

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**



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

**TESIS**

**CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU IMPACTO EN LA CALIDAD DE  
SERVICIO DE LA CAJA SULLANA, TIENDA BARRANCA. AÑO 2017**

**PRESENTADO POR:**

**Yan Miller Hidalgo Santillán**

**PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**ASESOR:**

**Dra. Lita Román Bustinza**

**HUACHO – 2018**

**CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU IMPACTO EN LA CALIDAD DE  
SERVICIO EN LA CAJA SULLANA, TIENDA BARRANCA. AÑO 2017**

**Yan Miller Hidalgo Santillán**

**TESIS DE LICENCIATURA**

**ASESOR: Lita Román Bustinza**

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**HUACHO**

**2018**

---

**Dra. Lita Román Bustinza**  
**ASESOR**

---

**Dra. Flor de María Garivay Torres**  
**PRESIDENTE**

---

**Mg. Elvis Richar Sánchez García**  
**SECRETARIO**

---

**Mg. Jesús Coronado Espinoza**  
**VOCAL**





**DEDICATORIA:**

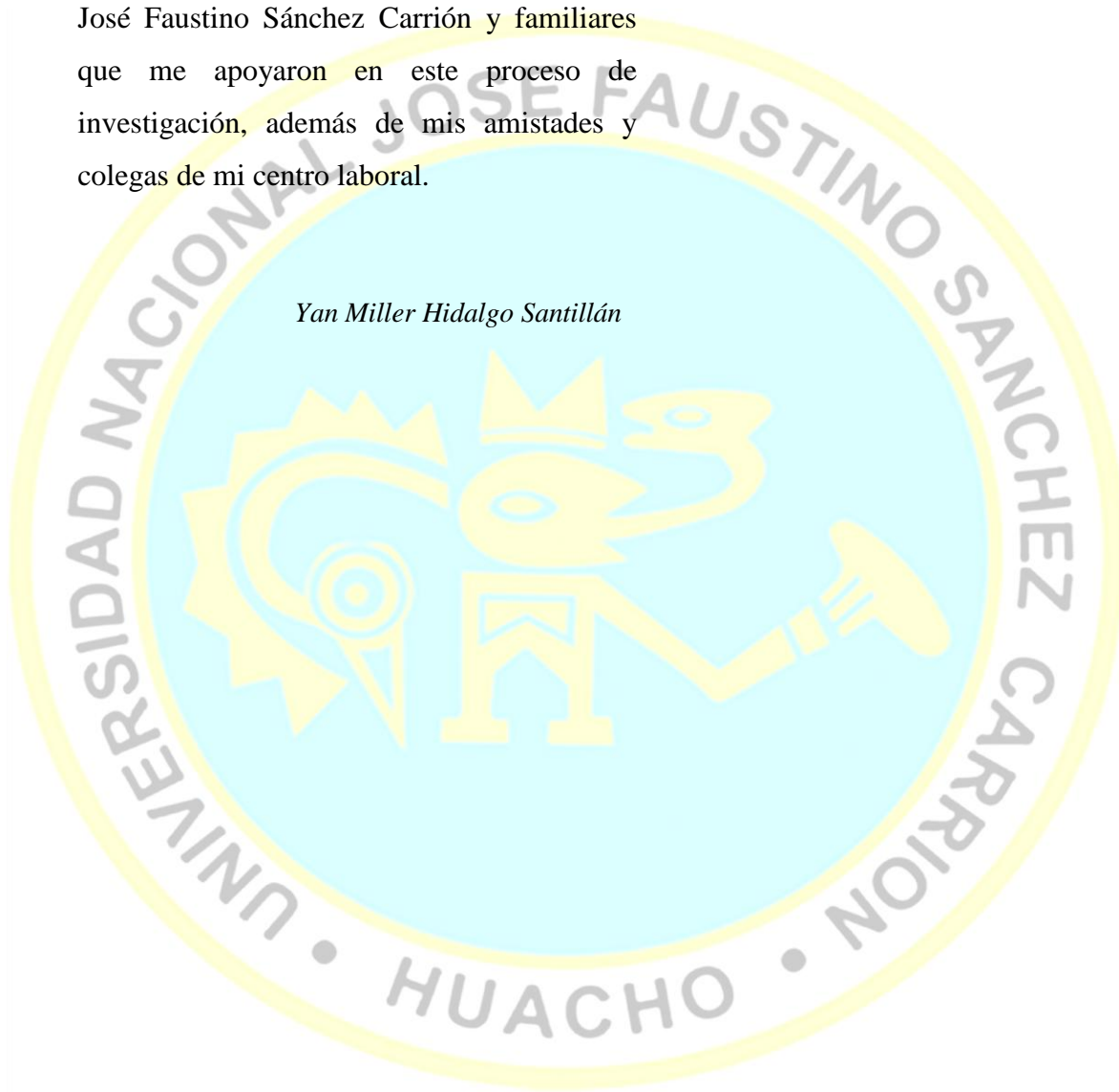
A mis padres quienes con esfuerzo y dedicación se esmeraron para hacer de mi un hombre de bien para esta sociedad.

*Yan Miller Hidalgo Santillán*

## **AGRADECIMIENTOS:**

Agradezco a los docentes de mi alma mater José Faustino Sánchez Carrión y familiares que me apoyaron en este proceso de investigación, además de mis amistades y colegas de mi centro laboral.

*Yan Miller Hidalgo Santillán*



# ÍNDICE

Portada

Título

Firma de Jurado

DEDICATORIA:.....	i
AGRADECIMIENTOS:.....	ii
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
INTRODUCCIÓN.....	vii
CAPITULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	1
1.2. Formulación del problema.....	3
1.2.1. Problema general.....	3
1.2.2. Problema específico.....	3
1.3. Objetivos de la investigación.....	3
1.3.1. Objetivo general.....	3
1.3.2. Objetivo específico.....	3
1.4. Justificación de la investigación.....	4
2. MARCO TEÓRICO.....	5
2.1. Antecedentes de la investigación.....	5
2.2. Bases teóricas.....	11
2.2.1. Clima Organizacional.....	11
2.2.2. Dimensiones del clima organizacional.....	13
2.2.3. Calidad de Servicio.....	13
2.3. Definiciones conceptuales.....	16
2.4. Formulación de hipótesis.....	20
2.4.1. Hipótesis general.....	20
2.4.2. Hipótesis específicas.....	20
3. METODOLOGÍA.....	21
3.1. Diseño metodológico.....	21
3.1.1. Tipo.....	21

3.1.2.	Enfoque .....	22
3.2.	Población y muestra .....	22
3.2.1	Población.....	22
3.2.2.	Muestra .....	22
3.3.	Operacionalización de variables e indicadores .....	23
3.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	25
3.4.1.	Técnicas a emplear .....	25
3.4.2.	Descripción de instrumentos.....	25
3.5.	Técnicas para el procesamiento de la información.....	26
3.5.1	Confiabilidad del instrumento .....	26
4.	RESULTADOS.....	28
4.1.	Resultados.....	28
4.1.1	Resultados de la variable Clima Organizacional.....	28
4.2.	Contrastación de Hipótesis.....	39
5.	DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	43
5.1	Discusión.....	43
5.2	Conclusiones .....	44
5.3	Recomendaciones .....	45
6	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	46
6.1	Fuentes bibliográficas.....	46
6.2	Fuentes hemerográficas.....	46
6.3	Fuentes documentales .....	47
6.4	Fuentes electrónicas.....	47
ANEXOS	.....	48

## RESUMEN

La presente investigación titulada Clima Organizacional y su impacto en la Calidad de Servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca. Año 2017, estuvo orientado a demostrar la influencia del clima organizacional en la calidad de servicio de la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.

El diseño de investigación utilizado fue de tipo no experimental correspondiente a un estudio transeccional correlacional, de un enfoque cuantitativo de investigación, la muestra de estudio estuvo conformada por 43 colaboradores a quienes se aplicaron los instrumentos de cuestionario para medir las variables de estudio respectivamente.

Los resultados fueron analizados mediante el estadístico Rho Spearman, y se obtuvo un grado de significancia de 0.000, estableciendo que el Clima organizacional influye significativamente en la Calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.

Palabra clave: Clima organizacional, Calidad de servicio, clientes, colaboradores



## ABSTRACT

The present research entitled Organizational Climate and its impact on the Quality of Service in the Sullana Box, Barranca Store. Year 2017, was aimed at demonstrating the influence of the organizational climate on the service quality of service quality in the Box Sullana, Barranca Store, Year 2017.

The research design used was of a non-experimental type corresponding to a transectional correlational study, of a quantitative research approach, the study sample consisted of 43 collaborators to whom the questionnaire instruments were applied to measure the study variables, respectively.

The results were analyzed by the statistician Rho Spearman, and a degree of significance of 0.000 was obtained, establishing that the organizational climate significantly influences the quality of service in the Box Sullana, Barranca Store, Year 2017.

Keywords: Organizational climate, Quality of service, clients, collaborators

## INTRODUCCIÓN

Actualmente existen diversas entidades financieras quienes se encuentran inmersas en la competitividad dentro del mercado financiero, para obtener la mayor captación de clientes y lograr fidelizarlo. Instituciones que ofertan productos de Ahorros y Créditos, con variedad de tasas pasivas y activas, respetivamente, y que están en constante cambio y evolución tanto de sus productos como en sus estrategias para incrementar la rentabilidad de su negocio. La Caja Sullana es una institución financiera con 30 años de actividad comercial con 75 puntos de atención distribuidos a lo largo de las principales provincias de la costa peruana. Dicha institución ofrece productos en Ahorros y Créditos, así como también servicios financieros complementarios. La Tienda es una institución financiera líder en el mercado de Barranca, es de suma importancia entregar a sus clientes un servicio de calidad, además de procesos eficaces y eficientes; pero en la práctica existe descontentos por parte de los clientes, ya que expresan quejas constantes acerca de la atención brindada en especial en áreas de ventanilla, lo que viene generando deserción por parte del cliente el cuál opta por solicitar los servicios financieros de la competencia, o en su defecto quienes aún permanecen en la Caja Sullana lo hacen por una necesidad mas no por una elección convencida, lo que dificulta el poder fidelizarlo con la empresa ante el sentimiento de insatisfacción que se genera en él.

Dentro de este trabajo de investigación realizada podremos encontrar en el capítulo I, sobre la razón primordial por la que se decide investigar las influencia de las variables a través del planteamiento del problema; en el capítulo II se cimienta las bases teóricas el cual dan origen al conocimiento de antecedentes tantos nacionales como internacionales, además de la construcción del marco teórico con base en autores e investigaciones reconocidas, en el capítulo IV se mostrará los resultados obtenidos a través de los estadísticos correspondientes para demostrar la correlación que existe entre las variables y la aceptación de la hipótesis alterna; en el capítulo V explicaremos a lo que el investigador concluye como resultado de su análisis y de las discusiones con teorías o investigaciones que fueron analizadas con antelación, para proceder a su posterior recomendación.

# **CAPITULO I**

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1. Descripción de la realidad problemática**

Caja Sullana Tienda Barranca se constituyó el 20 de enero del 1999. Actualmente está ubicado en Jr. Arequipa n°142-146, local donde se inició, cuenta con 43 colaboradores entre los cuales se encuentran ejecutivos de venta, asesores de negocios, recibidores pagadores, gestor de cobranzas, supervisor de operaciones, plataforma de atención y gerente de tienda. Caja Sullana es una empresa financiera líder dentro del mercado local con oferta de productos financieros tales como, créditos, cuentas de ahorro, seguros optativos de indemnización y otros servicios como cambio de moneda, pagos de servicios, recargas y SOAT. Tienen como misión trabajar para brindar soluciones financieras a las empresas y familias peruanas de una forma simple, oportuna y personalizada, su visión se enfatiza en el respaldo financiero de las grandes mayorías. A nivel institucional la empresa no plasma o enfatiza la práctica de calidad de servicio como objetivo primordial, muy por el contrario, este solo se enfoca netamente en soluciones financieras como se expresan dentro de su misión y visión. La empresa como tal no genera fidelización de sus colaboradores, ellos solo son tomados como un simple medio para obtener mayor colocación de créditos por lo que se genera la falta de compromiso de colaboradores, la deserción de ellos, no realiza sistemas que busquen la interacción o compañerismo para el logro de trabajo en equipo, por lo que los colaboradores realizan sus trabajos de forma independiente; lo que en líneas generales

no cuenta con un adecuado clima organizacional lo que se refleja en el fastidio, mal humor de los colaboradores que terminan desquitándose con los clientes, peor aún al ser una empresa líder no porque brinde servicios de calidad sino porque da facilidades de crédito haciendo que los clientes que permanezcan en sus carteras no es porque se encuentren satisfechos sino porque no les queda otra opción, lo que hace que la empresa sienta en poder sobre el cliente. Existe además continuos conflictos entre las áreas operativas internas por la falta de comunicación entre ellas, los colaboradores deben lidiar con los cambios intempestivos de las directrices que envían de la central. En la caja se registran constantes reclamos por parte de los clientes los cuales no vienen siendo atendidos, mucho menos se realizan encuestas periódicas al cliente para verificar si ellos están satisfechos o insatisfechos, ya que la empresa solo se interesa por obtener mayor colocación de créditos presionando a sus colaboradores a ello más que a dar una atención de calidad.

