

FACULTAD DE NEGOCIOS  
Carrera de ADMINISTRACIÓN

“CLIMA LABORAL Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE  
DE UNA EMPRESA CALL CENTER UBICADA EN  
EL DISTRITO DE CERCADO DE LIMA, LIMA –  
PERÚ, AÑO 2022”

Tesis para optar al título profesional de:

**Licenciado en Administración**

**Autor:**

Jhonatan Daniel Fernandez Hurtado

**Asesor:**

Mg. Rossmery Albarran Taype  
<https://orcid.org/0000-0002-5189-8522>

Lima - Perú

2023

### JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	MAGNOLIA DUSEK PAZ	06782959
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	ANGELA GIOVANA MAZA CHUMPITAZ	40935708
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	MARIA ISABEL FLORES BAZAN	45659048
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

## INFORME DE SIMILITUD

Clima laboral y la atención al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima – Perú, año 2022

### INFORME DE ORIGINALIDAD

**16%**

INDICE DE SIMILITUD

**19%**

FUENTES DE INTERNET

**4%**

PUBLICACIONES

**8%**

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>6%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to Universidad Privada del Norte</b> Trabajo del estudiante	<b>4%</b>
<b>3</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>3%</b>
<b>4</b>	<b>repositorio.upao.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>5</b>	<b>dspace.utb.edu.ec</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repositorio.ulasamericas.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>

## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado a:

A Dios quien ha sido mi guía, fortaleza y su mano de fidelidad y amor han estado conmigo hasta el día de hoy.

A mis abuelos quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

A mis padres por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias.

A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

## AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

De igual manera mis agradecimientos a la Universidad Privada del Norte, quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias a cada una de ustedes por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad.

## TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR .....	2
INFORME DE SIMILITUD .....	3
DEDICATORIA .....	4
AGRADECIMIENTO.....	5
TABLA DE CONTENIDO.....	6
ÍNDICE DE TABLAS .....	7
ÍNDICE DE GRAFICOS .....	8
ÍNDICE DE FIGURAS.....	9
RESUMEN.....	10
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN .....	11
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA.....	36
CAPÍTULO III: RESULTADOS .....	43
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....	53
REFERENCIAS.....	63
ANEXOS.....	66

## ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.	
Tabla 1	Confiabilidad del instrumento para medir el clima laboral	38
Tabla 2	Confiabilidad del instrumento para medir la atención al cliente	38
Tabla 3	Nivel del clima laboral	42
Tabla 4	Nivel de atención al cliente	43
Tabla 5	Prueba de normalidad	44
Tabla 6	Relación entre clima laboral y la atención al cliente	45
Tabla 7	Relación entre clima laboral y satisfacción al cliente	46
Tabla 8	Relación entre clima laboral y posicionamiento	47
Tabla 9	Relación entre clima laboral y comunicación	48
Tabla 10	Relación entre atención al cliente y liderazgo	49
Tabla 11	Relación que existe entre atención al cliente y motivación	50
Tabla 12	Relación entre atención al cliente y reconocimiento	51

## ÍNDICE DE GRAFICOS

	Pág.
Grafico 1 Nivel del clima laboral	42
Grafico 2 Nivel de atención al cliente	43

## ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Diagrama de correlación	36

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación, aborda el tema de clima laboral y la atención al cliente de una empresa Call Center ubicado en el distrito de Cercado de Lima, Lima – Perú, en el año 2022, el objetivo de la investigación es determinar la relación que existe entre clima laboral y la atención al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú en el año 2022, la metodología es descriptiva, correlacional y de corte transversal, de enfoque cuantitativo con diseño no experimental, compuesto por 40 colaboradores que trabajan en el área de Plataforma de Call Center a quienes se les encuestara mediante la escala de Likert, que consta de cinco niveles de respuesta: completamente de acuerdo = 1, de acuerdo = 2, ni de acuerdo ni en desacuerdo = 3, desacuerdo = 4 y muy de acuerdo = 5, donde los resultados se obtuvo una relación entre clima laboral y la atención al cliente, obteniendo un análisis de relación de Rho de Spearman de 0,69 siendo moderado y positivo concluyendo que el clima laboral en la empresa call center no es la adecuada siendo la escasa orientación y tipo de servicio brindando al público, quejándose los mismos constantemente de la información incompleta afectando la atención al cliente.

**PALABRAS CLAVES:** Liderazgo, motivación, reconocimiento, satisfacción del cliente, posicionamiento, comunicación.

## **CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN**

### **Realidad problemática**

El comportamiento de los empleados en cualquier organización tiene un impacto tanto interno como externo en la misma. En la actualidad, las organizaciones son cada vez más competitivas y exigentes en términos de calidad y eficiencia. Por lo tanto, los trabajadores realizan un papel crucial en el logro de los objetivos empresariales. En este sentido, la calidad de vida laboral juega un papel fundamental para garantizar el éxito en la gestión empresarial actual. Además, la calidad de vida en el trabajo se refiere a una filosofía de gestión que busca mejorar la dignidad de los trabajadores y, al mismo tiempo, promover cambios culturales dentro de la organización. Asimismo, brinde oportunidades de desarrollo y crecimiento personal a los empleados (BERRY, 2019).

En otra perspectiva externa, el entorno laboral en el que los empleados llevan a cabo sus actividades puede tener repercusiones en los clientes, cumplir, satisfacer sus necesidades y deseos, lo que lleva a un beneficio mutuo. El éxito de una empresa sustenta en gran medida de la organización interna y de la forma que los empleados perciben su ambiente laboral. Esto incluye tanto el entorno físico adecuado y la infraestructura utilizada para realizar el trabajo, como la motivación laboral que surge como resultado de ese entorno, lo que se conoce como clima laboral (Bernal, 2018).

En la actualidad, el clima laboral abarca diversos aspectos, desde la forma en que los empleados se relacionan entre sí hasta su nivel de satisfacción personal. Por consiguiente, podríamos decir que el clima laboral es el entorno en el cual se desarrolla el trabajo, teniendo en cuenta tanto la organización como la calidad del ambiente laboral. Es importante destacar

que este clima laboral tiene un impacto significativo tanto en la empresa como en los empleados, ya que el entorno que se ofrece puede influir directamente en el desempeño de los colaboradores en sus funciones. En términos generales, el clima laboral se refiere a la manera en que los miembros de una organización describen y perciben su entorno de trabajo. Para ello, se consideran una serie de dimensiones relacionadas con el individuo, el grupo y la propia organización. Entre estas dimensiones se encuentran aspectos cruciales como la comunicación efectiva, el liderazgo sólido, la confianza mutua y la colaboración activa (Martínez, 2016).

Asimismo, la atención al cliente se incluye dentro de esta investigación como una herramienta de marketing, que proporciona diferentes fuentes de comunicación con los clientes, mediante canales de atención, para mantener un vínculo entre ellos, antes, durante y después de la prestación de un servicio. Es decir; busca como objetivo mejorar la satisfacción del cliente, ofreciendo un servicio más de lo esperado y logrando un mejor posicionamiento, con una mayor percepción por parte del usuario a través de los canales de comunicación (Alarcón, 2017).

A nivel internacional, el clima laboral se percibe que solo el 55% de los expertos cuentan con un ambiente de trabajo positivo en sus empresas, mientras que un 23% considera que el clima laboral se ha vuelto más tenso y ha disminuido la comunicación. Para Mandomiedo (2020) la revista señala que, para mejorar el clima laboral se pueden realizar algunas buenas prácticas dentro de ello: tener una mejor comunicación interna en la empresa, promover actividades remotas en un espacio fuera del estrés laboral, mejorar las necesidades de aprendizajes de los participantes realizando coaching, así mismo, cuidar el descanso y

horario de cada participante para equilibrar las tareas diarias. Finalmente, esto impactaría en una mejor productividad de los ejecutivos, adquiriendo una mejor satisfacción por parte de la organización, impactando en el compromiso laboral.

La atención al cliente en las empresas de América Latina no se considera importantes, ya que alrededor del 95% de las compañías confiesa no saber que espera el usuario de su servicio. Así mismo, el 54% de los consumidores considera malo el servicio al cliente de las organizaciones pertenecientes a los sectores más desarrollados de la economía. Uno de los principales factores vendría a ser la calidad de servicio, ya que por más mínimo que sea este detalle puede hacer la diferencia ante la competencia, adicional resaltar que de cada 3 usuarios 1 abandona completamente una marca a raíz de una mala experiencia, cabe resaltar que aplicar los canales de comunicación adecuados para acercarse a los clientes, la población Latinoamérica en un 40% prefieren una atención al cliente a través de mensajes de texto, llamadas o chats en línea (Bernal, 2018).

En Ecuador, numerosas pequeñas y medianas empresas han reconocido la importancia de satisfacer a sus clientes, ya que, de lo contrario, estos buscarán adquirir productos o servicios en otros lugares. Es evidente que las empresas que no brinden un servicio adecuado corren el riesgo de no sobrevivir en el mercado. Por lo tanto, es crucial que las empresas se esfuercen por corregir cualquier error o factor que afecte la calidad del servicio al cliente, además de establecer una estrategia clara para ofrecer un servicio de alta calidad. Del mismo modo, contar con personal capacitado es fundamental. Asimismo, se debe fomentar buenas relaciones humanas tanto dentro de la empresa como con los clientes y proveedores. La comunicación efectiva y unas relaciones humanas sólidas permiten crear

un ambiente armonioso y fomentar el trabajo en equipo, promoviendo así la colaboración y la camaradería (Buton, 2018).

Asimismo, en Costa Rica, se aprecia que diversas compañías están adoptando medidas para garantizar la prestación de un servicio de calidad a sus clientes, con el objetivo de sobrevivir en un entorno altamente competitivo. Aunque en un contexto de libre comercio y globalización, aquellas empresas que no se preparen y se adapten a los cambios constantes tendrán el riesgo de desaparecer o ser absorbidas por competidores más ágiles y adaptados (Poveda, 2022).

Mientras tanto, a nivel nacional en el Perú la mayoría de la población (86%) opta por abandonar su empleo debido a un ambiente laboral adverso, mientras que el restante 14% renuncia por motivos relacionados con salarios insatisfactorios, falta de beneficios educativos y otros aspectos. Las consecuencias son por que las empresas no se enfocan en las buenas prácticas laborales esto genera una alta rotación de personal, por ende, incrementa en los costos de contratación (Fonseca, 2019). Así mismo, se sugiere enfáticamente la importancia de proporcionar capacitación, retención y desarrollo del talento existente en la empresa, con el objetivo de obtener mejores resultados y reducir la tasa de rotación de empleados. Las empresas buscan fomentar cada vez más un mejor ambiente laboral, aplicando programas de integración que les permitan incorporar a cada uno de los colaboradores con la finalidad de hacerlos sentir parte de la organización, por ende, este impacta de manera indirecta en la atención al cliente que brinda cada uno de la fuerza laboral en su rutina diaria, brindándole una buena experiencia al consumidor y llevándose una mejor satisfacción de atención por parte del canal de atención (Fonseca, 2019).

En el Perú, aproximadamente dos tercios de los clientes (67%) abandonan un servicio debido a una atención deficiente, mientras que el 60% de ellos opta por solicitar el libro de reclamaciones como una forma de expresar su insatisfacción (Ochoa, 2018). Asimismo, es importante destacar que, si una empresa no cuenta con un sistema de control o registro de la cantidad de clientes que atiende mensualmente, no podrá tener conocimiento preciso de la cantidad de clientes que ha perdido, debido a que algunos clientes pueden optar por no solicitar el libro de reclamaciones ni expresar sus preocupaciones verbalmente, simplemente dejando de regresar a utilizar los servicios de la empresa. Es decir, un mal servicio al cliente podría triplicar las malas sugerencias y, por ende, tener menos ventas y eso sin contar las denuncias en las redes sociales que se pueden dar, por lo que sería importante que tengamos bastante tino para realizar una atención más personalizada y brindar una mejor experiencia al consumidor (Laos, 2018).

