

Escuela de Posgrado

MAESTRÍA EN RECURSOS HUMANOS Y GESTIÓN  
ORGANIZACIONAL

Tesis

**Compromiso organizacional y la calidad de  
servicios de la financiera Crediscotia en  
agencia Huancayo - 2021**

Johana Clemencia Gave Parraga

Para optar el Grado Académico de  
Maestro en Recursos Humanos y Gestión Organizacional

Huancayo, 2022

Repositorio Institucional Continental  
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

**Asesor**

Mg. Zosimo Anglas Urdanegui

### **Dedicatoria**

A mis padres, por su haberme formado  
como persona de bien y con valores.

Johana.

### **Agradecimientos**

A los docentes de la EPG de la Universidad Continental por sus sabías orientaciones acerca de la investigación en la presente tesis.

La autora.

# Índice

## Contenido

Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos.....	iv
Índice de contenido .....	v
Índice de figuras .....	viii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
Introducción .....	xi
Capítulo I Planteamiento del Estudio.....	12
1.1. Planteamiento y formulación del problema .....	12
1.2. Formulación del problema .....	14
1.3. Determinación de objetivos.....	15
1.4. Justificación e importancia del estudio .....	16
1.4.1. Justificación.....	16
1.4.2. Importancia.....	16
1.5. Limitaciones de la presente investigación .....	16
Capítulo II Marco Teórico .....	17
2.1. Antecedentes de la Investigación .....	17
2.2. Bases Teóricas .....	18
2.2.1. Compromiso Organizacional.....	18
2.2.2. Calidad de servicios .....	22
2.3. Definición de términos básicos .....	27
Capítulo III Hipótesis y Variables .....	28
3.1. Hipótesis.....	28
3.1.1. Hipótesis general.....	28
3.1.2. Hipótesis específicas .....	28
3.2. Operacionalización de variables.....	28
3.2.1. Definición conceptual de las variables.....	28
3.2.2. Definición operacional de las variables .....	29
3.2.3. Matriz de operacionalización de las variables.....	29

Capítulo IV Metodología.....	31
4.1. Método, Tipo y Alcance de Investigación.....	31
4.1.1. Método.....	31
4.1.2. Tipo de investigación.....	31
4.1.3. Alcance de investigación.....	31
4.2. Diseño de investigación.....	31
4.3. Población y muestra.....	32
4.3.1. Población.....	32
4.3.2. Muestra.....	32
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	33
4.4.1. Técnica.....	33
4.4.2. Instrumento.....	33
4.5. Técnicas de análisis de datos.....	37
Capítulo V Resultados.....	38
5.1. Resultados y análisis.....	38
5.1. Contrastación de hipótesis.....	54
5.2. Discusión de resultados.....	62
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	67
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	72
Anexo 2: Instrumento de investigación.....	73
Anexo 3: Ficha de Validación de Juez de Experto.....	76

## Índice de Tablas

<i>Tabla 1 Matriz de operacionalización de variables</i> .....	30
<i>Tabla 2 Escala de valoración</i> .....	34
<i>Tabla 3 Validez de contenido (Jueces expertos)</i> .....	34
<i>Tabla 4 Tabla de nivel de confiabilidad de Alpha de Cronbach</i> .....	35
<i>Tabla 5 Resumen de procesamiento de casos de la variable 1</i> .....	36
<i>Tabla 6 Estadística de fiabilidad de la variable 1</i> .....	36
<i>Tabla 7 Resumen de procesamiento de casos de la variable 2</i> .....	37
<i>Tabla 8 Estadística de fiabilidad de la variable 2</i> .....	37
<i>Tabla 9 Dimensión 1: Compromiso Afectivo</i> .....	39
<i>Tabla 10 Dimensión 2: Compromiso Normativo</i> .....	40
<i>Tabla 11 Dimensión 3: Compromiso de Continuidad</i> .....	41
<i>Tabla 12 Dimensión 1: Capacidad de respuesta</i> .....	42
<i>Tabla 13 Dimensión 2: Seguridad</i> .....	43
<i>Tabla 14 Dimensión 3. Empatía</i> .....	44
<i>Tabla 15 Dimensión 4: Elementos tangibles</i> .....	45
<i>Tabla 16 Dimensión 5: Fiabilidad</i> .....	46
<i>Tabla 17 Variable 1: Compromiso organizacional</i> .....	47
<i>Tabla 18 Variable 2: Calidad de servicios</i> .....	48
<i>Tabla 19 Resumen de procesamiento de casos de normalidad</i> .....	49
<i>Tabla 20 Tabla de descripción estadística de las variables</i> .....	50
<i>Tabla 21 Prueba de normalidad</i> .....	52
<i>Tabla 22 Relación entre compromiso organizacional y la calidad de servicios</i> .....	55
<i>Tabla 23 Relación entre el compromiso afectivo y la calidad de servicios</i> .....	57
<i>Tabla 24 Relación entre compromiso normativo y calidad de servicios</i> .....	59
<i>Tabla 25 Relación entre compromiso de continuidad y calidad de servicios</i> .....	61

## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b>	<i>Sub diseño correlacional</i> .....	32
<b>Figura 2</b>	<i>Fórmula de confiabilidad</i> .....	35
<b>Figura 3</b>	<i>Tabla de medición de coeficiente de correlación de Pearson</i> .....	38
<b>Figura 4</b>	<i>Regresión lineal de las variables</i> .....	53
<b>Figura 5</b>	<i>Gráfico Q-Q de normalidad de las variables</i> .....	53

## Resumen

La presente tesis titulada *Compromiso organizacional y la calidad de servicios de la financiera Crediscotia en agencia Huancayo – 2021*. El objetivo es determinar la relación que existe entre el compromiso organizacional y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.

La tesis empleó el método científico, asimismo, el uso del instrumento de investigación del cuestionario, a la técnica de la encuesta. La investigación corresponde al enfoque cuantitativo, al tipo de investigación teórica, y corresponde al nivel correlacional, y al diseño de investigación no experimental.

Los resultados muestran que existe relación directa entre el compromiso organizacional y la calidad de servicios con un nivel de correlación de 0.980 y una significancia de 0.000. Asimismo, existe una relación directa entre el compromiso afectivo y la calidad de servicios con un nivel de correlación de 0.945 y una significancia de 0.000; de la misma manera existe una relación directa entre el compromiso normativo y la calidad de servicios con un nivel de correlación de 0.902 y una significancia de 0.000; y finalmente, existe una relación directa del compromiso de continuidad y la calidad de servicio con un nivel de correlación de 0.856 y una significancia de 0.000.

**Palabras claves:** Compromiso organizacional. Calidad de servicios. Contrato.

## **Abstract**

The present thesis entitled Organizational commitment and the quality of services of the Crediscotia financial agency in the Huancayo agency - 2021. The objective is to determine the relationship that exists between the organizational commitment and the quality of services in the Huancayo agency of the Crediscotia financial agency - 2021.

The thesis used the scientific method, likewise, the use of the research instrument of the questionnaire, to the survey technique. The research corresponds to the quantitative approach, to the type of theoretical research, and corresponds to the correlational level, and to the non-experimental research design.

The results show that there is a direct correlation between organizational commitment and the quality of services with 0.970 and a significance of 0.000. Likewise, there is a direct correlation between affective commitment and quality of services with 0.903 and a significance of 0.000; In the same way, there is a direct correlation between the normative commitment and the quality of services with 0.924 and a significance of 0.000; and finally, there is a direct correlation of the continuity commitment and the quality of service with 0.789 and a significance of 0.000.

**Keywords:** Organizational commitment. Quality of services. Contract.

## Introducción

La presente tesis titulada *Compromiso organizacional y la calidad de servicios de la financiera Crediscotia en agencia Huancayo – 2021*. La tesis tiene como objetivo general: Determinar la relación que existe entre el compromiso organizacional y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.

La tesis sostiene como hipótesis que: Existe una relación directa y significativa entre el compromiso organizacional y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.

Para el logro de la hipótesis recurrió al método científico deductivo, al uso del instrumento de investigación como el cuestionario, a la técnica de la encuesta. Cabe mencionar que la investigación es de enfoque cuantitativo, de tipo teórico, de nivel de Investigación Descriptivo correlacional y de diseño de investigación no experimental, transversal y del tipo de descriptivo correlacional.

