



UNAP



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**"CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE
SERVICIO DE LOS TRABAJADORES DEL BANCO DE LA NACIÓN SEDE
IQUITOS, 2022"**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTADO POR:

FLAVIA ANTUANE LAVAJOS LINARES

ALISONN SCARLETT PEZO DOLORES

ASESOR:

Lic. Adm. GILBERT ROLAND ALVARADO ARBILDO, Dr.

IQUITOS, PERÚ

2023



ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS VIRTUAL N°022-CCGyT-FACEN-UNAP-2023

En la ciudad de Iquitos, a los 10 días del mes de febrero del año 2023, a horas: 04:00 p.m. se dio inicio haciendo uso de la plataforma Google meet la sustentación pública de la Tesis titulada: "CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS TRABAJADORES DEL BANCO DE LA NACIÓN SEDE IQUITOS, 2022", autorizado mediante Resolución Decanal N°0270-2023-FACEN-UNAP presentado por las Bachilleres en Ciencias Administrativas FLAVIA ANTUANE LAVAJOS LINARES y ALISONN SCARLETT PEZO DOLORES, para optar el Título Profesional de LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN que otorga la UNAP de acuerdo a Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana.

El Jurado calificador y dictaminador está integrado por los siguientes profesionales:

Lic. Adm. JAIME RENGIFO PEÑA, Mg.	(Presidente)
Lic. Adm. CARLOS LEANDRO TUESTA CHUQUIPIONDO, Mg.	(Miembro)
Lic. Adm. ROGER AGUSTIN MAFALDO HERRERA, Mg.	(Miembro)

Luego de haber escuchado con atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas: SATISFACTORIAMENTE .

El jurado después de las deliberaciones correspondientes, arribó a las siguientes conclusiones: La Sustentación Pública y la Tesis han sido: **APROBADAS** . con la calificación MUY BUENA (17).

Estando las Bachilleres aptas para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración.

Siendo las 6 PM .. del 10 de febrero del 2023, se dio por concluido el acto académico.

Lic. Adm. JAIME RENGIFO PEÑA, Mg.
Presidente

Lic. Adm. CARLOS LEANDRO TUESTA CHUQUIPIONDO, Mg.
Miembro

Lic. Adm. ROGER AGUSTIN MAFALDO HERRERA, Mg.
Miembro


Lic. Adm. GILBERT BOLAND ALVARADO ARBILDO, Dr.
Asesor

Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonia del Perú, rumbo a la acreditación

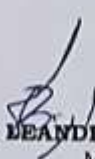
Calle Nanay N°352-356- Distrito de Iquitos – Maynas – Loreto
<http://www.unapiquitos.edu.pe> - e-mail: facen@unapiquitos.edu.pe
Teléfonos: #065-234364 /065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264



JURADO y ASESOR




Lic. Adm. JAIME RENGIFO PEÑA, Mg.
Miembro
CLAD-18911



Lic. Adm. CARLOS LEANDRO TUESTA CHUQUIPIONDO, Mg.
Miembro
CLAD-10865



Lic. Adm. ROGER AGUSTÍN MAFALDO HERRERA, Mg.
Miembro
CLAD - 006609



Lic. Adm. GILBERT ROLANDO ALVARADO ARBILDO, Dr.
Asesor
CLAD N°01929

Nombre del usuario:
Universidad Nacional de la Amazonia Peruana

Fecha de comprobación:
15.12.2022 15:43:48 -05

Fecha del Informe:
15.12.2022 15:44:17 -05

ID de Comprobación:
80190854

Tipo de comprobación:
Doc vs Internet

ID de Usuario:
Ocultado por Ajustes de Privacidad

Nombre de archivo: **TESIS FLAVIA LAVAJOS Y ALISON PEZO**

Recuento de páginas: **37** Recuento de palabras: **5836** Recuento de caracteres: **36819** Tamaño de archivo: **136.79 KB** ID de archivo: **912735**

26.4% de Coincidencias

La coincidencia más alta: **6.6%** con la fuente de Internet (<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/9132>)

26.4% Fuentes de Internet 1000

Página 39

No se llevó a cabo la búsqueda en la Biblioteca

17.2% de Citas

Citas 21

Página 40

No se han encontrado referencias

0% de Exclusiones

No hay exclusiones

DEDICATORIA

Me gustaría dedicar esta Tesis a toda nuestra familia.

A Dios, por acompañarnos en este largo camino.

A mi mamá, Rosa, por su sacrificio y entrega, esta carrera es más suya que mía.

A mi hermana, Brissel, por ser el motor de mi vida para cumplir mis sueños.

Para mi madre Rosa, por su comprensión y ayuda en momentos malos y menos malos. Me ha enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. Me ha dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño, y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nunca nada a cambio.

A mi hermano, Eduardo, por ser la razón más importante de lograr y cumplir todo lo que me propongo.

Para mi hermoso ángel Betty, a ella especialmente le dedico esta Tesis. Por su paciencia, por su comprensión, por sus desvelos, por su fuerza, por su amor, por haber siempre estado ahí conmigo, te estaré eternamente agradecida por tu amor incondicional.

A todos ellos,

muchas gracias de todo corazón

AGRADECIMIENTO

A Dios, por cuidarnos y guiarnos siempre por el buen camino.

A Gilbert Roland Alvarado Arbildo. Sin usted y sus virtudes, su paciencia y constancia este trabajo no lo hubiésemos logrado tan fácil. Usted formó parte importante de esta historia con sus aportes profesionales que lo caracterizan.

A mis tías Iris y Mercedes, gracias por su apoyo incondicional, por estar ahí para mí siempre, les prometí que haría esto posible y lo cumpliré.

A mi bisabuela Mechita, por sus palabras de aliento, por sus consejos y por nunca dejarme sola, gracias por tu gran ayuda.

A mi abuelito y mis primos, por ser mi motor en todo esto, gracias.

Gracias por ser quienes son y por creer en nosotras.

INDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	i
ACTA DE SUSTENTACIÓN	ii
JURADO Y ASESOR	iii
RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CUADROS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: MARCO TEÓRICO	3
1.1. Antecedente de investigación	3
1.2. Bases teóricas	4
1.3. Definición de términos básicos	9
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	10
2.1. Formulación de la hipótesis	10
2.2. Variables y su operacionalización	10
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	12
3.1. Diseño metodológico	12
3.2. Diseño muestral	13

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
3.4. Procesamiento y análisis de la información	14
3.5. Aspectos éticos	14
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	16
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	29
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	31
CAPITULO VII: RECOMENDACIONES	33
CAPITULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN	35
ANEXOS	
1. Matriz de consistencia	
2. Instrumento de recolección de datos	
3. Consentimiento informado	
4. GALERIA DE IMÁGENES	

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Casos	16
Cuadro 2: Nivel de confianza Variable 1: Clima organizacional	16
Cuadro 3: Casos	17
Cuadro 4: Grado de confianza para la Variable 2 Calidad de servicio.	17
Cuadro 5: Variable 1 Clima organizacional y variable 2 Calidad de servicio	18
Cuadro 6: Correlación de dimensión 1 Potencial humano con la Variable 2 Calidad de servicio	19
Cuadro 7: Dimensión 2 Diseño organizacional de la variable 1 con la Variable 2 Calidad de servicio	20
Cuadro 8: Dimensión 3 Cultura organizacional de la variable 1 con la Variable 2 Calidad de servicio	21
Cuadro 9: Niveles de la variable 1: Clima organizacional	21
Cuadro 10: Niveles de la variable 2 Calidad de servicio	23
Cuadro 11: Niveles de la dimensión 1 Potencial humano	23
Cuadro 12: Niveles de la dimensión 2 Diseño organizacional	24
Cuadro 13: Niveles de la dimensión 3 Cultura organizacional	26
Cuadro 14: Niveles de la variable 2 Calidad de servicio	27

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Niveles de la variable 1: Clima organizacional	22
Figura 2: Niveles de la dimensión 1 Potencial humano	23
Figura 3: Niveles de la dimensión 2 Diseño organizacional	25
Figura 4: Niveles de la dimensión 3 Cultura organizacional	26
Figura 5: Niveles de la variable 2 Calidad de servicio	27

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre el clima organizacional y la calidad de servicio de los trabajadores del Banco de la Nación sede Iquitos, 2022, se empleó el tipo de investigación de nivel cuantitativa, de diseño no experimental, de tipo descriptiva y correlacional. La población está conformada por todos los trabajadores del Banco de la Nación sede Iquitos, se realizó la encuesta a un total de 24 personas, se obtuvo como resultado que con un valor de correlación de Pearson igual a 1,000** y el valor de sigma (bilateral) que es de 0,000, concluimos que existe relación significativa entre el clima organizacional y la calidad de servicio de los trabajadores del Banco de la Nación sede Iquitos, 2022. Luego de analizar las dimensiones de las variables y conforme a la respuesta de más del 50% concluimos que tanto la variable clima organizacional como la variable calidad de servicio tienen un nivel alto, lo cual se requiere mantener dicho nivel y mejorarlo aún más. La investigación llegó a la conclusión que existe relación significativa entre el clima organizacional con la calidad de servicio en el Banco de la Nación sede Iquitos, 2022.