De continuar con estas incidencias y problemáticas el crecimiento de la cartera de clientes disminuirá, ya que cada vez mas aparecen nuevas cajas con mejor oferta y mejor calidad de servicio por lo que los clientes desertaran, generando como consecuencia el perder el liderazgo local como entidad de ahorro y crédito, además del prestigio institucional.

Se requiere cambiar el enfoque institucional, crear un planeamiento estratégico que no solo este ligado a lo financiero sino a la calidad de servicio, además de buscar fidelizar al colaborador, crearle un clima organizacional adecuado, fomentar los trabajos en equipo, que el colaborador se comprometa a brindar una atención adecuada al cliente, se requiere programar sistemas formativos a través de charlas, dinámicas, programas de motivación, para que así ellos puedan brindar servicios de calidad como consecuencia de la influencia por un buen clima organizacional basándose en nuevos enfoques administrativos modernos.

Se debe simplificar también los procesos para el otorgamiento de productos y servicios lo que hará que faciliten el trabajo de los colaboradores.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿De qué manera influye el clima organizacional con la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017?

### **1.2.2. Problema específico**

- A. ¿De qué forma el sistema individual repercute en la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017?
- B. ¿En qué manera el sistema interpersonal influye sobre la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017?
- C. ¿Cómo incide el sistema organizacional en la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017?

## **1.3. Objetivos de la investigación**

### **1.3.1. Objetivo general**

Demostrar la influencia del clima organizacional en la calidad de servicio de la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.

### **1.3.2. Objetivo específico**

- A. Determinar la repercusión del sistema individual en la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.
- B. Resolver la influencia del sistema interpersonal sobre la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.
- C. Analizar la incidencia del sistema organizacional sobre la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.

#### **1.4. Justificación de la investigación**

La justificación se basa en la necesidad de tener conocimiento de las bases teóricas que describen la influencia generada entre las dos variables consideradas en esta investigación, como lo son el clima organizacional con la calidad de servicio que se viene ejecutando en la Caja Sullana en atención especial al de la Tienda Barranca, ya que se requiere contar con un personal satisfecho con su centro de trabajo el cual es generado con un adecuado clima organizacional dentro de su empresa y así este pueda ejecutar sus labores de atención al cliente con un pertinente servicio de calidad, para lograr fidelizar a sus clientes y estos se encuentren satisfechos con el servicio recibido. El clima organizacional aportará en lo esperado dentro de la calidad total el cuál toda empresa espera alcanzar en la búsqueda de su mejora continua, siendo este además una estrategia importante a aplicar y que ayudará al cumplimiento de objetivos organizacionales.

Con el presente trabajo se persigue las recomendaciones viables y la metodología adecuada que permita calcular la influencia existente entre ambas variables ya antes mencionadas el cuál es materia de investigación.

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2. MARCO TEÓRICO

##### 2.1. Antecedentes de la investigación

###### **Internacionales.**

Evia, I (2011) en la tesis titulada *“Influencia del Clima Organizacional en el Servicio al Cliente. Caso: Empresa Pasticel de la Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca”*. Para optar el título de Licenciado en Ciencias Empresariales en la Universidad Tecnológica de la Mixteca, que manifiesta como objetivo general el analizar la influencia del clima organizacional en el servicio al cliente de la empresa Pasticel, en la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca. La población materia de estudio es de 22 colaboradores que laboran en la empresa, y 137 clientes (De acuerdo a la fórmula  $n=pqZ^2/E^2$ ) a encuestar. Como técnica de investigación se utilizó la encuesta a los colaboradores y se usó como instrumentos, el cuestionario con el escalonamiento de Likert, la entrevista y la observación. Siendo sus conclusiones: a) Existe una relación entre el clima organizacional y el servicio al cliente, sin embargo, se desconoce la dirección de la misma, para lo cual se requiere de análisis más profundos. b) Es importante mencionar que existen factores ajenos a la empresa pero que influyen directamente en el servicio al cliente y en el clima organizacional, como: la estabilidad o inestabilidad emocional, la situación familiar o económica del empleado, el monto de las propinas, entre otros. c) El crecimiento de la empresa ha sobrepasado la capacidad del director, por tal motivo, se recomienda la contratación de un administrador que apoye en la implementación de las acciones recomendadas

contribuyendo con esto al logro de los objetivos de la empresa. Así como también debe incluir en su plantilla laboral dos auxiliares de cocina para mejorar la rapidez en la preparación de los alimentos, debido a que este factor fue evaluado por los clientes como deficientemente.

Reyes, S. (2014) en la tesis titulada “*Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la Asociación Share, sede Huehuetenango*”, para optar el Título de Administradora de Empresas en grado académico de Licenciada en la Universidad Rafael Landívar, que manifiesta como objetivo general el verificar si la calidad del servicio aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango. La población materia de estudio es de 11 colaboradores y 1 coordinador, y de 100 clientes (Para los clientes se determinó de acuerdo a la fórmula según Del Cid, Méndez y Sandoval). Como técnica de investigación se utilizaron encuestas y entrevista, el procedimiento y diseño el cual fue una investigación experimental. Siendo sus conclusiones: a) Es evidente que la satisfacción de la calidad del servicio es aceptable en los aspectos de: Instalaciones 79%, limpieza general 75%, capacitación del personal 68%, e información adecuada 60%., mientras que hay insatisfacción en parqueo con el 77%. Como resultado de la capacitación de calidad del servicio aplicada, la satisfacción del cliente fue calificada como muy satisfactoria específicamente en información con el 63%, parqueo con 68%, instalaciones con 78%, la limpieza general fue calificada como satisfactoria con 71%, y capacitación del personal con 59%, ciertos aspectos disminuyeron ya que no fueron los mismos sujetos encuestados después del experimento, para verificar con mayor certeza la aplicación del mismo. b) De acuerdo con los resultados se comprueba la hipótesis operativa, la cual afirma que: La calidad del servicio sí aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango, lo cual ayuda al crecimiento integral de la misma, ya que genera que el colaborador esté atento y brinde un servicio excepcional para que el cliente quede satisfecho. c) Se estableció que el 73% indica que la asociación SHARE capacita a su personal a cada 6 meses en otros temas que no son relacionados a la calidad del servicio. Sin embargo, se observa claramente que después



de la capacitación de calidad del servicio el 64% indica que han recibido este tipo de capacitación, la cual les ha orientado a brindar calidad del servicio adecuadamente, manteniendo su postura que reciben capacitaciones a cada 6 meses y relacionadas a otros temas. d) La asociación SHARE para garantizar un servicio de calidad hacia sus clientes visualiza como características una buena atención, amabilidad, calidez, lo cual le ha permitido mantener una satisfacción del cliente aceptable. 118 e) Los clientes externos perciben la calidad del servicio como aceptable en un 72%, sin embargo cuando se aplicó la capacitación de calidad del servicio a los colaboradores, aumentó a un 95%, debido a que fueron tomadas y ejecutadas las sugerencias por el coordinador y sus colaboradores para garantizar la calidad del servicio. En el caso de los clientes internos el 100% manifiesta que la calidad percibida por los clientes es la adecuada ya que se les atiende de manera amable. Se observa claramente que después de la capacitación de calidad del servicio se mantiene la misma tendencia de percepción, manifestando que están aplicando lo aprendido en la capacitación. f) Se pudo determinar que el nivel de satisfacción de los clientes en relación a la calidad del servicio el 72% indicó que la califica como buena. Mencionando que la asociación SHARE realiza la medición de satisfacción del cliente a través de una firma a cada 6 meses por el alto costo que implica dicha contratación quien utiliza boletas de servicio para los clientes internos y externos específicamente. Como puede observarse después de la implementación de la capacitación de calidad del servicio el 95% está satisfecho con la calidad del servicio que recibe. g) Se determinó que la asociación SHARE invierte para retener a sus clientes y así mantenerlos satisfechos y contentos; utiliza ciertos recursos tales como contratación de personas para brindar asesorías a sus clientes, reconocimientos por cumpleaños, realizan descuentos y dan oportunidad de ampliación de créditos, los cuales son adecuados ya que han ayudado de cierta manera a que sus clientes sean fieles a la asociación. h) La asociación SHARE para fortalecer la cultura de servicio utiliza el intercambio de opiniones y experiencias entre su personal, logrando con ello la satisfacción del cliente de los servicios ofrecidos.

## Nacionales

Roldan L, Balbuena J, Muñoz Y. (2010) en su tesis *“Calidad de servicio y lealtad de compra del consumidor en supermercados limeños”*. Para la obtención del grado de magister en la Pontificia Universidad Católica del Perú; refiere como objetivo general medir el grado de asociación entre la calidad de servicio percibida por los consumidores y su lealtad de compra en supermercados de Lima. Se utilizó el método de encuestas para obtener a la información a través de un cuestionario estructurado y validado. La población estuvo constituida por todos los usuarios que realizaron compras, al menos una vez en el mes anterior, en los supermercados de Lima Metropolitana, lo que buscaba reducir las opiniones sesgadas, que pudieran tener clientes ocasionales de dichos supermercados, sobre la calidad de servicio o lealtad. El estudio demostró que hay una fuerte asociación entre la calidad de servicio percibida por el cliente y su lealtad de compra, lo cual no se pudo demostrar a nivel de cada supermercado limeño, debido a que las características de la muestra no permitieron realizar algún tipo de análisis comparativo. El estudio permitió concluir que la calidad de servicio tiene mayor asociación con la lealtad como intención de comportamiento, frente a la lealtad como comportamiento efectivo (p. 123)

Quispe, E. (2015) en la tesis titulada *“Clima Organizacional y Desempeño Laboral en la Municipalidad Distrital de Pacucha, Andahuaylas, 2015”*. para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Nacional José María Arguedas, que manifiesta de como objetivo general el determinar la relación entre el clima organizacional y desempeño laboral en la Municipalidad Distrital de Pacucha, Andahuaylas 2015. La población materia de estudio es del total de trabajadores de dicho municipio, los cuales son 64 trabajadores. Como técnica de investigación se utilizó la encuesta a los empleados y se usó como instrumento, el cuestionario estructurado. Dando como resultado: 1) Con relación al primer objetivo específico: Determinar la relación entre la dimensión comunicación interpersonal y productividad laboral de la Municipalidad Distrital de Pacucha, Andahuaylas. En la tabla 13 la evidencia estadística de correlación es de 0.520, donde demuestra que existe una relación directa; positiva moderada; es decir que a medida que se incrementa la relación

en un mismo sentido, crece para ambas variables. Asimismo, la significatividad, es alta porque la evidencia estadística demuestra que los resultados presentan un menor a 0.01. Entonces no existe suficiente evidencia estadística para rechazar la relación, porque la p-valor  $<0.05$ .

2) Con relación al segundo objetivo específico: Determinar la relación entre la dimensión autonomía para la toma de decisiones y productividad laboral de la Municipalidad Distrital de Pacucha, En la tabla 14 la evidencia estadística de correlación es de 0.663, donde se demuestra que existe una relación directa; positiva moderada; es decir que a medida que se incrementa la relación en un mismo sentido, crece para ambas variables. Asimismo, la significatividad, es alta porque la evidencia estadística demuestra que los resultados presentan un menor a 0.01. Entonces no existe suficiente evidencia estadística para rechazar la relación, porque la p-valor  $<0.05$ .

3) Con relación al tercer objetivo específico: Determinar la relación entre la dimensión motivación laboral y productividad laboral de la Municipalidad Distrital de Pacucha. En la tabla 15 la evidencia estadística de correlación es de 0.183, donde se demuestra que existe una relación directa; positiva muy débil; es decir que a medida que se incrementa la relación en un mismo sentido, crece para ambas variables. Asimismo, la significatividad, es muy baja porque la evidencia estadística demuestra que los resultados presentan un mayor a 0.01. Entonces existe suficiente evidencia estadística para rechazar la relación, porque la p-valor  $>0.05$ .

