibilidad se relaciona positivamente en la calidad de servicio de la empresa Autocentro Cajamarca SRL año 2021.

---

**Anexo 5.**

*Fotografías Autocentro Cajamarca SRL*

**Área Administrativa**



**Área de Ventas**



**Organigrama Autocentro Cajamarca**