Palabras claves: Clima organizacional, calidad de servicio, comportamiento organizacional.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between the organizational climate and the quality of service of the workers of the Banco de la Nación headquarters Iquitos, 2022, the type of research was used at a quantitative level, of a non-experimental design, of a descriptive and correlational type. The population is made up of all the workers of the Banco de la Nación Iquitos headquarters, the survey was carried out on a total of 24 people, the result was obtained with a Pearson correlation value equal to 1,000** and the sigma value (bilateral) which is 0.000, we conclude that there is a significant relationship between the organizational climate and the quality of service of the workers of the Banco de la Nación, Iquitos headquarters, 2022. After analyzing the dimensions of the variables and according to the response of more than 50% conclude that both the organizational climate variable and the service quality variable have a high level, which requires maintaining that level and improving it even more. The investigation concluded that there is a significant relationship between the organizational climate with the quality of service at the Banco de la Nación headquarters in Iquitos, 2022.

Keywords: Organizational climate, service quality, organizational behavior

INTRODUCCIÓN

El Banco de la Nación, sede Iquitos, es una institución financiera que brinda servicios a la ciudadanía y al país, fomentando la inclusión financiera a través de una gestión moderna y autosuficiente. Un problema constante es que, debido a la alta afluencia del público, los empleados siempre están bajo presión para superar sus objetivos. Otra situación que genera problemas es la alta rotación de personal, ya que las nuevas instituciones financieras en el mercado buscan personal de las instituciones existentes para atraerlos. El clima organizacional es la percepción que tiene el empleado del entorno en el que se desenvuelve la empresa, debido a que muchas veces el empleado está desmotivado y no demuestra su productividad, por lo que un plan de comunicación es muy importante. Internamente se fomenta el respeto y la igualdad, así como buenas instalaciones y equipamientos de calidad, para que los socios puedan desarrollar todo su potencial.

(Díaz Cardiel , 2015) menciona que “Es necesario promover la cooperación entre asociados dentro del mismo campo de trabajo con el fin de intercambiar experiencias laborales y así fortalecer la competencia del personal, desarrollar una fuerza laboral calificada utilizando programas para optimizar los talentos profesionales de los asociados, mejorar efectivamente su esfuerzo y eficiencia en el trabajo. de los recursos”.

En el presente estudio se realizará una encuesta para evaluar el clima organizacional y la calidad de servicio del Banco de la Nación de Iquitos en el 2022 con el objetivo de brindar un servicio de calidad a sus clientes y clientes para el logro de sus objetivos. metas organizacionales.

A través de esta investigación, el Banco de la Nación podrá conocer las expectativas, percepciones, brechas de insatisfacción de sus clientes y recomendaciones sobre cómo reducir estas diferencias para mejorar la calidad de los servicios y ser más competitivo en el mercado.

Por otro lado, gracias a este primer estudio, el trabajo de seguimiento podrá ampliar la investigación sobre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el entorno bancario, ya que hasta el momento se ha investigado poco.

CAPITULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedente de investigación

En 2017, se desarrolló una investigación de tipo descriptiva, correlacional y diseño no experimental que incluyó como población de estudio 200 clientes y 12 colaboradores de la agencia bancaria. El método usado para la investigación, fue el método inductivo, el cual permitió obtener conclusiones generales a partir de un problema y el trabajo concluyo que la calidad de servicio se relaciona significativamente de manera positiva con la satisfacción del cliente en el banco de crédito del Perú (Barandarian , 2017).

En 2017, se desarrolló una investigación de tipo cuantitativa y diseño no experimental y transversal que incluyó como población de estudio a los trabajadores del PEAH (Proyecto especial Alto Huallaga). El objetivo primordial de esta investigación se fundamenta en determinar de qué manera el clima organizacional influye en el desempeño laboral de los trabajadores en el Proyecto Especial Alto Huallaga - 2017. La investigación determino que las relaciones influyen positivamente en el desempeño laboral del PEAH (Proyecto especial Alto Huallaga) y el trabajo concluyó que existe una buena comunicación y un buen ambiente de trabajo, siendo estos entre 54% y 53% respectivamente (Naveda, 2017).

En 2017, se desarrolló una investigación de tipo no experimental y diseño cuantitativo de enfoque transversal – correlacional que incluyó como población de estudio 190 clientes. La investigación determinó que si existe una relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en los restaurantes de comida marina en la ciudad de Chimbote y el trabajo concluyó que los restaurantes, creen programas para fortalecer la calidad del servicio

para su personal con el fin de brindar una adecuada y mejorada atención (Martínez, 2016).

En 2018, se desarrolló una investigación de tipo aplicada y de diseño pre experimental que incluyo como población de estudio un total de 10202 clientes y la muestra es de 265 clientes, con el fin de mejorar e incrementar la satisfacción del cliente y el trabajo concluyó que se logró de obtener una diferencia significativa en cuanto a satisfacción del cliente. Lo cual demostró un cambio positivo en los clientes del Grifo Sport del distrito de la Victoria (Sánchez, 2018).

1.2. Bases teóricas

❖ Clima organizacional

El clima de las organizaciones es descrito desde el enfoque de la empresa.

(Brunet, 2011), define el ambiente como un elemento individual relacionado con los valores, las necesidades e incluso la satisfacción de un empleado. El clima institucional puede ser percibido por los individuos sin ser conscientes del papel y la presencia de los factores que lo configuran.

Dimensiones del Clima Organizacional

➤ Dimensión Potencial Humano

Según (Giraudier, 2018) Indicando que se relaciona con la dimensión del potencial humano: "El tipo de ambiente que afecta el clima de manera positiva o negativa, crea limitaciones o mejora el desempeño en cuanto al desempeño es lo que determina a la organización, dependerá de cada persona, es expresado de la siguiente manera".

Los elementos del capital humano o capital intangible caracterizados por el capital humano son todas inversiones organizacionales y están documentados: experiencia, salud, salario, vivienda, calidad del trabajo y educación.

➤ **Dimensión diseño organizacional**

Según (Fincowsky, 2009) define: "Diseño organizacional; es el arte de organizar el trabajo y crear mecanismos de coordinación para facilitar la implementación de estrategias, el flujo de procesos y las relaciones entre personas y organizaciones para lograr productividad y competitividad".

Está compuesto por los siguientes indicadores:

- **Innovación:** (Towe, 2004) La innovación es sólo un paso en el proceso creativo.
- **Comunicación organizacional:** (P. Robbins & A. Judge, 2009) El concepto de comunicación organizacional se refiere al flujo de información que se presenta dentro de la organización a través de los diversos canales y redes que existen dentro de la organización.

➤ **Dimensión Cultura Organizacional**

(Amoros, 2012) La cultura organizacional se describe de la siguiente manera: "forma de vida, sistemas de creencias y valores, formas aceptadas de interacción y relaciones típicas en una organización en particular".

Definimos cultura organizacional como el conjunto de valores, creencias, compromisos y principios compartidos por los miembros de la organización.

Calidad de servicio

- **Definiciones**

(Vargas & Aldana de Vega, 2017) la calidad del servicio se refiere a la apreciación del cliente o la satisfacción de las necesidades del cliente como un atributo o conjunto de características, generalmente asociado con la noción de que el cliente debe garantizar las expectativas y necesidades del cliente. tiempo.

Dimensiones de la calidad de servicio

Dimensión Eficiencia en el servicio

(Castro, 2012) Indica que, en una organización orientada a la calidad, para lograrlo, se deben tener en cuenta los siguientes requisitos:

- Siempre debe estar encaminada a mejorar los servicios y productos.
- En la nueva economía, nos vemos obligados a ser más hábiles. Un servicio o producto debe ejecutarse con calidad desde el principio.
- El precio del producto debe estar relacionado con la calidad del producto.

Estos requisitos deben ser tenidos en cuenta para que cualquier organización implemente la calidad en los productos y servicios que ofrece.