La variable compromiso organizacional estudia a las dimensiones: compromiso organizacional afectivo, normativo; y de continuidad; mientras que la variable calidad de servicios estudia a las dimensiones: capacidad de respuesta, seguridad, empatía, elementos tangibles; y fiabilidad.

Los datos de la muestra de investigación por tener una distribución normal tuvieron que ser tratados mediante una medida paramétrica como es el coeficiente de Pearson. Para la prueba de hipótesis se empleó la Correlación de Pearson mientras que para la medición de los niveles de correlación se utilizó al coeficiente de Correlación de Pearson, y la medición de las escalas de valoración fue de siete escalas, en el marco de una escala de tipo ordinal.

Finalmente, se agradece al asesor de la investigación al igual que a los docentes de la Escuela de Posgrado de la Universidad Continental por las sabias enseñanzas vertidas durante los estudios de maestría.

La tesis tiene cinco capítulos, CAPITULO I: planteamiento del estudio, CAPITULO II: marco teórico, CAPITULO III hipótesis y variables. CAPÍTULO IV metodología CAPITULO V resultados. Al final se consideran las conclusiones y las recomendaciones.

La autora.

## **Capítulo I**

### **Planteamiento del Estudio**

#### **1.1. Planteamiento y formulación del problema**

El objeto de estudio de la presente investigación es investigar qué relación existe entre el compromiso organizacional y la calidad de servicios. Esa ignorancia de saber si entre ambas variables existe una relación da motivo a que se emprenda el siguiente estudio. Ello se debe a que en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia, existen trabajadores que demuestran un trabajo bastante dedicado y responsable, especialmente en aquellos trabajadores que ya laboran durante varios años; mientras que los trabajadores nuevos, se desempeñan muy bien, sin embargo, no se percibe un interés mayor expresado en un compromiso organizacional. En tanto, que si se aprecia que existen algunos trabajadores que por estar con vínculo laboral (compromiso normativo), demuestran un desempeño de trabajo más intenso.

La situación de la presencia del compromiso organizacional en las empresas financieras y su vinculación con la calidad de servicios elevó mucho más el interés de investigarse, al observar que en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia, existen trabajadores que demuestran un trabajo sobresaliente para con los clientes externos.

La investigación no pretende saber qué nivel de relación existe entre las variables compromiso organizacional, o qué nivel de calidad de servicios se ofrece, sino expresamente la relación en sí, debido a que se estima que existen tres intereses diferenciados en el compromiso organizacional vinculados con la calidad de servicios brindados u ofertados para con los clientes. Además, si se buscara saber qué nivel existe tanto en la primera variable o en la segunda variable, de alguna manera, se desnaturalizaría el alcance de investigación de la presente tesis, porque se estaría convirtiendo

en un estudio de nivel explicativo por la búsqueda de la causa-efecto en la investigación.

El compromiso organizacional establecido por sus autores de Meyer y Allen desde 1991, señalan que son tres los comportamientos que expresan los trabajadores al interior de las organizaciones. El primero es el compromiso afectivo que manifiesta ser aquel en que los trabajadores se identifican con la empresa, entre ellos de sus valores, de sus principios, de su cultura. El segundo es el compromiso normativo que se expresa en el cumplimiento de sus normas, reglamentos y políticas internas de la empresa. El tercer compromiso es el de continuidad que se refiere al de permanencia del trabajador en la organización. El cuestionamiento deviene en qué relación existe entre cada uno de ellos con la calidad de servicios.

De otro lado, la calidad de servicios, por ser un proceso siempre responderá a la actividad de qué persona la ejecuta, y ello sí se asociará o relacionará dependiendo del compromiso organizacional que demuestre. Por decir, un trabajador que demuestra tener un compromiso afectivo qué relación tendría con la calidad de servicios, igualmente un trabajador que demuestre tener un compromiso normativo qué relación tendría con la calidad de servicios, y similarmente un trabajador que tiene compromiso organizacional de continuidad qué relación tiene con la calidad de servicios. Y no es que se busque saber qué influye con cada tipo de compromiso organizacional, sino qué relación existe. Precisamente por ello, el objeto de estudio de la presente tesis viene a ser que se determine la relación entre el compromiso organizacional y la calidad de servicios.