La situación actual en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima se caracteriza por la falta de interés en el desarrollo profesional de los asesores del centro de contacto. Esta falta de interés no solo desmotiva a los colaboradores, sino que también los desvaloriza como individuos, afectando su autoestima, habilidades, conocimientos e inteligencia. Es fundamental brindarles desafíos que les permitan crecer y aprovechar al máximo sus fortalezas, así como identificar áreas de mejora dentro de la misma empresa. No obstante, en los centros de contacto, los supervisores suelen estar ocupados resolviendo casos y problemas diarios, así como atendiendo a clientes insatisfechos. Durante las llamadas, que pueden durar entre tres y veinte minutos, los asesores pueden sentirse como máquinas debido a las respuestas que deben dar, lo que puede llevar a que los clientes se vuelvan más agresivos y violentos al perder los límites. Esta situación, junto con la presión

de resolver consultas, quejas o problemas en un tiempo determinado, genera crisis en el clima laboral. Esta disparidad afecta el ambiente de trabajo de los colaboradores del área, manifestándose en falta de motivación, incumplimiento de tareas, ausencias, retrasos, falta de compromiso y alta rotación. Esto, a su vez, repercute en el bajo rendimiento y una mala atención al cliente. Por lo tanto, es fundamental abordar estos problemas para mejorar el clima laboral, fomentar la motivación del personal y garantizar un funcionamiento efectivo de la gestión y una atención de calidad al cliente.

La investigación en su justificación de vista teórica, de acuerdo a Dávila (2017) indica que, antiguamente el clima laboral era un conflicto entre los colaboradores ya que realizaban múltiples oficios sin ser considerados, y actualmente está orientado a la conducta de los trabajadores de la organización, y a la escasa capacitación que reciben cada uno de ellos obteniendo problemas en el ambiente social, poco comportamiento e insatisfacción organizacional, por ello se buscó revisar y analizar los conceptos relacionados con el clima laboral y la atención al cliente, abarcando sus componentes, factores, clasificación y métodos de medición. En cuanto a la justificación práctica, este estudio tiene como objetivo principal comprender el clima laboral que existe en el área de atención al cliente, así como la percepción que tienen los usuarios sobre el servicio que brindan. Estos aspectos son de vital importancia para que los directivos de la empresa puedan tomar decisiones informadas y orientadas para mejorar la calidad del servicio, asimismo, esta investigación busca contribuir a la mejora de la calidad del servicio tanto para los clientes internos como externos, teniendo un impacto social significativo. En su justificación metodológica, es relevante destacar que el estudio del clima laboral y la atención al cliente requiere de una metodología específica por ello se utilizó instrumentos propios del campo del comportamiento organizacional y del

marketing, con un enfoque integral. El método científico fue aplicado de manera rigurosa en el desarrollo de este trabajo, asegurando la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos.

En los antecedentes identificados a nivel internacional, se destaca la investigación realizada por Amaro, González y Pérez (2015) en su tesis titulada "Diagnóstico del clima laboral y atención al cliente en instalaciones hoteleras". Dicho estudio se llevó a cabo a nivel internacional y utilizó un diseño no experimental de tipo descriptivo-correlacional, contando con la participación de 20 colaboradores. El objetivo principal de esta investigación fue analizar el clima laboral en hoteles turísticos en Cuba, con el propósito de proponer acciones que permitieran mejorar el clima organizacional y la satisfacción laboral a corto y mediano plazo. El estudio resaltó la importancia del clima laboral como un aspecto fundamental para comprender el ambiente en el que se desenvuelven los trabajadores y sus expectativas hacia la organización en la que desempeñan sus funciones. El clima laboral es un tema sumamente relevante en la psicología empresarial, y su estudio resulta de gran utilidad para identificar los aspectos que influyen en el bienestar de los empleados. En esta investigación, se emplearon diversos métodos, técnicas e instrumentos para analizar las variables estudiadas y buscar oportunidades de mejora en el clima organizacional, destaca el empleo del coeficiente de correlación de Pearson, el cual reveló una correlación positiva alta (0,9) en relación con la problemática identificada que afecta al clima organizacional, este hallazgo indica una fuerte relación entre la identificación de los miembros con la organización y su participación en la solución de los conflictos organizacionales.

Cortezar (2014) llevó a cabo una investigación titulada "Incidencia del clima laboral y la calidad de atención en Servicios de Salud". En este estudio, se utilizó un diseño no experimental de tipo descriptivo correlacional, en donde el autor resalta que, debido a las nuevas demandas en diversos sectores laborales, no basta con ser innovadores en los servicios ofrecidos y brindar productos de alta calidad. Es fundamental proporcionar un servicio al cliente excelente para lograr la fidelidad de los consumidores. En el contexto específico del sector salud en Colombia, se observa una gran preocupación por la cantidad de población que se atiende en cada uno de los servicios, así como por la calidad de la atención al usuario, sin embargo, a menudo se pasa por alto el impacto del entorno en el personal y su actitud hacia aquellos que recibirán sus servicios. Este aspecto se traduce en la marca de calidad que distingue a la institución y, aunque intangible, requiere que toda la organización se oriente hacia su importancia para el cliente. El estudio reveló una correlación significativa de 0.88, según el coeficiente de correlación de Rho de Spearman, lo cual indica una relación alta entre un personal motivado y que trabaja en equipo. Estos factores son fundamentales en las organizaciones y contribuyen al éxito y logros de la institución. Con base en lo expuesto, se ha decidido realizar la presente investigación para examinar el clima laboral en el que se desenvuelven los colaboradores en el sector salud. Se busca comprender cómo este clima laboral influye de una u otra manera en la calidad de atención que se brinda a los usuarios, asimismo, se considerarán diversos factores institucionales, como la gerencia, la administración y los empleados, con el fin de obtener una visión integral de la situación.

En su la tesis titulada "Clima laboral y servicio al cliente: Estudio realizado en Hospitales privados de la zona 9 de la Ciudad de Quetzaltenango", Pereira (2014) empleó un diseño no experimental de tipo descriptivo correlacional. El autor sostiene que en

Guatemala y en prácticamente todas las organizaciones a nivel mundial, el clima laboral es un factor al que todos los colaboradores están expuestos y que se percibe en el día a día de acuerdo con su comportamiento, relaciones interpersonales, conducta dentro de la empresa y su identificación con la misma. La investigación reveló una correlación moderada de 0.6, según el coeficiente de correlación de Rho de Spearman. Actualmente, el clima laboral ha captado la atención de muchos empresarios y gerentes de recursos humanos, debido a la percepción que los colaboradores tienen sobre su entorno físico y humano, ya que esta percepción puede tener un impacto positivo o negativo en el cumplimiento de sus funciones y en la productividad. Es evidente que el clima laboral es un aspecto cada vez más relevante en las organizaciones, puesto que influye en el bienestar de los colaboradores y en su desempeño laboral. Por lo tanto, es importante comprender y gestionar adecuadamente el clima laboral con el fin de promover un entorno favorable que contribuya al logro de los objetivos organizacionales y a la satisfacción de los clientes.

A nivel nacional, en Trujillo para el autor Flores G. (2018) en su tesis tuvo como objetivo analizar y determinar la relación entre el clima laboral y la atención al cliente en el área de Plataforma de la Universidad Privada Antenor Orrego - Campus Trujillo durante el periodo 2018. Para ello, se realizó un estudio descriptivo-explicativo, correlacional y de corte transversal. El estudio se basó en la recopilación de información a través de encuestas y entrevistas aplicadas a los colaboradores del área de Plataforma y a los usuarios del servicio, que en este caso eran los alumnos de la universidad. El objetivo principal era demostrar la importancia de la satisfacción de los trabajadores dentro de una organización para lograr la satisfacción del cliente externo, los resultados revelaron que el 71.4% de los colaboradores de Plataforma tenía una percepción "favorable" del clima laboral, lo cual se

reflejaba en la calidad de la atención brindada a los usuarios del servicio, donde se obtuvo un nivel "medio" (51.1%). Estos hallazgos respaldaron la hipótesis planteada, ya que se demostró una correlación de Pearson de 0.99, indicando una relación directa y altamente significativa entre el clima laboral y la atención al cliente en el área de Plataforma. En este sentido, se considera de vital importancia conocer y satisfacer las necesidades de los colaboradores, ya que la satisfacción del cliente externo es una consecuencia directa de la satisfacción de los empleados. Esto adquiere mayor relevancia en un área como Plataforma, que representa la imagen y la cara visible de la institución, por ello, gestionar adecuadamente el clima laboral se convierte en una estrategia fundamental para garantizar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en el ámbito universitario.

En la investigación realizada por Fernández y González (2018) en su tesis titulada "Clima laboral y su influencia en la atención al cliente en la Sociedad de Beneficencia de Chiclayo - 2016" a nivel nacional, se planteó como objetivo general determinar la relación entre el clima laboral y la atención al cliente en dicha institución. El estudio se basó en un enfoque descriptivo-correlacional, que consiste en medir el grado de relación entre el clima laboral y la atención al cliente en la Sociedad de Beneficencia de Chiclayo, el diseño de la investigación fue no experimental y transversal. En el enfoque no experimental, no se manipularon intencionalmente las variables, sino que se observó el fenómeno tal como se presentaba en la realidad para luego analizarlo y establecer su estructura o comportamiento. En cuanto al enfoque transversal, se recolectaron datos en un solo momento, en un tiempo único, con el propósito de descubrir variables y analizar su incidencia e interrelación en ese momento específico. Como conclusión principal, se encontró que el 64% de los trabajadores expresaron estar de acuerdo con la existencia de un buen ambiente laboral en la Sociedad de

Beneficencia de Chiclayo, seguido de un 16% que mostró indiferencia, un 13% en desacuerdo, un 4% totalmente de acuerdo y un 3% totalmente en desacuerdo, además, se obtuvo una correlación de Pearson de 0.81, lo que indica una relación alta entre el clima laboral y la atención al cliente en la institución, no obstante, se identificaron varios factores que requieren mejoras para lograr crear un ambiente laboral más favorable y, al mismo tiempo, brindar una atención al cliente excelente. Estos resultados destacan la importancia de gestionar de manera efectiva el clima laboral y su influencia en la calidad del servicio al cliente en la Sociedad de Beneficencia de Chiclayo.

En Chiclayo, el autor Munayco (2017) realizó una tesis de maestría titulada "El clima laboral y su relación con la satisfacción de clientes de una empresa de servicios de comunicación". El estudio se basó en un enfoque descriptivo-explicativo, correlacional y de corte transversal; concluyó que las diferentes dimensiones del clima institucional, como las relaciones interpersonales, el estilo de dirección, el sentido de pertenencia, la retribución, la disponibilidad de recursos, la estabilidad, la claridad y coherencia en el estilo de dirección y los valores colectivos, tienen una relación directa y significativa con la satisfacción de los clientes. Esta conclusión se basa en una correlación de Pearson de 0.87, lo que indica una relación alta entre el clima organizacional y la satisfacción de los clientes. Es importante destacar que ambos investigadores abordan el tema de la relación entre el clima laboral y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios. Estos hallazgos respaldan y fortalecen los resultados obtenidos en la presente indagación.

Desde el contexto local para Camones (2021) realizó la tesis del “Clima y satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa correos del Perú S.A Lince 2017 –

LimaPerú”, tuvo como objetivo corroborar la relación entre el clima y la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa Correos del Perú SA. para ello consideró como muestra a 70 trabajadores, utilizando las escalas del clima laboral CL-SPC y satisfacción laboral SL-SPC. Concluyendo que, el clima organizacional y la satisfacción laboral con 0.940 de correlación spearman. Teniendo un nivel de significancia bilateral de  $(0.000 < 0.05)$  existiendo relación significativa entre variables, aceptando la hipótesis planteada y se rechaza la hipótesis nula, donde la relación es directamente proporcional y muy alta entre variables, existiendo correlación significativa de las dimensiones de la satisfacción laboral: significación de la tarea, condiciones de trabajo, reconocimiento personal, beneficios económicos con el clima laboral; de igual manera las dimensiones del clima laboral: involucramiento, supervisión, comunicación, autorrealización y condiciones laborales con el clima laboral. Por lo que recomendaron realizar evaluaciones de clima, satisfacción y desempeño, crear elementos de motivación tales como promociones, líneas de carrera y desarrollo personal, logrando así los objetivos de la empresa y satisfacción de los trabajadores.

### **Teorías relacionadas al tema**

Variable. Clima laboral

Dentro de la corriente de la teoría clásica de la administración, podemos mencionar a Henri Fayol (1841-1925), un destacado pensador francés que se enfocó en establecer principios generales de la administración. Fayol sostenía que todas las empresas deberían organizarse de una manera específica que garantizara la eficiencia; como resultado, formuló 14 principios fundamentales de la administración. Estos principios incluyen la división del

trabajo, la autoridad, la disciplina, la unidad de mando, la unidad de dirección, el interés general, la remuneración, la centralización, la cadena de mando, el orden, la equidad, la estabilidad del personal, la iniciativa y el espíritu de equipo (Chiavenato, 2009 actualizado por Toussaint y Vallejos, 2017). Estos principios han sido destacados como fundamentales para la organización de una empresa. Sin embargo, es importante señalar que hasta el día de hoy no se ha otorgado la debida importancia al factor humano dentro de esta teoría.