Dimensión Relevancia en el servicio

Para cualquier organización, los usuarios son el elemento más importante en el proceso de mejora, lo que debe verse reflejado en cumplir o superar sus expectativas del producto o servicio que necesitan.

La mayoría de los usuarios utilizan cinco dimensiones para realizar dicha evaluación:

- **Fiabilidad.** Es la capacidad de las organizaciones de prestación de servicios para prestar servicios de manera fiable, segura y cuidadosa.
- **Seguridad:** Los usuarios así lo sienten, poniendo sus problemas en manos de la organización y confiando en que serán resueltos de la mejor manera posible.
- **Capacidad de Respuesta:** Se refiere a la actitud mostrada para ayudar a los usuarios y garantizar un servicio oportuno; También se considera parte de esto el cumplimiento oportuno de las obligaciones contractuales.
- **Empatía:** Esto significa que las organizaciones están preparadas para brindar una atención completa y personalizada a los usuarios.
- **Intangibilidad:** Si bien existen servicios intangibles que son inherentemente intangibles, es importante considerar algunos aspectos que surgen de la naturaleza intangible de los servicios.

Dimensión Pertinencia en el servicio

Se dice que el concepto de calidad de servicio surge de una idea y un método, como las de (Castro, 2012) quien afirma en su obra que “es la percepción que tiene el usuario de la coincidencia entre el desempeño y las expectativas relacionadas con un conjunto de elementos del desempeño, tanto cuantitativa como cualitativamente”. En tal sentido se infiere que:

- **Necesidad de ser bien recibido:** Cualquier persona con la que te encuentres y te sientas como un extraño no volverá.

- **Necesidad de sentirse importante:** El ego y la autoestima son poderosas necesidades humanas. A todos nos gusta sentirnos importantes, y cualquier cosa que hagamos para que nuestros huéspedes se sientan especiales es un paso en la dirección correcta.
- **Necesidad de comodidad:** Los usuarios necesitan comodidad física: un lugar para esperar, descansar, conversar o hacer negocios; también necesitan la seguridad de que serán atendidos adecuadamente y confiar en que atenderemos sus necesidades.

Dimensión satisfacción como percepción de calidad

La bibliografía revisada encontró una serie de filósofos de calidad que definieron y derivaron algunos principios, pero esta sección examina (Castro, 2012), que dice que la calidad se establece por estos principios:

- Hacer bien las cosas desde la primera vez.
- Satisfacer las necesidades del usuario (tanto externo como interno ampliamente).
- Buscar soluciones y no estar justificando errores.
- Ser optimista a ultranza.

Satisfacción del usuario con todas las actividades a diferentes niveles y volúmenes relacionados con el mantenimiento. La mejor estrategia para conseguir la fidelización de los usuarios es evitar sorpresas desagradables a los usuarios por fallos en el servicio y situaciones sorpresivas.

1.3. Definición de términos básicos

- **Calidad de servicio**

Según (Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2017), “La calidad del servicio consiste en valorar al cliente o satisfacer las necesidades del cliente como un conjunto de cualidades o características. En general, se trata de la percepción del cliente de que las expectativas y necesidades planteadas deben estar justificadas. Aquí y ahora”.

- **Clima organizacional.**

(Chiavenato, 2011) afirmó que la influencia del ambiente en la motivación de los miembros se puede describir como una cualidad o característica del ambiente organizacional que es percibido o experimentado por los miembros de la organización y afecta su comportamiento.

- **Comportamiento organizacional.**

(Robbins & Judge, 2009) define el comportamiento organizacional como el estudio sistemático de los comportamientos y actitudes que exhiben las personas en las organizaciones.

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1. Formulación de la hipótesis

Hipótesis General

Existe relación significativa entre el clima organizacional y la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de la Nación Sede Iquitos, 2022.

Hipótesis específica

- Existe relación directa y significativa entre el potencial humano y la calidad de servicios de los trabajadores del Banco de la Nación Sede Iquitos, 2022.
- Existe relación directa y significativa entre el diseño organizacional y la calidad de servicios de los trabajadores del Banco de la Nación Sede Iquitos, 2022.
- Existe relación directa y significativa entre la cultura organizacional y la calidad de servicios de los trabajadores del Banco de la Nación Sede Iquitos, 2022.

2.2. Variables y su operacionalización

- **Variable 1: Clima Organizacional**
- **Variable 2: Calidad de servicio**

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	TIPO POR SU NATURALEZA	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	CATEGORÍA	VALORES DE CATEGORÍA	INSTRUMENTO
CLIMA ORGANIZACIONAL	Es el ambiente generado en una empresa a partir de las vivencias cotidianas de sus miembros. Este ambiente tiene que ver con las actitudes, creencias, valores y motivaciones que tiene cada trabajador y que se expresan en las relaciones personales y profesionales. (Brunet, 2011)	CUANTITATIVA	<ul style="list-style-type: none"> Potencial Humano Diseño Organizacional Diseño Cultural Organizacional 	<p>Ítem 1-12</p> <p>Ítem 13-22</p> <p>Ítem 23-30</p>	ORDINAL	<p>MUY MALO</p> <p>MALO</p> <p>REGULAR</p> <p>BUENO</p> <p>MUY BUENO</p>	<p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p>	<p>Técnica: encuesta</p> <p>Instrumento: cuestionario</p>
CALIDAD DE SERVICIO	Es una función de la discrepancia entre las expectativas de los clientes sobre el servicio que van a recibir y sus percepciones finales luego de haber recibido el servicio prestado por la empresa. (Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2017)	CUANTITATIVA	<ul style="list-style-type: none"> Eficiencia en el Servicio Relevancia en el Servicio Pertinencia en el Servicio Satisfacción en el Servicio. 	<p>Ítem 1-8</p> <p>Ítem 9-16</p> <p>Ítem 17-24</p> <p>Ítem 25-30</p>	ORDINAL	<p>MUY DESACUERDO</p> <p>DESACUERDO</p> <p>INDIFERENTE DE ACUERDO</p> <p>MUY DE ACUERDO</p>	<p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p>	

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

➤ Tipo de Investigación

El presente estudio utiliza un enfoque cuantitativo y es descriptivo porque utilizaremos métodos de investigación para obtener una visión general del comportamiento y la percepción de las personas sobre un tema específico, en nuestro caso utilizaremos una encuesta a los empleados del banco para comprender sus sentimientos. ambiente de trabajo. (Blasco & Pérez, 2007), señalan que la investigación cuantitativa examina la realidad y cómo ocurre en su contexto natural al obtener e interpretar los fenómenos en relación con los individuos involucrados.

(Hernández & Mendoza, 2018) Los métodos cuantitativos buscan ubicaciones precisas de llegada (métodos indicados y restringidos) y mapas precisos o GPS (diseño restringido). El análisis estadístico está en nuestro equipaje porque trataremos con números. En este caso, nuestro estudio describirá cómo percibimos los temas mencionados en nuestro estudio desde la perspectiva de los empleados del Banco de la Nación.

➤ Diseño de Investigación

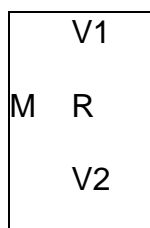
Es descriptivo más que experimental porque describiremos la situación que nos ocupa sin manipular las variables de investigación, solo nos basaremos en las observaciones de las variables y las relaciones entre ellas.

Es correlacional porque explicaremos la relación que existen entre nuestras variables, es decir; cómo el clima organizacional de los trabajadores del Banco

de la Nación de Iquitos determina la calidad de atención que brindan a sus clientes.

El esquema del presente diseño es el siguiente:

Diseño descriptiva – correlacional



Dónde:

M: Muestra, trabajadores del Banco de la Nación de Iquitos

V1: Clima organizacional

V2: Calidad de servicio

r = relación entre variables

3.2. Diseño muestral

❖ Población

La población está conformada por todos colaboradores del Banco de la Nación de la sede Iquitos.

❖ Muestra

Al ser una población pequeña la muestra será igual que la población, es decir, los 24 trabajadores del Banco de la Nación Sede Iquitos, 2022.

❖ **Muestreo**

Los sujetos de estudio serán el total de la población que son 24 trabajadores del Banco de la Nación de Iquitos.

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

- **Técnica**

En el estudio se utilizará la técnica de la encuesta, que nos permitirá recoger información a través de preguntas escritas organizadas en los cuestionarios con variante de respuestas estándares, lo que facilitará la evaluación de los resultados por métodos estadísticos.

- **Instrumento**

El instrumento que se empleará en la recolección de los datos será:

El cuestionario formado por preguntas organizadas en una escala de calificación.

