

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE
ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA TOTTUS OPEN PLAZA PIURA
AÑO 2020**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Relaciones Humanas Laborales

AUTOR (ES)

Br. ZAPATA FASSIO, Walter Junior

Br. ZAPATA FASSIO, Katherine Lisbeth

ASESOR

Mg. RAMOS FLORES, Francisco Alexandro

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0641-1850>

Piura – Perú

2022

Fecha de sustentación: 2022/04/25

La presente tesis ha sido revisada y aprobada por el siguiente jurado:

Presidente : Dra. Herbias Figueroa Margot

Secretario : Mg. Ugarriza Gross Gustavo

Vocal : Mg. Alpaca Salvador Hugo

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

De acuerdo con el cumplimiento de las disposiciones del reglamento de grafos y títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, exponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: *“EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA TOTTUS OPEN PLAZA PIURA AÑO 2020”*.

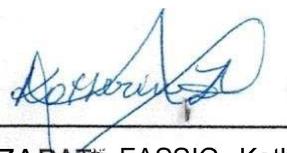
Desarrollado con el fin de obtener el título de Licenciado en Administración. El objetivo principal es *Determinar de qué forma el clima organizacional se relaciona con la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020*.

A ustedes miembros del jurado, mostramos nuestro especial y mayor reconocimiento por el dictamen que se haga merecedor y correspondiente del presente trabajo.

Atentamente,



Br. ZAPATA FASSIO, Walter



Br. ZAPATA FASSIO, Katherine

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada a mis padres sin su apoyo no habiéramos podido triunfar en nuestros estudios profesionales.

AGRADECIMIENTO

Nuestro agradecimiento está dedicado a la universidad, y a todos los docentes de la facultad que nos han brindado una magnífica enseñanza profesional a lo largo de toda nuestra carrera profesional.

RESUMEN

La investigación es el resultado de un estudio de la relación entre el clima organizacional y la calidad de atención en la empresa Tottus Open Plaza de la ciudad de Piura, el objetivo fue determinar de qué manera el clima organizacional se relaciona con la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020, la investigación corresponde a un diseño no experimental o descriptivo de tipo correlacional, la muestra estuvo conformada por un total de 382 entre colaboradores y clientes de la empresa Tottus del Open Plaza; la recolección de la información se realizó utilizando un cuestionario para clima organizacional que constó de 14 preguntas; y para la calidad de atención una encuesta de 22 preguntas, los cuales fueron aplicado previo consentimiento de los participantes. Como técnica estadística para comprobar la hipótesis se realizó la prueba estadística de Rho de Spearman, cuya significación aproximada (Sig.=0,000) es menor que el nivel de significancia por lo tanto se pudo afirmar que el clima organizacional se relaciona significativamente con la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza de la ciudad de Piura; el resultado obtenido para el clima organizacional muestra que el 84.3% de los colaboradores perciben esta variable como excelente; así mismo, se obtuvo un resultado similar para la variable de calidad de atención encontrándose que el 66.7% de clientes manifiestan que existe un excelente atención al cliente, por tanto se concluyó que el clima organizacional se relaciona directamente en la calidad de atención en la empresa Tottus Open Plaza Piura año 2020.

Palabras clave: Clima organizacional, Calidad de atención, Tottus, Piura.

ABSTRACT

The research is the result of a study of the relationship between the organizational climate and the quality of care in the company Tottus Open Plaza in the city of Piura, the objective was to determine how the organizational climate is related to the quality of care of the company Tottus Open Plaza Piura 2020, the research corresponds to a non-experimental or descriptive design of a correlational type, the sample consisted of a total of 382 among collaborators and clients of the company Tottus del Open Plaza; The information was collected using a questionnaire for the organizational climate that consisted of 14 questions; and for the quality of care, a survey of 22 questions, which were applied with the prior consent of the participants. As a statistical technique to test the hypothesis, the Spearman Rho statistical test was performed, whose approximate significance (Sig. = 0.000) is less than the level of significance, therefore it could be stated that the organizational climate is significantly related to the quality of attention of the company Tottus Open Plaza of the city of Piura; The result obtained for the organizational climate shows that 84.3% of the collaborators perceive this variable as excellent; Likewise, a similar result was obtained for the quality of care variable, finding that 66.7% of clients state that there is excellent customer service, therefore it was concluded that the organizational climate is directly related to the quality of care in the company Tottus Open Plaza Piura year 2020.

Keywords: Organizational climate, Quality of care, Tottus, Piura.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Página
PRESENTACIÓN.....	iv
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Formulación del Problema	11
1.1.1. Realidad problemática.....	11
1.1.2. Enunciado del problema.....	12
1.2. Justificación.....	12
1.2.1. Teórica	12
1.2.2. Práctica	13
1.2.3. Metodológica	13
1.2.4. Social	13
1.3. Objetivos	13
1.3.1. Objetivo general	13
1.3.2. Objetivos específicos	14
II. MARCO DE REFERENCIA.....	15
2.1. Antecedentes	15
2.1.1. A nivel internacional	15
2.1.2. A nivel nacional	16
2.1.3. A nivel local	18
2.2. Marco teórico	20
2.2.1. Clima organizacional	20
2.2.2. Calidad de atención.....	25

2.3. Marco conceptual.....	29
2.4. Hipótesis	30
2.5. Variables	31
2.5.1. Operacionalización de variables.....	31
III. MATERIAL Y MÉTODOS.....	32
3.1. Material	32
3.1.1. Población.....	32
3.1.2. Muestra	32
3.2. Métodos	33
3.2.1. Diseño de investigación	33
3.2.2. Técnicas e instrumentos de investigación.....	34
3.2.3. Procesamiento y análisis de datos	36
IV. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	38
4.1. Presentación de resultados.....	38
4.2. Discusión de resultados	41
CONCLUSIONES	45
RECOMENDACIONES.....	46
REFERENCIAS	47
ANEXOS.....	50

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1	Operacionalización de las variables 31
Tabla 2	Población de estudio que conforman la investigación..... 32
Tabla 3	Muestra de estudio que conforman la investigación 33
Tabla 4	Validez por juicio de expertos 35
Tabla 5	Análisis de Alfa de Cronbach 36
Tabla 6	Nivel de clima organizacional de la empresa Tottus Open Plaza, Piura 2020 38
Tabla 7	Nivel de calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza, Piura 2020 39
Tabla 8	Prueba de normalidad del Clima organizacional y la Calidad de atención..... 40
Tabla 9	Relación entre la recompensa y la calidad de atención de le empresa Tottus Open Plaza, Piura..... 40
Tabla 10	Correlación de Spearman 41
Tabla 11	Resultados de validez para la variable Clima organizacional: V. de Aiken..... 63
Tabla 12	Resultados de validez para la variable Calidad de atención: V. de Aiken 64

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1 Clima organizacional de la empresa Tottus Open Plaza, Piura 2020.....	38
Figura 2 Calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza, Piura 2020.....	39

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Formulación del Problema

1.1.1. Realidad problemática

Hoy en día una organización depende de cada una de las actividades que desempeña para cumplir sus objetivos, por lo tanto, dichas actividades son asignadas a un grupo determinado de personas o una sola y estas tienen que cumplir con diversas actividades, de las cuales depende el éxito o fracaso de la organización, una de ellas es la atención al cliente, Scarilli (2015) menciona que la calidad de la atención es importante porque puede generar una gran diferencia en el negocio, además es una de las razones por las cuales los clientes escogen frente a la competencia.

En la revista Forbes de México, Rizo (2020) también menciona que estar a la par en precio y calidad sólo te mete al juego de los negocios, el servicio es lo que hace que ganes en ese juego, además semana que el 86% de los clientes aceptarían pagar más por obtener una atención de calidad y por sentirse más valorados como consumidores. Malo (2018) confirma también que el 86% de los consumidores pagan más y son más constantes después de pasar por una buena experiencia.

Sin embargo, para que una organización funcione de manera eficiente, es importante que el clima organizacional que exista sea el idóneo, tal como indican Galicia, García, & Hernández (2017) es de suma importancia que prevalezca un clima organizacional de armonía, por lo que se deben considerar los aspectos psicológicos que afectan el desempeño de los colaboradores en su conducta o comportamiento y está relacionado de manera directa con las percepciones que el trabajador percibe en su centro de trabajo, e implica también la relación con su entorno laboral y con el medio ambiente.

La importancia que ha tomado el clima organizacional en las empresas ha sido significativa, pues como indica Chávez (2018) el lugar de trabajo es considerado el segundo hogar de los colaboradores ya que regularmente se invierten más de ocho horas diarias conviviendo con los compañeros de trabajo; sin embargo, el Diario Gestión (2019) en un artículo afirmó que

menos del 50% de las empresas realiza acciones para mejorar el clima organizacional. Además, Vidal (2019) menciona que el clima organizacional afecta en un 20% la productividad de las empresas, también un 80% de los colaboradores peruanos considera que el clima organizacional es muy importante y que el 58% de ejecutivos peruanos considera que la estrategia de bienestar laboral impacta en la retención positivamente.

En la empresa Tottus Open Plaza de Piura un reporte publicado el año 2015, mencionó que habían sido reconocidos como una de las 13 mejores empresas para trabajar del Ranking GPTW, además para el año 2018 se establecieron compromisos con el desarrollo de los colaboradores, la calidad de vida laboral, los beneficios y remuneraciones, la escucha y el diálogo, la salud y la seguridad. Y respecto a la atención al cliente, TOTTUS una de las marcas preferidas por los clientes, ha realizado una serie de esfuerzos y cambios que se relacionan con la gestión operacional y con cambios a nivel cultural que son más lentos y complejos. Pero también se han preocupado por el desarrollo de la experiencia de compra, la calidad y la convivencia, la credibilidad de las promesas de sus productos y las adquisiciones responsables. Por lo tanto, según las cifras de satisfacción con la atención que se da a los clientes y lo satisfechos que se encuentran los colaboradores, puede que exista una relación entre el clima organizacional y la calidad de atención a los clientes.

Por ello, la presente investigación buscó determinar la relación entre el clima organizacional y la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020.

1.1.2. Enunciado del problema

¿De qué manera el clima organizacional se relaciona con la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020?

1.2. Justificación

1.2.1. Teórica

Se justifica teóricamente la investigación, pues gracias a esta se aporta mayor conocimiento acerca de las variables *clima organizacional* y *calidad de atención*, teniendo en cuenta que el clima organizacional es un

componente multidimensional de elementos que pueden descomponerse en términos de estructuras organizacionales, tamaño de la organización, modos de comunicación, estilos de liderazgo de la dirección, entre otros. Todos los elementos mencionados conforman un clima particular donde prevalecen sus propias características, que en cierto modo presenta, la personalidad de una organización e influye en el comportamiento de los individuos en el trabajo; en consecuencia, incide en la atención que se brinda tanto a los compañeros internos como al personal externo, siendo por tanto necesario que el clima sea adecuado para que el personal trabaje de forma eficiente y eficaz. (Caligiore & Diaz, 2017); así mismo, la investigación tiene como propósito servir como fuente de consulta para futuras investigaciones.

1.2.2. Práctica

La realización de este estudio se justifica porque permite determinar de qué manera el clima organizacional se relaciona con la calidad de atención al cliente, de modo que se tomen medidas para que no existan interferencias en el logro de las metas organizacionales.

1.2.3. Metodológica

En el aspecto metodológico se justifica, pues sigue el método científico, se basa en teorías y para llevar a cabo la investigación, se utilizan técnicas e instrumentos científicos para la recolección de datos.

1.2.4. Social

En el aspecto social se justifica, pues sirve a otras organizaciones y les muestra cómo mejorar el clima organizacional para que prioricen acciones que les permitan ser cada vez más competitivos para mantener un personal idóneo que cambie la percepción del usuario por una de satisfacción.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

- Determinar la relación entre el clima organizacional y la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar el nivel de clima organizacional en la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020.
- Identificar el nivel de la calidad de atención a los clientes de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020.
- Establecer la relación entre la recompensa y la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020.

II. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes

2.1.1. A nivel internacional

Abanto (2018) en su investigación titulada *Clima laboral y atención al cliente (estudio realizado en una retail de la zona 10 de la ciudad de Quetzaltenango)* para optar el título de licenciado de administración en la Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango, Guatemala. Planteo como objetivo principal: establecer incidencias en la atención al cliente en los retail de la zona 10 de la ciudad de Quetzaltenango. El cual utilizó para ello un modelo de investigación descriptivo, arrojando como resultado que los retail desarrollan un clima laboral adecuado en el cual el mayor número de empleados y colaboradores se siente cómodos a pesar de las diferencias existentes en sus respuestas. Comprobando la existencia de un clima laboral armónico tanto entre compañeros de trabajo y clientes, quienes son internos y externos que buscan un servicio de calidad. Recomendando el fortalecimiento de las relaciones interpersonales y el clima laboral favorable en todos los departamentos involucrados a la atención al cliente para continuar prestando un servicio con alta calidad a través del programa de mejora del clima laboral y servicio al cliente.

La investigación realizada por Abanto (2018) aporta a la presente investigación, pues esta permite comprender que el clima laboral mejora la satisfacción de los colaboradores y, por lo tanto, en su productividad. Cuando los colaboradores se encuentran satisfechos realizan un trabajo de manera eficiente, y por lo tanto, mejora la calidad de atención.

Zapata (2017) en su investigación titulada *Clima Organizacional y su incidencia en el desempeño laboral de los colaboradores del supermercado La Colonia de Managua – Nicaragua, 2016*; para optar el grado de maestro en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, Nicaragua. La investigación tuvo el propósito describir el Clima Organizacional e identificar el desempeño laboral que existe, evaluando la relación entre Clima Organizacional y el desempeño laboral de los colaboradores del supermercado La Colonia. El desarrollo de este estudio se hizo tomando en cuenta el enfoque cuantitativo con elementos cualitativo de tipo

descriptivo - explicativo. La población y muestra estuvo constituida por 88 colaboradores. Se aplicó la metodología, las técnicas e instrumentos necesarios para una adecuada investigación, siguiendo la normativa establecida por la UNAN Managua para este tipo de trabajo. Los resultados obtenidos indican que el Clima Organizacional presente en el supermercado La Colonia, es de optimismo en mayor medida, de euforia y entusiasmo, así como frialdad y distanciamiento en menor medida, por lo cual se considera entre Medianamente Favorable y Desfavorable, el Mejoramiento del Clima Organizacional Incidiría de manera positiva en el desempeño laboral de los colaboradores del supermercado.

El antecedente pone en manifiesto que para las organizaciones funcionen eficientemente es necesario reforzar y mantener un clima organizacional de armonía, por lo que se deben considerar aspectos que afectan el desempeño de los colaboradores en su conducta o comportamiento, pues esta relacionado directamente con las percepciones que el colaborador percibe en su centro de trabajo, e implica también la relación con su entorno laboral y los clientes.

2.1.2. A nivel nacional

Purizaca (2019) en su investigación titulada *Clima organizacional y su relación con la calidad de atención de los colaboradores de la empresa Wong, Lima - 2019*, el cual fue desarrollado para optar el grado de maestro en la Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. El estudio tuvo como objetivo general, determinar la relación entre el Clima organizacional y su relación con la calidad de atención de los colaboradores de la empresa Wong. La población es de 120 colaboradores, la muestra fue 92 probabilística, en los cuales se han empleado la variable: Clima organizacional y calidad de atención. El método de investigación fue el hipotético-deductivo. El estudio utilizó para su propósito el diseño no experimental de nivel correlacional de corte transversal, que recogió la información en un período específico, que se desarrolló al aplicar los instrumentos: Cuestionario clima organizacional, el cual estuvo constituido por 25 ítems en la escala de Likert (siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca, nunca) y para el calidad de atención 22 ítems en la escala de Likert (siempre, casi siempre, algunas veces, casi

nunca, nunca), a través de la evaluación de sus distintas dimensiones, que brindaron información acerca del Clima organizacional y calidad de atención, a través de la evaluación de sus distintas dimensiones, cuyos resultados se presentan gráfica y textualmente. El estudio concluye que existen evidencias para afirmar que el clima organizacional se relaciona con la calidad de atención de los colaboradores de la empresa Wong, año 2019, siendo que el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.692, representa una alta correlación entre las variables.

De acuerdo con la investigación realizada por Purizaca (2019), es imperativo prestar atención al clima organización, pues este ayuda a aumentar el rendimiento de ella. Si los colaboradores se sienten identificados e integrados a la empresa, es muy probable que sean más eficientes a la hora de trabajar y por tanto la interacción que tiene con los clientes.

Alberca & Valentin (2017) en su investigación titulada *Clima organizacional y calidad de atención del personal administrativo de la sede central del Ministerio de Educación*, el cual fue desarrollada para optar el título de licenciado en administración en la Universidad Garcilaso de la Vega, Lima, Perú. La investigación tuvo como objetivo determinar de qué manera el clima organizacional influye en la calidad de atención del personal administrativo de la sede central del Ministerio de Educación. Se utilizó para alcanzar dicho objetivo el método deductivo, inductivo y descriptivo y un diseño no experimental, asimismo se aplicó la encuesta a una población constituida por 350 colaboradores del Ministerio de Educación. Al calcular el tamaño de la muestra se trabajó finalmente con 184 personas. En cuanto al instrumento de recolección de datos tenemos el cuestionario que constó de 18 ítems de tipo cerrado, los mismos que se vaciaron en cuadros en donde se calcularon las frecuencias y porcentajes, complementándose con el análisis e interpretación de los resultados, lo cual nos permitió contrastar las hipótesis. Finalmente se concluyó que existe influencia del clima organizacional con la calidad de atención del personal administrativo de la sede central del Ministerio de Educación Se ha demostrado que el clima organizacional influye positivamente en la calidad de atención del personal

administrativo de la sede central del Ministerio de Educación, lo cual implica que el clima organizacional se relaciona con la calidad de atención, afirmación sustentada en los resultados estadísticos obtenidos, donde según el resultado de la chi cuadrada X^2 la hipótesis general alternativa queda aceptada.

El antecedente aporta las dimensiones en las que se basa la investigación, pues los autores afirman que la estructura, la responsabilidad, la recompensa, el desafío, las relaciones, la cooperación, los conflictos y la identidad aportan al clima organizacional que influyen en la motivación de las personas que forman parte de la organización y conlleva al comportamiento que tendrán, el cual puede ser tanto negativo como positivo.

2.1.3. A nivel local

Valderrama (2018) en su investigación titulada *Clima organizacional y desempeño laboral de los colaboradores del minimarket de la Urb. San José – Piura, 2017*; el cual fue desarrollada para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Nacional de Piura. El objetivo principal fue: Determinar cuál es el grado de relación existente entre el clima organizacional y el desempeño laboral en los colaboradores del minimarket de la urb. San José – Piura, 2017; la metodología de investigación que se utilizó, fue un estudio descriptivo correlacional, de tipo transversal; fue Mixta: porque se caracterizó, y se empleó, un diseño adecuado a la realidad del Centro, en su contexto natural, además fue cuantitativa, dado que, se incluyó cálculos de indicadores; los resultados mostraron que el grado de correlación; Coeficiente r de Pearson 0,570 y su nivel sig = 0,000; indicó que existe en este minimarket una relacionalidad de magnitud baja, cuya hipótesis denominada fue: Existe un grado de relación significativa entre el clima organizacional y el desempeño laboral en los colaboradores del minimarket en la Urb. San José – Piura, lo que hizo válida la relación y por tanto; la hipótesis central; puesto que; (r : 0,570), entre el Clima Organizacional con el Desempeño Laboral, aunado al valor obtenido por su nivel de significancia = 0,000, que existe 0% de errores en la data de las variables relacionadas; Por tanto; se pudo concluir en

términos de que el grado de relación entre clima organizacional y el desempeño, fue positiva e incrementable.

El antecedente aporta a la nuestra, pues esta interpreta y resalta, que la clave del clima organizacional es tener en cuenta que el comportamiento de un colaborador no es una resultante de los factores organizacionales existentes, sino que depende de las percepciones del colaborador respecto a estos factores, en todo caso las percepciones del trabajador sí son altamente dependientes de las condiciones del medio ambiente en la empresa, su cultura, las interacciones o relaciones interpersonales, factores de poder, las normas, creencias y valores establecidos, dado que todo ello conforma un sistema que regula el comportamiento y desempeño de los colaboradores. En este orden de ideas, se infiere que el clima organizacional es un reflejo de esas interacciones, características perceptivas de los colaboradores y sistema organizacional; de tal manera que se habla de un sistema de intercambios simbióticos, los cuales influyen drásticamente en la satisfacción y en la productividad, radicando en ello la vital importancia del clima organizacional y la necesidad de gestionarlo adecuadamente; para esto es necesario atender varios factores los cuales, positiva o negativamente, incidirán en esta crucial variable (clima organizacional).

Díaz (2019) en su investigación titulada *Calidad de atención y clima laboral de los colaboradores de la empresa Cruz del Sur de la ciudad de Piura en el año 2018*, el cual fue desarrollada para optar el título de licenciado en Administración en la Universidad César Vallejo, Piura, Perú. El objetivo general fue describir la relación que existe entre la calidad de atención y el clima laboral de los colaboradores de la empresa Cruz del Sur de la ciudad de Piura, por lo que el desarrollo del estudio estuvo focalizado en el alcance del mencionado objetivo. El tipo de investigación fue de tipo aplicada, el nivel de investigación fue correlacional y el diseño de la investigación fue el no experimental con un método de enfoque cuantitativo. La muestra estuvo conformada por 306 pasajeros de la empresa de transportes. La técnica que se utilizó fue la encuesta y los instrumentos de recolección de datos fueron dos cuestionarios aplicados. Para la confiabilidad de cada

instrumento se utilizó el alfa de Cronbach que salió muy alta en ambas variables lo cual permitió confirmar su confiabilidad. Los resultados del estudio lograron confirmar la relación que existe entre la calidad de atención y el clima laboral, por lo que se sostiene que, entre las variables del estudio, así como de las dimensiones de la calidad del servicio con la variable clima laboral; existe una relación significativa y directa, bases para orientar a los gestores de empresas de servicios en la toma de decisiones.

El antecedente permite comprender que la calidad de atención al cliente lo conforman un conjunto de estrategias fundamentales para garantizar la plena satisfacción de los clientes, y por lo tanto un buen desempeño de la empresa.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Clima organizacional

Para Lewin (1961) el comportamiento está en función de la interacción del ambiente y la persona, como ya se mencionó en el apartado de comportamiento organizacional.

Forehand (1964) define al clima organizacional como el conjunto de características que describen a una organización y que la distinguen de otras organizaciones, estas características son relativamente perdurables a lo largo del tiempo e influyen en el comportamiento de las personas en la organización.

El clima de una organización según Peláez (2010) es uno de los aspectos más frecuentemente aludidos en el diagnóstico organizacional. Se trata de un tema que se plantea en la década de los sesenta, junto con el surgimiento del Desarrollo Organizacional y de la teoría de los sistemas al estudio de las organizaciones. Chiavenato (2011) afirma que el clima organizacional está estrechamente ligado con el grado de motivación de sus participantes.

Por otro lado, Figueroa (2011) menciona que un clima organizacional es importante porque se caracteriza por ser multidimensional, eso quiere decir que está compuesto por una serie de factores como son la estructura organizacional, responsabilidad laboral y del empleador, recompensas y

premios para el trabajador, desafíos y nuevos proyectos, así como la cooperación y sentimientos de orgullo e identidad para con la organización a la que pertenecen.

El clima organizacional de acuerdo con Yachas (2019) es el ambiente generado en una institución a partir de las vivencias cotidianas de sus miembros en la escuela. Estas percepciones tienen que ver con las actitudes, creencias, valores y motivaciones que cada uno tiene y se expresa en las relaciones personales y profesionales.