4) Con relación al cuarto objetivo específico: Determinar la relación entre la dimensión comunicación interpersonal eficacia de la Municipalidad Distrital de Pacucha, En la tabla 16 la evidencia estadística de correlación es de 0.425, donde demuestra que existe una relación directa; positiva débil; es decir que a medida que se incrementa la relación en un mismo sentido, crece para ambas variables. Asimismo, la significatividad, es alta porque la evidencia estadística demuestra que los resultados presentan un menor a 0.01. Entonces no existe suficiente evidencia estadística para rechazar la relación, porque la p-valor  $<0.05$ .

5) Con relación al quinto objetivo específico: Determinar la relación entre la dimensión autonomía para la toma de decisiones y eficacia de la Municipalidad Distrital de Pacucha. En la tabla 17 la evidencia estadística de correlación es de 0.597, donde demuestra que existe una relación directa; positiva moderada; es decir que a medida que se incrementa la relación en un mismo sentido, crece para ambas variables.

Asimismo, la significatividad, es alta porque la evidencia estadística demuestra que los resultados presentan un menor a 0.01. Entonces no existe suficiente evidencia estadística para rechazar la relación, porque la  $p$ -valor  $<0.05$ . 6) Con relación al sexto objetivo específico: Determinar la relación entre la dimensión motivación laboral y eficacia de la Municipalidad Distrital de Pacucha. En la tabla 18 la evidencia estadística de correlación es de 0.276, donde demuestra que existe una relación directa; positiva muy débil; es decir que a medida que se incrementa la relación en un mismo sentido, crece para ambas variables. Asimismo, la significatividad, es baja porque la evidencia estadística demuestra que los resultados presentan un mayor a 0.01. Entonces existe suficiente evidencia estadística para rechazar la relación, porque la  $p$ -valor  $>0.05$ . 7) Con relación al séptimo objetivo específico: Determinar la relación entre la dimensión comunicación interpersonal y eficiencia laboral de la Municipalidad Distrital de Pacucha. En la tabla 19 la evidencia estadística de correlación es de 0.553, donde demuestra que existe una relación directa; positiva moderada; es decir que a medida que se incrementa la relación en un mismo sentido, crece para ambas variables. Asimismo, La significatividad, es alta porque la evidencia estadística demuestra que los resultados presentan un menor a 0.01. Entonces no existe suficiente evidencia estadística para rechazar la relación, porque la  $p$ -valor  $<0.05$ . 8) Con relación al octavo objetivo específico: Determinar la relación entre la dimensión autonomía para la toma de decisiones y eficiencia laboral de la Municipalidad Distrital de Pacucha. En la tabla 20 la evidencia estadística de correlación es de 0.571, donde demuestra que existe una relación directa; positiva moderada; es 92 decir que a medida que se incrementa la relación en un mismo sentido, crece para ambas variables. Asimismo, la significatividad, es alta porque la evidencia estadística demuestra que los resultados presentan un menor a 0.01. Entonces no existe suficiente evidencia estadística para rechazar la relación, porque la  $p$ -valor  $<0.05$ . 9) Con relación al noveno objetivo específico: Determinar la relación entre la dimensión motivación laboral y eficiencia laboral de la Municipalidad Distrital de Pacucha. En la tabla 21 la evidencia estadística de correlación es de 0.362, donde demuestra que existe una relación directa; positiva débil; es decir que a medida que se incrementa la relación en un mismo sentido, crece para ambas variables. Asimismo, la significatividad, es alta porque la evidencia

estadística demuestra que los resultados presentan un menor a 0.01. Entonces no existe suficiente evidencia estadística para rechazar la relación, porque la p-valor  $<0.05$ . 10) Finalmente, con relación al objetivo general: Determinar la relación entre clima organizacional y desempeño laboral, En la tabla 12 la evidencia estadística de correlación es de 0.743, donde demuestra que existe una relación directa; positiva moderada; es decir que a medida que se incrementa la relación en un mismo sentido, crece para ambas variables. Asimismo, La significatividad, es alta porque la evidencia estadística demuestra que los resultados presentan un menor a 0.01. Entonces no existe suficiente evidencia estadística para rechazar la relación, porque la p-valor  $<0.05$ .

## **2.2. Bases teóricas.**

### **2.2.1 Clima Organizacional**

“El clima organizacional es el conjunto de atributos percibidos de una organización que determinan el comportamiento de los trabajadores y que puedan ser inducidos de forma que las organizaciones sean acordes con sus miembros o el entorno” (Uribe, J.,2015, p. 64)

“Conjunto de percepciones, influidas por factores internos y externos, de los miembros de la organización en cuanto a cómo se desempeñan las acciones dentro del sistema organizado para dar respuesta a los objetivos planteados para la institución” (Segredo A, 2013, p. 15)

“Clima organizacional se refiere a la interacción entre individuos que perciben e interpretan las realidades organizacionales y que, a partir de su interacción social desarrollan formas similares de percibir o interpretar” (Chiang, M., Martín, M. y Núñez, A., 2010, p. 42).

“El clima organizacional es el resultado de la forma como las personas establecen procesos de interacción social” (Méndez, C, 2006, p.30)

“Clima organizacional son las perspectivas que los trabajadores desarrollan durante la convivencia con otros trabajadores que están dentro de una misma empresa”

Méndez, C (2006) sostiene que:

Ambiente propio de una organización producido y percibido por el individuo de acuerdo con las condiciones que encuentra en su proceso de interacción social y en la estructura organizativa, el cual se expresa por variables que orientan su creencia, percepción, grado de participación y actitud (p. 35)

“El ambiente de trabajo percibido por los miembros de la organización y que incluye estructura, estilo de liderazgo, comunicación, motivación y recompensas, todo ello ejerce influencia directa en el comportamiento y desempeño de los individuos” (Sandoval, M., 2004, p. 84)

“Cuando dos o más personas se juntan para realizar cualquier trabajo, la involucración afectiva es una condición esencial para que se consigan los objetivos comunes” (Alves J, 2003, p. 124)

“Clima es el conjunto de percepciones que tienen sobre la organización los empleados de la misma considerados como un todo” (Salgado J, Remeseiro C e Iglesias M. 1996, p. 330)

## **2.2.2 Dimensiones del clima organizacional.**

### **a) Sistema Individual**

Es la traducción de las características de la organización que son percibidas por el individuo en la búsqueda de su autonomía y satisfacción

### **b) Sistema Interpersonal**

Se trata de toda relación social que genera una interacción recíproca entre dos o más personas que se regulan en las organizaciones.

### **c) Sistema Organizacional**

El sistema organizacional abarca la optimización mediante la dirección técnica, la organización del personal y otros recursos, y relacionando a la empresa con su medio ambiente (Sistema Organizacional, 2011, p. 2)

## **2.2.3 Calidad de Servicio**

Pérez, C (2014) sostiene que:

Conjunto de servicios y/o productos que una empresa, marca o institución le ofrece a una persona interesada en adquirirlos, con el interés completo de generar una relación directa con los consumidores y clientes, que les permita conocer sus necesidades y sus expectativas, de tal manera que la empresa puede satisfacerlos y superar las expectativas que ellos tienen (p.31).

López, M (2013) sostiene que:

La calidad en el servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal

manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización (p. 6).

“La calidad de servicio es el juicio del consumidor sobre la excelencia y superioridad de un servicio” (Duque, E, 2005, p. 68)

“Nivel en el que el servicio ofrecido sobrepasa aquellas expectativas o necesidades que el usuario tiene respecto al servicio adquirido”

Calidad de servicio, "Es la percepción que tiene un cliente acerca de la del desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos de calidad y cantidad de servicio ofrecido".

“Es la costumbre que posee una organización para descifrar las necesidades y las expectativas que sus clientes requieren para luego brindarles de manera eficaz y eficiente, pero sobre todo con un nivel de garantía”

“La calidad, cuando se habla de servicios, no significa lujo, ni algo inmejorable, ni el nivel superior de la gama. Est· relacionado con la demanda existente o posible de los clientes” (Alvarez, T, 1995, p.3)

Zeithaml, Parasuraman y Berry (1991), definen que:

El enriquecimiento de un servicio superior en calidad recae sobre todos provocando una reacción en cadena de los que se benefician ante él; consumidores, empleados,



gerentes y accionistas, provocando el beneficio general y por ende el bienestar de la comunidad (p.58)

“La desigualdad entre la sensación real de los clientes que consumen el servicio y lo esperado sobre el que se habían formado previamente”.

Berry, L. Bennet, C. y Brown, (1989) define que:

Es un proceso, una actividad directa o indirecta que no produce un producto físico, es decir, es una parte inmaterial de la transacción entre el consumidor y el proveedor. Puede entenderse al servicio como el conjunto de prestaciones accesorias de la naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal (p. 32)

“Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es esencialmente intangible y no da como resultado la propiedad de nada. Su producción puede estar, o no, vinculada a un producto físico” (Kotler & Bloom, 1984, p. 147).

Lehtinen (1982) indicaron que:

La calidad del servicio ocurre durante la entrega del servicio mismo, mediante la interacción entre el cliente y la persona de contacto de la empresa que ofrece el servicio. Estos autores sostuvieron que existen tres dimensiones de calidad: calidad física, referida al aspecto físico instalaciones, por ejemplo; calidad corporativa, que involucra la imagen de la empresa; y calidad interactiva, que resulta de la interacción entre el personal de servicio de la empresa y el cliente (p.32)

#### **2.2.4 Dimensiones de Calidad de Servicio:**

##### **a) Confianza o Empatía:**

“Muestra de interés y nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes” (Duque, E, 2005, p. 72).

##### **b) Fiabilidad:**

“Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa” (Duque, E, 2005, p. 72).

##### **c) Responsabilidad:**

“Seguridad, conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza” (Duque, E, 2005, p. 72).

##### **d) Capacidad de Respuesta:**

“Disposición para ayudar a los clientes y para prestarles un servicio rápido” (Duque, E, 2005, p. 72).

##### **e) Tangibilidad:**

“Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación” ((Duque, E, 2005, p. 72).

#### **2.2.5 Caja Municipal de Ahorro y Crédito:**

Son entidades financieras con similitud a los bancos. Sociedades anónimas, enfocadas en la captación de recursos de los clientes, a lo que se le denominan Ahorros, para luego colocarlos mediante el financiamiento principalmente a las micro y pequeñas empresas, lo que definirían a los Créditos.

### **2.3. Definiciones conceptuales**

#### **Amabilidad:**

Atención, respeto y cortesía del personal de contacto (Duque, E, 2005, p. 72).

**Apariencia de las Instalaciones Físicas:**

Es el aspecto que se ve en el ambiente físico de una empresa.

**Apariencia Personal:**

ES el aspecto exterior que muestra una persona y como los demás la ven.

**Atención Individualizada:**

Son las acciones ejecutadas para el desarrollo del servicio que se brinda de forma personal.

**Autonomía en el trabajo:**

Grado en que los trabajadores perciben sentirse independientes en su trabajo y tienen la libertad de elegir y decidir la forma más conveniente de realizar sus actividades en el trabajo (Uribe, J, 2015, p.49).

**Beneficios y Recompensas:**

Grado en que los trabajadores perciben que la organización busca retribuir el trabajo por medio de estímulos y recompensas tales como incremento de salarios, vacaciones, incentivos, bonos y demás premios que hacen sentir satisfecho al trabajador, así como obtener reconocimiento por la calidad de su trabajo realizado (Uribe, J, 2015, p.49).

**Calidad**

Consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto (Duque, E, 2005, p. 67).

**Comprensión del usuario**

Hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades (Duque, E, 2005, p. 72).

**Conocimiento:**

Conjunto de información que han venido siendo almacenadas por la experiencia y/o aprendizajes adquiridos

**Consideración de los directivos:**

Grado en que los trabajadores perciben que su superior otorga apoyo a los trabajadores, se dirige y comunica con respeto y amabilidad con sus subordinados y les brinda un trato más humano posible (Uribe, J, 2015, p.49).

**Cumplimiento de Promesa:**

Es hacer efectiva la obligación que se adquirió entre dos partes bajo una condición de plazo.

**Disponibilidad:**

La cualidad o condición de disponible (RAE, 2017).

**Equipamiento:**

Es el conjunto de bienes tangibles con el que se equipa un ambiente físico.

**Liderazgo de Directivos:**

Grado en el que los trabajadores perciben un manejo inteligente, responsable y alentador por parte de sus superiores, la forma en cómo la capacidad de toma de decisiones y el don de mando influye en el desarrollo de las actividades de los trabajadores (Uribe, J, 2015, p.49).