A nivel mundial, los estudios acerca de la calidad de servicios provienen desde la década de los sesenta. Tal vez el más antiguo estudio sea el modelo de atención en la salud de Avedis Donabedian (1966), seguido del modelo nórdico de Grönroos (1984), el modelo americano Service Quality (SERVQUAL) de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985-1988) y el reciente LIBQUAL (2003). No obstante, cabe resaltar que la calidad de servicios empezó a apreciarse desde que Lewis y Booms los plantearon en el año 1983, a propósito de la separación de la calidad del producto y la calidad de los

servicios, al percatarse que debía de ajustarse la conformidad en la parte emocional que sentía el cliente al momento de la entrega de un producto solicitado. Precisamente el planteamiento de Christian Grönroos (1984), fue la integración de la calidad “que se da” en el producto tangible (calidad técnica) con la calidad de “cómo se da” en el servicio (calidad funcional), y que ambas representarían la calidad percibida. Lo interesante de este contexto es no caer en el error de creer que la calidad de servicio es un desempeño laboral, o peor aún medirse a la calidad de servicio como desempeño del trabajador. Aunque indirectamente si resulta ser del interés de las empresas dado que se busca que el cliente sea recurrente en la compra de los productos. Asimismo, no caer en la evaluación de la calidad de servicios. Por ello, la presente tesis se dirige hacia los planteamientos de Parasumanan, Bitner y Berry, que se expresan en cinco dimensiones y en un cuestionario validado en 22 preguntas, como parte de la valoración de los clientes internos.

De otra parte, en un estudio realizado en la ciudad de Lima, se encontró que existe una relación directa entre el compromiso organizacional y calidad del servicio en la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle (Raymundo, 2019), y con esa perspectiva es que se consideró como problemática el desentrañar la relación que existe entre el compromiso organizacional y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia, sobre todo porque a partir de ese conocimiento, la institución financiera tomará decisiones sobre la parte del comportamiento de los trabajadores, respecto a su política laboral.

## **1.2. Formulación del problema**

### **A. Problema general**

¿Qué relación existe entre el compromiso organizacional y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021?

## **B. Problemas específicos**

- PE1. ¿Qué relación existe entre el compromiso afectivo y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021?
- PE2. ¿Qué relación existe entre el compromiso normativo y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021?
- PE3. ¿Qué relación existe entre el compromiso de continuidad y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021?

## **1.3. Determinación de objetivos**

### **A. Objetivo general**

Determinar la relación que existe entre el compromiso organizacional y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.

### **B. Objetivos específicos**

- OE1. Determinar la relación que existe entre el compromiso afectivo y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.
- OE2. Determinar la relación que existe entre el compromiso normativo y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021
- OE3. Determinar la relación que existe entre el compromiso de continuidad y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.

## **1.4. Justificación e importancia del estudio**

### **1.4.1. Justificación**

#### **a. Justificación teórica**

La presente tesis contribuyó a que los trabajadores de la financiera Crediscotia de la agencia de Huancayo internalicen teóricamente el valor del compromiso organizacional y también de la calidad de servicios para con los clientes externos.

#### **b. Justificación práctica**

La tesis aportó en que los ejecutivos de la financiera Crediscotia de la agencia Huancayo, comprendan en la práctica que la reciprocidad del compromiso organizacional está en la renovación de los contratos de trabajo para los trabajadores. De esa manera existe compromiso normativo, compromiso de continuidad y se da la reciprocidad de parte del trabajador en el compromiso afectivo para con la institución financiera, situación que se revierte en la mejora de la gestión que realizan.

### **1.4.2. Importancia**

La tesis resultó importante porque permitió que los ejecutivos de la institución financiera vinculen la gestión que realizan con el compromiso organizacional. La integración lógica de gestión, sumado al compromiso organizacional permite calidad de servicios en favor de los clientes. La medida en que se comprendió que los trabajadores no solo debían de estar motivados, sino que se debía de haber comprendido muy bien el compromiso organizacional que desarrollaban, permitió ser interesante el trabajo a estudiarse.