3.4. Procesamiento y análisis de la información

Los datos recolectados a través del instrumento serán procesados a través de hojas de cálculo (Excel), el programa Microsoft Excel para tabular y sistematizar de acuerdo a cada dimensión e indicador.

El análisis de la información se realizará a través del método estadístico descriptivo, y los resultados se presentarán en tablas y gráficos.

3.5. Aspectos éticos

En cada etapa del proceso de investigación se tomarán decisiones que estarán encaminadas a asegurar la calidad de la investigación.

En cuanto a la elaboración del documento, se respetarán los derechos de autor y propiedad intelectual de terceros. Las ideas o conceptos derivados de otros autores se indicarán en el texto mediante referencias o paráfrasis, y el manual se citará en su totalidad, utilizando el estilo APA, al final del documento. Se otorga crédito y se dirige al lector a la fuente original si desean profundizar en el tema.

Este estudio explicará y comprenderá con objetividad y honestidad los hechos investigados, limitándose así a la descripción de variables y al análisis de dimensiones e indicadores.

Los resultados obtenidos se mantendrán confidenciales y se utilizarán únicamente con fines de investigación, ya que el instrumento será destruido después del procesamiento de datos.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

Los resultados estadísticos que serán mostrados han sido obtenidos luego de aplicar las fórmulas mediante el programa SPSS V.26; se generaron cuadros de confiabilidad, correlación y frecuencias, que permitieron lograr los objetivos propuestos en nuestra investigación.

Prueba de confianza de las variables

Variable 1: Clima organizacional

Cuadro 1: Casos

	N	%
Casos Válido	24	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	24	100,0

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

El cuadro N° 01 nos muestra que todos los casos procesados para la variable 1 que suman 24 son válidos.

Cuadro 2: Nivel de confianza Variable 1: Clima organizacional

Alfa de Cronbach	N de elementos
,776	30

El cuadro N° 02 nos muestra un valor de Alfa de Cronbach de 0,776 por lo cual podemos indicar que los casos procesados tienen un nivel alto de confianza, (Palella & Martins, 2012).

Variable 2 Calidad de servicio

Cuadro 3: Casos

		N	%
Casos	Válido	24	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	24	100,0

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

El cuadro N° 03 nos muestra que todos los casos procesados para la variable 2 que suman 24 son válidos.

Cuadro 4: Grado de confianza para la Variable 2 Calidad de servicio.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,776	30

El cuadro N° 04 nos muestra un valor de Alfa de Cronbach de 0,776 por lo cual podemos indicar que los casos procesados tienen un nivel alto de confianza, (Palella & Martins, 2012).

Cálculos de correlación

Hipótesis general

Hi Existe relación significativa entre el clima organizacional y la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de la Nación Sede Iquitos, 2022.

Cuadro 5: Variable 1 Clima organizacional y variable 2 Calidad de servicio

		V1: Clima organizacional	V2: Calidad de servicio
V1: Clima organizacional	Correlación de Pearson	1	1,000**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	24	24
V2: Calidad de servicio	Correlación de Pearson	1,000**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	24	24

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

El cuadro N° 05 muestra que el resultado de la correlación de Pearson entre la variable 1 y 2 es igual a 1,000** ello significa que la correlación es positiva perfecta, (Hernandez, 2018) y de acuerdo al valor obtenido de sigma (bilateral) que es igual a 0,000 se determina que es significativa, así conforme el Valor sigma que es menos de 0.05, Aceptamos entonces la Hipótesis planteada; afirmamos que: existe relación significativa entre el clima organizacional con la calidad de servicio , en el Banco de la Nación, sede Iquitos, 2022.

Hipótesis específica 1:

H₁₁ Existe relación directa y significativa entre el potencial humano y la calidad de servicios de los trabajadores del Banco de la Nación Sede Iquitos, 2022.

Cuadro 6: Correlación de dimensión 1 Potencial humano con la Variable 2 Calidad de servicio

		D1V1: Potencial humano	V2: Calidad de servicio
D1V1: Potencial humano	Correlación de Pearson	1	,873**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	24	24
V2: Calidad de servicio	Correlación de Pearson	,873**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	24	24

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

El cuadro N° 06 muestra que el resultado de la correlación de Pearson entre la dimensión 1 de la variable 1 y la variable 2 es igual a 0,873** ello significa que la correlación es positiva y considerable, (Hernandez, 2018) y de acuerdo al valor obtenido de sigma (bilateral) que es igual a 0,000 se determina que es significativa, así conforme el Valor sigma que es menos de 0.05, Aceptamos entonces la H₁; afirmamos que: existe relación directa y significativa entre el potencial humano con la calidad de servicio del Banco de la Nación, sede Iquitos, 2022.

Hipótesis específica 2:

H₁₂ Existe relación directa y significativa entre el diseño organizacional y la calidad de servicios de los trabajadores del Banco de la Nación Sede Iquitos, 2022.

Cuadro 7: Dimensión 2 Diseño organizacional de la variable 1 con la Variable 2 Calidad de servicio

		D2V1: Diseño organizacional	V2: Calidad de servicio
D2V1: Diseño organizacional	Correlación de Pearson	1	,817*
	Sig. (bilateral)		,000
	N	24	24
V2: Calidad de servicio	Correlación de Pearson	,817*	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	24	24

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

El cuadro N° 07 muestra que el resultado de la correlación de Pearson entre la dimensión 2 de la variable 1 y la variable 2 es igual a 0,817* ello significa que la correlación es positiva, y de acuerdo al valor obtenido de sigma (bilateral) que es igual a 0,000 se determina que es significativa, así conforme el Valor sigma que es menos de 0.05, Aceptamos entonces la H_{i2} ; afirmamos que: Existe relación directa y significativa entre el diseño organizacional con la calidad de servicio del Banco de la Nación, sede Iquitos, 2022.

Hipótesis específica 3:

H_{i3} Existe relación directa y significativa entre la cultura organizacional y la calidad de servicios de los trabajadores del Banco de la Nación Sede Iquitos, 2022.

Cuadro 8: Dimensión 3 Cultura organizacional de la variable 1 con la Variable 2 Calidad de servicio

		D3V1: Cultura organizacional	V2: Calidad de servicio
D3V1: Cultura organizacional	Correlación de Pearson	1	,599**
	Sig. (bilateral)		,002
	N	24	24
V2: Calidad de servicio	Correlación de Pearson	,599**	1
	Sig. (bilateral)	,002	
	N	24	24

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

El cuadro 08 muestra que el resultado de la correlación de Pearson entre la dimensión 3 de la variable 1 y la variable 2 es igual a 0,599** ello significa que la correlación es positiva y moderada, (Hernandez, 2018) y de acuerdo al valor obtenido de sigma (bilateral) que es igual a 0,002 se determina que es significativa, así conforme el Valor sigma que es menos de 0.05, Aceptamos entonces la Hi3; afirmamos que: Existe relación significativa entre la cultura organizacional con la calidad de servicio del Banco de la Nación, sede Iquitos 2022.

Niveles de las variables y dimensiones

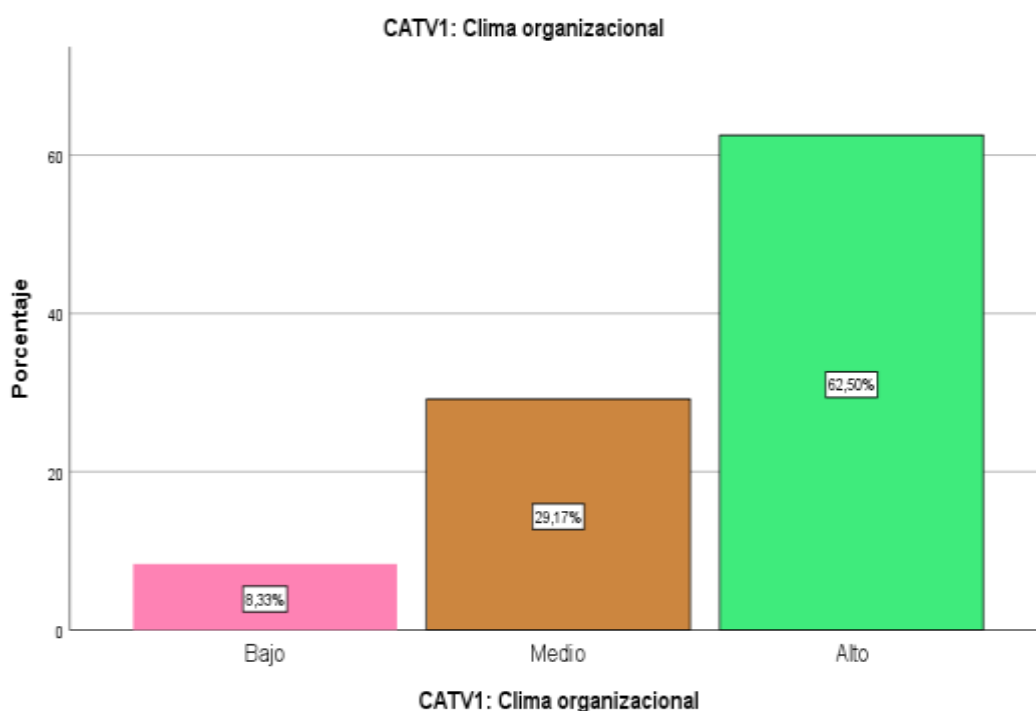
Variable 1 Clima organizacional

Cuadro 9: Niveles de la variable 1: Clima organizacional

Categoría	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	2	8,3	8,3
Media	7	29,2	37,5
Alto	15	62,5	100,0
Total	24	100,0	