**Motivación y Esfuerzo:**

Grado en que los trabajadores son alentados por la organización y las condiciones que hacen que los trabajadores trabajen de manera intensa. Estos aspectos se reflejan en que el trabajador se siente responsable de realizar su trabajo, comprometido con su labor y se preocupe por la calidad de sus actividades, por lo cual busca esforzarse dentro de su ámbito laboral (Uribe, J, 2015, p.49).

**Organización**

Es un sistema compuesto de elementos o subsistemas tan relacionadas entre sí e integrados que forman un todo que presenta atributos únicos (Lundgren, E, 2012, p. 23).

**Profesionalismo:**

Posesión de las destrezas requeridas y conocimiento del proceso de prestación del servicio (Duque, E, 2005 p. 72).

**Rapidez:**

Velocidad impetuosa o movimiento acelerado (RAE, 2017).

**Relaciones sociales:**

Grado en que los trabajadores perciben el trabajo con sus compañeros bajo una atmosfera de amistad y camaradería y en el cual existe una buena comunicación para realizar el trabajo en equipo (Uribe, J, 2015, p.49).

**Resolución de Problemas:**

Es el procedimiento que se aplica para solucionar una complicación.

**Seguridad**

Inexistencia de peligros, riesgos o dudas (Duque, J, 2005, p.72).

**Servicio**

Es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a la otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico (Duque, E, 2005, p. 64).

**Unión y Apoyo entre los compañeros de la organización:**

Grado de comunicación, compromiso e integración que existe entre los miembros de la organización. Así como la percepción que tienen los trabajadores de recibir apoyo y ayuda de sus compañeros, lo que favorece el sentimiento de trabajo en equipo (Uribe, J, 2015, p.49).

### **Satisfacción de los trabajadores:**

Grado en que los trabajadores perciben que son reconocidos por su trabajo y si éstos se sienten satisfechos con el logro de las metas y objetivos en el trabajo, como resultado de un ambiente agradable y de satisfacción para el trabajo (Uribe, J, 2015, p.49).

#### **2.4. Formulación de hipótesis**

##### **2.4.1. Hipótesis general**

El clima organizacional influye significativamente en la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.

##### **2.4.2. Hipótesis específicas**

- a) El sistema individual repercute positivamente en la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.
- b) El sistema interpersonal influye significativamente en la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.<sup>2</sup>
- c) El sistema organizacional incide significativamente en la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.

## **CAPITULO IV**

### **METODOLOGÍA**

#### **3. METODOLOGÍA**

##### **3.1. Diseño metodológico**

###### **3.1.1. Tipo**

La presente investigación tuvo por tipo de diseño metodológico a la investigación no experimental.

“Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (Hernández, Fernández y Baptista; 2014, p. 152).

Se clasificó en un diseño Transversal.

“Investigaciones que recopilan datos en un momento único” (Hernández, Fernández y Baptista; 2014, p. 154).

A su vez este diseño se subdividió en Correlacional - Causales, el cual fue materia de investigación.

“Estos diseños describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado” (Hernández, Fernández y Baptista; 2014, p. 157).

Para tal tipo de diseño donde:

Variable Independiente: Clima Organizacional

Variable Dependiente: Calidad de Servicio

### **3.1.2. Enfoque**

La presente investigación contó con un enfoque cuantitativo.

“El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández, Fernández y Baptista; 2014, p. 4).

## **3.2. Población y muestra**

### **3.2.1 Población**

La población de la variable clima organizacional estuvo conformada por trabajadores de la Caja Sullana, Tienda Barranca el cual ascendió a 43 personas

Hernández, Fernández y Baptista (2006, p. 239) definen población como “el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”.

### **3.2.2. Muestra**

Hernández Roberto (2015, p. 173) manifiesta que la muestra es el subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativa de esta.

Debido a que la población de la variable Clima organizacional es pequeña, se vio por conveniente trabajar la presente investigación con 43 trabajadores que representaron la totalidad.



### 3.3. Operacionalización de variables e indicadores

**Tabla 1:** Variable Independiente Clima Organizacional.

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO	ESCALA DE VALORACIÓN		
El clima organizacional es el conjunto de atributos percibidos de una organización que determinan el comportamiento de los trabajadores y que puedan ser inducidos de forma que las organizaciones sean acordes con sus miembros o el entorno (Uribe, J.,2015, p. 64)	El clima organizacional se evaluará a través de las dimensiones: sistema individual, sistema interpersonal y el sistema organizacional	Sistema individual	Satisfacción en el trabajo	1	Cuestionario semiestructurado configurado en 4 aspectos:	Totalmente de acuerdo.		
			Autonomía en el trabajo	2				
		Sistema interpersonal	Relaciones sociales	3			Presentación	De acuerdo.
			Unión y apoyo entre compañeros de trabajo	4				
		Sistema organizacional	Consideración de directivos	5	Instrucciones	Ni de acuerdo ni en desacuerdo.		
			Beneficios y recompensas	6				
			Motivación y esfuerzo	7				
			Liderazgo de directivos	8	Datos generales	En desacuerdo.		
			Cuerpo del cuestionario.	Totalmente en desacuerdo.				

**Tabla 2:** Variable Dependiente Calidad de Servicio

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO	ESCALA DE VALORACIÓN
La calidad de servicio es el juicio del consumidor sobre la excelencia y superioridad de un servicio. (Duque, O, 2005, p. 68)	La calidad de servicio se evaluará a través de las dimensiones: confianza o empatía, fiabilidad, responsabilidad, capacidad de respuesta y tangibilidad.	Confianza o empatía	Atención individualizada	1	Cuestionario semiestructurado configurado en 4 aspectos: Presentación Instrucciones Datos generales Cuerpo del cuestionario.	Totalmente de acuerdo.  De acuerdo.  Ni de acuerdo ni en desacuerdo.  En desacuerdo.  Totalmente en desacuerdo.
			Amabilidad	2		
			Comprensión del usuario	3		
		Fiabilidad	Cumplimiento de promesa	4		
			Resolución de problemas	5		
		Responsabilidad	Seguridad	6		
			Conocimiento	7		
			Profesionalismo	8		
		Capacidad de respuesta	Disponibilidad	9		
			Rapidez	10		
		Tangibilidad	Apariencia de las instalaciones físicas	11		
			Equipamiento	12		
			Apariencia personal	13		

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.4.1. Técnicas a emplear**

En la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, el cual se estructura para la obtención de los datos acerca de las variables clima organizacional y calidad de servicio

Abascal y Grande (2005) sostienen que:

La encuesta se puede definir como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianza a una población. (p. 14)

#### **3.4.2. Descripción de instrumentos.**

En la realización de la recolección de datos se empleó como tipo de instrumento al cuestionario, con una totalidad de 21 ítems. En la variable independiente de clima organizacional (x) se consideró 8 ítems, dividido en 3 dimensiones:

D1: Sistema individual

D2: Sistema interpersonal

D3: Sistema organizacional

Además, para la variable dependiente calidad de servicio (y) se consideró 5 dimensiones y las preguntas se distribuyeron en 13 ítems.

I1: Confianza o empatía

I2: Fiabilidad

I3: Responsabilidad

I4: Capacidad de respuesta

I5: Tangibilidad

“Cuestionario es el conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir” (Hernández, Fernández y Baptista; 2014, p. 217).

En la consideración de las escalas valorativas se empleó 5 niveles, los que son establecidos según el escalamiento de Likert.

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

“El escalamiento de Likert es el conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías” (Hernández, Fernández y Baptista; 2014, p. 238).

### **3.5. Técnicas para el procesamiento de la información**

La información fue procesada en Excel y utilizando el SPSS versión 24.0 con la elaboración de cuadros, gráficos y tablas de frecuencia en las dimensiones establecidas.

Para hallar la asociatividad o interdependencia se usó el coeficiente de correlación de Spearman entre las variables.

#### **3.5.1 Confiabilidad del instrumento**

Se asumió la escala de Likert con valores que van del 1 al 5, de lo cual para obtener la fiabilidad del instrumento se usó Alfa de Cronbach. Esta fiabilidad obtenida de la muestra motivo de investigación.

- Coeficiente alfa  $> 0.9$  es excelente
- Coeficiente alfa  $> 0.8$  es bueno
- Coeficiente alfa  $> 0.7$  es aceptable
- Coeficiente alfa  $< 0.6$  es cuestionable
- Coeficiente alfa  $< 0.5$  es pobre

Al aplicarse el estadístico SPSS a través del coeficiente de Alfa de Cronbach se obtuvo una fiabilidad de 0.862 cuyo coeficiente determina aceptabilidad.

### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	43	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	43	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,862	21

## CAPITULO IV

### RESULTADOS

#### 4. RESULTADOS

##### 4.1. Resultados

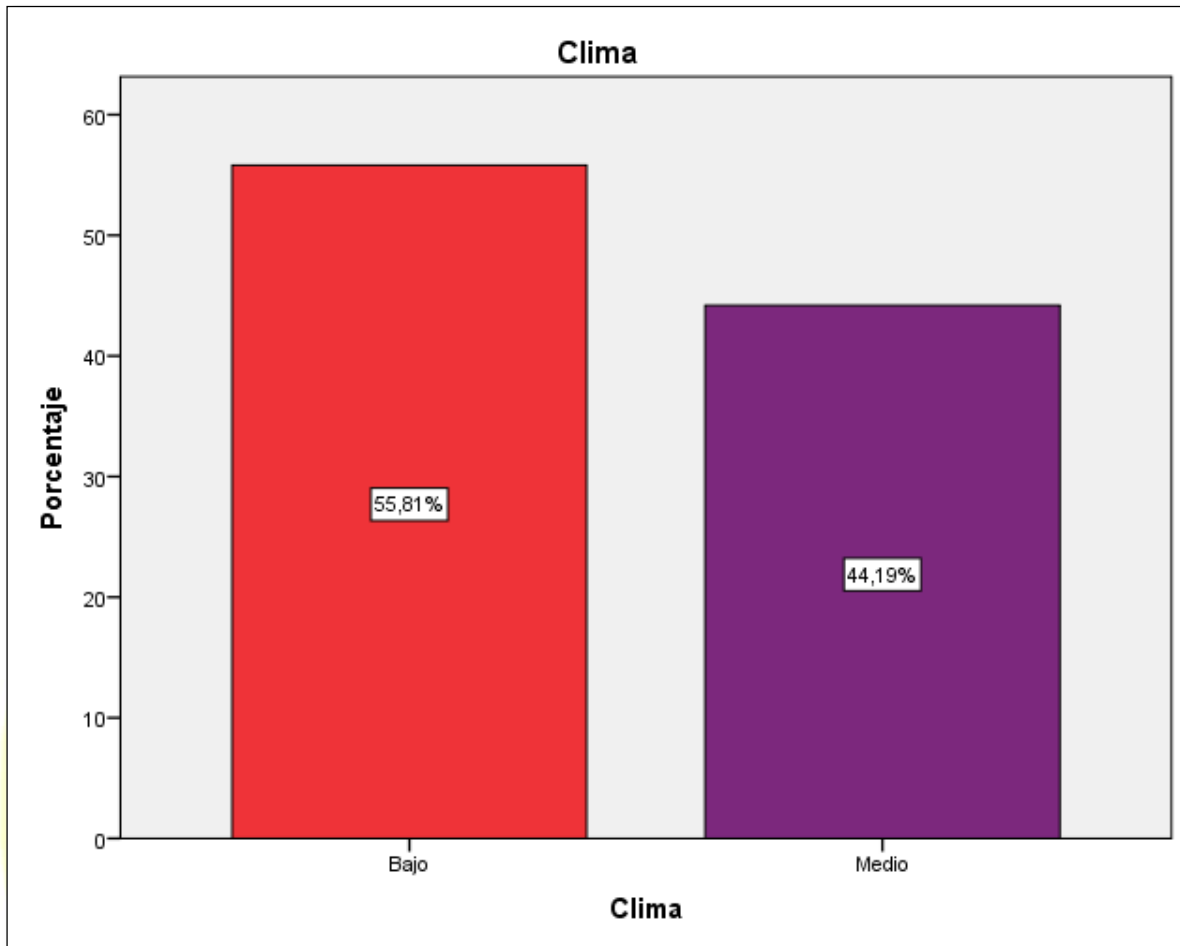
##### 4.1.1 Resultados de la variable Clima Organizacional

*Tabla 1: Clima Organizacional*

		Clima			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	24	55,8	55,8	55,8
	Medio	19	44,2	44,2	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Nota: Encuesta Clima organizacional.