De acuerdo a la teoría de Litwin y Stinger (1998), citados por Gan (2017), el entorno en el cual una persona lleva a cabo su trabajo diario, la forma en que los superiores se relacionan con sus subordinados, las interacciones entre el personal de la empresa, e incluso las relaciones con proveedores y clientes, todos estos elementos contribuyen a lo que conocemos como Clima Organizacional. Este clima puede actuar como un enlace facilitador o como un obstáculo para el rendimiento óptimo de la organización en su conjunto, así como para el desempeño individual de aquellos que forman parte de ella o están relacionados con ella. Además, el clima organizacional puede servir como un factor distintivo e influir en el comportamiento de quienes forman parte de la organización.

Según la definición de Robbins (1999) actualizado por Guzmán (2018) los comportamientos de los empleados pueden ser influenciados por el clima organizacional de una empresa. El clima laboral de la organización tiene un impacto en el nivel de compromiso e identificación de los trabajadores. La importancia del clima laboral radica en que mediante el mismo se pueden reflejar principios, actitudes y creencias de los pertenecientes a la empresa que como consecuencia de su naturaleza se transforman en elementos esenciales

del entorno en el que se desenvuelven, lo cual le atribuye al administrador la posibilidad de realizar análisis y diagnósticos que le permita controlar eficientemente su organización.

A su vez, Gonzaga y Arcaya (2021), complementan afirmando que el clima organizacional influye directamente en el empleado, lo cual implementando las medidas correctas contribuirá a lograr que el trabajador se enfoque en alcanzar los objetivos institucionales. Ahora bien, el objetivo de los métodos empleados para medir el nivel de clima organizacional de establecer las deficiencias que existen en la empresa conforme a los elementos analizados, por ende, resulta indispensable valorar los aspectos que se encuentren destinados a los vínculos personales, los factores físicos y estructurales que actúan con el fin de facilitar o complicar los procedimientos que generan productividad eficiente en los empleados y el propio sistema (Jiménez y Jiménez, 2016).

En cuanto al autor Antúnez (2015) indicó que, el clima está estructurado mediante los distintos factores que forman parte de una empresa como lo es la cotidianidad, su manera de ejecutar las actividades, de laborar y de programar las tareas que permiten que se reflejen en la forma de percibir el ambiente y la forma en la que cada trabajador realiza el desempeño de sus funciones.

#### Escala de Clima Laboral

La escala de clima laboral CL-SPC fue desarrollada por la Psicóloga Sonia Palma Carrillo, quien es profesora investigadora en la Facultad de Psicología de la Universidad Ricardo Palma en Lima, Perú, este instrumento fue creado mediante la técnica de Likert, consta de 50 ítems que examinan la percepción del trabajador en relación con su ambiente laboral, incluyendo aspectos como el desarrollo personal, la implicación en la tarea asignada,

la supervisión recibida, el acceso a la información relevante para el trabajo y las condiciones laborales que facilitan la tarea. El objetivo de esta escala es evaluar operativamente el clima laboral en términos de la percepción del trabajador sobre su entorno de trabajo (Palma, 2004, pp. 2-3).

#### Dimensiones del clima laboral

El liderazgo, según Chiavenato (1993) actualizado por Toussaint y Vallejos (2017) se refiere a la capacidad de una persona para ejercer influencia interpersonal en una situación determinada, utilizando el proceso de comunicación, con el objetivo de alcanzar uno o varios objetivos específicos. Estos objetivos están vinculados a las actividades administrativas.

En la dimensión motivación, según Chiavenato (2011) actualizado por Toussaint y Vallejos, (2017) manifiesta que, la motivación engloba aquellos elementos que tienen la capacidad de mantener, dirigir y estimular el comportamiento humano hacia un objetivo común. Además, la motivación se origina a partir de factores que incluyen aspectos biológicos, psicológicos, sociales y culturales, y son los responsables de generar las conductas en los individuos.

En la dimensión reconocimiento, para Álvarez (2018) alude que, es una habilidad esencial que permite a las personas desenvolverse de manera efectiva en la sociedad. Esta capacidad nos ayuda a comprender mejor a los demás y nos impulsa hacia el logro de éxito tanto a nivel personal como social, familiar y profesional. Además, el reconocimiento nos permite ser más sensibles a las necesidades y deseos de aquellos que requieren nuestra ayuda y colaboración.

#### Medición del clima laboral

Según la investigación de Ordoñez (1997), se identificaron diversas variables que representan obstáculos para el aumento de la productividad en las organizaciones. Estas variables son las siguientes:

A. Aumento de ausentismo, un alto nivel de ausentismo en una empresa puede ser indicativo de un clima laboral deficiente. Es importante destacar que el ausentismo puede tener diversas causas y puede ser tanto justificado como injustificado. Además, se observó que el ausentismo tiende a ser más frecuente entre los empleados de niveles jerárquicos inferiores en comparación con aquellos en posiciones superiores.

B. Aumento de rotación externa se produce cuando los empleados deciden abandonar la empresa para buscar empleo en otro lugar. Si este índice es alto, podría indicar que el clima laboral en la organización no es favorable. Sin embargo, es importante destacar que una baja rotación externa no garantiza necesariamente un buen clima laboral, ya que factores externos como la situación laboral del país pueden influir en la decisión de los empleados de cambiar de trabajo. Para comprender las razones detrás de la salida de los empleados, es recomendable realizar encuestas antes de que abandonen la empresa. Estas encuestas pueden proporcionar información relevante sobre los motivos de la salida y ayudar a identificar áreas de mejora en el clima laboral.

C. Aumento de rotación interna cuando los empleados se trasladan de un departamento a otro. Si el índice de la rotación interna aumenta, se debe pensar que, probablemente, haya disminuido la moral o la satisfacción de los trabajadores de varios departamentos o unidades, ya que pueden pensar que trasladándose a otro departamento o unidad se mejore “su situación”.

D. Cuando las quejas de los clientes aumentan, suele atribuirse a un mal desempeño de los empleados. Este incremento puede indicar una disminución en la moral de los empleados, lo que afecta negativamente su capacidad para realizar su trabajo. Sin embargo, es importante considerar otros factores como deficiencias en los procesos internos o una comunicación insuficiente entre el personal y los clientes. Es crucial identificar y abordar las causas subyacentes de las quejas para mejorar tanto el ambiente laboral como la calidad del servicio brindado.

E. Aumento en los accidentes laborales, el incremento en los accidentes laborales dentro de la organización puede estar relacionado con la falta de motivación y compromiso por parte de los empleados. La baja moral de los trabajadores puede influir en su atención, concentración y cuidado en el desempeño de sus tareas, lo que podría aumentar el riesgo de accidentes en el entorno laboral.

F. La disminución en la productividad, como se ha observado en situaciones anteriores, puede atribuirse al ambiente laboral, donde la forma en que los empleados perciben la empresa tiene un impacto en su desempeño individual. Esto, a su vez, afecta negativamente la productividad general.

G. Cuando los empleados dejan de participar activamente al aportar sus sugerencias, ideas creativas e innovadoras a la empresa, esto puede ser consecuencia de una disminución en su moral laboral.

H. Conflictividad, de manera similar a lo observado anteriormente, el incremento de conflictos en una empresa, como disputas, huelgas o quejas por parte del sindicato o los empleados, sugiere una disminución en el nivel de moral de los empleados.

Variable atención al cliente.

Según Gómez (2019), se destaca la importancia esencial de brindar un excelente trato a los clientes como una estrategia fundamental para retenerlos. En el centro de esta estrategia se encuentra la amabilidad, que tiene como objetivo principal satisfacer las expectativas de los clientes de manera efectiva.

Según Chiavenato (como se citó en Toussaint y Vallejos, 2017) indica que la atención al cliente es la agrupación de varias tácticas que una organización crea con la finalidad de poder mejorar y sobresalir antes sus competidores, conociendo las necesidades de la población y superando dichas expectativas. Puesto que su estudio es sumamente indispensable para el avance y crecimiento de la organización.

Según García, Gil y García (2015), definen las estrategias de atención al cliente al cliente, como uno de los procedimientos más importantes dentro de las organizaciones, porque ayudan a mejorar la calidad de servicio, captar y fidelizar mayor número de usuarios e incrementar las ventas. Según mencionados autores, se encuentra definidas las dimensiones e indicadores de la presente variable.

Es el conjunto de actividades o estrategias que la empresa realiza en un determinado momento y lugar, el cual, permite satisfacer las necesidades de los clientes. Se puede decir, que la atención al cliente es indispensable, para el desarrollo de las organizaciones, tomando en cuenta que el cliente es la pieza fundamental de la misma (Serna, 2016).

La familia de normas ISO 9000 fue introducida inicialmente en 1987 con el objetivo de establecer de manera efectiva los componentes necesarios para implementar un sistema de calidad eficiente y efectivo. Estas normas se enfocan en la documentación de dichos

elementos y no hacen referencia específica a la tecnología que debe utilizarse para lograr este propósito.

Las normas son reglas generales y no específicas que se aplican tanto a organizaciones de fabricación como de servicios. Estas surgieron después de la Segunda Guerra Mundial, en donde el mundo comenzó a reconocer la importancia de la calidad en todas las áreas, como resultado, diferentes empresas comenzaron a implementar normas de calidad de manera dispar, interpretando el término de formas diferentes. Para abordar esta situación y regularla de manera más efectiva, se creó la Organización Internacional de Normalización (ISO), según señala Evans (2018). La ISO, cuyo nombre es una abreviatura de "Organización Internacional para la Estandarización", fue establecida en 1946 en Londres. Esta organización reunió a representantes de organismos de normas nacionales de diferentes países con el objetivo de desarrollar normas de calidad que fueran aceptadas y aplicables a nivel mundial. Las normas ISO se basaron en una norma estándar británica (BS) diseñada para facilitar el comercio. Estas normas fueron redactadas con conceptos y principios ampliamente reconocidos y aceptados internacionalmente.

Según Pérez (2016), la calidad en el servicio al cliente es una herramienta esencial para proporcionar un valor adicional a los clientes en comparación con lo que ofrece la competencia. Esto permite que los clientes reconozcan las diferencias entre la oferta global de una empresa y la de sus competidores. Como resultado, cualquier organización que implemente una estrategia de calidad en el servicio al cliente de manera profesional logrará establecer una clara distinción en relación con otras organizaciones que compiten en el mismo mercado.

Para Londoño (2016), el cliente juega un papel crucial, donde las organizaciones solían centrarse en la fabricación de productos, considerándolo como su principal objetivo. Sin embargo, con la creciente competencia, el campo del marketing tuvo que encontrar formas diferentes de vender. En la actualidad, las gerencias han llegado a comprender que el propósito último de las organizaciones son los clientes, por lo tanto, deben orientarse hacia ellos. La competencia en el mercado ha llevado a los clientes a volverse más exigentes, lo que ha hecho que la venta sea más compleja. En este sentido, la diferencia fundamental entre las organizaciones competitivas radica en su capacidad para fidelizar a los clientes y proporcionarles un excelente servicio.

Dimensiones de atención al cliente.

En la dimensión Satisfacción del cliente, de acuerdo con Martínez Tur Vicente y Piero Silla José (2019) se considera de gran importancia desde la perspectiva de los clientes. Esto se debe a que, al evaluar los productos ofrecidos por las organizaciones o empresas, se espera que sean de la más alta calidad. Al proporcionar productos de calidad óptima, se genera un ambiente de confianza y se establece una relación duradera entre la empresa y sus clientes. Ya sea que estos productos sean bienes de consumo tangibles o servicios intangibles, como en el caso de entidades bancarias, su objetivo es brindar un nivel de satisfacción total al cliente.

En la dimensión posicionamiento, para González Agudo Pilar y Requena Miranda Magdalena (2017), es necesario que las personas anticipen los hechos y eventos en lugar de esperar pasivamente a ver qué sucede en una empresa. También es importante analizar qué aspectos deben ser controlados y cuáles no. Es interesante observar cómo un líder o jefe de

equipo motiva a sus subordinados o miembros del equipo de trabajo para alcanzar las metas y objetivos establecidos por la empresa.

Según las ideas presentadas por Álvarez (2018) en relación con la dimensión de la comunicación, se destaca que la gestión empresarial desempeña un rol de gran importancia y se reconoce su valor y peso como un componente esencial en las organizaciones (Core business). Además, se considera algo ineludible e inevitable en todas las formas de relación con la sociedad y el mercado global. Asimismo, se señala que la comunicación se encuentra subordinada a otras funciones empresariales, como el marketing, los recursos humanos y la producción.