Fuente: Encuesta

Figura 1: Niveles de la variable 1: Clima organizacional



Fuente: Cuadro N° 09

En el Cuadro N° 09 y Figura N° 01 están presentes los resultados calculados en base a las respuestas sobre las variables obtenidas en la encuesta, ello nos permite entender cómo perciben los empleados a la variable 1 Clima organizacional, es así que el 62,50% que corresponde a 15 personas consideraron que el Clima organizacional en la empresa posee un nivel "alto", el 29,2% correspondiente a 7 personas respondieron que lo consideran en un nivel "medio" y el 8,3% que representa a 02 personas consideran un valor "bajo", conforme a la respuesta de más del 62% se confirma que esta variable posee un nivel "alto" por ello es necesario seguir manteniendo un buen ambiente laboral.

Cuadro 10: Niveles de la variable 2 Calidad de servicio

Categoría	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	2	8,3	8,3
Media	7	29,2	37,5
Alto	15	62,5	100,0
Total	24	100,0	

Fuente: Encuesta

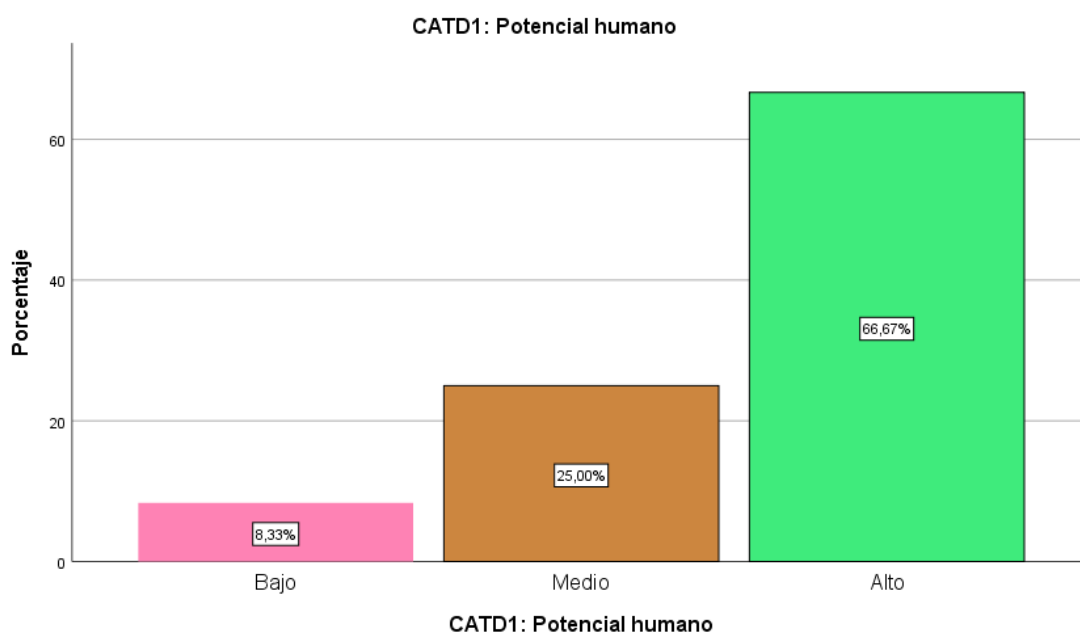
Niveles de las dimensiones de la variable 1 Clima organizacional

Cuadro 11: Niveles de la dimensión 1 Potencial humano

Categoría	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	2	8,3	8,3
Medio	6	25,0	33,3
Alto	16	66,7	100,0
Total	24	100,0	

Fuente: Encuesta

Figura 2: Niveles de la dimensión 1 Potencial humano



Fuente: Cuadro N° 11

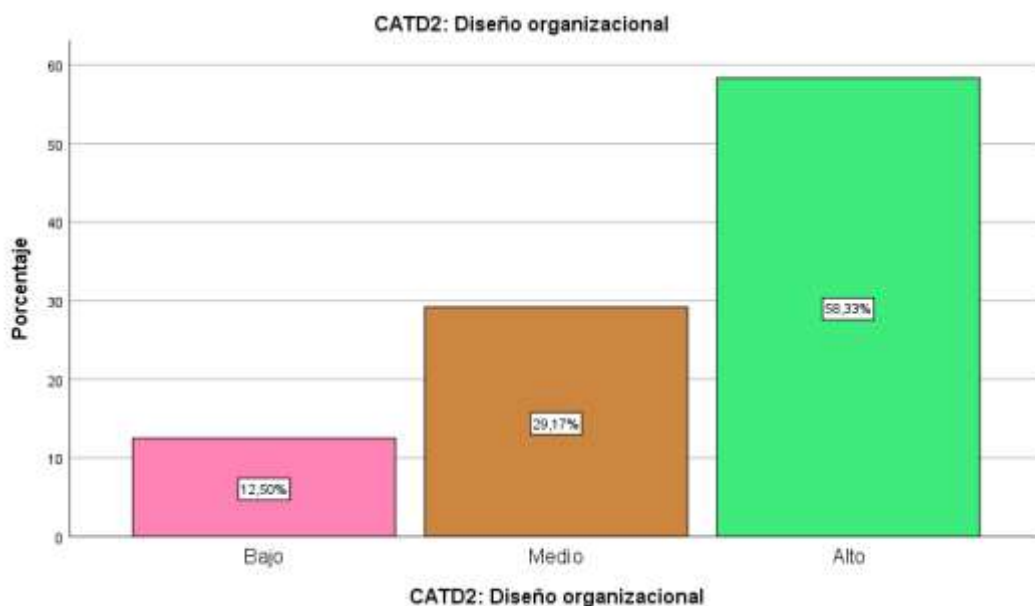
En el Cuadro N° 11 y Figura N° 02 están presentes los resultado calculados en base a las respuestas sobre las dimensión 1 Potencial humano de la variable 1 Clima organizacional obtenidas en la encuesta, ello nos permite entender cómo lo perciben los empleados, es así que el 66,67% que corresponde a 16 personas consideraron que el Potencial humano en la empresa posee nivel “alto”, el 25,00% que corresponde a 6 personas respondieron que lo consideran en un nivel “medio” y el 8,33% correspondiente a 02 personas respondieron que lo consideran en un nivel “bajo”, conforme a la respuesta de más del 66% se confirma que esta dimensión posee un nivel “alto” por ello es importante conservarlo y en la misma línea procurar que más empleados lo perciban de ese modo.