**Figura 1: Clima Organizacional**



Nota: Encuesta Clima organizacional

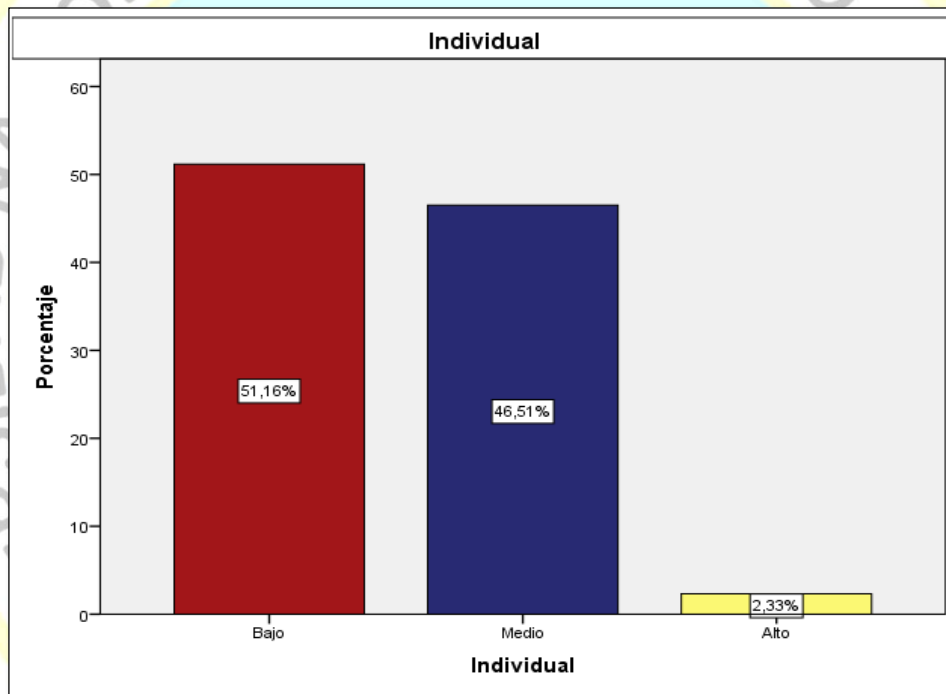
Al realizar la encuesta a los 43 colaboradores de la Caja de Ahorro y Crédito Sullana el 55.81% de ellos manifestó en su respuesta que cuentan con un bajo nivel de clima organizacional, por lo que determinarían que no se encontrarían satisfechos en su centro de labores y no manteniendo buenas relaciones laborales y todo ello asociado a los sistemas individuales, personales y organizacionales deficientes. Además, existe un 44.19% que respondieron un nivel medio, los cuales consideran el clima organizacional se encuentra moderado. No se registró ningún porcentaje que manifieste un nivel bajo.

**Tabla 2: Sistema Individual**

		<b>Individual</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	22	51,2	51,2	51,2
	Medio	20	46,5	46,5	97,7
	Alto	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Nota: Encuesta Clima organizacional

**Figura 2: Sistema Individual**



Nota: Encuesta Clima organizacional

El 51.16% dio respuesta de nivel bajo ante el sistema individual al considerar no estar satisfechos en el trabajo y de no tener autonomía al momento de tomar decisiones o ejecutar resolución de problemas que no sean consultadas a sus directivos, lo que evita desarrollar su proactividad como parte de su perfil personal. En segundo lugar, con un 46.51% manifiestan un nivel medio en el que medianamente han logrado estar satisfechos y autónomos en el trabajo. Por último, tenemos con un nivel bajo al 2.33% de colaboradores que si se encuentran a gusto y satisfechos y que si han logrado ser autónomos en el trabajo.

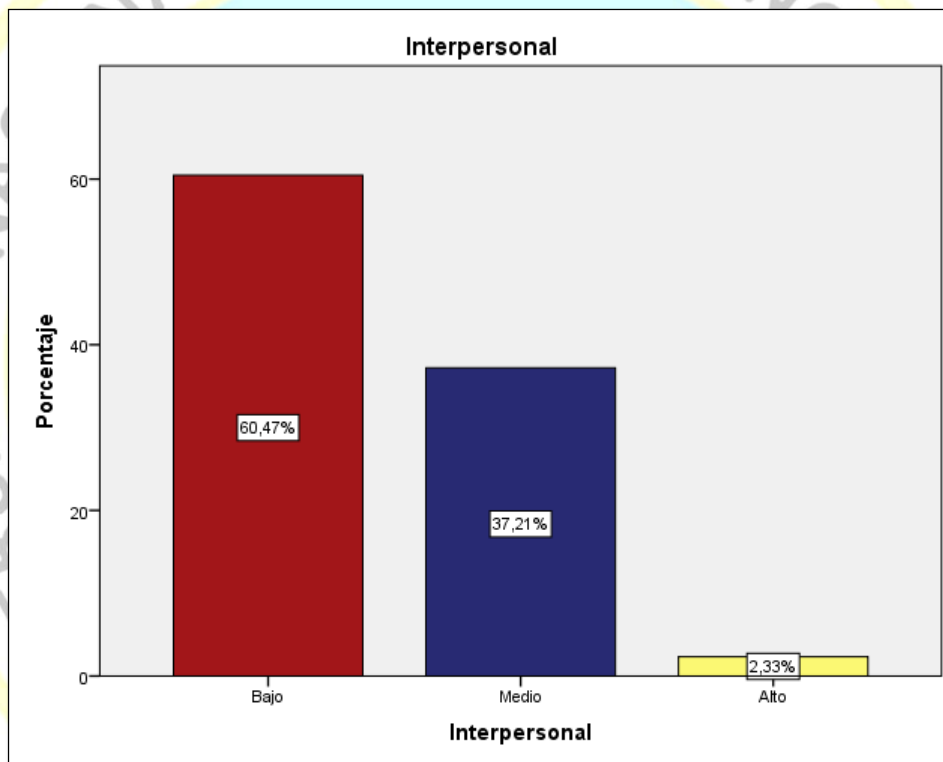


**Tabla 3: Sistema Interpersonal**

Interpersonal					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	26	60,5	60,5	60,5
	Medio	16	37,2	37,2	97,7
	Alto	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Nota: Encuesta Clima organizacional

**Figura 3: Sistema Interpersonal**



Nota: Encuesta Clima organizacional

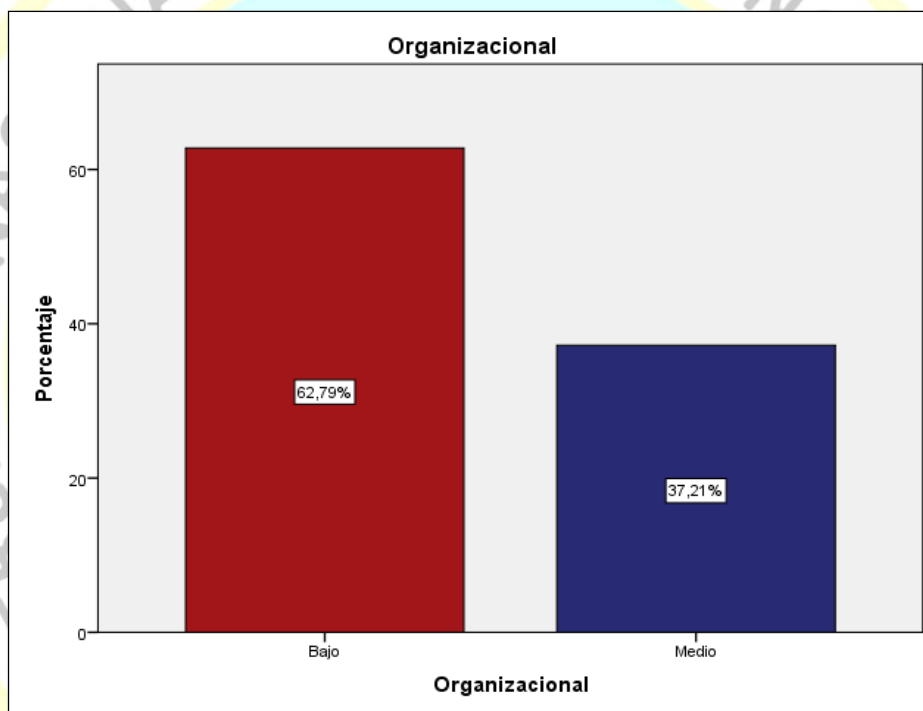
El 60.47% de los colaboradores encuestados manifestaron un nivel bajo en el desarrollo del sistema interpersonal, dando a conocer la poca o nula relación social entre los colaboradores y de la escasa unión, apoyo entre estos no existiendo el compañerismo. Con un 37.21% del total de los 43 colaboradores de la Caja Sullana manifestaron un nivel medio, es decir moderado del desarrollo del sistema interpersonal. Y con un muy escaso 2.33% de los encuestados respondieron un nivel alto, teniendo opiniones favorables de las relaciones y apoyo entre compañeros.

**Tabla 4: Sistema Organizacional**

Organizacional					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	27	62,8	62,8	62,8
	Medio	16	37,2	37,2	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Nota: Encuesta Clima organizacional

**Figura 4: Sistema Organizacional**



Nota: Encuesta Clima organizacional

En un nivel bajo dentro del rango establecidos para las encuestas tomadas a 43 colaboradores, se obtuvo un 62.79% que respondieron ante el sistema organizacional que la Caja Sullana tiene un bajo nivel de la consideración por parte de los directivos, de los beneficios y recompensas que puedan tener los colaboradores por su esfuerzo brindado, además de que la motivación y esfuerzos son muy bajos tanto como el Liderazgo que no ejercen ciertos directivos. Con un 37.21% los encuestados respondieron un nivel medio ante el sistema organizacional. No se registra nivel alto.

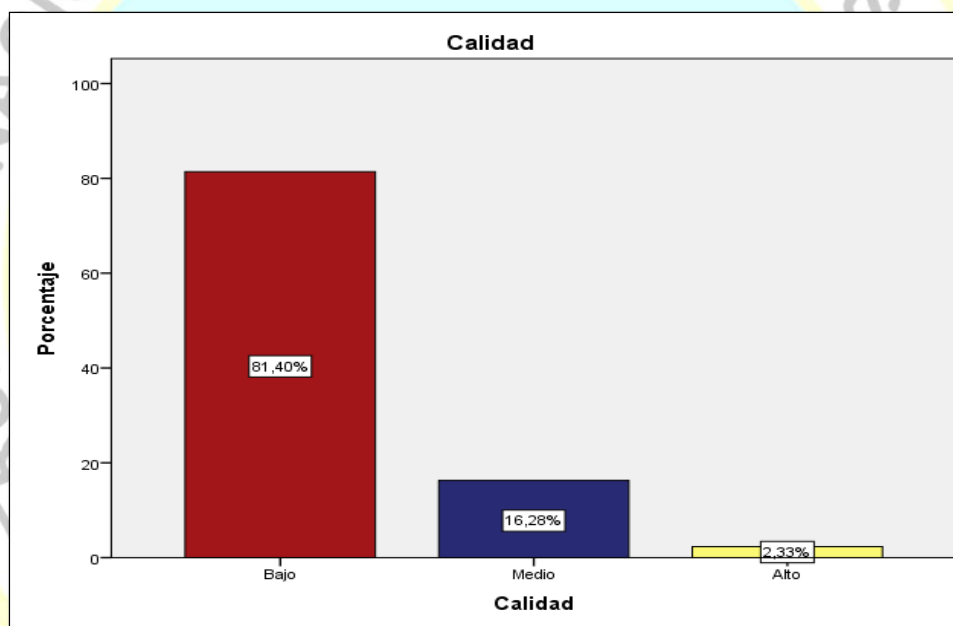
#### 4.1.2 Variable Calidad de Servicio

*Tabla 5: Calidad de servicio*

		Calidad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	35	81,4	81,4	81,4
	Medio	7	16,3	16,3	97,7
	Alto	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Nota: Encuesta Calidad de servicio