Los diez mandamientos de la Atención al Cliente

- 1.- El cliente como prioridad fundamental, debemos tener en mente en todo momento al cliente.
- 2.- No existen obstáculos insuperables cuando se tiene la voluntad, en ocasiones los clientes plantean requerimientos que parecen casi inalcanzables, pero con determinación y dedicación se puede alcanzar lo que desean.
3. - Es fundamental cumplir con todas las promesas realizadas, ya que la confianza del cliente se basa en la credibilidad de la información que recibe y en la persona encargada de transmitirla.
4. La única manera de lograr la satisfacción del cliente es superar sus expectativas al brindarles más de lo que esperan. Para lograr esto, es fundamental tener un profundo conocimiento de los clientes y enfocar toda nuestra atención en sus necesidades y deseos.

- 5.- La empresa es crucial para el cliente, ya que marca la distinción en su experiencia. El personal que interactúa directamente con los clientes asume una enorme responsabilidad, ya que puede influir en su decisión de regresar o de no volver nunca más.
- 6.- Un error en un aspecto implica un fracaso en todos los demás, incluso si todo lo demás funciona de manera perfecta. Si se comete un error en la fecha de entrega, la calidad del producto u otros detalles relacionados con el cierre de la venta, todo el esfuerzo previo se desmorona.
- 7.- La insatisfacción de un empleado tiene un impacto directo en la insatisfacción de los clientes. Es crucial que el personal esté enfocado en lograr ventas y esté debidamente capacitado para ello. Deben tener un profundo conocimiento de los productos, incluyendo sus ventajas y desventajas. Además, es importante mantener a los empleados motivados. Si estos aspectos no se cumplen, la empresa no puede esperar satisfacer a los clientes. Por lo tanto, las políticas de recursos humanos y las estrategias de marketing deben ir de la mano.
- 8.- El cliente es el encargado de evaluar la calidad del servicio, ya que es su juicio el que determina si la atención recibida es satisfactoria. Si la experiencia es positiva, es probable que el cliente decida volver en el futuro. Por el contrario, si la experiencia no cumple con sus expectativas, es poco probable que regrese.
- 9.- Incluso si un servicio es excelente, siempre existe la posibilidad de mejorarlo. Una vez que se han alcanzado los objetivos establecidos en términos de servicio y satisfacción del cliente, es importante establecer nuevas metas y buscar la actualización continua. La competencia en el mercado es constante y no da tregua, por lo tanto, es necesario mantenerse en constante evolución para seguir destacando y brindar un servicio excepcional.

10.- La satisfacción del cliente es responsabilidad de todo el equipo. Cada persona en la organización debe estar comprometida y alineada en brindar un servicio que satisfaga las necesidades del cliente.

### **Formulación del problema**

En la presente investigación se formuló el problema general:

- ¿Qué relación existe entre clima laboral y la atención al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022?,

Problemas específicos:

- ¿Qué relación existe entre clima laboral y satisfacción al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022?,
- ¿Qué relación existe entre clima laboral y posicionamiento de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022?,
- ¿Qué relación existe entre clima laboral y comunicación en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022?,
- ¿Qué relación existe entre atención al cliente y liderazgo en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022?,
- ¿Qué relación existe entre atención al cliente y motivación en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Lima, Lima - Perú, año 2022? y
- ¿Qué relación existe entre atención al cliente y reconocimiento en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Lima, Lima -Perú, año 2022?.

## **Objetivos.**

La investigación presenta el objetivo general:

Determinar la relación que existe entre clima laboral y la atención al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022.

Objetivos Específicos:

- Determinar la relación que existe entre clima laboral y satisfacción al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022.
- Determinar la relación que existe entre clima laboral y posicionamiento de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022.
- Determinar la relación que existe entre clima laboral y comunicación en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022.
- Determinar la relación que existe entre atención al cliente y liderazgo en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022.
- Determinar la relación que existe entre atención al cliente y motivación en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Lima, Lima - Perú, año 2022.
- Determinar la relación que existe entre atención al cliente y reconocimiento en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Lima, Lima -Perú, año 2022.

## **Hipótesis**

Se presenta la siguiente hipótesis general:

H1= Existe relación entre el clima laboral y la atención al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022.

H0 = No existe relación entre el clima laboral y la atención al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022.

Hipótesis específicas:

- Existe relación entre clima laboral y satisfacción al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022.
- Existe relación entre clima laboral y posicionamiento de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022.
- Existe relación entre clima laboral y comunicación en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022.
- Existe relación entre atención al cliente y liderazgo en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022.
- Existe relación entre atención al cliente y motivación en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Lima, Lima - Perú, año 2022.
- Existe relación entre atención al cliente y reconocimiento en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Lima, Lima -Perú, año 2022.

## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

### Población y muestra

**Población.** Es un conjunto de elementos que comparten características similares y se utilizan como base de análisis en una investigación realizada en un lugar o espacio específico. En este caso, el estudio se centra en el personal que trabaja en el área de Plataforma de Call Center, compuesto por 40 colaboradores.

De acuerdo con los criterios de inclusión, se tomó al personal de atención al cliente que labora en el área de plataforma, tanto hombres y mujeres mayores de 18 años de edad a más, se agregó a los colaboradores que laboran de tiempo completo o medio tiempo y acepte a la participación anónima del llenado del cuestionario. En los criterios de exclusión, se excluye al personal gerencial y administrativo.

**Muestra.** Consta de 40 colaboradores, el autor decidió utilizar esa misma población como muestra para el estudio. La muestra de la investigación está caracterizada por un muestreo no probabilístico de selección arbitraria ya que fue elegida de acuerdo a los intereses de la investigación en cuanto a los objetivos.

Área de Plataforma de Call Center		
Hombres	Mujeres	Total
21	19	40

**Unidad de análisis.** Los colaboradores que trabaja en el área de Plataforma de Call Center

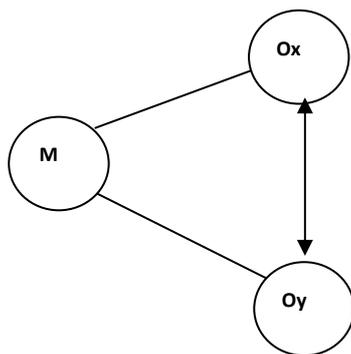
### Tipo y diseño de investigación

El estudio actual posee las características metodológicas adecuadas para ser clasificado como una investigación descriptiva, correlacional y de corte transversal. Su objetivo

principal es analizar la relación entre dos variables, "clima laboral" y "atención al cliente", en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima durante un período específico. Se utilizó un enfoque descriptivo correlacional para describir la relación entre estas variables y medir su nivel de asociación. Asimismo, el enfoque general del estudio es cuantitativo, ya que implica la recolección y análisis de datos para responder preguntas de investigación y probar hipótesis. Cabe destacar que se trata de un diseño no experimental, lo que implica que las variables no fueron manipuladas o alteradas.

Figura 1.

*Diagrama de investigación*



Donde:

M: Muestra

Ox: Clima laboral.

Oy: Atención al cliente.

r: Relación

*Nota: Figura del método correlacional*

## Técnicas e instrumentos de recolección de datos

### Técnica de recolección de datos

a) La observación directa, tomando datos en campo de todas las partidas involucradas en el análisis del nivel de clima laboral y atención al cliente. Se observan las actividades que se realizan en campo y se anota la información obtenida del área de trabajo que se está estudiando (Paredes, 2019).

b) Análisis documental, para recolectar datos existentes de obra de las partidas en estudio.

Es el desarrollo de una revisión diseñada para extraer la información de un documento a analizar (Arias, 2022).

c) Encuesta, es la técnica a tener en cuenta en el estudio es la encuesta orientada recoger información fidedigna con respecto a la población, a fin de estimar de cerca el alcance de la dificultad en estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2018).

### **Instrumento de recolección de datos**

Los instrumentos de compilación de la indagación se utilizó el cuestionario (Anexo 2). Según Hernández et al. (2014), el cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir, este debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis.

Para la investigación se tuvo en cuenta un cuestionario para cada variable, para mediar el nivel del clima laboral, a través del cual el investigador obtiene información significativa. El instrumento es congruente, pertinente con referencia al problema planteado, está conformado por 3 dimensiones como es liderazgo que consta de 5 ítems, motivación contiene 5 ítems y reconocimiento que consta de 5 ítems, de igual manera para medir el nivel de atención al cliente se obtuvo 3 dimensiones como satisfacción del cliente que consta de 5 ítems, posicionamiento que contiene 5 ítems y comunicación consta de 5 ítems, teniendo un total de 15 ítems por cada variable propuesta. Se empleó la escala de Likert, que consta de cinco niveles de respuesta: completamente de acuerdo = 1, de acuerdo = 2, ni de acuerdo ni en desacuerdo = 3, desacuerdo = 4 y muy de acuerdo = 5. Las cuales permitirán encontrar

los objetivos de la investigación.

## Confiabilidad y validez

### Confiabilidad de datos

Según Bernal (2010), la confiabilidad de un cuestionario se refiere a la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas. Es decir, es la capacidad del mismo instrumento para producir resultados congruentes de una medición. Para evaluar la confiabilidad de los instrumentos utilizados, se llevó a cabo un piloto con la participación de 15 colaboradores que no forman parte del grupo de estudio. Los datos recopilados en este piloto serán procesados y se calculará el coeficiente Alfa de Cronbach. **(Ver anexo 3)**

#### *Interpretación del coeficiente de Alfa de Cronbach.*

- 0,00 - 0,60 Nula
- 0,61 - 0,69 Baja
- 0,70 - 0,75 Confiable
- 0,76 - 0,89 Fuerte
- 0,89 - 1,00 Alta

Los resultados obtenidos muestran que el valor del índice Alfa de Cronbach.

### Tabla 1

#### *Confiabilidad del instrumento para medir el clima laboral*

Alfa de cronbach	Valoración
,78	Fuerte

Nota: Datos obtenidos del procesamiento del SPSS

### Tabla 2

#### *Confiabilidad del instrumento para medir la atención al cliente*

<b>Alfa de cronbach</b>	<b>Valoración</b>
,77	Fuerte

Nota: Datos obtenidos del procesamiento del SPSS

Los índices de alfa de cronbrach obtenidos para el clima laboral es de 0,78 y atención al cliente es de 0,77 ambas siendo confiabilidades fuertes.

### **Validez de datos**

Bernal (2010), refiere que la validez tiene que ver con lo que mide el cuestionario, donde se puede ver el grado con que puede interferirse los resultados. Se ejecutó una validación, con el propósito de tener la seguridad y confiabilidad de la información recogida, en la validación intervendrán tres expertos de máxima formación profesional con relación al tema de estudio, cada uno de ellos determinara la conformidad y validez del cuestionario. **(Ver anexo 4)**

<b>Validadores</b>	<b>Grado o especialidad</b>	<b>Institución laboral</b>
Magnolia Jesus Dusek Paz	Magister	Universidad privada del norte.
Esther Sillo Quispe	Magister	Universidad privada del norte.
Aldo Medina Gamero	Magister	Universidad privada del norte.

### **Procedimiento de análisis de datos**

En el proceso de investigación, se llevó a cabo la obtención de la autorización por parte de cada uno de los trabajadores del área de Call Center de la empresa seleccionada para participar en el estudio. Asimismo, se realizó el procedimiento de recolección de información mediante dos instrumentos: uno para medir el clima laboral y otro para evaluar la atención al cliente, hacia los colaboradores una empresa Call Center situada en el distrito de Cercado de Lima, donde los instrumentos de cada variable teniendo dos opciones correo

electrónico y manera presencial donde algunos encuestados tomaron la primera opción y seguidamente se realizó el mapeo de la información, en acto se procedió a elaborar una base de datos codificando cada una de las alternativas marcadas por parte de los colaboradores en el programa de herramientas estadísticas Excel y SPSS versión 25, procediendo a codificar los niveles y rangos concordante con el baremo señalado, esta codificación permitió realizar de manera adecuada la prueba de confiabilidad, la contratación de hipótesis, así como la generación de tablas que serán resultado del análisis e interpretación de los instrumentos aplicados.