## **1.5. Limitaciones de la presente investigación**

Las limitaciones de la tesis, consistieron en la escasa fuente bibliográfica acerca del objeto de estudio y en el recortado tiempo que se tuvo para el procesamiento de los datos obtenidos, sin embargo, se ha cumplido con los plazos establecidos para el desarrollo de la investigación.

## **Capítulo II**

### **Marco Teórico**

#### **2.1. Antecedentes de la Investigación**

(Báez, et al, 2019) en el artículo titulado *Modelo conceptual del Compromiso Organizacional en empresas cubanas*, tuvo como propósito aportar a su mejora e influencia en la intención de abandono laboral. El estudio usó métodos teóricos y empíricos. Ha empleado como instrumento lo propuesto por Allen y Meyer. La conclusión es que el clima organizaciones (CO) es un constructo multidimensional, además que, la limitación de la demora del CO es la ausencia de la cultura organizacional.

(Barturen, 2019) sustentó la tesis titulada *La calidad de los servicios experimentada por los usuarios externos del hospital de categoría II-2, Chiclayo - 2017*. El objetivo fue determinar los niveles de los servicios. El estudio fue descriptivo, no experimental y se realizó con una muestra de 332 pacientes. Se utilizó el cuestionario ServQual, que fue adaptado por Cabello & Chirinos años atrás. Los resultados fueron un tanto desalentadores porque el 47.5% respondió que estaba insatisfecho, recrudesciéndose más por el retraso en la atención. Este estudio permitió la mejora de los servicios.

(Bustamante, et al, 2020) en el artículo titulado *Fundamentos de la calidad de servicio: El modelo ServQual*. El objetivo es sintetizar la evidencia científica relacionada a las adaptaciones y usos del modelo ServQual en el contexto hospitalario. El estudio es de nivel exploratorio. Sostienen que la calidad de servicio es el fundamento de la satisfacción en el cliente, pero no son constructos equivalentes. La conclusión es que la escala empleada en la medición de la calidad de servicios, desde su origen y a pesar de haber sido extensamente empleada en muchísimos estudios, sigue siendo vigente en la aplicación para las instituciones de la salud, es más, persisten y se ratifican.

(Churampi, 2016), en la tesis titulada *Aplicación del modelo ServQual para medir la percepción de la calidad del servicio del sistema de administración académica de los estudiantes de la facultad de ingeniería de sistema de la Universidad Nacional del Centro del Perú - 2016*. El estudio tiene como propósito, demostrar que el modelo ServQual favorecerá a la facultad de ingeniería a que los clientes (estudiantes), se sientan sumamente complacidos con el servicio recibido y consideren que la universidad está dentro de una coyuntura muy favorable como institución educativa de calidad. Los resultados son sumamente beneficiosos y muy relevantes.

(Ganga, et al, 2019) en el artículo titulado *Medición de la calidad del servicio mediante el modelo ServQual: el caso del juzgado de garantías de la ciudad de Puerto Montt-Chile*. Este estudio es destacado en la medida que la calidad no queda como un ideal, sino como una norma establecida para que los litigantes aprecien que la calidad de servicios no necesariamente se da en las empresas, sino también en instituciones que integran los poderes del estado, en este caso de Chile.

(Ramírez-Sánchez, et al, 2018); en un artículo científico titulado *Percepción de la calidad de la atención de servicios de salud en México: Perspectiva de los usuarios, es ese estudio basado en la información de una Encuesta Nacional de Salud II del año 1994*. El estudio ayuda a comprender que, la calidad no solo está en el servicio propiamente dicho, sino está en la información con las que se toman decisiones para la precisión de los datos. De esa manera la investigación acepta como válidas sus hipótesis y recomiendan que, crezca su credibilidad y prestigio a partir de una demostración y evidencia para con las percepciones en los servicios de salud en México.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1. Compromiso Organizacional**