*Figura 5: Calidad de Servicio*



Nota: Encuesta Calidad de servicio

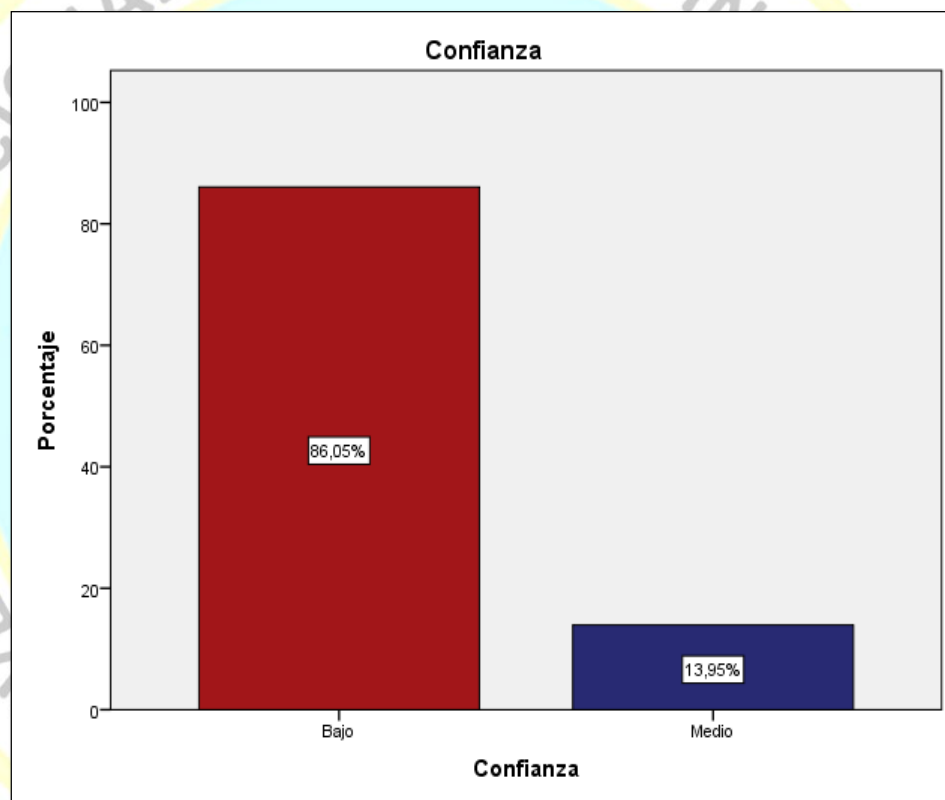
El 81.40% de los encuestados respondieron en un nivel bajo de la Calidad de servicio al generar escasa confianza, fiabilidad, responsabilidad, capacidad de respuesta y tangibilidad por parte de la Caja Sullana hacia sus clientes, los cuales no determinan brinden un servicio de calidad y estos estén insatisfechos. El 16.26% expreso un nivel medio al encontrar una moderada Calidad de servicio. Y es un 2.33% que respondió que la Caja Sullana brinda un servicio de calidad mostrando un nivel alto y estar muy satisfecho.

**Tabla 6: Confianza o empatía**

		<b>Confianza</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	37	86,0	86,0	86,0
	Medio	6	14,0	14,0	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Nota: Encuesta Calidad de servicio

**Figura 6: Confianza o empatía**



Nota: Encuesta Calidad de servicio

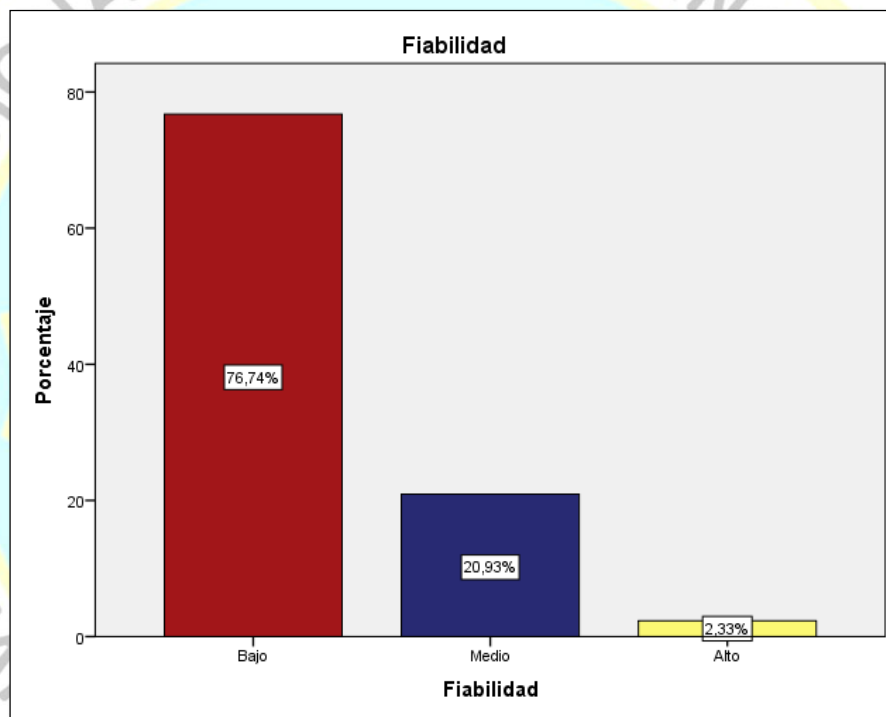
De los encuestados un muy alto porcentaje de 86.05% respondieron un nivel bajo ante que la Caja Sullana no genera confianza a los clientes, ya que no gozan de una atención individualizada, no son amables al atender y no son los colaboradores comprensivos con los clientes. El 13.95% respondieron un nivel medio, manifestando que la confianza que les genera la Caja es moderada al igual que los colaboradores son empáticos. No se registra nivel alto.

**Tabla 7: Fiabilidad**

		<b>Fiabilidad</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	33	76,7	76,7	76,7
	Medio	9	20,9	20,9	97,7
	Alto	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Nota: Encuesta Calidad de servicio

**Figura 7: Fiabilidad**



Nota: Encuesta Calidad de servicio

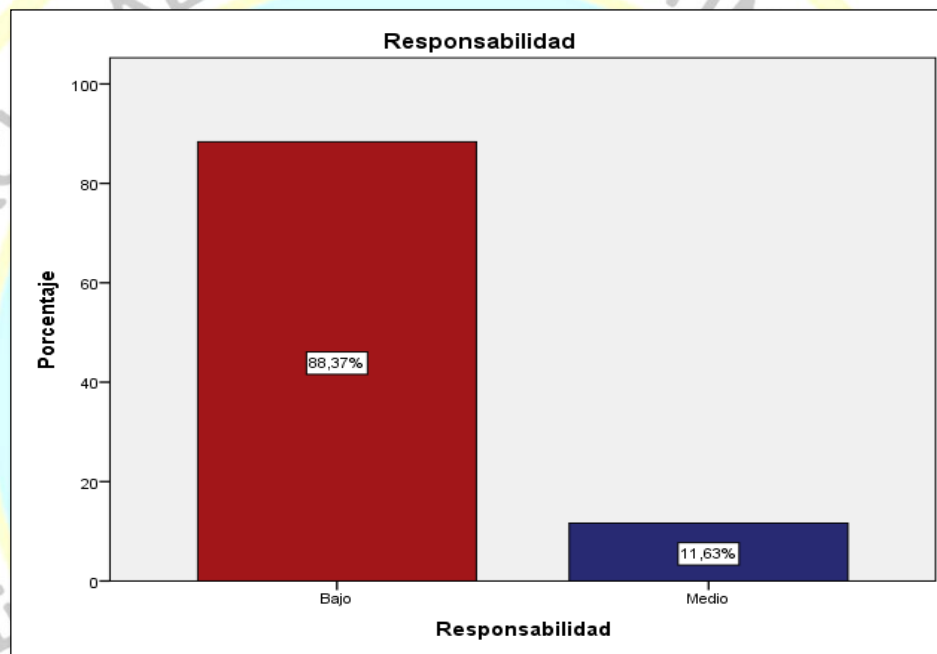
Del total de los 43 encuestados respondieron con un nivel bajo al 76.74% manifestando que cuando los colaboradores prometen algo a los clientes que esté relacionado a los servicios brindados no son cumplidos y mucho menos resuelven los problemas suscitados eficazmente. El 20.93% se registró con nivel medio al ellos considerar que la fiabilidad de la Caja Sullana es moderada, lo que determina que los servicios son fidedignos. El 2.33% respondió un nivel alto al considerar que la Caja es muy fiable y que siempre se le soluciono sus problemas y cumplieron lo ofrecido.

**Tabla 8: Responsabilidad**

		<b>Responsabilidad</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	38	88,4	88,4	88,4
	Medio	5	11,6	11,6	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Nota: Encuesta Calidad de servicio

**Figura 8: Responsabilidad**



Nota: Encuesta Calidad de servicio

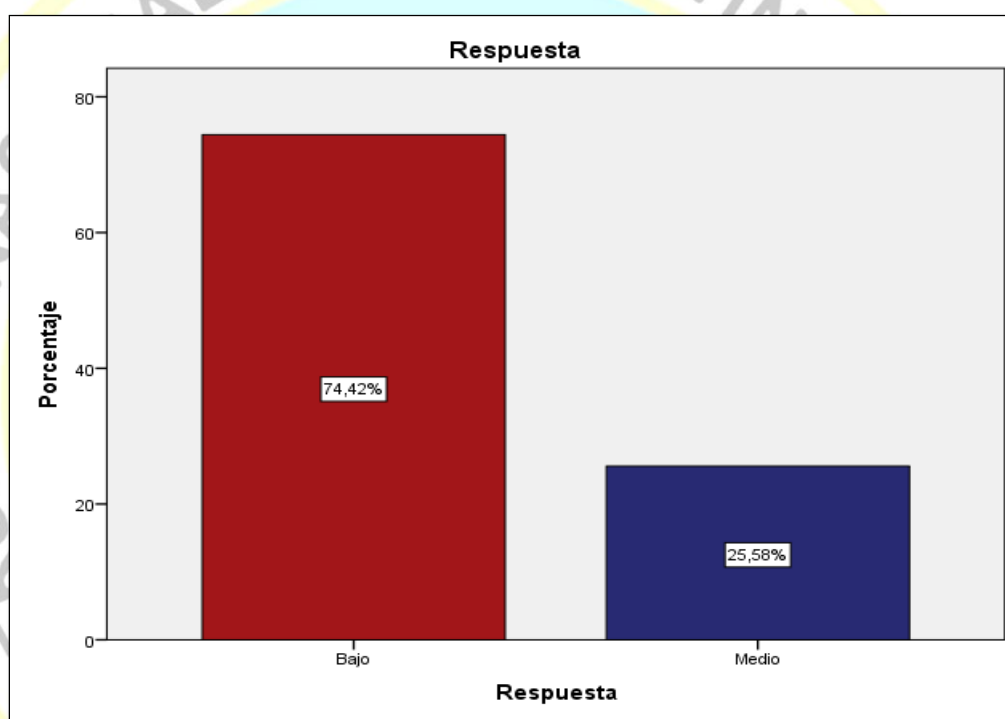
Los encuestados dieron como respuesta en un elevado 88.33% al nivel bajo, dando a conocer su apreciación de que la Caja Sullana no brinda seguridad, tiene su personal escaso conocimiento de los servicios ello debido al constante cambio de directivas improvisadas por la central, además al estar las respuestas en nivel bajo carecen de profesionalismo, ello se puede deber a que no todo el personal es de educación superior, ya que el perfil de los puestos no requieren estudios superiores en algunos casos. El 11.63% del 100% de encuestados arrojaron un nivel medio en el que la responsabilidad que tiene la Caja Sullana para con sus usuarios es moderada.

**Tabla 9: Capacidad de Respuesta**

		Respuesta			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	32	74,4	74,4	74,4
	Medio	11	25,6	25,6	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Nota: Encuesta Calidad de servicio

**Figura 9: Capacidad de Respuesta**



Nota: Encuesta Calidad de servicio

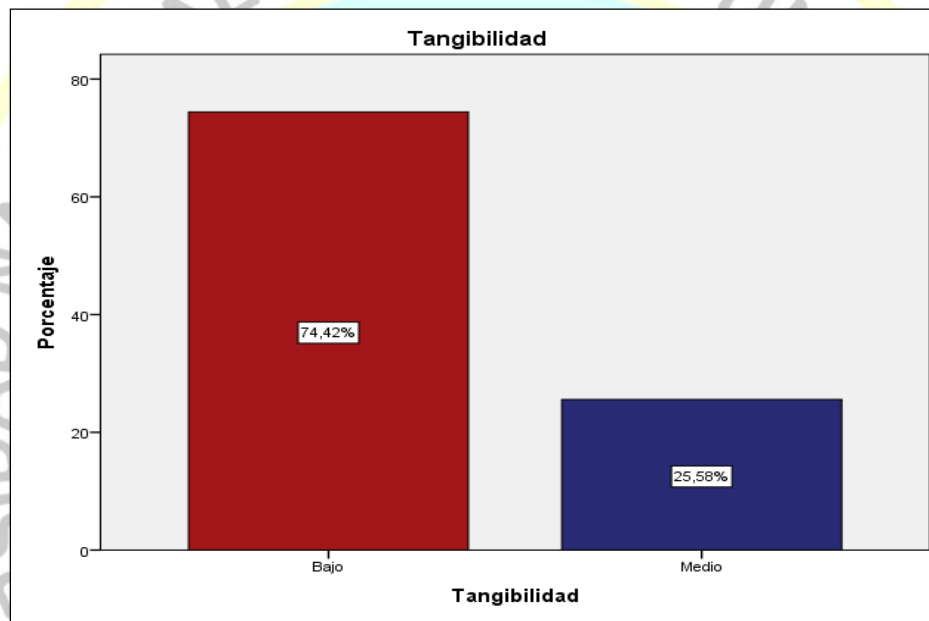
Del total de encuestados, un 74.42% dio razón en sus opiniones a un nivel bajo al evidenciar que los colaboradores no muestran disponibilidad inmediata a sus clientes, además de no tener rapidez en la ejecución de los servicios, más aún en el área de ventanilla o de entrega del dinero a pesar de ya haber sido aprobado el préstamo. El 25.58% de los 43 encuestados se ubicó en un nivel medio, donde expresan que la capacidad de respuesta ejecutada por la Caja Sullana es modera, no considerando sea malo ni excelente. No se registró porcentaje alguno del nivel alto.