- *Características del clima organizacional*

Peláez (2010) menciona que las características del clima organizacional son:

- ❖ Hace referencia con la situación en que tiene lugar el trabajo de la organización. Las variables que definen el clima son aspectos que guardan relación con el ambiente laboral.
- ❖ Tiene cierta permanencia, es decir, se puede contar con una cierta estabilidad en el clima de una organización, con cambios relativamente graduales, pero esta estabilidad puede sufrir perturbaciones de importancia derivadas de decisiones que afecten en forma relevante el devenir organizacional. Una situación de conflicto de no resuelto, por ejemplo, puede empeorar el clima organizacional por un tiempo comparativamente extenso.
- ❖ Tiene un impacto relevante sobre los miembros y su comportamiento, un mal clima, por otro lado, complica aún más la buena conducción organizacional y coordinación laboral.
- ❖ Influye en el compromiso e identidad de los miembros con la empresa. Un buen clima laboral en la empresa motivará a los empleados a tener una fuerte identificación con esta; por otro lado, si es deficiente, los colaboradores tendrán una débil identificación con la organización. Derivamos que aquellos empresarios que se quejan de la poca identidad de sus colaboradores para con sus colores es porque normalmente no tienen un buen clima laboral.
- ❖ Lo comportamientos y actitudes de los miembros de la organización afectan tanto como son influenciados. Esto quiere decir que los

empleados pueden identificar y contribuir, sin darse cuenta, al desarrollo y gestión de un clima organizacional agradable; por el contrario, los que critican su clima como inadecuado aportan, sin saberlo, a que el clima organizacional se torne insatisfactorio y negativo.

- ❖ Se afecta por las variables estructurales como dirección, políticas de gestión, sistemas de contratación y despidos, etc. Estas variables también son afectadas por el clima laboral, así por ejemplo si una gestión es burocrática y autoritaria, además de desconfiada hacia sus colaboradores y subordinados, creará actitudes de rechazo y escape a las responsabilidades en ellos, lo que motivará un mayor estilo controlador y autoritario de parte de los jefes de la organización.
- ❖ La excesiva rotación y ausentismo laboral puede indicar un clima laboral inadecuado. Ir a por este problema puede resultar un poco complicado, puesto que implica realizar una serie de variaciones y modificaciones en lo que se refiere a políticas y clima organizacional, esto genera un clima institucional desmejorado.
- ❖ En relación con todo lo anterior, debemos acotar que los cambios en el clima organizacional son posibles, pero se requiere de cambios en múltiples variables para que estos sean duraderos y eficaces y de esta manera se establezca una nueva configuración al respecto.

- *Tipos del clima organizacional*

Barroso (2004) identifica a los tipos de climas como:

- ❖ *Autoritario – Explotador*: La desconfianza en los empleados y la toma de decisiones delimitada solo a la parte de los funcionarios y mandos medios genera que la organización se perciba como autoritaria y el clima organizacional vaya en franca decadencia. Los empleados trabajan en una organización basada en el miedo al castigo y con amenazas con muy pocas ocasiones de recompensa, permaneciendo las satisfacciones laborales solo en el aspecto psicológico, esto genera un ambiente estable en el sentido que la comunicación con los empleados básicamente no existe sino solo basado en ordenes e instrucciones.
- ❖ *Autoritario – Paternalista*: Es aquella característica en la que la dirección se torna paternalista con los empleados, analogándolo al patrón y al

siervo. Las decisiones pasan en su mayoría en los mandos superiores, solo dejando unas básicas a escalas inferiores, en este clima laboral la dirección juega mucho con las necesidades de los empleados, aparentando tener un ambiente sólido y estructurado.

- ❖ *Participativo – Consultivo*: En este ambiente, si bien es cierto la mayoría de las decisiones se toman en las jefaturas, se permite a los empleados realizar acotaciones y aportes en los cuales se modifican las decisiones ajustándolas a las necesidades de la organización y sus empleados. En este clima laboral se respira confianza en los empleados, la comunicación es descendente y se percibe al castigo y la recompensa como parte de la búsqueda de la satisfacción de las necesidades organizacionales, creando prestigio y estima.
- ❖ *Participativo – Grupal*: Aquí el proceso de toma de decisiones está determinado por toda la organización, y cada nivel está integrado de tal forma que se aprecia confianza en los empleados con la dirección. La comunicación no solo es ascendente o descendente sino también lateral. Los empleados se encuentran motivados y enfocados en el logro de los objetivos de rendimiento establecidos por toda la comunidad, se percibe un ambiente de confianza y amistad entre todos los componentes sean superiores o subordinados.

- *Medición del clima organizacional*

Montalbán (2003) menciona que, aunque suele ser suficiente con una evaluación más o menos intuitiva e informal del clima organizacional, es conveniente realizar los siguientes pasos:

- ❖ Realizar una evaluación preliminar del clima organizacional (identificación, motivación, integración, etc.) recurriendo a su propio criterio y consultando al equipo de gerentes y a personal clave de la empresa.
- ❖ Si la evaluación preliminar del clima organizacional identifica que sus características son adecuadas o que los problemas que no son críticos seguramente no necesitan realizar un estudio profesional del mismo. Sin embargo, debe mantenerse vigilante.

- ❖ Si la evaluación preliminar del clima organizacional identifica problemas críticos, considere la conveniencia de realizar un estudio de este para conocerlo con mayor precisión. Para esto es conveniente recurrir a especialistas.
 - ❖ Una vez realizado el estudio de clima organizacional, identifique las áreas que deben ser mejoradas y diseñe un plan integral de acción y seguimiento, con la ayuda de especialistas.
- *Dimensiones del clima organizacional*
- ❖ *Estructura*: Litwin & Stinger (1986) mencionan que la estructura es la representación de lo que perciben los miembros de la organización en función del reglamento, procesos, trámites y otras limitantes que se afrontan en el proceso de desarrollo laboral. La medida en que la organización pone el énfasis en la burocracia, versus el énfasis puesto en un ambiente de trabajo libre, informal y no estructurado.
 - ❖ *Responsabilidad*: Sentimiento de los miembros de la organización acerca de su autonomía en la toma de decisiones relacionadas a su trabajo. Litwin & Stinger (1986) indican que es la percepción de las normativas en función de que no son estrechas, sino que dejan margen de acción, dejando la percepción de ser el propio jefe eliminando la percepción de doble control laboral.
 - ❖ *Recompensa*: Litwin & Stinger (1986) mencionan que corresponde a la percepción de los miembros sobre la adecuación de la recompensa recibida por el trabajo bien hecho. Es la medida en que la organización utiliza más el premio que el castigo.
 - ❖ *Relaciones*: La percepción de todos los miembros de una empresa acerca del ambiente laboral grato y percibiendo y estructurando buenas relaciones sociales tanto entre pares como en subordinación. (Litwin & Stinger, 1968)
 - ❖ *Cooperación*: Litwin & Stinger (1986) mencionan que es el sentimiento de los miembros de la empresa sobre la existencia de un espíritu de ayuda de parte de los directivos, y de otros empleados del grupo. Se enfatiza en el apoyo mutuo de los pares y entre niveles superiores con inferiores.

- ❖ *Conflictos*: Se refiere al grado de implicancia entre miembros, tanto superiores como pares acepten las opiniones divergentes sin temor con el fin de llegar a una solución de problemas. (Litwin & Stringer, 1986)
- ❖ *Identidad*: Kolb, Rubin & McIntyre (2001) mencionan que es el sentimiento de “pertenencia a la organización y que se es un elemento importante y valioso dentro del grupo de trabajo. En general, es la sensación de compartir los objetivos personales con los de la organización.

2.2.2. Calidad de atención

La calidad de atención es el horizonte que debe orientar a todos los miembros de una organización y sus operaciones, por tanto, el éxito de estas se sustenta en la atención al cliente. (Najul, 2011)

La calidad del servicio ha alcanzado gran relevancia a partir de la década de los 90. Su creciente importancia radica en el hecho de que ha dejado de ser una estrategia diferenciadora empleada para aumentar la productividad, pasando a ser un instrumento para ganar la lealtad de los clientes o para mejorar la imagen de la organización y por tanto, lograr cuota y presencia en el mercado lo cual conlleva a la obtención de una ventaja competitiva. (Gálvez, 2011)

- *La calidad subjetiva*

Peralta (2017) menciona que la calidad no es objetiva, sino que depende de las necesidades, deseos y, en general, de la percepción subjetiva el cliente (y del nivel de expectativas que tenga hacia el producto o servicio). Los valores que cada cliente posee marcan esta percepción subjetiva sobre la calidad del producto o servicio, que vienen dados por diferentes factores como la edad, el entorno, etc.; así, podemos suponer que un cliente sueco no tendrá la misma percepción de la calidad en la atención al cliente que un cliente chino, por ejemplo.

- *Clientes satisfechos*

Un indicador válido y fiable según Peralta (2017) es la plena satisfacción del cliente. En la medida que seamos capaces de solucionar un problema de un cliente, satisfaciendo una necesidad

concreta, la percepción de este será seguramente positiva; sin embargo, no es suficiente lograr la satisfacción del cliente una única vez; el auténtico reto, en la calidad en la atención al cliente, es conseguir una estabilidad temporal en la satisfacción del cliente.

- *Estrategias para la calidad de atención*

Caravaca (2018) menciona que la calidad de atención se resume en cuatro acciones principales:

- ❖ Planificación y ejecución de los planes de mejora en función de las necesidades del cliente.
- ❖ Concienciación del efecto de las decisiones y acciones de los mandos y niveles de la empresa para la satisfacción del cliente.
- ❖ Retroalimentación permanente a la satisfacción, para determinar estrategias de mejora en productos y servicios.
- ❖ Gestión sistemática de la función al cliente.

- *Factores claves para la calidad de atención*

Caravaca (2018) menciona que la calidad de atención incluye 10 factores clave:

- ❖ Empatía, accesibilidad y seguridad.
- ❖ Comunicación bidireccional.
- ❖ Credibilidad, confianza y transparencia.
- ❖ Inmediatez. De respuesta de atención y solución de problemas.
- ❖ Comprensión. De los requerimientos y expectativas del cliente.
- ❖ Expresión implícita y explícita de atención por el cliente.
- ❖ Receptividad. A preguntas, sugerencias.
- ❖ Eficiencia en el servicio.
- ❖ Atención y análisis y resolución a las reclamaciones, quejas y felicitaciones.
- ❖ Aceptar responsabilidades por los errores, análisis y puesta en marcha de mejoras.

- *Beneficio de la atención de calidad*

Caravaca (2018) menciona que los beneficios de brindar calidad de atención tienen los siguientes beneficios:

- ❖ Clientes fieles y saciados.

- ❖ Incremento de ventas: más frecuentes a clientes antiguos, mayores ventas a los clientes y atracción de nuevos por la satisfacción de los atendidos.
- ❖ Mejora en la imagen y reputación de la empresa.
- ❖ Diferenciación con respecto a la competencia.
- ❖ Menos despilfarro en marketing. Mientras se ofrezcan productos de mejor calidad las empresas realizaran menos inversión y esfuerzos en marketing, en función de la satisfacción del cliente.
- ❖ Ahorro en gestión de quejas y reclamaciones.
- ❖ Personal satisfecho, mejor ambiente laboral y por consiguiente mayor productividad del personal.

- *Características de la atención de calidad*

Según Anierte (2013) algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes:

- ❖ Debe cumplir sus objetivos
- ❖ Debe servir para lo que se diseño
- ❖ Debe ser adecuado para el uso
- ❖ Debe solucionar las necesidades
- ❖ Debe proporcionar resultados

- *Protagonistas de la calidad de atención al cliente*

Pérez (2007) menciona que los protagonistas de la atención a los clientes son tres y que estos se relacionan

- ❖ *La estrategia:* Incluyendo también a las políticas organizacionales y los lineamientos de los parámetros de la empresa dirigidos a la satisfacción del cliente. Está diseñada generalmente por el departamento de marketing y la función primordial de esta es orientar a la organización a optar por políticas de mejor calidad en atención al cliente. Pérez (Pérez V. , 2007), define las estrategias de valor en función de los deseos de los clientes, teniendo como principal valor la decisión de compra, y por consiguiente la decisión de competir en el mercado. Esta estrategia que se enfoca en el cliente se caracteriza por la adaptación de las ofertas a la necesidad del cliente buscando su satisfacción, además por ajustar los productos adaptándolos a las expectativas de los compradores

obteniendo una mejor calidad en la atención procurando retroalimentación constante de los consumidores y usuarios.