Cuadro 12: Niveles de la dimensión 2 Diseño organizacional

Categoría	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	3	12,5	12,5
Medio	7	29,2	41,7
Alto	14	58,3	100,0
Total	24	100,0	

Fuente: Encuesta

Figura 3: Niveles de la dimensión 2 Diseño organizacional



Fuente: Cuadro N° 12

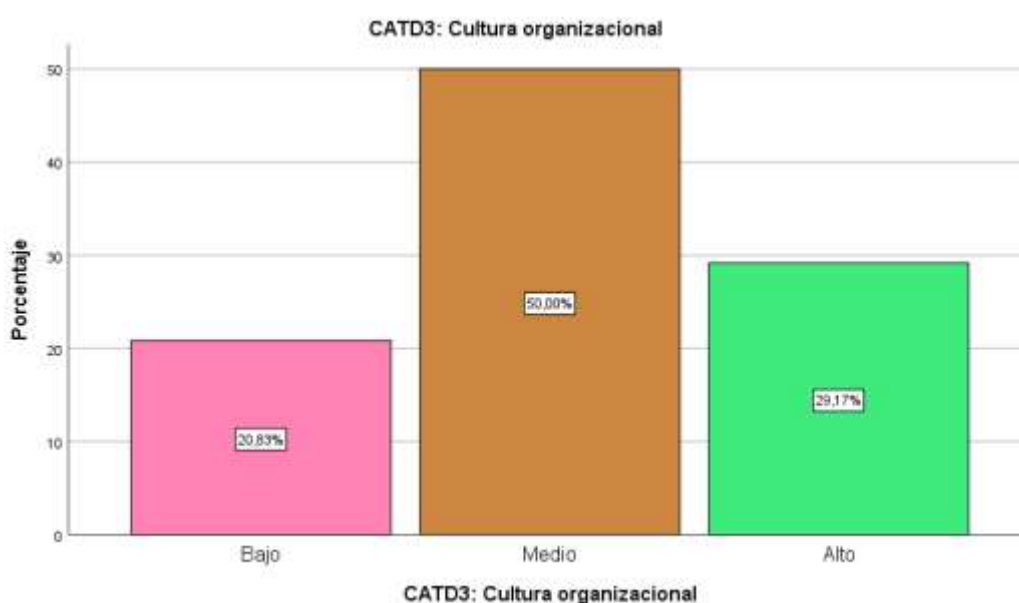
En el Cuadro N° 12 y Figura N° 03 están presentes los resultado calculados en base a las respuestas sobre las dimensión 2 Diseño organizacional de la variable 1 Clima organizacional obtenidas en la encuesta, ello nos permite entender cómo lo perciben los empleados, es así que el 58,33% que corresponde a 14 personas consideraron que el Diseño organizacional en la empresa posee nivel "alto", el 29,17% que corresponde a 07 personas consideran que posee un nivel "medio" y el 12,50% correspondiente a 03 personas respondieron que lo consideran en un nivel "bajo", conforme a la respuesta de más del 58% se confirma que esta dimensión posee un nivel "alto" por ello es recomendable seguir manteniendo dicho diseño.

Cuadro 13: Niveles de la dimensión 3 Cultura organizacional

Categoría	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	05	20,8	20,8
Medio	12	50,0	70,8
Alto	07	29,2	100,0
Total	20	100,0	

Fuente: Encuesta

Figura 4: Niveles de la dimensión 3 Cultura organizacional



Fuente: Cuadro N° 13

En el Cuadro N° 13 y Figura N° 04 están presentes los resultado calculados en base a las respuestas sobre las dimensión 3 Cultura organizacional de la variable 1 Clima organizacional obtenidas en la encuesta, ello nos permite entender cómo lo perciben los empleados, es así que el 29,17% que corresponde a 07 personas consideraron que la cultura organizacional en la empresa posee nivel “alto”, el 50,0% que corresponde a 12 personas consideran que posee un nivel “medio” y el 20,83% correspondiente a 05 personas respondieron que lo consideran en un nivel “bajo”, conforme a la

respuesta de más del 50% se confirma que esta dimensión posee un nivel “medio” por ello es recomendable mejorarlo.

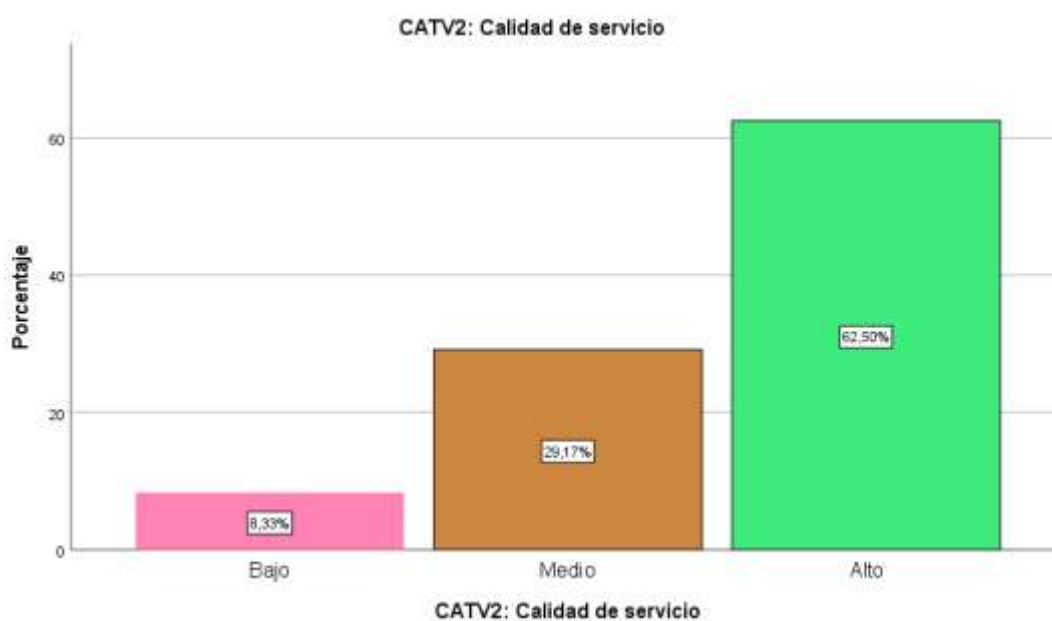
Variable 2 Calidad de servicio

Cuadro 14: Niveles de la variable 2 Calidad de servicio

Categoría	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	2	8,3	8,3
Media	7	29,2	37,5
Alto	15	62,5	100,0
Total	24	100,0	

Fuente: Encuesta

Figura 5: Niveles de la variable 2 Calidad de servicio



Fuente: Cuadro 14

En el Cuadro N° 14 y Figura N° 05 están presentes los resultado calculados en base a las respuestas sobre las dimensiones obtenidas en la encuesta, ello nos permite entender cómo perciben los empleados a la variable 2 Calidad de servicio, es así que el 62,50% que corresponde a 15 personas consideraron

que la Calidad de servicio en la empresa posee nivel “alto”, el 29,17% que corresponde a 07 personas consideran que tiene un nivel “medio” y el 8,3% correspondiente a 02 personas respondieron que lo consideran en un nivel “bajo”, conforme a la respuesta de más del 62% se confirma que esta variable posee un nivel “alto”, por ello es necesario seguir manteniendo la calidad en el servicio

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

(Bohnenberger, 2006) En su tesis, afirmó: "...el marketing interno no es sólo la gestión de personal de alto nivel, sino también la gestión estratégica de los recursos humanos desde la perspectiva del marketing. En este caso, es necesario considerar el entorno interno y externo desde el punto de vista de la empresa. nivel estratégico, clientes internos y externos, y sobre todo a la filosofía orientada al cliente. Además, cree que el marketing interno tiene un efecto positivo en las organizaciones que implementan el marketing interno.

(Fernández, 2021) Por otro lado, en su tesis de grado en relaciones industriales encontró que el marketing interno tiene un efecto positivo en Litex Industries E.I.R.L. gestión de recursos humanos. Porque ayuda a reducir las desventajas asociadas a los clientes internos y mejorar su desempeño al mismo tiempo que crea valor para la empresa; además, determina la relación que existe entre las variables de estudio utilizando el estadístico del coeficiente de correlación r de Pearson, donde el estadístico r tiene un valor de 0.903, resultando una correlación de magnitud "altamente significativa" entre las dos variables. Por lo tanto, se puede confirmar una correlación positiva directa entre el marketing interno y la gestión de recursos humanos con un nivel de confianza del 99 % y un margen de error del 1 %.

Nuestra investigación tiene relación con lo descrito por (Bohnenberger, 2006) porque reconocemos que el marketing interno es una herramienta eficaz para el crecimiento empresarial; junto con la gestión de recursos humanos, buscan cambiar la forma en que los empleados perciben su ambiente de trabajo, brindándoles herramientas que los ayuden a ser más efectivos. Nuestra conclusión guarda relación también con la de (Fernández, 2021), concluimos

que existe una relación significativa entre marketing interno y gestión de recursos humanos en Entel Iquitos 2022 con un valor de correlación de Pearson igual a 0,906** y un valor sigma (bilateral) de 0,000.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

En base a los resultados presentados podemos llegar a las siguientes conclusiones:

General

- Con un valor de correlación de Pearson igual a 1000** y un valor sigma (bilateral) de 0,000, concluimos que existe una correlación significativa entre el clima organizacional del Banco de la Nación Sede Iquitos en el año 2022 y la calidad de servicio de los empleados. Además, según más del 50%, creemos que tanto la variable clima organizacional como la variable calidad del servicio se encuentran en un nivel alto, por lo que es necesario mantener este nivel.