**Tabla 10: Tangibilidad**

		<b>Tangibilidad</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	32	74,4	74,4	74,4
	Medio	11	25,6	25,6	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Nota: Encuesta Calidad de servicio

**Figura 10: Tangibilidad**



Nota: Encuesta Calidad de servicio

Los porcentajes mostrados en la presente dimensión registran datos porcentuales similares al de la dimensión de Capacidad de respuesta, por lo que el 74.42% del total manifestó que las instalaciones físicas con las que cuenta la Caja no son las apropiadas, los equipamientos son usadas ya que tercerizan la logística y no son propias de la Caja, el personal no viste de manera uniforme por lo que al cliente le dificulta identificar quien es el personal. El 25.58% es de nivel medio, lo que repercute en que los elementos tangibles de la Caja Sullana son moderados. No se registró ningún porcentaje de nivel alto.



## 4.2. Contrastación de Hipótesis.

### 1.2.1 Hipótesis General

Hi: El Clima organizacional influye significativamente en la calidad de servicio de la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.

Ho: El Clima organizacional no influye significativamente en la calidad de servicio de la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.

**Tabla 11: Clima Organizacional – Calidad de Servicio**

Correlaciones			Clima organizacional	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Clima organizacional	Coefficiente de correlación	1,000	,692**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	43	43
	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,692**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	43	43

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

Nota: Elaboración propia

Al hallar la correlación entre la variable independiente clima organizacional con la dependiente calidad de servicio a través del Rho de Spearman arrojó como coeficiente correlacional a un 0.692 lo que dentro de la escala es positiva regular. Además, el análisis dio como significancia 0.000, siendo el p valor menor a 0.05, a lo que damos por aceptada la hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula. Es decir que se acepta la hipótesis general del investigador el cual da como resultado que El Clima organizacional influye significativamente en la calidad de servicio de la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.

## 1.2.2 Hipótesis específicas

### Hipótesis específica 1

Hi: El Sistema individual repercute positivamente en la calidad de servicio de la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.

Ho: El Sistema individual no repercute positivamente en la calidad de servicio de la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.

**Tabla 12: H1 Sistema Individual – Calidad de Servicio**

Correlaciones			Sistema individual	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Sistema individual	Coeficiente de correlación	1,000	,533**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	,533**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	43

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

Nota: Elaboración propia

Analizando la dimensión sistema individual, de la variable independiente, con la variable dependiente calidad de servicio a través del Rho de Spearman arrojó como coeficiente correlacional a un 0.533 lo que dentro de la escala ello es positiva regular. Además, el análisis dio como significancia 0.000, siendo el p valor menor a 0.05, a lo que damos por aceptada la hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula. Es decir que se acepta la hipótesis específica 1 del investigador el cual da como resultado que El Sistema individual repercute positivamente en la calidad de servicio de la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.

## Hipótesis específica 2

Hi: El Sistema interpersonal influye significativamente en la calidad de servicio de la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.

Ho: El Sistema interpersonal no influye significativamente en la calidad de servicio de la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.

**Tabla 13:H2 Sistema Interpersonal – Calidad de Servicio**

Correlaciones			Sistema interpersonal	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Sistema interpersonal	Coefficiente de correlación	1,000	,702**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	41	41
	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,702**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	41	43

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

Nota: Elaboración propia

Analizando la dimensión sistema interpersonal, de la variable independiente, con la variable dependiente calidad de servicio a través del Rho de Spearman arrojó como coeficiente correlacional a un 0.702 lo que dentro de la escala ello es positiva buena. Además, el análisis dio como significancia 0.000, siendo el p valor menor a 0.05, a lo que damos por aceptada la hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula. Es decir que se acepta la hipótesis específica 2 del investigador el cual da como resultado que El Sistema interpersonal influye significativamente en la calidad de servicio de la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.

### Hipótesis específica 3

Hi: El Sistema organizacional incide significativamente en la calidad de servicio de la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.

Ho: El Sistema organizacional incide significativamente en la calidad de servicio de la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.

**Tabla 14: H3 Sistema Organizacional – Calidad de Servicio**

Correlaciones			Sistema Organizacional	Calidad de Servicio
Rho de Spearman	Sistema Organizacional	Coefficiente de correlación	1,000	,456**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	43	43
	Calidad de Servicio	Coefficiente de correlación	,456**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	43	43

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

Nota: Elaboración propia

Analizando la dimensión sistema organizacional, de la variable independiente, con la variable dependiente calidad de servicio a través del Rho de Spearman arrojó como coeficiente correlacional a un 0.456 lo que dentro de la escala ello es positiva regular. Además, el análisis dio como significancia 0.002, siendo el p valor menor a 0.05, a lo que damos por aceptada la hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula. Es decir que se acepta la hipótesis específica 2 del investigador el cual da como resultado que El Sistema organizacional incide significativamente en la calidad de servicio de la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.

**CAPITULO V:  
DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

**5. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

**5.1 Discusión**

- A. En la tesis de estudio de Evia (2011) llega a determinar la relación existente entre el clima organizacional y el servicio al cliente en la investigación tomada a 22 colaboradores y a 137 clientes de la Empresa Pasticel en Oaxaca, pero también determina la existencia de otros agentes que afectan tanto al clima organizacional como al servicio al cliente; en la presente investigación se trabajó no la relación entre variables sino la influencia que ejerce el clima organizacional sobre la calidad de servicio, determinando también que existe dicha influencia, si bien es cierto Evia (2011) habla del servicio al cliente y en esta investigación se habla de calidad de servicio pues se debe entender que también se habla del servicio que debe recibir el usuario pero con la determinante que este sea de calidad. Por lo que apoyamos la investigación de Evia (2011) manifestando no solo que existe una relación entre estas variables, sino que también existe la influencia entre estas.
- B. En la tesis Calidad de servicio y lealtad de compra del consumidor en supermercados limeños (2010) los investigadores demuestran la fuerte relación que existe determinando que al cliente para que sea leal al producto o servicio al momento de optar por la compra lo asocia a la calidad de servicio que pueda percibir, por lo que estamos de acuerdo ante ese resultado pero nuestra investigación ahondó aún más determinando que esa calidad de servicio se ve altamente influenciada por el clima organizacional, lo que mostraría una cadena importante que conllevarían a la lealtad del cliente

## 5.2 Conclusiones

- A. Se concluye que al analizar las hipótesis generales el estadístico determino no existir ningún margen de error, ello determinado en la significancia por lo que se aprobó que el clima organizacional si influye en la calidad de servicio, lo que quiere decir que el todas las herramientas, atributos que brinde la Caja Sullana a sus trabajadores, los cuales inducen el comportamiento de ellos dentro de la empresa van a influenciar o impactar en el servicio que brindad al cliente el cual el cliente determinará la calidad del servicio que recibe por parte de los colaboradores.
- B. El sistema individual que viene a ser las características de la organización que percibe el colaborador que trabaja en la Caja Sullana para buscar la autonomía y el estar ellos satisfechos en su centro de labores dio como resultado sin ningún margen de error cuya significancia fue de 0.000 esta influyendo de forma positiva pero regular ante la calidad de servicio que ellos ofrecen a sus clientes.
- C. En conclusión, la interacción social que se da entre los colaboradores de la Caja Sullana, ello medido a través del sistema interpersonal, manifestó de forma positiva y muy buena, sin ningún margen de error al mostrar significancia 0.000 que influye significativamente con el servicio de calidad que los colaboradores ofrecen a los clientes que son parte de su cartera de clientes.
- D. En la medición de la significancia se mostro que en un 98% es correlacionable la influencia del sistema organizacional con la calidad de servicio, ya que solo arrojó una significancia de margen de error de 0.002. ello quiere decir que la optimización que brinda los directivos de la Caja Sullana, tienda Barranca a través de como organizan a todos los colaboradores y de los recursos con los que cuentan influyen en como ellos vienen atendiendo a los clientes y brindando un sistema de calidad.

### 5.3 Recomendaciones

- A. El presente trabajo de investigación fue realizado a una población conformada por los colaboradores de la Caja Sullana para medir tanto la variable de Clima organizacional como el de Calidad de servicio, Por lo que se recomienda a futuros investigadores que tengan a bien investigar la influencia en dichas variables puedan aplicar tanto a los trabajadores como a los clientes para tener información diferenciada y trabajar a doble población.
- B. Se recomienda a la empresa tomar en consideración los resultados obtenidos y absolver la problemática presentada, que los llevara a la búsqueda de mejor desarrollo y liderazgo frente a su competencia.
- C. El trabajo fue aplicado a una de las tiendas locales de toda la organización de la Caja Sullana, ello aplicado solo en Barranca, se recomienda a futuras investigaciones tomar como población materia de estudio de manera más macro, a todas las tiendas de las diferentes regiones que integran la Caja Sullana.
- D. Se recomienda los planes estratégicos de las Cajas locales puedan contar también con paginas web que puedan socializar contenidos generales de la organización que es de nivel local, para así poder acceder a datos tales como su organigrama, misión, visión entre otros.

## **CAPITULO VI FUENTES DE INFORMACIÓN**

### **6 FUENTES DE INFORMACIÓN**

#### **6.1 Fuentes bibliográficas**

Uribe, J (2015) *Clima y Ambiente Organizacional: Trabajo, Salud y factores psicosociales*. México. El Manual Moderno S.A.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) *Metodología de la investigación* (6° ed). México. Interamericana Editores S.A.

Chiang, M., Martin, M. y Núñez, A. (2010) *Relación entre el Clima Organizacional y la Satisfacción Laboral*. Madrid. Biblioteca Comillas.

Méndez, C (2006) *Clima Organizacional en Colombia: El IMCOC, un método de análisis para su intervención*. Bogotá. Centro Editorial Universidad del Rosario.

#### **6.2 Fuentes hemerográficas**

Duque, E. (2005). *Revisión del concepto de calidad de servicio y sus modelos de medición*. *Innovar Journal*, 15(25)



### **6.3 Fuentes documentales**

Roldan, L., Balbuena, J., Muñoz, Y. (2010) Calidad de servicio y lealtad de compra del consumidor en supermercados limeños (Tesis de Magister). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima.

Evia, I. (2011) Influencia del Clima Organizacional en el Servicio al Cliente.

Caso: Empresa Pasticel de la Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca (Tesis de Licenciatura). Universidad Tecnológica de la Mixteca. México.

Reyes, S. (2014) Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la Asociación Share, sede Huehuetenango (Tesis de Licenciatura). Universidad Rafael Landívar. Guatemala.