### **Prueba de normalidad**

Se aplicó la prueba planteándonos dos hipótesis, la hipótesis nula y la hipótesis afirmativa, donde  $p > 0.05$  para aceptar la hipótesis afirmativa ( $H_1$ ), para este análisis usamos la prueba de Shapiro-Wilk aplicamos esta prueba para un tamaño máximo de 40 especímenes, para esto se calcula la media y la varianza muestral, se ordenan de menor a mayor y se calculan las diferencias entre el primero y el último, así sucesivamente y se corrigen con unos coeficientes tabulados por Shapiro y Wilk. (Uso del programa SSPS, 2023)

$H_0 \rightarrow$  No presenta una distribución  $p < 0.05$

$H_1 \rightarrow$  Presenta una distribución normal  $p > 0.05$

Debemos cumplir con una distribución normal de los resultados, ya que es uno de los requisitos para poder aplicar el análisis de la varianza, por ello se empleó el Rho de Spearman para establecer las correlaciones.

### **Aspectos éticos**

Se tuvo en cuenta las consideraciones éticas; los lineamientos internacionales recomendados en base a la salud mental por la American Psychological Association (APA, 2010), teniendo en cuenta los criterios de la autorización institucional de investigación y publicación mediante la solicitud de permiso a la institución donde se realizó la prueba, asimismo, el consentimiento informado como principio moral, entre otros se considera el Respeto a los Derechos y Dignidad de las Personas estableciendo total cuidado en la salud mental y física de los participantes, todo esto con fines académicos no divulgativos, enfatizando la confidencialidad y protección de los datos brindados para asegurar la participación voluntaria de los colaboradores; sin ningún tipo de coacción. Cabe señalar, que toda la información que fue obtenida de la observación será de propósito académico, y que no se hará algún daño a los participantes ni a la imagen de la institución.

El principio de justicia, debido que al momento de aplicar el instrumento se hará con todo el respeto y cuidado, de no vulnerar su integridad de los niños participantes. Es decir, que todo el procedimiento al momento de recolectar datos se hizo con el debido cuidado sin realizar algún acto de discriminación entre los participantes, se hará bajo el debido protocolo y con todos los permisos necesarios.

### CAPÍTULO III: RESULTADOS

En este capítulo se respondió a cada uno de los objetivos e hipótesis para demostrar la problemática fundamentada en los capítulos anteriores, para ello se realizó mediante de tablas e interpretaciones.

Objetivo general. Determinar la relación que existe entre clima laboral y la atención al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, 2022.

Tabla 3

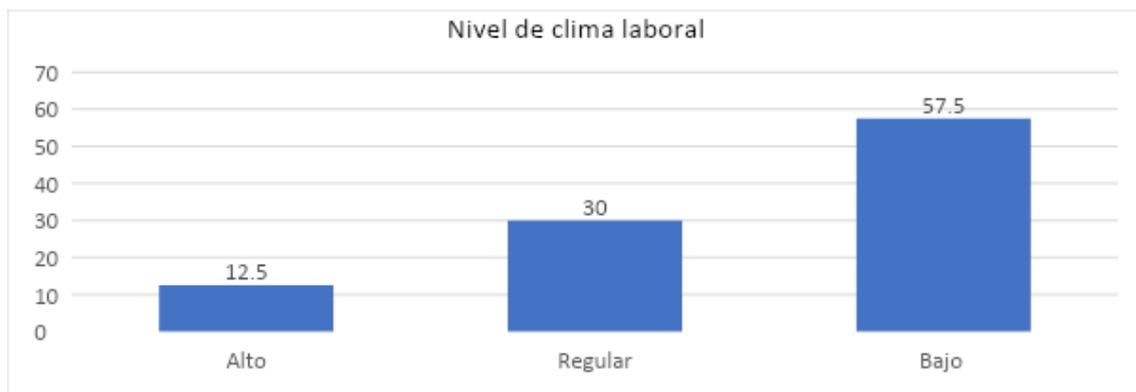
Nivel de clima laboral

Escala de calificación	Fca	%
Alto	5	12.5
Regular	12	30.0
Bajo	23	57.5
Total	40	100

Fuente: De acuerdo al cuestionario.

Grafico 1

Porcentaje del clima laboral



El análisis del clima laboral, la mayor parte de colaboradores (57.5%) se encuentran en un nivel bajo, seguido del 30% de trabajadores se encuentran en un nivel regular y finalmente solo el 12.5% se encuentran en un nivel alto.

Tabla 4

Nivel de atención al cliente

Escala de calificación	Fca	%
Alto	9	22.5
Regular	10	25.0
Bajo	21	52.5
Total	40	100

Fuente: De acuerdo al cuestionario.

Grafico 2

Porcentaje de atención al cliente.



El análisis de atención al cliente, la mayor parte de colaboradores (52.5%) se encuentran en un nivel bajo, seguido del 25% de trabajadores se encuentran en un nivel regular y finalmente solo el 22.5% se encuentran en un nivel alto.

Tabla 5

Prueba de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Clima laboral	,755	40	,000
Atención al cliente	,733	40	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Se visualiza que, en la mayoría de los casos, los valores  $p=0.000$  están por debajo de 0.05, lo cual indica que no existe una relación estadísticamente significativa en la distribución de los datos. Por lo tanto, se utilizó la prueba de correlación de Rho de Spearman para analizar cómo el clima laboral impacta en la atención al cliente.

Tabla 6

Relación entre clima laboral y la atención al cliente

		Clima laboral	Atención al cliente
Clima laboral	Rho de Spearman	1	,699**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	40	40
Atención al cliente	Rho de Spearman	,699**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	40	40

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

Interpretación: A través del análisis utilizando la prueba de correlación de Rho de Spearman, se llegó a la conclusión de que existe una relación moderada y positiva (0.69) entre el clima laboral y la atención al cliente.

De la misma manera se identificó la hipótesis general y de acuerdo a los datos estadísticos de la tabla 2, se determinó que la correlación es significativa. Esto se evidencia por el valor de  $p=0.000$  (valor de significancia), que es menor a 0.05. Como resultado, la hipótesis alternativa fue aceptada.

Objetivo 1. Determinar la relación que existe entre clima laboral y satisfacción al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022.

Tabla 7

Relación entre clima laboral y satisfacción al cliente

		Clima laboral	Satisfacción al cliente
Clima laboral	Rho de Spearman	1	,688**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	40	40
Satisfacción al cliente	Rho de Spearman	,688**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	40	40

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

Interpretación: A través del análisis utilizando la prueba de correlación de Rho de Spearman, se concluyó que existe una relación moderada y positiva (0.68) entre el clima laboral y la satisfacción del cliente.

De la misma manera se identificó la hipótesis general y de acuerdo a los datos estadísticos de la tabla 3, se constató que la correlación es significativa. Esto se evidencia por el valor de  $p=0.000$  (valor de significancia), el cual es menor a 0.05. Como resultado, se aceptó la hipótesis alternativa.

Objetivo 2. Determinar la relación que existe entre clima laboral y posicionamiento de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022.

Tabla 8

Relación entre clima laboral y posicionamiento

		Clima laboral	Posicionamiento
Clima laboral	Rho de Spearman	1	,599**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	40	40
Posicionamiento	Rho de Spearman	,599**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	40	40

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

Interpretación: A través del análisis utilizando la prueba de correlación de Rho de Spearman, se determinó que existe una relación moderada y positiva (0.59) entre el clima laboral y el posicionamiento

De la misma manera se identificó la hipótesis general y de acuerdo a los datos estadísticos de la tabla 4, se determinó que la correlación es significativa. Esto se evidencia por el valor de  $p=0.000$  (valor de significancia), el cual es menor a 0.05. Por lo tanto, se aceptó la hipótesis alternativa.

Objetivo 3. Determinar la relación que existe entre clima laboral y comunicación en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022.

Tabla 9

Relación entre clima laboral y comunicación

		Clima laboral	Comunicación
Clima laboral	Rho de Spearman	1	,375*
	Sig. (bilateral)		,001
	N	40	40
Comunicación	Rho de Spearman	,375*	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	40	40

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

Interpretación: A través del análisis utilizando la prueba de correlación de Rho de Spearman, se encontró una relación positiva y baja (0.37) entre el clima laboral y la comunicación.

De la misma manera se identificó la hipótesis general y de acuerdo a los datos estadísticos de la tabla 5, se concluyó que la correlación es significativa. Esto se debe al valor de  $p=0.000$  (valor de significancia), que es menor a 0.05. Como resultado, se aceptó la hipótesis alternativa.

Objetivo 4. Determinar la relación que existe entre atención al cliente y liderazgo en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022.

Tabla 10

Relación entre atención al cliente y liderazgo

		Atención al cliente	Liderazgo
Atención al cliente	Rho de Spearman	1	,677**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	40	40
Liderazgo	Rho de Spearman	,677**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	40	40

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

Interpretación: A través del análisis utilizando la prueba de correlación de Rho de Spearman, se concluyó que existe una relación moderada y positiva (0.67) entre la atención al cliente y el liderazgo.

De la misma manera se identificó la hipótesis general y de acuerdo a los datos estadísticos de la tabla 6, se determinó que la correlación es significativa. Esto se evidencia por el valor de  $p=0.000$  (valor de significancia), el cual es menor a 0.05. Como resultado, se aceptó la hipótesis alternativa.

Objetivo 5. Determinar la relación que existe entre atención al cliente y motivación en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Lima, Lima - Perú, año 2022.

Tabla 11

Relación que existe entre atención al cliente y motivación

		Atención al cliente	Motivación
Atención al cliente	Rho de Spearman	1	,589**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	40	40
Motivación	Rho de Spearman	,589**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	40	40

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

Interpretación: A través del análisis utilizando la prueba de correlación de Rho de Spearman, se llegó a la conclusión de que existe una relación moderada y positiva (0.58) entre la atención al cliente y la motivación.

De la misma manera se identificó la hipótesis general y de acuerdo a los datos estadísticos de la tabla 7, se determinó que la correlación es significativa. Esto se evidencia por el valor de  $p=0.000$  (valor de significancia), el cual es menor a 0.05, por lo tanto, se aceptó la hipótesis alternativa.

Objetivo 6. Determinar la relación que existe entre atención al cliente y reconocimiento en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Lima, Lima -Perú, año 2022

Tabla 12

Relación entre atención al cliente y reconocimiento

		Atención al cliente	Reconocimiento
Atención al cliente	Rho de Spearman	1	,588**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	40	40
Reconocimiento	Rho de Spearman	,588**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	40	40

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

Interpretación: A través del análisis utilizando la prueba de correlación de Rho de Spearman, se concluyó que existe una relación moderada y positiva (0.58) entre la atención al cliente y el reconocimiento.

De la misma manera se identificó la hipótesis general y de acuerdo a los datos estadísticos de la tabla 8, se determinó que la correlación es significativa. Esto se debe al valor de  $p=0.000$  (valor de significancia), el cual es menor a 0.05. Por lo tanto, se aceptó la hipótesis alternativa.

## CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1. Discusión

En la investigación se determinó la relación que existe entre clima laboral y la atención al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima – Perú en el 2022, obteniendo un análisis de relación de Rho de Spearman de 0,69 siendo moderado y positivo entre el clima laboral y la atención al cliente, a la vez se dio solución al problema de hipótesis ya que el valor 0.05 fue menor dando como resultado, la hipótesis alternativa siendo aceptada.

Estos resultados se compararon con el hallazgo del autor Amaro, González y Pérez (2015) quien diagnosticó el clima laboral y atención al cliente en hoteles turísticos en Cuba destaca el empleo del coeficiente de correlación de Pearson, el cual reveló una correlación positiva y alta 0,9 en relación con la problemática identificada que afecta al clima organizacional, este hallazgo indica una fuerte relación entre la identificación de los miembros con la organización y su participación en la solución de los conflictos organizacionales. La importancia del clima laboral como un aspecto fundamental para comprender el ambiente en el que se desenvuelven los trabajadores y sus expectativas hacia la organización en la que desempeñan sus funciones. El clima laboral es un tema sumamente relevante en la psicología empresarial, y su estudio resulta de gran utilidad para identificar los aspectos que influyen en el bienestar de los empleados.

No se hace ajeno el aporte de Fernandez y Gonzales en el 2018, el cual se centró en medir el grado de relación entre el clima laboral y la atención al cliente en la Sociedad de Beneficencia de Chiclayo y el 64% de los trabajadores estaban de acuerdo en que existía un

buen ambiente laboral en la Sociedad de Beneficencia de Chiclayo, seguido por un 16% de respuestas indiferentes, un 13% en desacuerdo, un 4% totalmente de acuerdo y un 3% totalmente en desacuerdo. La correlación de Pearson obtenida fue de 0,81, lo cual indica una relación alta entre el clima laboral y la atención al cliente en esa institución, es por ello que se identificaron varios factores que requieren mejoras para lograr crear un ambiente laboral óptimo y brindar una atención al cliente excelente.