- ❖ *Los sistemas:* Hace referencia a los recursos de atención que utiliza el empleado con el cliente, donde se incluyen los diseños de sistema de operaciones, así como las líneas de atención al cliente, tanto como las tareas de soporte y apoyo a los frentes de contacto con el cliente. Los sistemas que suelen lograr la satisfacción del cliente están disponibles y estimulan la necesidad de adquirir productos o servicios. Se eliminan los obstáculos para garantizar el éxito en la atención. Es importante, según los sistemas de excelencia, que los clientes tengan acceso a toda la información que necesiten del producto o servicio, de la una única fuente que es en este caso la empresa.

De esa manera se evita que el cliente realice solicitudes sin obtener respuestas. A los clientes se les debe proporcionar información correcta, aún más si se trata de aspectos técnicos del producto. Además, el tiempo de prestación del servicio como calidad de acción en la atención al cliente le permite acceder de forma rápida sencilla y cómoda a esto.

- ❖ *La gente:* En una empresa de calidad se espera que los empleados tengan conocimiento sobre sus labores y además este enfocado en la satisfacción del cliente. los factores que intervienen en la condición de efectividad de los colaboradores son la presencia de una buena autoestima, ya que si el empleado se siente bien consigo mismo trasmite confianza por su habilidad de socializar. Es importante esto pues el que presta servicios debe tener una comunicación efectiva, respetuosa, educada y tolerante con el cliente, así como con sus pares.

- *Dimensiones de la calidad de atención*

- ❖ *Elementos tangibles:* Son objetos que se pueden tocar, ver a diferencia de las emociones conocimientos y abstracciones. Este concepto se utiliza para designar lo que es perceptible a los sentidos; en un sentido más amplio también se hace referencia aquello que puede percibirse con presión. Macedo (2009) además de aquello que se corrobora con sus apariencias. Las empresas con equipos modernos, instalaciones físicas

atractivas, con empleados de apariencia pulcra, y materiales visualmente atractivos.

- ❖ *Fiabilidad*: Alcanzar los resultados deseados según los experimentos y pruebas estadísticas. En el lenguaje normal, se utiliza la palabra fiabilidad para referirse a que algo es confiable y que dará el mismo resultado siempre. Soto (2010) además, tenemos la habilidad de ejecución de servicios, los cuales resultan también fiables, cuando la empresa se compromete a realizar un servicio en un tiempo determinado y lo cumple a cabalidad, o también cuando un cliente tiene un problema y se muestra un interés legítimo en solucionarlo.
- ❖ *Capacidad de respuesta*: En términos muy generales, la capacidad de respuesta de un sistema cualquiera es su probabilidad media de producir, frente a una demanda, una respuesta de calidad aceptable, dentro de un margen de tiempo aceptable y aun costo aceptable. (Ramos, 2010) en función de la relación de dirigentes y pueblo, los primeros tienen una mayor capacidad de respuesta, en vista de que las prioridades en su agenda política coinciden con las de la demanda pública, y la disposición de los empleados por ayudar al cliente y proporcionarles el servicio.
- ❖ *Seguridad*: La seguridad, por lo tanto, puede considerarse como una certeza con Conocimiento y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza. (Restrepo, 2009)
- ❖ *Empatía*: Es la capacidad de ponerse en el lugar de otro, respecto de los sentimientos y emociones que el individuo experimenta en situaciones diversas. Consiste en intentar comprender los sentimientos y emociones, intentando experimentar de forma objetiva y racional lo que siente otro individuo (Pérez, 2009). Además, la atención individualizada que ofrecen las empresas a los consumidores.

2.3. Marco conceptual

– Clima organizacional

Es el medio en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. La calidad de este clima influye directamente en la satisfacción de los colaboradores y por lo tanto en la productividad. (Alberca & Valentin, 2017)

– **Calidad de atención**

Es aquella categoría histórica concreta que expresa la armonía entre los servicios prestados, el sistema de normas valorativas y expectativas existentes referentes a la atención. (Alberca & Valentin, 2017)

– **Calidad**

Conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite caracterizarla y valorarla con respecto a las restantes de su especie. (Alberca & Valentin, 2017)

– **Recompensa**

Que impulsa a hacer o desear una cosa, especialmente a obrar o hacer determinada cosa mejor o más deprisa. (Alberca & Valentin, 2017)

– **Seguridad**

Es el sentimiento de protección frente a carencias y peligros externos que afecten negativamente la calidad de vida. En general, el término suele utilizarse al conjunto de medidas y políticas implementadas para guarecer a la población del sufrimiento de delitos, en especial de aquellos que pongan en riesgo la integridad. (Alberca & Valentin, 2017)

– **Atención**

Es el proceso conductual y cognitivo de concentración selectiva en un aspecto discreto de la información ya sea considerada subjetiva u objetiva. (Alberca & Valentin, 2017)

– **Cliente**

Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios. (Alberca & Valentin, 2017)

2.4. Hipótesis

H₀: El clima organizacional no se relaciona significativamente con la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020.

H₁: El clima organizacional se relaciona significativamente con la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020.

2.5. Variables

2.5.1. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables

Variables por investigar	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Tipo de variables
Clima organizacional	Es un concepto integrado que permite determina la manera como las políticas y prácticas administrativas, la tecnología, los procesos de toma de decisiones, etc., se traducen a través del clima y las motivaciones en el comportamiento de los equipos de trabajo y las personas que influenciadas por ellas. (Montuy, 2018)	El clima organizacional se medirá mediante: la Estructura, Responsabilidad, Recompensa, Relaciones, Cooperación, Conflictos, e Identidad, a través de un cuestionario estructurado.	Estructura Responsabilidad Recompensa Relaciones Cooperación Conflictos Identidad	Proceso complejo Burocracia Autonomía en la toma de decisiones Supervisión general Adecuada recompensa Más premio que castigo Trabajo grato Buenas relaciones Espíritu de ayuda Apoyo mutuo Opiniones discrepantes Temor a problemas Pertenencia Solidaridad	Escala ordinal
Calidad de atención	Calidad de atención es el gran diferenciador, ésta atrae y mantiene la atención del cliente, si es buena, gana clientes y si es pobre, los pierde. (Vidaña, 2019)	Se define como aquellas manifestaciones de quien brinda atención al cliente, la cual se mide a través de: Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles de la persona quien brinda la atención al cliente.	Elementos tangibles Fiabilidad Capacidad de respuesta Seguridad Empatía	Oficina moderna Oficina visualmente atractiva Personal con apariencia pulcra Material visualmente atractivo Compromiso Interés en el servicio Información bien dosificada Información oportuna Información necesaria Rapidez en el servicio Eficiencia del servicio Personal dispuesto ayudar Personal presto al servicio Confianza al recibir el servicio Seguridad Personal amable Personal conocedor del servicio Atención individualizada del servicio Horario apropiado Servicio personalizado Personal comprometido con el cliente Comprensión	Escala ordinal

Fuente: Elaboración propia

III. MATERIAL Y MÉTODOS

3.1. Material

3.1.1. Población

Es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Está queda delimitada por problema y por los objetivos del estudio (Arias, 2017). Para la presente investigación la población estuvo constituido por 214 colaboradores y 93000 clientes entre hombres y mujeres, esto de acuerdo con el reporte mensual de la Empresa Tottus Open Plaza Piura año 2020.

Tabla 2

Población de estudio que conforman la investigación

Población	n	%
Colaboradores	214	0.2
Clientes	93000	99.8
TOTAL	93214	100.0

Fuente: Reporte mensual de la empresa Tottus Open Plaza de Piura

3.1.2. Muestra

De acuerdo con Cesías (2016) define a la muestra como un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible. Por lo que, para el muestreo se aplicó la técnica de muestreo aleatorio simple para otorgar iguales probabilidades de ocurrencia a cada elemento de la muestra, así como también, poder ejecutar tanto la estadística descriptiva como la estadística inferencial.

Para calcularlo se utilizó la fórmula de población finita:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{E^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (93\ 214)}{(0.05)^2 (93\ 214 - 1) + (1.96)^2 (0.50) (0.50)}$$
$$n = \frac{89522.7256}{233.0325 + 0.9604}$$
$$n = \frac{89522.7256}{233.9929} = 382.59 \approx 382$$

Sabiendo que:

- n: Tamaño de muestra
- Z: Nivel de confianza: 95%
- P: Probabilidad de ser elegido en la muestra
- Q: Probabilidad de no ser elegido en la muestra
- E: Error permitido en la investigación
- N: Población: 93 214 entre colaboradores y clientes

Obteniendo un resultado de 382 entre colaboradores y clientes, el cual representa la muestra de estudio.

Tabla 3

Muestra de estudio que conforman la investigación

Población	n	%
Colaboradores	191	50
Clientes	191	50
TOTAL	382	100.0

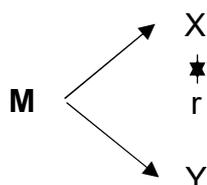
Fuente: Reporte mensual de la empresa Tottus Open Plaza de Piura

3.2. Métodos

3.2.1. Diseño de investigación

El diseño de contrastación será básico correlacional, primero se describirán cada una de las variables y luego se realizará la correlación para determinar el nivel de relación entre ambas variables.

Esquema:



Dónde:

- X: Clima Organizacional
- Y: Calidad de atención
- r: Relación entre el clima organizacional y la calidad de atención
- m: Muestra de investigación

3.2.2. Técnicas e instrumentos de investigación

- Técnicas de investigación

La técnica que se usó fue la encuesta, puesto que este método de investigación fue capaz de dar respuestas a problemas, así como términos de descripción de las relaciones de las variables, a partir del recojo de la información asegurando fidelidad de la información obtenida. (Buendía, Colás, & Hernández, 2014)

- Instrumentos de investigación

Los instrumentos fueron dos cuestionarios consistentes en un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación, y que puede ser aplicado en formas variadas, entre las que destacan su administración a grupos o su envío por correo. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010)

El instrumento fue elaborado con preguntas de selección múltiple, con 3 alternativas de respuesta y sus respectivos valores con escalonamiento tipo Likert, consistentes en: En desacuerdo (0pts), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (1 pts), De acuerdo (2 pts)

Instrumento I: Cuestionario de *Clima organizacional*

Ficha técnica

- ❖ Nombre: Cuestionario de Clima organizacional
- ❖ Autor: Alberca y Valentín (2017)
- ❖ Procedencia: Perú
- ❖ Aplicación de la encuesta: Individual
- ❖ Duración: 10 minutos
- ❖ Aplicación: Adultos

Instrumento II: Cuestionario de *Calidad de atención*

Ficha técnica

- ❖ Nombre: Cuestionario de Calidad de atención
- ❖ Autor: Purizaca (2019)
- ❖ Procedencia: Perú
- ❖ Aplicación de la encuesta: Individual

- ❖ Duración: 10 minutos
- ❖ Aplicación: Adultos

- **Validación**

Para otorgar la revalides de los instrumentos, se realizó mediante el juicio de tres expertos, pues los instrumentos fueron validados en la tesis de Alberca y Valentín (2017) para la variable *Clima organizacional* y la tesis de Purizaca (2019) para la variable *Calidad de atención*. Se dio por concluido que los cuestionarios son aplicables, dado que se basa en la opinión dada por los expertos mencionados.

Tabla 4

Validez por juicio de expertos

Nº	Experto	Resultado
Experto 01	Mg. Cassinelli Doig, Ítalo	Aplicable
Experto 02	Mg. Vidalón Moreno, Rosa	Aplicable
Experto 03	Mg. Fiorentini Candiotti, Giovanni	Aplicable

Fuente: Certificado de validez juzgada por expertos

Como se puedo observar en la tabla 4 *Validez por juicio de expertos* el estudio realizado fue validado por tres expertos que cuentan plenamente con el conocimiento del tema.

- **Confiabilidad**

Se elaboró la encuesta con la finalidad de determinar la relación entre el clima organizacional y la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020, donde se aplico la encuesta a una muestra piloto conformado por 10 colaboradores y 10 clientes.