El compromiso organizacional es el estado psicológico que caracteriza la relación entre una persona y una organización, que influyen en la decisión de continuar o dejar la organización (Allen y Meyer, 1991). Es el sacrificio de permanecer en la empresa el periodo más largo posible. Ese largo lapso de

tiempo implicaba comprender todos los lineamientos organizativos de la empresa, es decir su diseño organizacional y su estructura organizacional, donde se identifica cómo se ha establecido la empresa en funciones y puestos de trabajo (Aldana, et al, 2017). Es un constructo multidimensional, que presenta el estado psicológico asociado a la relación afectiva de los trabajadores para con la empresa, es la percepción de la obligación moral de permanencia, por lealtad, y el costo/beneficio asociado a la salida. Manifiesta la influencia de la satisfacción, del desempeño, de la productividad, de la inversión profesional, y de la rotación del personal (Neves, et al, 2018). Es el sentido de pertenencia más identificado que tiene el personal para con la empresa, llevando de manera implícita sus lineamientos organizativos y a la vez su identificación compartida (Peña, et al, 2016). Es la emoción más desarrollada del personal para con la empresa, y que consiste en alcanzar los objetivos personales a la par con los objetivos de la empresa para que ambos se desarrollen de manera simultánea (Hernández, et al, 2018).

### ***Perspectivas del Compromiso organizacional***

El compromiso organizacional tiene tres perspectivas. La primera es la perspectiva de intercambio social; la segunda es la perspectiva psicológica; y la tercera es la perspectiva de la atribución (Betanzos y Paz, 2007). En la perspectiva de Intercambio Social, se asume que los trabajadores acumulan significativas inversiones con la empresa y por tanto no querían dejar de ganar, por lo que percibían que los costos de permanecer en la empresa eran altos y su nivel de compromiso decrecía. Para (Allport 1943); (Porter, Mowday, y Steers 1982); y (Castro & Bouzas, 1986), el interés del personal está en tener un seguro de salud, contar con un seguro de jubilación y ello es posible cuando se firma un contrato entre la empresa y el trabajador; lo que constituye en ser de un intercambio social.

La perspectiva de La Atribución se vincula con la ética, es decir con los principios éticos que se requieren para fortalecer la cultura organizacional en la empresa. Esta perspectiva es defendida por (Wiener; Melía; González & Romá); (Kejner; Lodahl; y Peiró). Se asumía que seguir en la empresa, era una cuestión de honor y, por tanto, era hacer lo bueno y lo correcto. Parte de

esos aspectos éticos era demostrar la atribución de la obligación de permanecer en la empresa (Betanzos y Paz, 2007).

La perspectiva Psicológica está vinculada con la recompensa de carácter psicológico de pertenencia, así como de un singular reconocimiento de la vinculación empresa-personal. Primaba el compromiso de pertenecer a la empresa, seguido del respeto por el acuerdo celebrado, la aceptación de los valores; y de respeto a lo asumido como compromiso (Betanzos y Paz, 2007). Esta perspectiva estuvo defendida por Mathieu y Zajac (1990).

### **Modelo antropológico de la Motivación de Juan Antonio Pérez López**

Tradicionalmente existen dos elementos en el proceso de la motivación desde un modelo antropológico, como son elemento externo y elemento interno. El elemento externo proviene de afuera, por ejemplo una felicitación de parte del jefe de la empresa. El elemento interno proviene de la parte interna del propio ser humano, que viene a ser la voluntad de hacer una actividad interesante, que responde a un interés propio. Pero Juan Antonio Pérez López considera que existe un tercer elemento que denomina elemento trascendente.

El elemento trascendente es aquella fuerza que predomina sobre la voluntad humana para que se ejecute, en la que superaría a los dos elementos, y que dada esa fuerza exista trascendencia o cambios.

Debido a que la suma de los tres elementos sea conocido como el modelo antropológico de Juan Antonio Pérez López, se estima que es un modelo completo, y que por tanto garantiza que si se puede cumplir los objetivos que tiene por decir el de una empresa.

Perseguir una felicitación es buscar una motivación externa en la empresa, pero perseguir un ascenso es buscar una motivación interna. En ese sentido, la motivación trascendente sería poner a prueba la voluntad de conseguir esa motivación interna, y solo así recién se podría decir que las motivaciones encuentran una unidad.