Así mismo, se sustenta mediante la teoría clásica de Fayol (1841-1925) que todas las empresas deberían organizarse de una manera específica que garantizara la eficiencia. Como resultado, formuló 14 principios fundamentales de la administración. Estos principios incluyen la división del trabajo, la autoridad, la disciplina, la unidad de mando, la unidad de dirección, el interés general, la remuneración, la centralización, la cadena de mando, el orden, la equidad, la estabilidad del personal, la iniciativa y el espíritu de equipo.

Se determinó la relación que existe entre clima laboral y satisfacción al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022, mediante el uso de la prueba de correlación de Rho de Spearman, revelaron una relación moderada y positiva con un valor de 0,68. Al analizar la hipótesis específica, se encontró una correlación significativa, ya que el valor de  $\alpha = 0.05$  fue menor de 0,000, de ello la hipótesis alterna fue aceptada.

Estos resultados se compararon con el hallazgo del autor Munayco (2017) el autor identificó el clima laboral y su relación con la satisfacción de clientes de una empresa de servicios de comunicación concluyendo que, la correlación de Pearson es de 0.87, lo que indica una relación alta entre el clima organizacional y la satisfacción de los clientes. Es

importante destacar que ambos investigadores abordan el tema de la relación entre el clima laboral y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios, por ello las diferentes dimensiones del clima institucional, como las relaciones interpersonales, el estilo de dirección, el sentido de pertenencia, la retribución, la disponibilidad de recursos, la estabilidad, la claridad y coherencia en el estilo de dirección y los valores colectivos, tienen una relación directa y significativa con la satisfacción de los clientes.

Así mismo, se sustenta mediante Martínez y Piero (2019) el autor considera que la satisfacción del cliente de gran importancia ya que, desde la perspectiva de los clientes, se debe a que, al evaluar los productos ofrecidos por las organizaciones o empresas, se espera que sean de la más alta calidad, al proporcionar productos de calidad óptima, se genera un ambiente de confianza y se establece una relación duradera entre la empresa y sus clientes. Ya sea que estos productos sean bienes de consumo tangibles o servicios intangibles, como en el caso de entidades bancarias, su objetivo es brindar un nivel de satisfacción total al cliente.

Se determinó la relación que existe entre clima laboral y posicionamiento de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022, utilizando la prueba Rho Spearman revelaron una correlación moderada y positiva con un valor de 0,59. Además, al identificar la segunda hipótesis específica, se encontró que el nivel de significancia es inferior a 0,05; por lo tanto, se pudo confirmar la hipótesis alternativa es aceptada.

Estos resultados se compararon con el hallazgo del autor Cortezar (2014) el autor determinó la incidencia del clima laboral y la calidad de atención en Servicios de Salud en

donde el autor resalta que, debido a las nuevas demandas en diversos sectores laborales, el estudio reveló una correlación significativa de 0.88, según el coeficiente de correlación de Rho de Spearman, lo cual indica una relación alta entre un personal motivado y que trabaja en equipo, no basta con ser innovadores en los servicios ofrecidos y brindar productos de alta calidad, es por ello proporcionar un servicio al cliente excelente para lograr la fidelidad de los consumidores. En el contexto específico del sector salud en Colombia, se observa una gran preocupación por la cantidad de población que se atiende en cada uno de los servicios, así como por la calidad de la atención al usuario, sin embargo, a menudo se pasa por alto el impacto del entorno en el personal y su actitud hacia aquellos que recibirán sus servicios. Este aspecto se traduce en la marca de calidad que distingue a la institución y, aunque intangible, requiere que toda la organización se oriente hacia su importancia para el cliente. Se recomienda que estos factores sean fundamentales en organizaciones que contribuyen al éxito y logros de la institución, cómo este clima laboral influye de una u otra manera en la calidad de atención que se brinda a los usuarios, asimismo, se considerarán diversos factores institucionales, como la gerencia, la administración y los empleados, con el fin de obtener una visión integral de la situación.

Para ello González y Requena (2017) fundamenta que, el posicionamiento es necesario que las personas anticipen los hechos y eventos en lugar de esperar pasivamente a ver qué sucede en una empresa. También es importante analizar qué aspectos deben ser controlados y cuáles no. Es interesante observar cómo un líder o jefe de equipo motiva a sus subordinados o miembros del equipo de trabajo para alcanzar las metas y objetivos establecidos por la empresa.

Para determinar la relación entre clima laboral y comunicación en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022, el análisis de la prueba Rho Spearman para evaluar la relación entre el clima laboral y la comunicación. Los resultados revelaron una correlación baja pero positiva, con un valor de 0,37. Además, al examinar la tercera hipótesis específica, se encontró una correlación significativa es inferior a 0,05; se pudo confirmar que la hipótesis alternativa es aceptada.

Estos resultados se compararon con el hallazgo del autor Pereira (2014) el autor sostiene que, en Guatemala y en prácticamente todas las organizaciones a nivel mundial, el clima laboral es un factor al que todos los colaboradores están expuestos y que se percibe en el día a día de acuerdo con su comportamiento, relaciones interpersonales, conducta dentro de la empresa y su identificación con la misma, en la investigación reveló una correlación moderada de 0.6, según el coeficiente de correlación de Rho de Spearman. Actualmente, el clima laboral ha captado la atención de muchos empresarios y gerentes de recursos humanos, debido a la percepción que los colaboradores tienen sobre su entorno físico y humano, ya que esta percepción puede tener un impacto positivo o negativo en el cumplimiento de sus funciones y en la productividad. Es evidente que el clima laboral es un aspecto cada vez más relevante en las organizaciones, puesto que influye en el bienestar de los colaboradores y en su desempeño laboral. Por lo tanto, es importante comprender y gestionar adecuadamente el clima laboral con el fin de promover un entorno favorable que contribuya al logro de los objetivos organizacionales y a la satisfacción de los clientes.

Para determinar la relación que existe entre atención al cliente y liderazgo en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022, se

utilizó la prueba Rho Spearman para examinar la relación entre el clima laboral y el liderazgo. Los resultados revelaron una correlación moderada y positiva, con un valor de 0,67; al identificar la cuarta hipótesis específica, se encontró una correlación significativa, ya que el valor de significancia es inferior a 0,05. En consecuencia, se pudo respaldar la hipótesis alternativa aceptándola.

Estos resultados se compararon con el hallazgo del autor Munayco (2017) quien llega a la conclusión de que las diferentes dimensiones del clima institucional, como las relaciones interpersonales, el estilo de dirección, el sentido de pertenencia, la retribución, la disponibilidad de recursos, la estabilidad, la claridad y coherencia en el estilo de dirección, y los valores colectivos, están directamente relacionadas con la satisfacción de los clientes. El autor encontró una correlación alta de 0,87, utilizando el coeficiente de correlación de Pearson, lo que indica una fuerte relación entre el clima organizacional y la satisfacción de los clientes. Es importante destacar que ambos investigadores analizan la relación entre el clima laboral y la saber liderar en una empresa de servicios, lo cual respalda los resultados obtenidos en el presente estudio.

Determinar la relación que existe entre atención al cliente y motivación en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Lima, Lima - Perú, año 2022, mediante el uso de la prueba Rho Spearman, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0,58, lo que indica una relación moderada y positiva. Además, al analizar la quinta hipótesis específica, se encontró una correlación significativa, ya que el valor de p fue de 0,000 (valor de significancia), que es inferior a 0,05. Por lo tanto, se pudo respaldar la hipótesis alternativa siendo aceptada.

Estos resultados se compararon con el hallazgo del autor Fernández y González (2018) el autor busco determinar la relación entre el clima laboral y la atención al cliente en dicha institución. El estudio se basó en un enfoque descriptivo-correlacional, que consiste en medir el grado de relación entre el clima laboral y la atención al cliente en la Sociedad de Beneficencia de Chiclayo, el diseño de la investigación fue no experimental y transversal. En el enfoque no experimental, se encontró que el 64% de los trabajadores expresaron estar de acuerdo con la existencia de un buen ambiente laboral en la Sociedad de Beneficencia de Chiclayo, seguido de un 16% que mostró indiferencia, un 13% en desacuerdo, un 4% totalmente de acuerdo y un 3% totalmente en desacuerdo, además, se obtuvo una correlación de Pearson de 0.81, lo que indica una relación alta entre el clima laboral y la atención al cliente en la institución, no obstante, se identificaron varios factores que requieren mejoras para lograr crear un ambiente laboral más favorable y, al mismo tiempo, brindar una atención al cliente excelente. Estos resultados destacan la importancia de gestionar de manera efectiva el clima laboral y su influencia en la calidad del servicio al cliente en la Sociedad de Beneficencia de Chiclayo.

Al determinar la relación que existe entre atención al cliente y reconocimiento en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Lima, Lima - Perú, año 2022, mediante el uso de la prueba Rho Spearman, se encontró un coeficiente de correlación de 0,58, lo que indica una relación moderada y positiva. Asimismo, al examinar la sexta hipótesis específica, se observó una correlación significativa, dado que el valor de  $p$  fue de 0,000 (valor de significancia), que es inferior a 0,05. En consecuencia, se aceptó la hipótesis alternativa planteada.

Estos resultados se compararon con el hallazgo del autor Flores G. (2018) el objetivo principal para el autor era demostrar la importancia de la satisfacción de los trabajadores dentro de una organización para lograr la satisfacción del cliente externo, los resultados revelaron que el 71.4% de los colaboradores de Plataforma tenía una percepción "favorable" del clima laboral, lo cual se reflejaba en la calidad de la atención brindada a los usuarios del servicio, donde se obtuvo un nivel "medio" (51.1%). Estos hallazgos respaldaron la hipótesis planteada, ya que se demostró una correlación de Pearson de 0.99, indicando una relación directa y altamente significativa entre el clima laboral y la atención al cliente en el área de Plataforma. En este sentido, se considera de vital importancia conocer y satisfacer las necesidades de los colaboradores, ya que la satisfacción del cliente externo es una consecuencia directa de la satisfacción de los empleados. Esto adquiere mayor relevancia en un área como Plataforma, que representa la imagen y la cara visible de la institución, por ello, gestionar adecuadamente el clima laboral se convierte en una estrategia fundamental para garantizar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en el ámbito universitario.

### **Implicancias y limitaciones**

Por las implicancias que tuvo la pandemia, se tuvo que realizar el trabajo de investigación con una metodología virtual, lo cual limitó el número de población y la aplicación de la prueba; puesto que, se tuvo que insistir a los trabajadores para que remitan las respuestas y éstas sean tabuladas a tiempo. Igualmente, una limitación es no encontrar al personal activo e sus redes virtuales ya que él envió se realizó durante su hora laboral para no perjudicar su tiempo libre y debido al poco manejo se obtuvo resultados con largo plazo,

entonces de acuerdo a sus respuestas, no todos los trabajadores se sienten identificados con la empresa, siendo un factor clave a desarrollar a fin de consolidar un adecuado clima laboral,

Para concluir, se señala que existe una relación entre ambas variables, sustentando así la hipótesis inicial, conteniendo una relación fuerte.

## **4.2. Conclusiones**

Se manifiesta que el clima laboral en la empresa call center no es la adecuada siendo la escasa orientación y tipo de servicio brindando al público, quejándose los mismos constantemente de la información incompleta afectando la atención al cliente, para ello se sugiere realizar una mejor selección de cadena de supervisores de cargo donde pueden poner en marcha un plan de formación y entrenamiento para contar con líderes de equipo de trabajo con habilidades necesarias.

Se determino que existe relación entre el clima laboral y la satisfacción del cliente en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, siendo moderada y positiva, por lo que el clima laboral de los trabajadores influye en la satisfacción de cada cliente; para mejorar la problemática se sugiere programar actividades de promoción sobre integración social entre los empleados para que su productividad y ergonomía laboral sea cada vez más eficiente.

El clima laboral en la empresa call center está afectando el posicionamiento de la empresa, debido a la poca atención personal al cliente y los pocos recursos utilizados, ante ello se sugiere realizar un cronograma de capacitaciones mensuales de manera constante a los colaboradores en temas sobre liderazgo, empatía y relaciones personales.

El clima laboral se vio afectada en la comunicación de la empresa Call Center, por lo cual se sugiere realizar reuniones periódicas con todo el personal, para identificar las necesidades, los problemas que se presentan día a día en el trabajo e intercambiar ideas para mejorar los obstáculos en favor de los trabajadores y por ende de la institución.