La confiabilidad del cuestionario se determinó mediante el índice de Cronbach, el cual permitió demostrar si los datos eran confiables para conocer el clima organizacional y la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza de la ciudad de Piura. Para determinar el Alfa de Cronbach se consideró lo siguiente:

- ❖ Si el coeficiente Alfa de Cronbach es mayor o igual a 0,8. Por lo tanto, el instrumento es confiable y las mediciones de los datos son consistentes.

- ❖ Si el coeficiente Alfa de Cronbach es menor a 0,8. Por lo tanto, el instrumento no es confiable y las mediciones de los datos poseen variabilidad heterogénea.

Se usó el software SPSS para obtener el coeficiente de Alfa de Cronbach, donde se analizaron 20 encuestas (10 colaboradores y 10 clientes) para la prueba piloto, consiguiendo los resultados siguientes:

Tabla 5

Análisis de Alfa de Cronbach

Variables	Alfa de Cronbach	N de Elementos
Clima organizacional	,865	14
Calidad de atención	,913	22

Fuente: Prueba piloto - SPSS

Como se percibe, el Alfa de Cronbach obtuvo un valor de 0.865 y 0.913, es decir que los instrumentos aplicados son confiables para proseguir con el procesamiento de datos.

3.2.3. Procesamiento y análisis de datos

- Procesamiento de datos

En esta etapa se realizó la tabulación de los datos, que permitió elaborar tablas y figuras, haciendo uso de los programas Excel o SPSS. Después los resultados son interpretados en función a los antecedentes y a las teorías consultadas.

Los criterios para determinar los niveles estuvieron basados en baremos, que de acuerdo con Cesías (2016) el baremo es una escala de puntuaciones obtenidas a partir del instrumento que permitió cuantificar las variables *Clima organizacional* y *Calidad de atención* mediante la atribución a cada una de ellas de un determinado valor.

Como el instrumento de la variable *Clima organizacional* posee 14 ítems, la baremación fue la siguiente:

- ❖ De 14 a 32 puntos : Pésimo clima organizacional.
- ❖ De 33 a 51 puntos : Regular clima organizacional.
- ❖ De 52 a 70 puntos : Excelente clima organizacional.

Como el instrumento de la variable *Calidad de atención* posee 22 ítems, la baremación fue la siguiente:

- ❖ De 30 a 55 puntos : Pésimo calidad de atención.
- ❖ De 56 a 81 puntos : Regular calidad de atención.
- ❖ De 82 a 110 puntos : Excelente calidad de atención.

- **Análisis de datos**

Posteriormente a la elaboración de las tablas y figuras, se procedió a la descripción de cada una de las tablas elaboradas, donde se escogió el mayor resultado obtenido. Una vez realizada la descripción de los resultados, se realizó la discusión de los resultados obtenidos con cada una de las dimensiones y variables de estudio.

IV. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados

- Estadística descriptiva

Objetivo específico uno: Determinar el nivel de clima organizacional en la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020.

Tabla 6

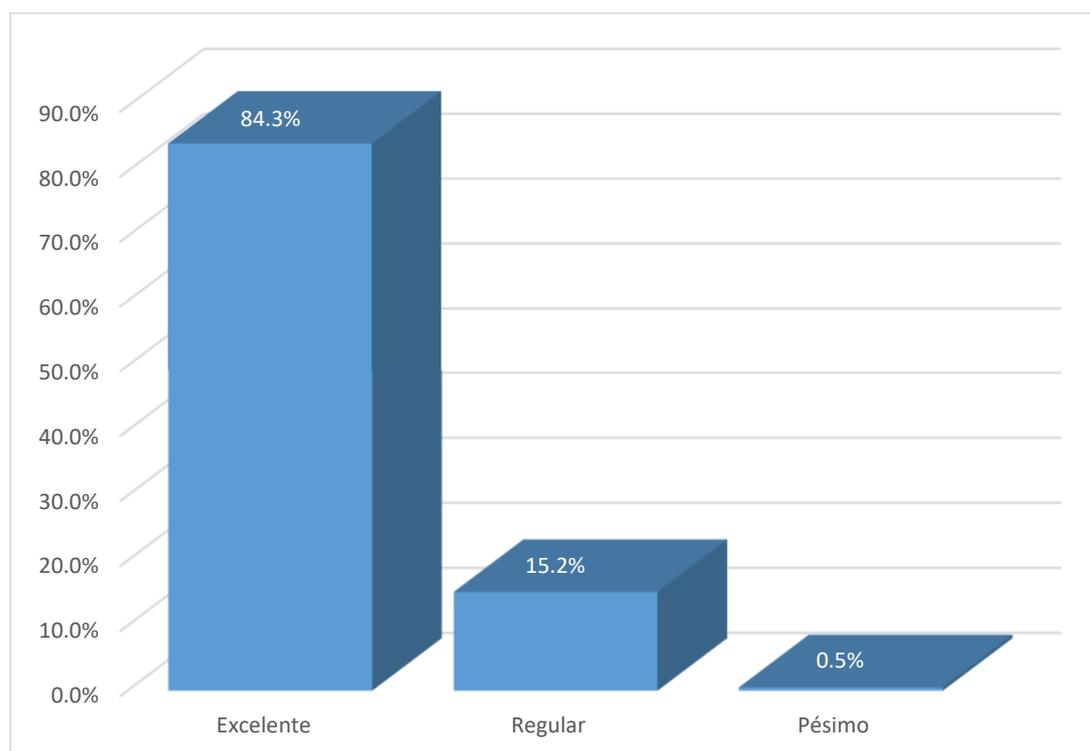
Nivel de clima organizacional de la empresa Tottus Open Plaza, Piura 2020

Nivel	Cantidad	%
Excelente	161	84.3
Regular	29	15.2
Pésimo	1	0.5
TOTAL	191	100.0

Fuente: Base de datos del cuestionario

Figura 1

Clima organizacional de la empresa Tottus Open Plaza, Piura 2020



Fuente: Base de datos del cuestionario

Interpretación:

En la figura 1, se observa que el clima organizacional de la empresa Tottus Open Plaza de la ciudad de Piura se ubica en el nivel *excelente* que es equivalente al 84.3%.

Objetivo específico dos: Identificar el nivel de la calidad de atención a los clientes de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020.

Tabla 7

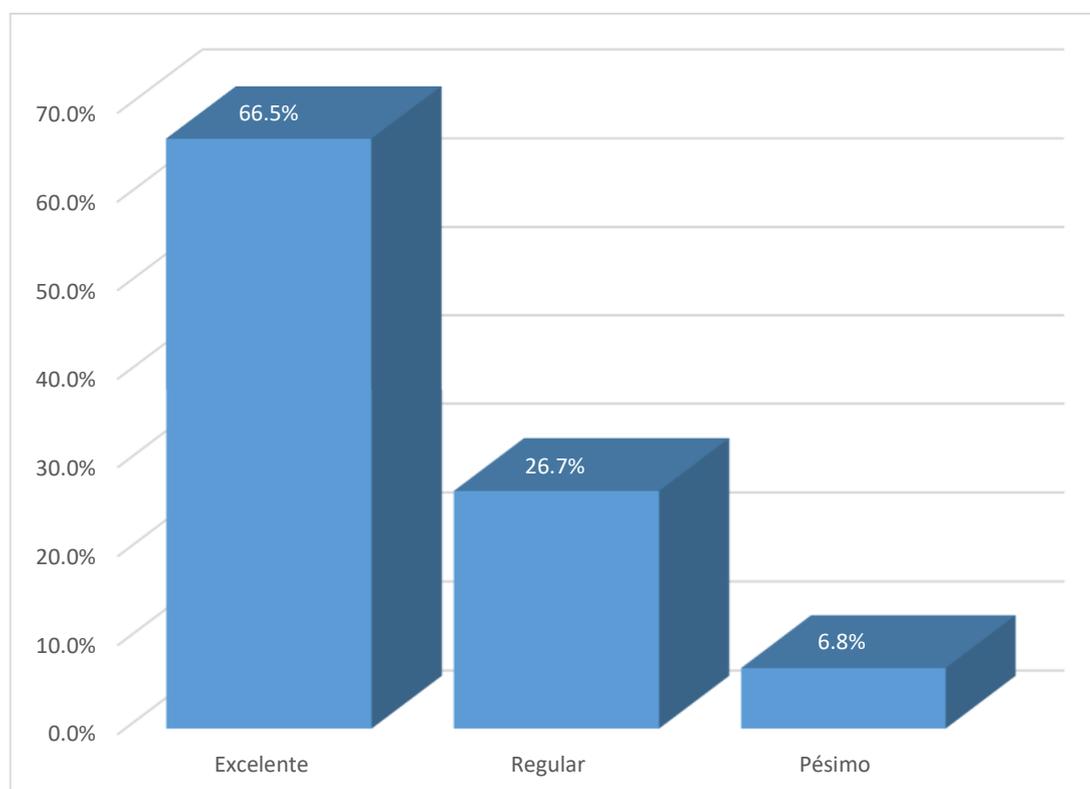
Nivel de calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza, Piura 2020

Nivel	Cantidad	%
Excelente	127	66.5
Regular	51	26.7
Pésimo	13	6.8
TOTAL	191	100.0

Fuente: Base de datos del cuestionario

Figura 2

Calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza, Piura 2020



Fuente: Base de datos del cuestionario

Interpretación:

En la figura 2, se observa que la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza de la ciudad de Piura se ubica en el nivel *excelente* que es equivalente al 66.7%.

- **Análisis descriptivo de la normalidad**

Prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov de las variables *Clima organizacional* y *Calidad de atención*.

Tabla 8

Prueba de normalidad del Clima organizacional y la Calidad de atención

Variables	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	gl	p-valor
Clima organizacional	,123	382	,000
Calidad de atención	,200	382	,000

Fuente: SPSS

En la tabla 8, se muestran p-valores menores a 0.05 señalando que los puntajes de las variables de investigación presentan una distribución no normal. Con base a la evidencia, se decide utilizar el coeficiente de correlación de Rho de Spearman, y medir la concordancia entre las variantes y cuantificar el grado de relación según el criterio de Hernández et al. (2014).

- **Análisis de las relaciones**

Objetivo específico tres: Establecer la relación entre la recompensa y la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020.

Tabla 9

Relación entre la recompensa y la calidad de atención de le empresa Tottus Open Plaza, Piura

		Calidad de atención	
Rho de Spearman	Recompensa	Coefficiente de correlación	,814**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	382

Fuente: SPSS

Interpretación:

Para demostrar la aplicación estadística de la correlación se efectuó el coeficiente de correlación Rho de Spearman con un nivel de significancia del 5%. La tabla 9, se observa la correlación entre la recompensa y la calidad de atención con un Rho=0.814 y con una sig. bilateral=0.000 (p-valor<0.05); es decir que mientras exista un buen sistema de recompensa para los colaboradores estos mejoraran la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020.

- Prueba de hipótesis

Planteamiento de la hipótesis

H₀: El clima organizacional no se relaciona de forma directa y significativa con la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020.

H₁: El clima organizacional se relaciona de forma directa y significativa con la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020.

Nivel de significancia

Se trabajó con un nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Estadígrafo de comprobación

Se aplicó el coeficiente de correlación rho de Spearman para identificar la correlación entre las dos variables cuantitativas que no cumplen los supuestos para la aplicación de estadística paramétrica.

Formulación de la regla de decisión

Si, $p < \alpha \rightarrow$ Rechazar H₀

Tabla 10

Correlación de Spearman

			Clima organizacional	Calidad de atención
Rho de Spearman	Clima organizacional	Coefficiente de correlación	1,000	,674**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	138	138
	Calidad de atención	Coefficiente de correlación	,674**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	138	138

Fuente: Base de datos del cuestionario

Decisión

Como $p=0.000 < \alpha=0.05 \rightarrow$ Rechazar H₀

Por tanto, existe relación significativa entre el clima organizacional y la calidad de atención de los colaboradores de la empresa Tottus del Open Plaza de la ciudad de Piura, año 2020.