Específicos

- Con un valor de correlación de Pearson igual a 0.873** y un valor sigma (bilateral) de 0.000, concluimos que existe una relación directa y significativa entre el potencial humano y la calidad del servicio en la sede del Banco de la Nación de Iquitos en el 2022. Además, más del 50% de las respuestas indican que el nivel de esta dimensión es muy alto.
- Con un valor de correlación de Pearson igual a 0,817* y un valor sigma (bilateral) de 0,000, concluimos que existe una relación directa y significativa entre el diseño organizacional y la calidad de servicio de la sede del Banco de la Nación en Iquitos en el 2022. Además, con base en más del 50% de las respuestas, concluimos que el nivel de esta dimensión es alto.

- Con un valor de correlación de Pearson igual a 0,599** y un valor sigma (bilateral) de 0,002, concluimos que existe una relación directa y significativa entre la cultura organizacional y la calidad del servicio en la sede del Banco de Iquitos en 2022. Además, según hasta más del 50% de las respuestas, concluimos que esta dimensión es moderada.

CAPITULO VII: RECOMENDACIONES

Recomendamos iniciar acciones encaminadas a mejorar el nivel del marketing interno en la empresa, puesto que de acuerdo a la encuesta no alcanzó el nivel alto, enfocarse en la motivación que deberían recibir los empleados, garantizar la satisfacción laboral y mejorar los canales de comunicación del cual se dispone para efectuar las actividades dentro de la jornada laboral. En ese mismo sentido, la gestión de recursos humanos también debe ser evaluada, pues tampoco obtuvo alta valoración en la encuesta lo que significa que es recomendable analizar más a fondo los factores que la componen entre ellos la administración de personal, comunicación organizacional y desarrollo organizacional; de forma más específica: incrementar las capacitaciones, evitar el ausentismo laboral, consolidar el compromiso hacia la empresa, lograr que los colaboradores estén completamente identificados con la empresa.

Respecto a las conclusiones sobre las dimensiones de la variable 1:

Para la dimensión motivación, recomendamos conservar los aspectos positivos que han ubicado a esta dimensión en el nivel bueno entre ellos la adecuada remuneración y el trato cordial en la empresa, por el contrario potenciar los demás aspectos que comprenden esta dimensión.

Para la dimensión satisfacción laboral recomendamos implementar talleres de liderazgo para mejorar el trabajo individual y en equipos, revisar a conciencia los ambientes de trabajo para identificar problemas que puedan afectar el desarrollo normal de las labores.

Finalmente, para la dimensión comunicación recomendamos reforzar los canales de comunicación entre los empleados y los directivos, organizar charlas informativas destinadas a evitar que se realicen comentarios extra oficiales, rumores o chismes sobre cualquier empleado de la empresa.

CAPITULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN

- Amoros, E. (2012). *Comportamiento organizacional en busca del desarrollo de ventajas competitiva*. Lima.
- Barandarian , M. (2017). *Tesis: La calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente del Banco de Crédito del Perú - Agencia Mercado Modelo 2017*. Chiclayo. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/16328/barandiaran_nm.p
- Blasco, J., & Pérez, J. (2007). *Metodologías de investigación en ciencias de la actividad física y el deporte*. España: Editorial Club Universitario.
- Bohnenberger, M. (2006). Marketing interno: la actuación conjunta entre recursos humanos y marketing en busca del compromiso organizacional. *Universitat de les Illes Balears. Departament d'Economia de l'Empresa*.
- Brunet, L. (2011). *El Clima de Trabajo en las Organizaciones*. México: Ed. Trillas.
- Castro, F. (2012). *Servicios de calidad al usuario: la cortesía en el trabajo*. Mexico: Editorial Trillas.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos. El capital humano de las organizaciones*. . Mexico: Mc Graw Hill. .
- Díaz Cardiel , J. (2015). Los recursos humanos en las entidades financieras. *Cinco Días, El país economía*. Obtenido de https://cincodias.elpais.com/autor/jorge_diaz_cardiel/a
- Fernández, L. (2021). El Marketing Interno como aliado estratégico en la gestión de Recursos Humanos de la empresa LITEX INDUSTRIAS E.I.R.L., Arequipa, primer semestre 2021.
- Fincowsky, E. (2009). *Organización de empresas*. Bogota: Mc Graw Hill.
- Giraudier, M. (2018). *Comó gestionar el clima laboral*. Barcelona: Ediciones Obelisco.
- Hernandez, R. (2018). *Metodologia de la Investigacion, las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. (108-109, Ed.) Mexico: McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mexico: Mc graw hill education.
- Martínez, R. (2016). *Tesis: Calidad del servicio y satisfacción del cliente en restaurantes de comida marina Chimbote, 2016*. Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1756/CALIDA>

- Naveda, K. (2017). *Tesis: Clima organizacional y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores del proyecto especial alto Huallaga*. Alto Huallaga. Obtenido de <http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/344>
- P. Robbins, S., & A. Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/ROBBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf
- Palella, S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la investigación Cuantitativa* (Tercera Edición ed.). Caracas, Venezuela: Editorial FEDUPEL.
- Robbins, S., & Judge, A. (2009). *Organisational Behaviour*. Mexico: Pearson Prentice Hall. .
- Sánchez, T. (2018). *Tesis: Estrategias de Calidad de Servicio para Mejorar la Satisfacción del Cliente en la Estación "Grifo Sport", La Victoria – 2018*. Chiclayo. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/25109?show=full>
- Towe, L. (2004). *¿Por qué no se me ocurrió?* España: FC Editorial. Obtenido de https://books.google.com.sv/books/about/Por_qu%C3%A9_no_se_me_ocurri%C3%B3_eso.html?id=7r--4hAQwqgC
- Vargas Quiñones, M. E., & Aldana de Vega, L. (2017). *Calidad y servicio*. Bogotá: ECOE ediciones.
- Vargas, M., & Aldana de Vega, L. (2017). *Calidad y servicio*. Bogotá: ECOE ediciones.

ANEXOS

1. Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	TIPO DE DISEÑO DE ESTUDIO	POBLACIÓN DE ESTUDIO Y PROCESAMIENTO	INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS
<p>CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU RELACION CON LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS TRABAJADORES DEL BANCO DE LA NACION SEDE IQUITOS, 2022</p>	<p>1. Problema General</p> <p>¿Cuál es la relación entre el clima organizacional y la calidad de servicio de los trabajadores del Banco de la Nación Sede Iquitos, 2022?</p> <p>1.1. Problemas Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> Problema Específico 1 ¿Cuál es el clima organizacional de los trabajadores del Banco de la Nación Sede Iquitos, 2022? Problema Específico 2 ¿Cuál es la calidad de servicio de los trabajadores del Banco de la Nación Sede Iquitos, 2022? 	<p>1. Objetivo General</p> <p>Determinar la relación entre el clima organizacional y la calidad de servicio de los trabajadores del Banco de la Nación Sede Iquitos 2022</p> <p>2.2. Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> Objetivo Específico 1 Analizar el clima organizacional del trabajador del Banco de la Nación Sede Iquitos, 2022. Objetivo Específico 2 Analizar el desempeño laboral del trabajador del Banco de la Nación Sede Iquitos 2022. 	<p>1. Hipótesis General</p> <p>Si existe relación entre el clima organizacional y el desempeño laboral de los colaboradores del Banco de la Nación Sede Iquitos, 2022.</p> <p>1.1. Hipótesis Específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> Hipótesis específica 1. El clima Organizacional del trabajador del Banco de la Nación Sede Iquitos, 2022 es bueno. Hipótesis específica 2. El desempeño laboral del trabajador del Banco de la Nación Sede Iquitos, 2022 es eficiente. 	<p>Tipo de investigación Cuantitativa</p> <p>Diseño de investigación No experimental, descriptiva, correlacional</p>	<p>Población: La población está conformada por todos colaboradores del Banco de la Nación de la sede Iquitos.</p> <p>Muestra: Se realiza mediante la Fórmula de Población finita.</p> <p>Procesamiento de Datos: Se realiza a través del Programa Excel y SPSS</p>	<p>ENCUESTAS</p> <p>OBSERVACIÓN</p>

2. Instrumento de recolección de datos

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
	Potencial humano					
1	Mi jefe inmediato me comunica si estoy realizando bien o mal mi trabajo					
2	Mi jefe inmediato se reúne regularmente con los trabajadores para coordinar aspectos de trabajo.					
3	Las tareas que desempeño corresponden a mi función.					
4	Los esfuerzos de los jefes se encaminan al logro de objetivos de mi organización.					
5	Se me permite ser creativo e innovador en las soluciones de los problemas laborales.					
6	La innovación es característica de nuestra organización.					
7	Mi institución es flexible y se adapta bien a los cambios.					
8	Las normas y reglas de mi organización son claras y facilitan mi trabajo.					
9	Nuestros directivos contribuyen a crear condiciones adecuadas para el progreso de mi organización.					
10	Considero que los beneficios que me ofrecen en mi trabajo son los adecuados.					
11	Existen incentivos laborales para que yo trate de hacer mejor mi trabajo.					
12	El trabajo que realizo es valorado por mi jefe inmediato.					
	Diseño organizacional					
13	Considero que la distribución física de mi área me permite trabajar cómoda y eficientemente.					
14	Mi jefe inmediato se preocupa por crear un ambiente laboral agradable.					
15	Las decisiones se toman en el nivel que le corresponden					
16	Mis compañeros de trabajo toman iniciativas para la solución de problemas.					
17	Mi jefe inmediato trata de obtener información antes de tomar una decisión.					
18	Existe equidad en las remuneraciones.					
19	Mi salario y beneficios corresponden al trabajo que realizo.					
20	El sueldo que percibo satisface mis necesidades básicas.					
21	Existe una buena comunicación entre mis compañeros de trabajo.					