La atención al cliente está afectando el liderazgo de la empresa Call Center, debido al aumento de autoritarismo generando un desvinculo con los objetivos de la empresa, ante ello se recomienda actualizar los documentos de gestión institucional con la participación de cada responsable de áreas poniendo en evidencia actitudes de liderazgo para una mejor atención hacia el cliente.

La atención al cliente está afectando la motivación de los trabajadores provocando gran malestar en el equipo de trabajo, por ello se recomienda un programa de recompensas donde permita evaluar el mejoramiento y cumplimiento de metas y actividades que motiven el compromiso en la empresa.

La atención del cliente está repercutiendo en el reconocimiento de la empresa Call Center la disminución del rendimiento de los colaboradores afecta la adaptación del puesto de cada uno de ellos, por ello se sugiere elaborar un plan de mejora de atención del cliente con la participación de todos los trabajadores, tomando en cuenta mejorar las condiciones laborales, e incorporar aspectos como liderazgo, estructura, motivación, respeto, innovación y comunicación interna para lograr el reconocimiento merecido.

## REFERENCIAS

- Alarcon, K. (2017). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en Plaza Vea Puente Piedra 2017* (tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.  
Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/12205>
- Bernal, C. (2018). Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 17(2), 233-235. ISSN: 1576-5962. Madrid, España.  
Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=231324550006>
- Buton, D. (2018). *Calidad del servicio y satisfacción de clientes en el supermercado Plaza Vea - Huánuco 2018* (tesis de pregrado). Universidad de Huánuco, Huánuco, Perú.  
Recuperado de <http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/1589>
- Capitán, D. (2018). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de tienda Ripley en plaza sur – Lima, 2017.
- Fonseca, S. (2019). Factores determinantes en la percepción de la imagen y calidad de servicio y sus efectos en la satisfacción del cliente. *Revista de Ciencias Sociales*, 19(2), 255-267. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4382298>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2018). Metodología de la Investigación. (6.º ed.). D.F, México: McGraw-Hill.
- Martínez, E. (2016). *Relación entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente en Sodimac Ate* (tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.  
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/22388>

- Mandomedio, K. (2020). *Mejora de la calidad de servicio para aumentar el nivel de satisfacción de los clientes en un supermercado*. (tesis de pregrado).
- Munayco, F. (2017). El clima laboral y su relación con la satisfacción de clientes de una empresa de servicios de comunicación
- Laos, A. (2018). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. *Compendium Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado, Venezuela, 21(40)*, 1-18. ISSN: 1317-6099. Madrid, España.  
Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88055200020>
- López, citado por Way (2017). Organizational Diagnosis Six Places to Look for Trouble with or without a Theory. *Group & Organizational Studies*
- Ochoa, C. (2018). Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, 17(2)*, 233-235. ISSN: 1576-5962. Madrid, España.  
Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=231324550006>
- Poveda, S. (2022). *Calidad del servicio para alimentar la satisfacción del cliente de la Asociación Share, Sede de Huehuetenango* (tesis de pregrado). Universidad Rafael Landívar, QUETZALTENANGO, Guatemala.  
<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Reyes-Sonia.pdf>
- Ruiz, G. (2021). Clima Laboral en empresas Públicas y Privadas de Asunción.
- Torres, A. (2018). La calidad de servicio relacionada con la satisfacción del cliente en la distribuidora Vega S.A.C., Comas, 2018 (tesis de pregrado). Universidad César

Vallejo, Lima, Perú. Recuperado de

<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/24882>

Toussaint, N. & Meza, P. (2017). Capacitación en personal training y habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en el área de deportes de la tienda Ripley, en la ciudad de Trujillo en el año 2016 (tesis de pregrado). Universidad Privada Antenor Orrego, Lima, Perú. Recuperado de <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/2989>

Vasquez, F; Napan, A y Tejedo, N. (2018). Clima laboral y su relación con la rotación del personal en la empresa de call center teleatento del Perú, Lima.

Zambrano, L., Aguirre, L. & Serrano, M. (2018). Evaluación de la relación entre la calidad del servicio percibida y la satisfacción del cliente en las cadenas de supermercados del CANTÓN SAMBORONDÓN (tesis de postgrado). Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <http://201.159.223.2/handle/123456789/2581>

## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de operacionalización

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADOR	METODOLOGIA
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	INDEPENDIENTE				
<p>Qué relación existe entre clima laboral y la atención al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022</p>	<p>Determinar la relación que existe entre clima laboral y la atención al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022</p>	<p>H1: Existe relación entre el clima laboral y la atención al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022 H0: No existe relación entre el clima laboral y la atención al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022</p>	<p>Clima Laboral</p>	<p>Se refiere a la forma en que los miembros de una organización describen su entorno o ambiente de trabajo, a partir de un conjunto de dimensiones relacionadas con el individuo, el grupo y la propia organización. Martínez, M. J. B. (2016).</p>	<p><b>Liderazgo:</b> Modo en que los miembros de la organización perciben a la dirección y a los líderes, su comportamiento, así como su estilo de relación con el resto de los empleados.</p> <p><b>Motivación:</b> Grado en que los miembros perciben que en la organización se pone énfasis y se motiva el buen desempeño y la producción destacada, generándose implicación y compromiso con la actividad realizada.</p>	<p>Comportamiento</p> <p>Relación</p> <p>Desempeño</p> <p>Compromiso</p>	<p>Será correlacional cuantitativo a través de recolección de datos <b>Técnica:</b> Encuesta <b>Instrumento:</b> Cuestionario <b>Población:</b> Constituida por la totalidad de colaboradores de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022</p>

PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS	DEPENDIEN TE		Reconocimiento: El grado en que los miembros de la organización perciben que reciben un reconocimiento adecuado a su trabajo y su contribución a la organización.	Percepción	Contribución
<p>Qué relación existe entre clima laboral y satisfacción al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022</p> <p>Qué relación existe entre clima laboral y posicionamiento de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022</p> <p>Qué relación existe entre clima laboral y comunicación en una empresa Call Center</p>	<p>Determinar la relación que existe entre clima laboral y satisfacción al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022</p> <p>Determinar la relación que existe entre clima laboral y posicionamiento de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022</p> <p>Determinar la relación que existe entre clima laboral y comunicación en una empresa Call Center ubicada</p>	<p>Existe relación entre clima laboral y satisfacción al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022</p> <p>Existe relación entre clima laboral y posicionamiento de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022</p> <p>Existe relación entre clima laboral y comunicación en una</p>	<p>Atención al cliente</p>	<p>Atención al cliente es aquella actividad laboral enclavada en los servicios postventa de las empresas u organizaciones, que se dedica a recoger y resolver sugerencias, reclamaciones y quejas de aquellas personas que ya son clientes o usuarios. (Ortiz,E. 2013)</p>	<p><b>Satisfacción del cliente:</b> Cuando las empresa quieren dar un paso más en su servicio al cliente, ofreciendo más de lo que se espera, es cuando logramos una satisfacción al cliente.</p>	<p>Servicio al cliente</p>	<p>Ofrecimiento</p>

<p>ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022          Qué relación existe entre atención al cliente y liderazgo en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022          Qué relación existe entre atención al cliente y motivación en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Lima, Lima - Perú, año 2022          Qué relación existe entre atención al cliente y reconocimiento en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Lima, Lima -Perú, año 2022</p>	<p>en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022          Determinar la relación que existe entre atención al cliente y liderazgo en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022          Determinar la relación que existe entre atención al cliente y motivación en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Lima, Lima - Perú, año 2022          Determinar la relación que existe entre atención al cliente y reconocimiento en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Lima, Lima -Perú, año 2022</p>	<p>empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022          Existe relación entre atención al cliente y liderazgo en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima - Perú, año 2022          Existe relación entre atención al cliente y motivación en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Lima, Lima - Perú, año 2022          Existe relación entre atención al cliente y reconocimiento en una empresa Call Center ubicada en el distrito de Lima, Lima -Perú, año 2022</p>			<p><b>Posicionamiento:</b>          Es la percepción mental, recibida por los sentidos, que los clientes o usuarios tienen de una empresa, marca o producto.</p> <p><b>Comunicación:</b> Es un proceso que se transmite uno o varios mensajes, entre emisor y</p>	<p>Empresa</p> <p>Producto</p> <p>Proceso</p>	
---	---	---	--	--	---	---	--

					receptor, a través de canales y es entendido por ambas partes	Canales	
--	--	--	--	--	---	---------	--

## Anexo 2. Cuestionarios

### CUESTIONARIO DE CLIMA LABORAL

Estimado Empleado:

Agradecemos su colaboración por su participación en la investigación de Título: “Clima laboral y la atención al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima – Perú, año 2022”, desarrollando el cuestionario de clima laboral.

SEXO: (F) (M) EDAD: \_\_\_\_\_

Por favor, siga usted las siguientes indicaciones:

- Lea cuidadosamente y de forma clara los enunciados de las preguntas.
- No deje preguntas sin contestar
- Marque con un aspa (X) en solo uno de los cuadros de cada pregunta

1. Nunca 2. Casi nunca 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre

N°	DIMENSIONES / INDICADORES/ ÍTEMS	ESCALA				
		N	CN	AV	CS	S
		1	2	3	4	5
	<b>Liderazgo</b>					
1	Superior inmediato imparte ordenes claras y precisas.					
2	Su superior inmediato presta atención a las ideas y opiniones de su equipo de trabajo.					
3	Su superior inmediato lidera las actividades y realiza la correcta distribución de las mismas.					
4	Su superior inmediato enfrenta un problema, y sabe cómo resolverlos de la mejor forma.					
5	Su superior inmediato conoce como tomar decisiones para el beneficio de la empresa Call Center bajo situaciones difíciles.					
	<b>Motivación</b>					
6	La empresa Call Center, le ofrece el reconocimiento organizacional correspondiente.					

7	La empresa remunera monetariamente conforme a lo establecido por la ley.					
8	La empresa mantiene a su equipo de colaboradores capacitados constantemente.					
9	Tiene acceso al equipo de trabajo necesario para realizar sus actividades diarias.					
10	El clima laboral de la empresa es el adecuado para el desarrollo de sus actividades.					
	<b>Reconocimiento</b>					
11	La empresa realiza actividades para la integración social de sus empleados.					
12	Se encuentra en un buen ambiente de amistad y ayuda entre compañeros.					
13	Si necesita una colaboración laboral por parte de un compañero, sabe que la puede obtener.					
14	Las áreas la empresa tienen una excelente relación laboral.					
15	La empresa reconoce los logros y proyectos concluidos con todo el personal.					

## CUESTIONARIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Estimado Empleado:

Agradecemos su colaboración por su participación en la investigación de Título: “Clima laboral y la atención al cliente de una empresa Call Center ubicada en el distrito de Cercado de Lima, Lima – Perú, año 2022”, desarrollando el cuestionario de clima laboral.

SEXO: (F)    (M)                      EDAD: \_\_\_\_\_

Por favor, siga usted las siguientes indicaciones:

- Lea cuidadosamente y de forma clara los enunciados de las preguntas.
- No deje preguntas sin contestar
- Marque con un aspa (X) en solo uno de los cuadros de cada pregunta

1. Muy insatisfecho 2. Algo insatisfecho 3. Neutral 4. Algo satisfecho 5. Muy satisfecho

N°	DIMENSIONES / INDICADORES/ ÍTEMS	ESCALA				
		MI	AI	N	AS	MS
		1	2	3	4	5
	<b>Satisfacción de cliente</b>					
1	Los servicios de atención de la empresa son suficientes para sus requerimientos.					
2	La infraestructura de la empresa es la adecuada para atender los trámites de los clientes.					
3	La atención que brindan los empleados de la empresa es ágil.					
4	Los documentos que entrega y la información de la empresa Call Center son claros.					
5	Los empleados de la empresa brindan una adecuada asistencia y orientación a los clientes.					
	<b>Posicionamiento</b>					
6	La calidad de atención al cliente es muy buena.					

7	La empresa debe atender de forma inmediata las sugerencias formuladas por el cliente.					
8	La empresa tiene la solvencia económica suficiente para operar.					
9	El servicio de inversiones que promociona la empresa, son seguras.					
10	Brindan una atención personalizada al cliente.					
<b>Comunicación</b>						
11	Existe comunicación entre los diferentes rangos de jerarquía de la empresa.					
12	Los canales de comunicación que tiene la empresa Call Center son efectivos.					
13	La matriz de la empresa tiene una excelente comunicación con los clientes.					
14	La Gerencia de Talento Humano tiene una comunicación de puertas abiertas con los empleados de la empresa.					
15	Los medios tecnológicos de comunicación son los adecuados para la empresa.					