4.2. Discusión de resultados

Antes de responder a los objetivos e hipótesis, la figura 1 muestra que el clima organizacional de la empresa Tottus del Open Plaza de la ciudad de Piura es

84.1% excelente. De igual forma, la figura 2 en el caso de la segunda variable en la calidad de atención, se puede apreciar que el nivel es excelente, con un 66,7%

Como respuesta al objetivo general e hipótesis general, se puede apreciar una correlación significativa entre ambas variables de $r=0.674$; $P\text{-valor}<0,05$, lo cual significa que existe una relación positiva entre el clima organizacional y calidad de atención, tales variables se ubican en un nivel *bueno* equivalente a un 84.1%, es decir a mayor clima organizacional, mayor será la calidad de atención que brindan los colaboradores de la empresa Tottus del Open Plaza de la ciudad de Piura, tal como lo confirman diferentes estudios hechos en el contexto internacional, con los cuales se corrobora la presente investigación, siendo uno de ellos el estudio de Abanto (2018), el cual afirmó una relación entre ambas variables, es decir a mejor clima organizacional, mejor será la calidad de atención que se brinde a los clientes. De la misma manera, los resultados obtenidos se corroboran con el estudio de Purizaca (2019), quien en su investigación permitió concluir que un clima favorable beneficia el entorno de trabajo y con ello el compromiso y el desempeño de los empleados frente al servicio que se brinda, por lo tanto si existe una relación significativa entre clima organizacional y calidad de atención.

Del mismo modo afirma Alberca & Valentín (2017), los resultados les permitieron afirmar una relación fuerte entre clima organizacional y la calidad del servicio del personal administrativo, por lo tanto concluyen en que el clima laboral incide en el servicio al cliente de tal manera que si existe armonía y respeto entre colaboradores de la sede central del Ministerio de Educación, mejor será la calidad del servicio. De la misma manera lo confirman Valderrama (2018) y Díaz (2019) autores de diferentes investigaciones en el contexto nacional y local relacionadas a clima organizacional y su relación con la calidad de atención. Quienes concluyen y coinciden en que las variables de clima organizacional y calidad de atención están relacionadas significativamente entre sí, es decir el clima organizacional influye positivamente en la calidad de atención. Por lo tanto se confirma y se acepta la hipótesis general, al igual que se logró determinar el objetivo general de dicha investigación.

En lo que respecta al logro de los objetivos específicos, se puede apreciar en los resultados obtenidos que se ha logrado determinar el nivel del clima organizacional, así como identificar el nivel de calidad de atención y su relación con entre las variables de la empresa Tottus del Open Plaza de la ciudad de Piura. En lo referente al nivel del clima organizacional, tal como se evidencia en la tabla 6 y figura 1; los resultados demuestran la existencia de una excelente estructura, responsabilidad, recompensas, relaciones, cooperación e identidad en la empresa Tottus del Open Plaza de la ciudad de Piura, lo cual se contrasta con el estudio de Abanto (2018) quien afirma que el clima organizacional son las percepciones subjetivas de los colaboradores que influye directamente en la motivación y el compromiso de los miembros con la organización; es decir, hace referencia al ambiente o atmósfera dentro de la empresa, y tiene que ver con la percepción que tienen los colaboradores de la organización. Esto incluye la estructura, responsabilidad, recompensas, relaciones, cooperación e identidad entre otros. Por lo que comprender el clima organizacional mejora la satisfacción de los colaboradores y, por lo tanto, en su productividad. Cuando los colaboradores se encuentra satisfechos realizan un trabajo de manera eficiente, y por lo tanto, mejora la calidad de atención. En cuanto al nivel de calidad de atención a los clientes, la tabla 7 y figura 2; los resultados demuestran que la empresa tiene excelentes elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, estos resultados son contrastados con la investigación de Díaz (2019) quien afirma que este tiene la capacidad de solucionar las quejas o problemas que los clientes tienen con los productos o servicios de la manera más ágil posible, permitiendo evitar valoraciones negativas y aumentando así las valoraciones positivas. Pues comprender la calidad de atención al cliente lo conforman un conjunto de estrategias fundamentales para garantizar la plena satisfacción de los clientes, y por lo tanto un buen desempeño de la empresa. Finalmente, en referente a la relación entre la recompensa y la calidad de atención al cliente, la aplicación estadística afirma una relación fuerte entre la recompensa y la calidad de atención ($Rho=0.814$), lo que significa que existe una relación entre ambas variables, es decir que mientras exista un buen sistema de recompensa para los colaboradores estos mejoraran la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020.

Pues la recompensa son poderosos incentivos para mejorar la satisfacción del colaborador y su desempeño mejorando la calidad de atención de estos hacia los clientes, Por ello, la preocupación cada vez más por atender el diseño e implantación de dichos sistemas. Por lo tanto, se puede decir que se ha logrado determinar e identificar todos los objetivos y que se ha aceptado la hipótesis planteada en la presente investigación.

CONCLUSIONES

- El resultado obtenido de la contrastación de la hipótesis general, se evidencia un índice de significancia bilateral de 0,000 que es menor al nivel de 0,05 previsto para este análisis, se determina que, si existe relación estadísticamente significativa alta, directamente proporcional y positiva, entre clima organizacional y calidad de atención de los colaboradores de la empresa Tottus del Open Plaza de la ciudad de Piura, año 2020. ($r=0.674$, $p < 0.05$)
- El clima organizacional de la empresa Tottus del Open Plaza de la ciudad de Piura año 2020 se encuentran en un nivel *bueno*, con un porcentaje de 84.1%.
- La calidad de atención del cliente de la empresa Tottus del Open Plaza de la ciudad de Piura año 2020 se encuentran en un nivel *excelente*, con un porcentaje de 66.7%.
- De acuerdo con el resultado obtenido, se afirma la existencia de una relación significativa y positiva entre las recompensas y calidad de atención al cliente que brinda la empresa Tottus del Open Plaza de la ciudad de Piura en el año 2020, al situarse en un nivel bueno de relación equivalente a un 81.4%, lo cual significa que, a mejores recompensas mayor será la calidad de atención al cliente.

RECOMENDACIONES

- Es necesario mejorar aquellos factores que no llegaron a niveles óptimos, esto permitirá contribuir obtener un clima organizacional y una calidad de atención al cliente de excelencia, lo cual repercutirá en el desarrollo económico de la empresa.
- Se debe realizar futuras investigaciones en las dimensiones peores calificadas: *Capacidad de respuesta* para calidad de atención y *Conflictos* para clima organizacional, así determinar las causas de y efectos de débiles características y poderlas corregirlas lo más pronto posible.
- Se debe realizar estudios periódicos (al menos 1 vez al año) sobre el clima organizacional y la calidad de atención, incluyendo no sólo cuestionarios como instrumento de medición sino también entrevista tanto grupales como individuales que permitan obtener información lo más insesgada posible.
- Se recomienda al departamento de Recursos Humanos de la empresa a proveer de capacitaciones y talleres a sus colaboradores sobre la importancia de un excelente clima organizacional y calidad de atención para el desarrollo integral de una empresa.

REFERENCIAS

- Abanto, N. (2018). *Clima laboral y atención al cliente; estudio realizado en una retail de la zona 10 de la ciudad de Quetzaltenango*. Quetzaltenango, Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Alberca, E., & Valentin, C. (2017). *Clima organizacional y calidad de servicio del personal administrativo de la sede central del Ministerio de Educación*. Lima, Perú: Universidad Garcilaso de la Vega.
- Aniorte, N. (2013). *Servicios de Calidad*. Obtenido de http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm
- Arias, F. (2017). *Proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas, Venezuela: Epiteseme.
- Barroso, P. (2004). *Dimensiones del clima organizacional: Instituto Nacional de Canalizaciones. Departamento de RR.HH.* Caracas, Venezuela.
- Buendía, L., Colás, P., & Hernández, F. (2014). *Métodos de Investigación en Psicopedagogía*. Madrid, España: McGraw-Hill.
- Caligiore, C., & Diaz, T. (2017). *Clima Organizacional y Desempeño de los Docentes en la ULA. Estudio de un caso*. Maracaibo, Venezuela: Universidad del Zulia.
- Caravaca, E. (2018). *Calidad en la atención al cliente. Andalucía Lab*. Obtenido de <https://www.andalucialab.org/blog/calidad-en-la-atencion-al-cliente/>
- Cesías, L. (2016). *Metodología de la investigación científica*. Sevilla, España: Gráficas Dehon.
- Chávez, G. (2018). *La importancia del Clima de Trabajo en las organizaciones. Emprendices*. Obtenido de <https://www.emprendices.co/la-importancia-del-clima-de-trabajo-en-las-organizaciones/>
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos*. Colombia: McGraw-Hill.
- Díaz, M. (2019). *Calidad de servicio y clima laboral de los colaboradores de la empresa Cruz del Sur de la ciudad de Piura en el año 2018*. Piura, Perú: Universidad César Vallejo.
- Figuroa, D. (2011). *La visión del experto: la importancia de mantener un buen clima organizacional*. México: UDEC.

- Forehand, G. (1964). *Estudios de variación medio ambiental del comportamiento organizacional*. Estados Unidos: Bulletin.
- Galicia, S., García, M., & Hernández, L. (2017). *La importancia del clima organizacional en la productividad de las empresas*. Hidalgo, México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Gálvez, P. (2011). *Cuestionario para evaluar la calidad de servicios deportivos: Estudio inicial de las propiedades psicométricas*. Málaga, España: Universidad de Málaga.
- Gestión. (2019). *Encuestas de clima laboral: menos del 50% de las empresas aplica acciones para mejorar*. Diario Gestión.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2010). *Metodología de la investigación*. México D.F., México: McGraw-Hill.
- Kolb, D., Rubin, I., & McIntyre, J. (2001). *Psicología de las Organizaciones*. México: Prentice Hall.
- Lewin, K. (1961). *Teoría y Ciencias Sociales*. Nueva York: Harper.
- Litwin, G., & Stringer, R. (1986). *Motivation and organizational climate*. Harvard Business School.
- Macedo, C. (2009). *Los elementos tangibles y no tangibles*. Santo Domingo: Ediciones científicas.
- Malo, E. (2018). *El 86% de compradores paga más tras una buena experiencia. Muy canal*. Obtenido de <https://www.muycanal.com/2018/10/10/compradores-paga-buena-experiencia>
- Montalbán, J. (2003). *Evaluación del Clima Organizacional*. México: Limas.
- Montuy, K. (2018). *El clima organizacional en las empresas modernas*. Cali, Colombia: McGraw-Hill.
- Najul, J. (2011). *El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=219022148002>
- Peláez, M. (2010). *¿Qué es el clima organizacional?* Juárez, México: Prentice Hall Hispanoamericana SA.
- Peralta, M. (2017). *La calidad en la atención al cliente. Pymmerang*. Obtenido de <http://www.pymmerang.com/emprender/1038-5-maneras-garantizadas-de-perder-clientes>
- Pérez, M. (2009). *La empatía*. Buenos Aires: Kapeluz.

- Pérez, V. (2007). *Calidad Total en la Atención al Cliente: Pautas para Garantizar la Excelencia en el Servicio*. España: Ideas propias Editorial.
- Purizaca, T. (2019). *Clima organizacional y su relación con la calidad de atención de los colaboradores de la empresa Wong, Lima - 2019*. Lima, Perú: Universidad César Vallejo.
- Ramos, D. (2010). *Glosario de conceptos de gestión más usuales*. Bogotá: Trillas.
- Restrepo, H. (2009). *Psicología organizacional*. Bogotá, Colombia: Universidad Católica Javeriana.
- Rizo, M. (2020). *El servicio al cliente. Factor de triunfo o fracaso de tu negocio*. Revista Forbes México.
- Scarilli, J. (2015). *La importancia de un excelente servicio al cliente y las encuestas de satisfacción*. Obtenido de <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vida/la-columna/la-importancia-de-un-excelente-servicio-al-cliente-y-las-encuestas-de-satisfaccion-juan-manuel-scarilli>
- Soto, D. (2010). *Fiabilidad: una de las bases de la ciencia*. Santiago de Chile: Universidad Católica.
- Valderrama, M. (2018). *Clima organizacional y desempeño laboral de los colaboradores del minimarket de la Urb. San José – Piura, 2017*. Piura, Perú: Universidad Nacional de Piura.
- Vidal, T. (2019). *Clima laboral afecta en un 20% la productividad de empresas*. Lima, Perú: Andina.
- Vidaña, J. (2019). *La calidad de atención: Una estrategia potente en el mercado de hoy*. Puebla, México: Litográfica Ingramex SA.
- Zapata, O. (2017). *Clima Organizacional y su incidencia en el desempeño laboral de los colaboradores del supermercado La Colonia de Managua – Nicaragua, 2016*. Managua, Nicaragua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.