22	Presto atención a los comunicados que emiten mis jefes					
	Cultura organizacional					
23	Mi trabajo contribuye directamente al alcance de los objetivos de mi Organización de salud.					
24	Conozco las tareas o funciones específicas que debo realizar en mi Organización.					
25	Mi contribución juega un papel importante en el éxito de mi Organización de Salud.					
26	Mi organización de salud se encuentra organizada para prever los problemas que se presentan.					
27	Existe sana competencia entre mis compañeros					
28	Puedo contar con mis compañeros de trabajo cuando los necesito.					
29	Me interesa el desarrollo de mi organización.					
30	En términos generales, me siento satisfecho con mi ambiente de trabajo.					

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
	Dimensión Eficiencia en el servicio					
1	Está satisfecho con la atención que presta al banco.					
2	El personal del banco, tratan con amabilidad y cortesía					
3	Las respuestas por parte del personal del banco está dentro lo establecido					
4	Al presentar alguna duda o inquietud el personal absuelve					
5	El servicio que presta al banco es satisfactorio					
6	Es fácil y rápido obtener respuestas a sus inquietudes					
7	Al hablar de calidad de atención, usted se siente comprometido					
8	Es valorado el cliente como el factor clave para las operaciones de la Organización					
	Dimensión Relevancia en el servicio					
9	Conoce usted, si la organización emplea como parte de su visión la calidad de atención al cliente					
10	El horario de atención está acorde a sus solicitudes					
11	El personal que atiende inspira confianza y le hace sentir grato					
12	Las alternativas que le brinda el personal del banco en cuanto al servicio son agradables					
13	Consideran su opinión en las propuestas de mejoras					
14	El personal está lo suficientemente preparado para atenderlo					
15	Es satisfactoria la tecnología aplicada en el banco					
16	La tecnología aplicada agiliza los procesos y tiempos de respuestas					
	Dimensión Pertinencia en el servicio					
17	La atención oportuna general del banco cumple con las expectativas					
18	Los problemas le son resueltos, de acuerdo a lo esperado					
19	En cuanto al uso y técnicas de atención al cliente, usted se siente satisfecho					
20	Se esfuerzan y esmeran en atenderlo					
21	Existe un Organigrama que permita visualizar el cargo que desempeña					
22	Los trabajos que lleva a cabo están acordes con su grado de instrucción					
23	La empresa aplica algún sistema de reconocimiento y ascenso					

24	Se da el mejoramiento continuo a través de cursos e inducciones, y puesta en práctica de nuevas herramientas para la atención al cliente					
	Dimensión Satisfacción en el servicio					
25	Existen manuales de cargos y procedimientos como guías de trabajo para los cargos existentes					
26	Hay supervisión directa que le permita mejorar su atención oportuna					
27	Existen objetivos precisos relacionados con la calidad de servicio					
28	Las tareas y actividades son distribuidas equitativamente entre el grupo de trabajo					
29	Cuenta con la infraestructura, mobiliario y tecnología necesaria para su atención oportuna					
30	Conozco y aplico la misión y visión organizacional basada en la calidad de servicio					

3. Consentimiento informado

Yo....., acepto participar voluntariamente en el estudio CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU RELACION CON LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS TRABAJADORES DEL BANCO DE LA NACION SEDE IQUITOS, 2022.

Declaro que he leído (o se me ha leído) y (he) comprendido las condiciones de mi participación en este estudio. He tenido la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido respondidas. No tengo dudas al respecto.

Firma Participante

Firma Investigador/a responsable

Lugar y Fecha:

RESULTADO 002.apx [Inicio] - SPSS Statistics View

Archivo Editar Vistas Datos Describir Insertar Formato Buscar Gráficos Utilidades Aplicaciones Ventana Ayuda

Resultado

- Registro
 - Fiabilidad
 - Título
 - Notas
 - Comparto de datos
 - Escala V1 Calidad de servicio
 - Título
 - Resumen
 - Estadístico
 - Registro
 - Fiabilidad
 - Título
 - Notas
 - Comparto de datos
 - Escala V2 Calidad de servicio
 - Título
 - Resumen
 - Estadístico
 - Registro
 - Correlaciones
 - Título
 - Notas
 - Comparto de datos
 - Correlaciones
 - Registro
 - Correlaciones
 - Título
 - Notas
 - Comparto de datos
 - Correlaciones
 - Registro
 - Correlaciones
 - Título
 - Notas
 - Comparto de datos
 - Correlaciones
 - Registro
 - Correlaciones
 - Título
 - Notas
 - Comparto de datos
 - Correlaciones
 - Registro
 - Correlaciones
 - Título
 - Notas
 - Comparto de datos
 - Correlaciones

```

P000 P001 P002 P003 P004 P005 P006 P007 P008 P009 P010
/SCALE('V2') (CALIDAD DE SERVICIO) ADD
/MODEL=ALLREQ.
  
```

Fiabilidad

Escala: V2: Calidad de servicio

Resumen de procesamiento de casos

Caso	Valor	N	%
Eliminados	0	0	.0
Total	34	34	100.0

4. La eliminación por falta se basa en todos los valores del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa corregida
.778	.75

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=V1 V2
/PRINT=PROBAIL,MOSES
/MISSING=FACTORISE.
  
```

El botón **OK** está deshabilitado para activar.

IBM SPSS Statistics Personal de 64 bits - [Inicio] (en) | 2023 | 15/11/2023

RESULTADO 002.apx [Inicio] - SPSS Statistics View

Archivo Editar Vistas Datos Describir Insertar Formato Buscar Gráficos Utilidades Aplicaciones Ventana Ayuda

Resultado

- Registro
 - Fiabilidad
 - Título
 - Notas
 - Comparto de datos
 - Escala V1 Calidad de servicio
 - Título
 - Resumen
 - Estadístico
 - Registro
 - Fiabilidad
 - Título
 - Notas
 - Comparto de datos
 - Escala V2 Calidad de servicio
 - Título
 - Resumen
 - Estadístico
 - Registro
 - Correlaciones
 - Título
 - Notas
 - Comparto de datos
 - Correlaciones
 - Registro
 - Correlaciones
 - Título
 - Notas
 - Comparto de datos
 - Correlaciones
 - Registro
 - Correlaciones
 - Título
 - Notas
 - Comparto de datos
 - Correlaciones
 - Registro
 - Correlaciones
 - Título
 - Notas
 - Comparto de datos
 - Correlaciones
 - Registro
 - Correlaciones
 - Título
 - Notas
 - Comparto de datos
 - Correlaciones

Correlaciones

Correlaciones

V1: Clima organizacional	V2: Calidad de servicio	V1: Clima organizacional	V2: Calidad de servicio
Correlación de Pearson	1	1	1.000
Sig. (bilateral)		.34	.34
N	34	34	34
Correlación de Pearson	1.000	1.000	1
Sig. (bilateral)	.34	.34	.34
N	34	34	34

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

SAVE OUTFILE='E:\PRIMA 2.sav'

```

/COMPRESSED.
CORRELATIONS
/VARIABLES=V1 V2
/PRINT=PROBAIL,MOSES
/MISSING=FACTORISE.
  
```

Correlaciones

```

[climaorganizacion] E:\PRIMA 2.sav
  
```

IBM SPSS Statistics Personal de 64 bits - [Inicio] (en) | 2023 | 15/11/2023