### **6.4 Fuentes electrónicas**

Segredo, A. (2013). Clima organizacional en la gestión del cambio para el desarrollo de la organización, Recuperado de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-34662013000200017](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662013000200017)

Salgado, J, Remeseiro, C, e Iglesias, M. (1996). Clima Organizacional y Satisfacción Laboral en una Pyme. Recuperado de <http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/29556/1/Psicothema.1996.8.2.329-35.pdf>

Sandoval, M. (2004). Concepto y dimensiones del Clima Organizacional. Recuperado de [http://clases.ugb.edu.sv/multimedia/Dimensiones\\_del\\_clima\\_organizacional.pdf](http://clases.ugb.edu.sv/multimedia/Dimensiones_del_clima_organizacional.pdf)

## ANEXOS

### Anexo 01: Matriz de consistencia.

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología
<p><b>Problema general</b></p> <p>¿De qué manera influye el clima organizacional con la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017?</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Demostrar la influencia del clima organizacional en la calidad de servicio de la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.</p>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p>El clima organizacional influye significativamente en la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.</p>	<p><b>Variable I:</b></p> <p>CLIMA ORGANIZACIONAL</p>	<p><b>I1:</b></p> <p>Sistema individual</p> <p><b>I2:</b></p> <p>Sistema interpersonal</p> <p><b>I3:</b></p> <p>Sistema organizacional</p>	<p><b>Enfoque:</b></p> <p>Cuantitativo.</p> <p><b>Tipo:</b></p> <p>Aplicada</p> <p><b>Nivel:</b></p> <p>No experimental, de diseño Transeccional correlacional.</p>
<p><b>Problemas específicos</b></p> <p>¿De qué forma el sistema individual repercute en la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017?</p>	<p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Determinar la repercusión del sistema individual en la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.</p>	<p><b>Hipótesis específicas</b></p> <p>El sistema individual repercute positivamente en la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.</p>			
<p>¿En qué manera el sistema interpersonal influye sobre la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017?</p>	<p>Resolver la influencia del sistema interpersonal sobre la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.</p>	<p>El sistema interpersonal influye significativamente en la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.</p>			

<p>¿Cómo incide el sistema organizacional en la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017?</p>	<p>Analizar la incidencia del sistema organizacional sobre la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.</p>	<p>El sistema organizacional incide significativamente en la calidad de servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca, Año 2017.</p>	<p><b>Variable D:</b></p> <p>CALIDAD DE SERVICIO</p>	<p><b>D1:</b> Confianza o empatía</p> <p><b>D2:</b> Fiabilidad</p> <p><b>D3:</b> Responsabilidad</p> <p><b>D4:</b> Capacidad de respuesta</p> <p><b>D5:</b> Tangibilidad</p>	<p><b>Población:</b></p> <p>La población finita es de 43 colaboradores de la Caja Sullana, Tienda Barranca, el cual se tomará como muestra su totalidad.</p>
--	--	---	--	--	--

## Anexo 02: Encuestas

### Encuesta dirigida a los Colaboradores

El siguiente cuestionario tiene por finalidad determinar la influencia entre “**El Clima Organizacional y su impacto en La Calidad de Servicio en la Caja Sullana, Tienda Barranca. Año 2017**”. Dicho cuestionario estará dirigido a una muestra de la totalidad de clientes de la Caja Sullana, Tienda Barranca. Se les solicitara responder con la verdad, no es importante la identificación. La información será utilizada para los fines exclusivamente académicos y se agradece sinceramente su apoyo.

*Marcar con X el recuadro correspondiente según:*

<b>1</b>	Totalmente de acuerdo.
<b>2</b>	De acuerdo.
<b>3</b>	Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
<b>4</b>	En desacuerdo.
<b>5</b>	Totalmente en desacuerdo.

**VARIABLE:** Clima Organizacional.

N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1: <i>Sistema Individual</i></b>						
1	¿Considera usted que sus labores son reconocidas y que tiene satisfacción laboral?					
2	¿Tiene usted libertad para elegir y decidir sobre las funciones de su trabajo teniendo autonomía laboral?					
<b>Dimensión 2: <i>Sistema Interpersonal</i></b>						
3	¿Existe buena relación social con mis compañeros de las demás áreas?					
4	¿Entre compañeros hay unión y apoyo para así lograr las metas trazadas trabajando en equipo?					
<b>Dimensión 3: <i>Sistema Organizacional</i></b>						
5	¿Los directivos o superiores se comunican con mucho respeto y amabilidad?					
6	¿Recibe usted beneficios y recompensas como retribución a su máximo esfuerzo y cumplimiento de metas?					
7	¿Para esforzarse y brindar un servicio de calidad a los clientes es usted motivado constantemente por la Caja Sullana, Tienda Barranca?					
8	¿Considera usted que sus directivos poseen Liderazgo para el manejo del equipo de trabajo?					

**VARIABLE: Calidad de Servicio**

N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1: <i>Confianza y Empatía</i></b>						
1	¿Usted recibe una atención individual y personalizada en el que se considera su propia necesidad?					
2	¿Es tratado de forma amable y cortés por los trabajadores?					
3	¿Cuándo tuvo alguna dificultad, los trabajadores comprendieron su problema?					
<b>Dimensión 2: <i>Fiabilidad</i></b>						
4	¿El que me brinda la atención cumple las promesas que me hizo cuando me ofreció el servicio?					
5	¿Cuándo acudo a la Caja Sullana, tienda Barranca sé que me brindarán las mejores soluciones?					
<b>Dimensión 3: <i>Responsabilidad</i></b>						
6	¿Cuándo acudo a la Caja Sullana, tienda Barranca me siento seguro y no temo a ser estafado?					
7	¿los que me atienden dan la imagen de conocer bien el trabajo que realizan, sin equivocarse?					
8	¿Considera que los trabajadores realizan su trabajo con profesionalismo?					
<b>Dimensión 4: <i>Capacidad de Respuesta</i></b>						
09	¿Ante cualquier necesidad que yo tenga de servicio los trabajadores están siempre disponibles?					
10	¿Cada vez que acudo a la Caja Sullana, tienda Barranca me atienden con rapidez y eficiencia?					
<b>Dimensión 5: <i>Tangilidad</i></b>						
11	¿Considero que la Caja Sullana, tienda Barranca tiene ambientes amplios y mobiliarios cómodos para poder atendernos?					
12	¿He podido comprobar que la Caja Sullana, tienda Barranca está debidamente equipado para una mejor atención?					
13	¿los trabajadores que me atienden están uniformados y tienen una apariencia personal pulcra?					

### Anexo 03: Base de datos

Satisfacción	Autonomía	Relaciones	Unión	Considera	Beneficio	Motivación	Liderazgo	Atención	Amabilidad	Comprensión
3	2	1	1	2	2	5	2	5	2	2
3	2	2	2	2	2	5	4	3	3	2
3	2	2	2	2	2	4	2	3	3	2
2	2	2	2	3	2	5	2	5	5	1
2	4	2	2	2	3	5	2	5	4	2
3	2	2	2	3	2	4	3	3	2	2
5	2	2	2	3	1	5	1	1	1	2
3	2	2	4	3	2	3	2	3	3	2
2	2	2	3	3	2	3	2	4	4	2
3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
4	2	3	3	3	3	5	3	5	4	4
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
4	3	2	2	3	2	5	2	2	2	3
5	2	3	3	3	2	5	2	5	5	3
3	3	2	2	2	2	5	2	3	3	4
3	4	2	2	2	2	4	2	4	4	4
3	3	2	2	2	2	5	2	3	3	4
3	1	1	1	2	2	2	2	2	3	2
4	2	2	3	2	2	5	3	3	3	2
4	2	3	2	4	4	5	3	3	4	3
3	4	3	3	2	2	4	2	2	2	3
1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1
3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3
4	2	2	2	2	2	3	2	2	4	2
5	4	2	2	2	1	5	3	3	2	2
2	2	1	2	3	2	2	2	1	2	2
1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2
1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2
5	3	1	3	4	2	5	3	3	3	2
5	4	4	4	4	2	5	5	4	4	4
4	4	2	3	4	2	4	4	4	4	4
3	3	2	3	4	4	4	2	2	3	2
4	4	4	3	4	5	5	4	3	4	4
4	2	2	3	4	2	4	2	4	4	4
4	4	5	5	4	3	5	5	3	2	3
5	3	3	5	5	3	4	3	3	5	5
5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4
5	4	5	4	3	4	5	3	3	3	3
4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	2
4	2	1	1	2	2	4	2	2	3	2
5	2	1	1	3	1	5	5	1	5	2
4	4	2	2	3	2	4	2	2	4	4
1	3	1	1	2	1	1	2	2	2	2

Cumplim	Resolució	Seguridad	Conocimie	Profesion	Disponibil	Rapidez	Instalacio	Equipamie	Apariencia
1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
1	2	2	2	1	2	3	2	2	2
3	3	3	4	3	4	5	3	2	2
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
2	2	2	1	1	1	2	1	1	1
2	2	2	2	3	3	3	3	2	2
2	2	1	2	2	2	3	1	1	1
3	4	4	4	4	3	3	3	4	4
3	3	3	2	2	2	3	3	2	2
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	2	4	3	2	3	2
3	3	3	5	2	5	2	5	5	5
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
2	1	1	2	2	2	1	1	1	2
2	2	2	2	1	1	2	2	2	1
2	3	2	3	2	2	3	3	3	2
2	3	2	3	3	2	2	2	3	3
2	1	2	1	2	1	2	2	2	2
2	2	2	2	1	2	2	4	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	2	2	2	2	2	3	3	3	2
4	4	2	4	4	4	2	4	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
3	4	2	4	2	1	5	4	3	2
3	3	3	4	3	3	3	3	3	2
5	3	3	4	4	5	4	5	3	2
3	5	3	2	3	2	3	2	3	2
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	2	4	3	4	2	4	4	4
2	2	2	2	2	2	4	2	2	2
1	3	3	2	1	1	1	2	2	2
2	2	2	1	1	1	1	1	1	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	4
1	2	2	3	2	2	3	2	2	1



CLIMA	CALIDAD	Individual	Interperso	Organizac	Confianza	Fiabilidad	Responsal	Respuesta	Tangibilid
22	38	5	2	11	9	2	6	4	6
28	42	5	4	13	8	4	6	4	6
26	38	5	4	10	8	3	5	5	6
27	65	4	4	12	11	6	10	9	7
28	31	6	4	12	11	5	3	2	3
27	39	5	4	12	7	4	6	5	6
25	24	7	4	10	4	4	4	3	3
25	44	5	6	10	8	4	7	6	7
25	36	4	5	10	10	4	5	5	3
37	66	6	7	16	11	7	12	6	11
36	54	6	6	14	13	6	7	5	7
38	58	7	8	15	11	7	9	6	9
29	48	7	4	12	7	6	9	7	7
30	68	7	6	12	13	6	10	7	15
27	56	6	4	11	10	7	9	6	9
27	56	7	4	10	12	6	9	5	9
27	56	6	4	11	10	7	9	6	9
19	30	4	2	8	7	3	5	3	4
28	38	6	5	12	8	4	5	3	5
34	50	6	5	16	10	5	7	5	8
29	46	7	6	10	7	5	8	4	8
14	31	3	2	6	5	3	5	3	6
24	38	5	4	10	7	4	5	4	8
25	38	6	4	9	8	4	6	4	6
28	28	9	4	11	7	2	3	3	4
20	32	4	3	9	5	3	6	4	6
11	20	2	2	5	4	2	3	2	3
11	20	2	2	5	4	2	3	2	3
34	45	8	4	14	8	5	6	5	8
41	61	9	8	16	12	8	10	6	9
35	67	8	5	14	12	8	12	8	10
33	51	6	5	14	7	7	8	6	9
41	57	8	7	18	11	6	10	6	8
27	62	6	5	12	12	8	11	9	10
45	54	8	10	17	8	8	8	5	7
39	50	8	8	15	13	5	6	4	6
45	51	8	9	20	14	5	6	4	6
41	57	9	9	15	9	6	9	6	12
34	46	8	4	14	10	4	6	6	6
22	35	6	2	10	7	4	6	2	6
29	34	7	2	14	8	4	4	2	4
31	46	8	4	11	10	4	6	4	8
19	34	4	2	6	6	3	7	5	5

I	D	I1	I2	I3	D1	D2	D3	D4	D5
1	2	1	1	2	2	1	2	2	2
2	2	1	1	2	2	1	2	2	2
2	2	1	1	1	2	1	1	2	2
2	3	1	1	2	3	3	3	3	2
2	1	2	1	2	3	2	1	1	1
2	2	1	1	2	1	1	2	2	2
1	1	3	1	1	1	1	1	1	1
1	2	1	3	1	2	1	2	3	2
1	2	1	2	1	2	1	1	2	1
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	3	3	3	3	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	3	1	2	1	3	3	3	2
2	3	3	3	2	3	3	3	3	3
2	3	2	1	2	2	3	3	3	3
2	3	3	1	1	3	3	3	2	3
2	3	2	1	2	2	3	3	3	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
3	2	2	2	3	2	2	2	2	3
2	2	3	3	1	1	2	3	2	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
1	2	1	1	1	1	1	1	2	3
1	2	2	1	1	2	1	2	2	2
2	1	3	1	2	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	2	3	1	3	2	2	2	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	3	1	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	2	2	2	3	3	3	3	3
3	2	3	3	3	2	3	3	2	2
3	2	3	3	3	3	2	2	2	2
3	2	3	3	3	3	2	2	2	2
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	2	3	1	3	2	1	2	3	2
1	1	2	1	1	1	1	2	1	2
2	1	3	1	3	2	1	1	1	1
2	2	3	1	2	2	1	2	2	3
1	1	1	1	1	1	1	2	2	1