ANEXOS

Anexo 01

El presente cuestionario, tiene como finalidad evaluar el nivel de clima organizacional que perciben los colaboradores de la empresa Tottus Open Plaza Piura Año 2020. Por tal motivo, se le solicita responda el siguiente cuestionario, marcando la respuesta de su preferencia.

1. Por favor señale su rango de edad:

<input type="checkbox"/>	Entre 18 y 24 años.	<input type="checkbox"/>	Entre 25 y 34 años.	<input type="checkbox"/>	Entre 45 y 54 años.
<input type="checkbox"/>	Entre 35 y 44 años.	<input type="checkbox"/>	Más de 55 años.		

2. Género:

<input type="checkbox"/>	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino
--------------------------	-----------	--------------------------	----------

3. Indicaciones

Escala para la respuesta		
En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo
0	1	2

I: CLIMA ORGANIZACIONAL

ESTRUCTURA

1. ¿Percibe un complejo proceso de los trámites en el lugar donde labora?

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
0	1	2

2. ¿Percibe un trabajo burocrático en el lugar donde labora?

0	1	2

RESPONSABILIDAD

3. ¿Tiene sentimiento de autonomía en la toma de decisiones relativas al trabajo en el lugar donde labora?

0	1	2

4. ¿Observa que la supervisión recibida es de tipo general y no estrecha en el lugar donde labora?

0	1	2

RECOMPENSA

5. ¿Existe adecuada recompensa por trabajo bien hecho en el lugar donde labora?

0	1	2

6. ¿Los directivos utilizan más premio que el castigo en el lugar donde labora?

0	1	2

RELACIONES

7. ¿Experimenta un trabajo grato en el lugar donde labora?

0	1	2

8. ¿Existe relaciones entre jefe y subordinados en el lugar donde labora?

0	1	2

COOPERACIÓN

9. ¿Existe espíritu de ayuda en los directivos y servidores en el lugar donde labora?

0	1	2

10. ¿Existe en el lugar donde labora el apoyo mutuo tanto por directivos y servidores?

0	1	2

CONFLICTOS

11. ¿Acepta opiniones discrepantes en el lugar donde labora?

0	1	2

12. ¿Teme enfrentar y solucionar los problemas tan pronto surjan en el lugar donde labora?

0	1	2

IDENTIDAD

13. ¿Tiene sentimiento de pertenencia a la organización en el lugar donde labora?

0	1	2

14. ¿Tiene sensación de compartir los objetivos personales con los de la organización en el Lugar donde labora?

0	1	2

II: CALIDAD DE ATENCIÓN

ELEMENTOS INTANGIBLES

1. ¿En la empresa Tottus Open Plaza Piura cuentan con equipos de apariencia moderna?

0	1	2

2. ¿Las instalaciones físicas de la empresa Tottus Open Plaza Piura son visualmente atractivas?

0	1	2

3. ¿El personal de la empresa Tottus Open Plaza Piura tienen apariencia pulcra?

0	1	2

4. ¿El material impreso de empresa es visualmente atractivo?

0	1	2

FIABILIDAD

5. ¿Se evidencia un compromiso de brindarle al usuario la información en el tiempo ofrecido?

0	1	2

6. ¿El personal muestra un sincero interés en solucionar el requerimiento de información del usuario?

0	1	2

7. ¿La información que recibe el usuario es la necesaria?

0	1	2

8. ¿El servicio que recibe el usuario tarda el tiempo necesario?

0	1	2

9. ¿El personal se asegura que el usuario tenga la información necesaria?

0	1	2

CAPACIDAD DE RESPUESTA

10. ¿El personal le hace saber al usuario cuánto demorará el servicio que requiere?

0	1	2

11. ¿El servicio que se le brinda al usuario es rápido y eficaz?

0	1	2

12. ¿El personal se muestra dispuesto a ayudar al usuario en lo que requiere?

0	1	2

13. ¿El personal siempre está presto para atender las preguntas del usuario?

0	1	2

SEGURIDAD

14. ¿El personal transmite confianza al momento de brindar el servicio?

0	1	2

15. ¿El usuario se va sintiéndose seguro con el servicio que le brindaron?

0	1	2

16. ¿El personal brinda el servicio con total amabilidad?

0	1	2

17. ¿El personal muestra suficiente conocimiento al momento de responder las preguntas formuladas por el usuario?

0	1	2

EMPATÍA

18. ¿El servicio que recibe el usuario es individualizado?

0	1	2

19. ¿El horario de atención es apropiado para el servicio?

0	1	2

20. ¿El personal se esmera en brindar una atención personalizada?

0	1	2

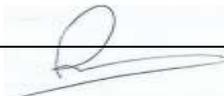
21. ¿El personal muestra preocupación por las inquietudes de información del usuario?

0	1	2

22. ¿El personal comprende las necesidades específicas del usuario?

0	1	2

Anexo 02

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS												
Título: El clima organizacional y su relación con la calidad de atención al cliente de la empresa Tottus Open Plaza Piura año 2020.												
Objetivo General: Determinar la relación entre el clima organizacional y la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020.												
Hipótesis: El clima organizacional se relaciona significativamente con la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020.												
Juez experto: Mg. Cassinelli Doig, Ítalo												
Fecha de revisión: 15/06/2020						Firma: 						
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		OBSERVACIONES
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Clima organizacional	Estructura	Proceso complejo	¿Percibe un complejo proceso de los trámites en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
		Burocracia	¿Percibe un trabajo burocrático en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
	Responsabilidad	Autonomía en la toma de decisiones	¿Tiene sentimiento de autonomía en la toma de decisiones relativas al trabajo en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
		Supervisión general	¿Observa que la supervisión recibida es de tipo general y no estrecha en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
	Recompensa	Adecuada recompensa	¿Existe adecuada recompensa por trabajo bien hecho en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
		Más premio que castigo	¿Los directivos utilizan más premio que el castigo en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
	Relaciones	Trabajo grato	¿Experimenta un trabajo grato en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
		Buenas relaciones	¿Existe relaciones entre jefe y subordinados en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
	Cooperación	Espíritu de ayuda	¿Existe espíritu de ayuda en los directivos y servidores en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
		Apoyo mutuo	¿Existe en el lugar donde labora el apoyo mutuo tanto por directivos y servidores?	X		X		X		X		-
	Conflictos	Opiniones discrepantes	¿Acepta opiniones discrepantes en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
		Temor a problemas	¿Teme enfrentar y solucionar los problemas tan pronto surjan en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
Identidad	Pertenencia	¿Tiene sentimiento de pertenencia a la organización en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-	
	Solidaridad	¿Tiene sensación de compartir los objetivos personales con los de la organización en el Lugar donde labora?	X		X		X		X		-	

Calidad de atención	Elementos intangibles	Oficina moderna	¿En la empresa Tottus Open Plaza Piura cuentan con equipos de apariencia moderna?	X		X		X		X		-
		Oficina visualmente atractiva	¿Las instalaciones físicas de la empresa Tottus Open Plaza Piura son visualmente atractivas?	X		X		X		X		-
		Personal con apariencia pulcra	¿El personal de la empresa Tottus Open Plaza Piura tienen apariencia pulcra?	X		X		X		X		-
		Material visualmente atractivo	¿El material impreso de empresa es visualmente atractivo?	X		X		X		X		-
	Fiabilidad	Compromiso	¿Se evidencia un compromiso de brindarle al usuario la información en el tiempo ofrecido?	X		X		X		X		-
		Interés en el servicio	¿El personal muestra un sincero interés en solucionar el requerimiento de información del usuario?	X		X		X		X		-
		Información bien dosificada	¿La información que recibe el usuario es la necesaria?	X		X		X		X		-
		Información oportuna	¿El servicio que recibe el usuario tarda el tiempo necesario?	X		X		X		X		-
		Información necesaria	¿El personal se asegura que el usuario tenga la información necesaria?	X		X		X		X		-
	Capacidad de respuesta	Rapidez en el servicio	¿El personal le hace saber al usuario cuánto demorará el servicio que requiere?	X		X		X		X		-
		Eficiencia del servicio	¿El servicio que se le brinda al usuario es rápido y eficaz?	X		X		X		X		-
		Personal dispuesto a ayudar	¿El personal se muestra dispuesto a ayudar al usuario en lo que requiere?	X		X		X		X		-
		Personal presto al servicio	¿El personal siempre está presto para atender las preguntas del usuario?	X		X		X		X		-
	Seguridad	Confianza al recibir el servicio	¿El personal transmite confianza al momento de brindar el servicio?	X		X		X		X		-
		Seguridad	¿El usuario se va sintiéndose seguro con el servicio que le brindaron?	X		X		X		X		-
		Personal amable	¿El personal brinda el servicio con total amabilidad?	X		X		X		X		-
		Personal conocedor del servicio	¿El personal muestra suficiente conocimiento al momento de responder las preguntas formuladas por el usuario?	X		X		X		X		-
	Empatía	Atención individualizada del servicio	¿El servicio que recibe el usuario es individualizado?	X		X		X		X		-
		Horario apropiado	¿El horario de atención es apropiado para el servicio?	X		X		X		X		-
		Servicio personalizado	¿El personal se esmera en brindar una atención personalizada?	X		X		X		X		-
Personal comprometido con el cliente		¿El personal muestra preocupación por las inquietudes de información del usuario?	X		X		X		X		-	
Comprensión		¿El personal comprende las necesidades específicas del usuario?	X		X		X		X		-	

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

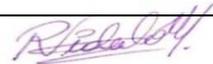
Título: El clima organizacional y su relación con la calidad de atención al cliente de la empresa Tottus Open Plaza Piura año 2020.

Objetivo General: Determinar la relación entre el clima organizacional y la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020.

Hipótesis: El clima organizacional se relaciona significativamente con la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020.

Juez experto: Mg. Vidalón Moreno, Rosa

Fecha de revisión: 15/06/2020

Firma: 

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		OBSERVACIONES
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Clima organizacional	Estructura	Proceso complejo	¿Percibe un complejo proceso de los trámites en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
		Burocracia	¿Percibe un trabajo burocrático en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
	Responsabilidad	Autonomía en la toma de decisiones	¿Tiene sentimiento de autonomía en la toma de decisiones relativas al trabajo en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
		Supervisión general	¿Observa que la supervisión recibida es de tipo general y no estrecha en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
	Recompensa	Adecuada recompensa	¿Existe adecuada recompensa por trabajo bien hecho en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
		Más premio que castigo	¿Los directivos utilizan más premio que el castigo en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
	Relaciones	Trabajo grato	¿Experimenta un trabajo grato en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
		Buenas relaciones	¿Existe relaciones entre jefe y subordinados en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
	Cooperación	Espíritu de ayuda	¿Existe espíritu de ayuda en los directivos y servidores en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
		Apoyo mutuo	¿Existe en el lugar donde labora el apoyo mutuo tanto por directivos y servidores?	X		X		X		X		-
	Conflictos	Opiniones discrepantes	¿Acepta opiniones discrepantes en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
		Temor a problemas	¿Teme enfrentar y solucionar los problemas tan pronto surjan en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
	Identidad	Pertenencia	¿Tiene sentimiento de pertenencia a la organización en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
Solidaridad		¿Tiene sensación de compartir los objetivos personales con los de la organización en el Lugar donde labora?	X		X		X		X		-	