### Anexo 3. Alfa de Cronbach (Prueba piloto 15 colaboradores)

#### Variable. Clima laboral

Trabajadores	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	SUMA
1	2	5	4	3	2	4	3	1	4	4	3	4	3	3	3	48
2	4	4	2	5	3	1	4	1	2	5	4	3	1	1	4	44
3	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	3	1	22
4	2	1	2	2	1	1	2	2	4	1	3	2	5	5	2	35
5	5	3	3	4	5	5	2	5	3	2	4	3	5	4	4	57
6	5	1	4	1	4	1	1	2	2	1	1	2	5	4	2	36
7	1	4	4	4	5	1	2	1	1	1	2	2	4	2	5	39
8	4	4	3	3	2	4	1	5	5	5	2	1	5	5	1	50
9	1	1	1	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	3	1	24
10	2	5	2	4	1	4	3	1	3	5	1	1	5	4	5	46
11	1	1	2	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	3	1	25
12	1	3	5	3	2	3	2	1	2	4	4	5	5	4	4	48
13	5	3	5	1	3	1	1	2	5	3	5	2	5	3	5	49
14	2	3	2	3	3	4	1	2	5	5	5	1	4	3	2	45
15	3	1	3	5	2	5	2	1	1	5	2	5	4	3	2	44
SUMA DE VAR	2.5	2.4	1.5	2.2	1.5	2.3	0.9	1.7	2.2	3.4	1.9	2.1	2.0	1.1	2.5	109.2

Formula:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Alfa de Cronbach

0.78

K

15

$\sum Vi$

30.2

Vt

109.2

Confiabilidad alta

**Variable. Atención al cliente**

TRABAJADORES	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	Suma
1	2	5	4	3	2	4	3	1	4	4	3	4	3	3	3	48
2	4	4	2	5	3	1	4	1	2	5	4	3	1	1	4	44
3	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	3	1	22
4	2	1	2	2	1	1	2	2	4	1	3	2	5	5	2	35
5	5	3	3	4	5	5	2	5	3	2	4	3	5	4	4	57
6	5	1	4	1	4	1	1	2	2	1	1	2	5	4	2	36
7	1	4	4	4	5	1	2	1	1	1	2	2	4	2	5	39
8	4	4	3	3	2	4	1	5	5	5	2	1	5	5	1	50
9	1	1	1	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	3	1	24
10	2	5	2	4	1	4	3	1	3	5	1	1	5	4	5	46
11	1	1	2	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	3	1	25
12	1	3	5	3	2	3	2	1	2	4	4	5	5	4	4	48
13	5	3	5	1	3	1	1	2	3	3	5	2	5	3	5	47
14	2	3	2	3	3	4	1	2	5	5	5	1	4	3	2	45
15	3	1	3	5	2	5	2	1	1	5	2	5	4	3	2	44
SUMA DE VAR	2.5	2.4	1.5	2.2	1.5	2.3	0.9	1.7	1.8	3.4	1.9	2.1	2.0	1.1	2.5	107.1

Formula:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Alfa de Cronbach

0.77

K

15

Confiabilidad alta

Σvi

29.8

VT

107.1

**Anexo 4.**

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DEL CUESTIONARIO:**

**Estimado(a) experto(a):**

Estimado(a) experto(a): Reciba usted mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de un instrumento destinado a evaluar la calidad de servicio interno de una empresa. En ese sentido, solicito pueda evaluar los 30 ítems en 3 criterios: Consistencia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

**I. Datos generales:**

<b>Nombre y Apellido</b>	MAGNOLIA JESUS DUSEK PAZ		
<b>Sexo:</b>	Varón	Mujer	
<b>Años de experiencia profesional: (desde la obtención del título)</b>	15 AÑOS		
<b>Grado académico:</b>	Bachiller	Magister	Doctor
<b>Área de Formación académica</b>	Clínica	Educativa	Social
	Organizacional	Otro:	
<b>Áreas de experiencia profesional</b>	15 años		
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área</b>	2 a 4 años	5 a 10 años	10 años a mas

**I. Breve explicación del constructo**

El concepto de clima laboral hace mención de manera especial a las propiedades motivacionales del ambiente organizacional, se refiere a los aspectos de la organización que llevan a estimular o provocar diferentes tipos de motivaciones en sus integrantes.

El desempeño laboral se da como resultado del comportamiento de los trabajadores en consecuencia de sus actividades asignadas y aportes en función a su cargo que depende de la relación que existe entre el colaborador y la empresa.

## II. Criterios de calificación

### a. Consistencia

Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría para evaluar la calidad de servicio interno de una empresa, se determinará con una calificación que varía de 0 a 3: El ítem “Nada consistente” (puntaje 0), “poco consistente” (puntaje 1), “consistente” (puntaje 2) y “completamente consistente” (puntaje 3).

*Nada consistente   Poco consistente   Consistente   Totalmente consistente*

*0                      1                      2                      3*

### b. Coherencia

El grado en que el ítem guarda relación con la dimensión que está midiendo. Su calificación varía de 0 a 4: El ítem “No es coherente para evaluar la calidad de servicio interno” (puntaje 0), “poco coherente para evaluar la calidad de servicio interno (puntaje 1), “coherente para evaluar la calidad de servicio interno” (puntaje 2) y es “totalmente coherente para evaluar la calidad de servicio interno (puntaje 3).

*Nada coherente   Poco coherente   Coherente   Totalmente coherente*

*0                      1                      2                      3*

### c. Claridad

El grado en que el ítem es entendible, claro y comprensible en una escala que varía de “Nada Claro” (0 punto), “medianamente claro” (puntaje 1), “claro” (puntaje 2), “totalmente claro” (puntaje 3).

*Nada claro              Poco claro              Claro              Totalmente claro*

*0                      1                      2                      3*

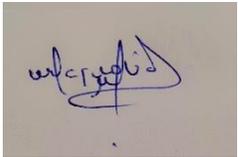
ITEMS		Consistencia	Coherencia	Calidad	Sugerencias
<b>Liderazgo:</b>					
o	Ítems				
	Considera usted que su superior inmediato imparte ordenes claras				
	Considera usted que su superior inmediato presta atención a las ideas y opiniones de su equipo de trabajo				
	Considera usted que su superior inmediato lidera las actividades y realiza la correcta distribución de las mismas				
	Usted considera que su superior inmediato enfrenta un problema, y sabe cómo resolverlos de la mejor forma				
	Considera usted que su superior inmediato conoce como tomar decisiones para el beneficio de la empresa Call Center bajo situaciones difíciles				
<b>Motivación:</b>					
o	Ítems				
	Usted considera que la empresa Call Center, le ofrece el reconocimiento organizacional correspondiente				

	Considera usted que la empresa me remunera monetariamente conforme a lo establecido por la ley																		
	Usted considera que la empresa mantiene a su equipo de colaboradores capacitados constantemente																		
	Considera usted que tiene acceso al equipo de trabajo necesario para realizar sus actividades diarias																		
0	Usted considera que el clima laboral de la empresa es el adecuado para el desarrollo de sus actividades																		
<b>Reconocimiento:</b>																			
o	Ítems																		
1	Usted considera que la empresa realiza actividades para la integración social de sus empleados																		
2	Considera usted que se encuentra en un buen ambiente de amistad y ayuda entre compañeros																		
3	Usted considera que, si necesita una colaboración laboral por parte de un compañero, sabe que la puede obtener																		
4	Considera usted que las áreas la empresa tienen una excelente relación laboral																		





4	Usted considera que la Gerencia de Talento Humano tiene una comunicación de puertas abiertas con los empleados de la empresa																			
5	Considera usted que los medios tecnológicos de comunicación son los adecuados para la empresa																			

<b>CALIFICACIÓN GLOBAL</b>	
Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.	
VALIDEZ: 90	
FECHA: 16 /02/2023	<b>FIRMA DEL VALIDADOR</b>  VALIDADOR:  DNI: 06782959

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DEL CUESTIONARIO:**

**Estimado(a) experto(a):**

Estimado(a) experto(a): Reciba usted mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de un instrumento destinado a evaluar la calidad de servicio interno de una empresa. En ese sentido, solicito pueda evaluar los 30 ítems en 3 criterios: Consistencia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

**II. Datos generales:**

<b>Nombre y Apellido</b>			
<b>Sexo:</b>	Varón	Mujer	
<b>Años de experiencia profesional: (desde la obtención del título)</b>			
<b>Grado académico:</b>	Bachiller	Magister	Doctor
<b>Área de Formación académica</b>	Clínica	Educativa	Social
	Organizacional	Otro:	
<b>Áreas de experiencia profesional</b>	15 años		
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área</b>	2 a 4 años	5 a 10 años	10 años a mas

**III. Breve explicación del constructo**

El concepto de clima laboral hace mención de manera especial a las propiedades motivacionales del ambiente organizacional, se refiere a los aspectos de la organización que llevan a estimular o provocar diferentes tipos de motivaciones en sus integrantes.

El desempeño laboral se da como resultado del comportamiento de los trabajadores en consecuencia de sus actividades asignadas y aportes en función a su cargo que depende de la relación que existe entre el colaborador y la empresa.

#### **IV. Criterios de calificación**

##### **d. Consistencia**

Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría para evaluar la calidad de servicio interno de una empresa, se determinará con una calificación que varía de 0 a 3: El ítem “Nada consistente” (puntaje 0), “poco consistente” (puntaje 1), “consistente” (puntaje 2) y “completamente consistente” (puntaje 3).

*Nada consistente   Poco consistente   Consistente   Totalmente consistente*

*0                      1                      2                      3*

##### **e. Coherencia**

El grado en que el ítem guarda relación con la dimensión que está midiendo. Su calificación varía de 0 a 4: El ítem “No es coherente para evaluar la calidad de servicio interno” (puntaje 0), “poco coherente para evaluar la calidad de servicio interno (puntaje 1), “coherente para evaluar la calidad de servicio interno” (puntaje 2) y es “totalmente coherente para evaluar la calidad de servicio interno (puntaje 3).

*Nada coherente   Poco coherente   Coherente   Totalmente coherente*

*0                      1                      2                      3*

##### **f. Claridad**

El grado en que el ítem es entendible, claro y comprensible en una escala que varía de “Nada Claro” (0 punto), “medianamente claro” (puntaje 1), “claro” (puntaje 2), “totalmente claro” (puntaje 3).

*Nada claro              Poco claro              Claro              Totalmente claro*

*0                      1                      2                      3*

ITEMS		Consistencia	Coherencia	Calidad	Sugerencias
<b>Liderazgo:</b>					
o	Ítems				
	Considera usted que su superior inmediato imparte ordenes claras				
	Considera usted que su superior inmediato presta atención a las ideas y opiniones de su equipo de trabajo				
	Considera usted que su superior inmediato lidera las actividades y realiza la correcta distribución de las mismas				
	Considera que su superior inmediato enfrenta un problema, y sabe cómo resolverlos de la mejor forma				
	Considera usted que su superior inmediato sabe tomar decisiones, en situaciones difíciles y lograr el beneficio de la empresa				
<b>Motivación:</b>					
o	Ítems				

	Usted considera que la empresa Call Center, le ofrece el reconocimiento organizacional correspondiente																		
	Considera usted que la empresa remunera monetariamente conforme a lo establecido por la ley																		
	Usted considera que la empresa mantiene a su equipo de colaboradores capacitados constantemente																		
	Considera usted que tiene acceso al equipo de trabajo necesario para realizar sus actividades diarias																		
0	Usted considera que el clima laboral de la empresa es el adecuado para el desarrollo de sus actividades																		
<b>Reconocimiento:</b>																			
o	Ítems																		
1	Considera que la empresa realiza actividades para la integración social de sus empleados																		
2	Considera usted que se encuentra en un buen ambiente de amistad y ayuda entre compañeros																		
3	Considera que, si necesita una colaboración laboral por parte de un compañero puede obtener ayuda																		





3	Considera Usted que la matriz de la empresa tiene una excelente comunicación con los clientes																			
4	Usted considera que la Gerencia de Talento Humano tiene una comunicación de puertas abiertas con los empleados de la empresa																			
5	Considera usted que los medios tecnológicos de comunicación son los adecuados para la empresa																			

<b>CALIFICACIÓN GLOBAL</b>	
Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.	
VALIDEZ:	
FECHA: 16/02/2022	<b>FIRMA DEL VALIDADOR</b> VALIDADOR: ESTHER SILLO QUISPE DNI: 45631369