Calidad de atención	Elementos intangibles	Oficina moderna	¿En la empresa Tottus Open Plaza Piura cuentan con equipos de apariencia moderna?	X		X		X		X		-
		Oficina visualmente atractiva	¿Las instalaciones físicas de la empresa Tottus Open Plaza Piura son visualmente atractivas?	X		X		X		X		-
		Personal con apariencia pulcra	¿El personal de la empresa Tottus Open Plaza Piura tienen apariencia pulcra?	X		X		X		X		-
		Material visualmente atractivo	¿El material impreso de empresa es visualmente atractivo?	X		X		X		X		-
	Fiabilidad	Compromiso	¿Se evidencia un compromiso de brindarle al usuario la información en el tiempo ofrecido?	X		X		X		X		-
		Interés en el servicio	¿El personal muestra un sincero interés en solucionar el requerimiento de información del usuario?	X		X		X		X		-
		Información bien dosificada	¿La información que recibe el usuario es la necesaria?	X		X		X		X		-
		Información oportuna	¿El servicio que recibe el usuario tarda el tiempo necesario?	X		X		X		X		-
		Información necesaria	¿El personal se asegura que el usuario tenga la información necesaria?	X		X		X		X		-
	Capacidad de respuesta	Rapidez en el servicio	¿El personal le hace saber al usuario cuánto demorará el servicio que requiere?	X		X		X		X		-
		Eficiencia del servicio	¿El servicio que se le brinda al usuario es rápido y eficaz?	X		X		X		X		-
		Personal dispuesto a ayudar	¿El personal se muestra dispuesto a ayudar al usuario en lo que requiere?	X		X		X		X		-
		Personal presto al servicio	¿El personal siempre está presto para atender las preguntas del usuario?	X		X		X		X		-
	Seguridad	Confianza al recibir el servicio	¿El personal transmite confianza al momento de brindar el servicio?	X		X		X		X		-
		Seguridad	¿El usuario se va sintiéndose seguro con el servicio que le brindaron?	X		X		X		X		-
		Personal amable	¿El personal brinda el servicio con total amabilidad?	X		X		X		X		-
		Personal conocedor del servicio	¿El personal muestra suficiente conocimiento al momento de responder las preguntas formuladas por el usuario?	X		X		X		X		-
	Empatía	Atención individualizada del servicio	¿El servicio que recibe el usuario es individualizado?	X		X		X		X		-
		Horario apropiado	¿El horario de atención es apropiado para el servicio?	X		X		X		X		-
		Servicio personalizado	¿El personal se esmera en brindar una atención personalizada?	X		X		X		X		-
Personal comprometido con el cliente		¿El personal muestra preocupación por las inquietudes de información del usuario?	X		X		X		X		-	
Comprensión		¿El personal comprende las necesidades específicas del usuario?	X		X		X		X		-	

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

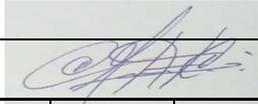
Título: El clima organizacional y su relación con la calidad de atención al cliente de la empresa Tottus Open Plaza Piura año 2020.

Objetivo General: Determinar la relación entre el clima organizacional y la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020.

Hipótesis: El clima organizacional se relaciona significativamente con la calidad de atención de la empresa Tottus Open Plaza Piura 2020.

Juez experto: Mg. Fiorentini Candiotti, Giovanni

Fecha de revisión: 15/06/2020

Firma: 

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		OBSERVACIONES
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Clima organizacional	Estructura	Proceso complejo	¿Percibe un complejo proceso de los trámites en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
		Burocracia	¿Percibe un trabajo burocrático en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
	Responsabilidad	Autonomía en la toma de decisiones	¿Tiene sentimiento de autonomía en la toma de decisiones relativas al trabajo en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
		Supervisión general	¿Observa que la supervisión recibida es de tipo general y no estrecha en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
	Recompensa	Adecuada recompensa	¿Existe adecuada recompensa por trabajo bien hecho en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
		Más premio que castigo	¿Los directivos utilizan más premio que el castigo en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
	Relaciones	Trabajo grato	¿Experimenta un trabajo grato en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
		Buenas relaciones	¿Existe relaciones entre jefe y subordinados en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
	Cooperación	Espíritu de ayuda	¿Existe espíritu de ayuda en los directivos y servidores en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
		Apoyo mutuo	¿Existe en el lugar donde labora el apoyo mutuo tanto por directivos y servidores?	X		X		X		X		-
	Conflictos	Opiniones discrepantes	¿Acepta opiniones discrepantes en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
		Temor a problemas	¿Teme enfrentar y solucionar los problemas tan pronto surjan en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-
Identidad	Pertenencia	¿Tiene sentimiento de pertenencia a la organización en el lugar donde labora?	X		X		X		X		-	
	Solidaridad	¿Tiene sensación de compartir los objetivos personales con los de la organización en el Lugar donde labora?	X		X		X		X		-	

Calidad de atención	Elementos intangibles	Oficina moderna	¿En la empresa Tottus Open Plaza Piura cuentan con equipos de apariencia moderna?	X		X		X		X		-
		Oficina visualmente atractiva	¿Las instalaciones físicas de la empresa Tottus Open Plaza Piura son visualmente atractivas?	X		X		X		X		-
		Personal con apariencia pulcra	¿El personal de la empresa Tottus Open Plaza Piura tienen apariencia pulcra?	X		X		X		X		-
		Material visualmente atractivo	¿El material impreso de empresa es visualmente atractivo?	X		X		X		X		-
	Fiabilidad	Compromiso	¿Se evidencia un compromiso de brindarle al usuario la información en el tiempo ofrecido?	X		X		X		X		-
		Interés en el servicio	¿El personal muestra un sincero interés en solucionar el requerimiento de información del usuario?	X		X		X		X		-
		Información bien dosificada	¿La información que recibe el usuario es la necesaria?	X		X		X		X		-
		Información oportuna	¿El servicio que recibe el usuario tarda el tiempo necesario?	X		X		X		X		-
		Información necesaria	¿El personal se asegura que el usuario tenga la información necesaria?	X		X		X		X		-
	Capacidad de respuesta	Rapidez en el servicio	¿El personal le hace saber al usuario cuánto demorará el servicio que requiere?	X		X		X		X		-
		Eficiencia del servicio	¿El servicio que se le brinda al usuario es rápido y eficaz?	X		X		X		X		-
		Personal dispuesto a ayudar	¿El personal se muestra dispuesto a ayudar al usuario en lo que requiere?	X		X		X		X		-
		Personal presto al servicio	¿El personal siempre está presto para atender las preguntas del usuario?	X		X		X		X		-
	Seguridad	Confianza al recibir el servicio	¿El personal transmite confianza al momento de brindar el servicio?	X		X		X		X		-
		Seguridad	¿El usuario se va sintiéndose seguro con el servicio que le brindaron?	X		X		X		X		-
		Personal amable	¿El personal brinda el servicio con total amabilidad?	X		X		X		X		-
		Personal conocedor del servicio	¿El personal muestra suficiente conocimiento al momento de responder las preguntas formuladas por el usuario?	X		X		X		X		-
	Empatía	Atención individualizada del servicio	¿El servicio que recibe el usuario es individualizado?	X		X		X		X		-
		Horario apropiado	¿El horario de atención es apropiado para el servicio?	X		X		X		X		-
		Servicio personalizado	¿El personal se esmera en brindar una atención personalizada?	X		X		X		X		-
Personal comprometido con el cliente		¿El personal muestra preocupación por las inquietudes de información del usuario?	X		X		X		X		-	
Comprensión		¿El personal comprende las necesidades específicas del usuario?	X		X		X		X		-	

Anexo 03

Tabla 11

Resultados de validez para la variable Clima organizacional: V. de Aiken

Ítems	Claridad					Pertinencia					Relevancia					V de Aiken
	Jueces			S	V	Jueces			S	V	Jueces			S	V	
	J1	J2	J3			J1	J2	J3			J1	J2	J3			
01	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
02	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
03	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
04	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
05	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
06	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
07	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
08	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
09	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
10	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
11	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
12	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
13	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
14	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00

Fuente: Elaboración en base a criterio de expertos

Tabla 12

Resultados de validez para la variable Calidad de atención: V. de Aiken

Ítems	Claridad					Pertinencia					Relevancia					V de Aiken
	J1	J2	J3	S	V	J1	J2	J3	S	V	J1	J2	J3	S	V	
01	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
02	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
03	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
04	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
05	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
06	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
07	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
08	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
09	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
10	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
11	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
12	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
13	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
14	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
15	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
16	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
17	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
18	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
19	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
20	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
21	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
22	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00

Fuente: Elaboración en base a criterio de expertos

Anexo 4

Confiabilidad del Instrumento *Clima organizacional*

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	20	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,865	14

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

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
Ítems 1	3,933333	1,0997835	20
Ítems 2	3,733333	,9611501	20
Ítems 3	3,733333	,5936168	20
Ítems 4	3,400000	1,4540584	20
Ítems 5	3,866667	1,3557637	20
Ítems 6	4,066667	,8837151	20
Ítems 7	3,866667	1,0600988	20
Ítems 8	3,866667	1,0600988	20
Ítems 9	4,133333	1,0600988	20
Ítems 10	4,066667	1,0327956	20
Ítems 11	3,866667	1,1254629	20
Ítems 12	4,066667	1,0327956	20
Ítems 13	3,333333	1,4474937	20
Ítems 14	3,866667	,9154754	20

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ítems 1	153,466667	531,124	,232	,927
Ítems 2	153,666667	536,667	,146	,928
Ítems 3	153,666667	541,952	,065	,928

Ítems 4	154,000000	490,000	,808	,921
Ítems 5	153,533333	508,838	,547	,924
Ítems 6	153,333333	523,095	,501	,925
Ítems 7	153,533333	512,838	,628	,923
Ítems 8	153,533333	519,838	,479	,925
Ítems 9	153,266667	539,210	,077	,928
Ítems 10	153,333333	527,381	,330	,926
Ítems 11	153,533333	516,552	,514	,925
Ítems 12	153,333333	518,381	,524	,924
Ítems 13	154,066667	492,352	,773	,921
Ítems 14	153,533333	522,981	,485	,925

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desv. Desviación	N de elementos
157,400000	544,114	23,3262574	14

Confiabilidad del Instrumento *Calidad de atención*

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	20	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,913	22

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

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
Ítems 1	3,666667	1,2909944	20
Ítems 2	4,000000	,9258201	20
Ítems 3	3,533333	1,1872337	20
Ítems 4	4,000000	,9258201	20
Ítems 5	3,800000	1,1464230	20
Ítems 6	3,466667	1,0600988	20
Ítems 7	3,933333	,9611501	20
Ítems 8	3,800000	1,0141851	20
Ítems 9	4,133333	,9154754	20
Ítems 10	3,933333	1,2227993	20
Ítems 11	4,133333	1,3557637	20
Ítems 12	3,666667	1,1126973	20
Ítems 13	4,133333	,9904304	20
Ítems 14	4,400000	,8280787	20
Ítems 15	3,933333	1,2798809	20
Ítems 16	3,933333	1,1629192	20
Ítems 17	3,600000	1,5491933	20
Ítems 18	3,600000	1,1212238	20
Ítems 19	4,066667	1,0327956	20
Ítems 20	3,866667	1,1872337	20
Ítems 21	3,800000	1,3201731	20
Ítems 22	3,533333	1,3557637	20

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ítems 1	153,400000	535,543	,180	,927
Ítems 2	153,600000	511,543	,603	,924
Ítems 3	153,933333	522,495	,423	,925
Ítems 4	153,466667	529,267	,315	,926
Ítems 5	153,600000	523,686	,418	,925
Ítems 6	153,266667	527,638	,372	,926
Ítems 7	153,466667	519,981	,406	,926
Ítems 8	153,266667	505,638	,601	,923
Ítems 9	153,733333	522,781	,395	,926
Ítems 10	153,266667	517,210	,575	,924
Ítems 11	153,000000	540,286	,082	,928
Ítems 12	153,466667	504,838	,654	,923
Ítems 13	153,466667	521,410	,402	,926
Ítems 14	153,800000	488,600	,776	,921
Ítems 15	153,800000	511,171	,625	,923
Ítems 16	153,333333	518,524	,521	,924
Ítems 17	153,533333	509,838	,613	,923
Ítems 18	153,600000	517,829	,408	,926
Ítems 19	153,800000	508,886	,601	,924
Ítems 20	153,933333	513,210	,581	,924
Ítems 21	153,866667	501,410	,673	,923
Ítems 22	153,800000	513,457	,546	,924

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desv. Desviación	N de elementos
152,5654313	563,531	22,4654879	22