En el caso de vincular el modelo antropológico de Juan Antonio Pérez López a la presente investigación, se podría indicar que existe un interés interno de los trabajadores por desarrollar el compromiso de continuidad para seguir perteneciendo a la empresa, sobre todo en el interés de la renovación de los contratos de trabajo.

Existe la posibilidad de que el compromiso afectivo sea vinculado con la motivación externa, en la medida que la empresa represente ser de una imagen de alto prestigio que eleve el ego del trabajador, y entonces éste lo considere como una motivación externa.

De la misma manera existe la posibilidad de que el compromiso normativo sea vinculado con la motivación interna, en la medida que la formalización de los contratos de trabajo representen una motivación interna, algo como que le asegura cierta estabilidad laboral al trabajador como señal de motivación interna.

### ***Dimensiones del Compromiso Organizacional***

El compromiso organizacional según (Allen y Meyer 1991) tiene tres dimensiones:

#### **1. Compromiso Organizacional Afectivo**

El compromiso organizacional Afectivo consiste en el vínculo emocional que tiene el trabajador para con la empresa. Este vínculo es de carácter psicológico. El compromiso organizacional afectivo se expresa en los sentimientos y emociones que siente el trabajador, tales como sentir orgullo de pertenecer a la empresa, sentir identificación institucional, desempeñarse con alegría, con pasión (Allen y Meyer, 1991).

#### **2. Compromiso Organizacional Normativo**

El compromiso organizacional Normativo, se refiere al vínculo de carácter jurídico hacia la empresa, específicamente en la suscripción de contratos de trabajo, en la que se estipulan deberes y obligaciones entre el trabajador y la empresa. Este vínculo refleja la relación jurídica entre el trabajador y la empresa de acuerdo a las leyes y normas legales vigentes. (Allen y Meyer, 1991)

#### **3. Compromiso Organizacional de Continuidad**

El compromiso organizacional De Continuidad consiste en la permanencia del personal en la empresa. Cuando un trabajador cada año renueva su contrato de trabajo, poco a poco se va reforzando la continuidad laboral, situación que genera un sentimiento de estabilidad

laboral de ambas partes, por un lado el trabajador se desempeña con mayor tranquilidad en una oficina que conoce y sabe de las funciones que tiene que cumplir, y por el lado de la empresa queda la confianza en el rendimiento del trabajador expresados en su eficiencia y eficacia que demuestra por el desempeño demostrado (Allen y Meyer, 1991).

### **2.2.2. Calidad de servicios**

La calidad de servicios según (Parasumanan, Bitner y Berry, 1988) la calidad es un término que tiene varios conceptos según sea su tratamiento, por ejemplo, su concepción, su diseño, su entrega, su conformidad, su servicio, su estadística, su proceso, etc. En la presente tesis, el concepto de calidad es asumida por su expectativa, es decir por aquella que está directamente vinculada con la satisfacción. “El concepto de calidad como satisfacción de las expectativas del cliente se desarrolla precisamente ante la conciencia de estos problemas y con el ánimo de superarlos. Esta conceptualización comparte con las ideas previas de Deming y Juran el principio de que lo importante en calidad es la orientación hacia el cliente” (Camisón, et al 2006 p. 169).

Según (Torres y Vásquez 2005) existe una cronología de la evaluación de la gestión de la calidad de servicios que se inicia con el modelo Donabedian en 1966; luego aparece el modelo de Grönross en la década de los ochenta; le sigue el modelo ServQual de Parasumarán en 1985; sigue el modelo ServPerf de Cronin y Taylor en el año 1992. Vuelve Parasumarán para rediseñar su modelo en el año 1988; luego en el año 2001 surge el modelo de LibQual de Cook; y finalmente en el año 2005 aparece el modelo EsQual de Parasumarán.

#### ***Modelos de la Calidad de servicio***

El modelo de Donabedian define calidad de los servicios como un sinónimo de resultados. Dichos resultados requieren de unidades de medida para ser corroborados de modo cuantitativo; y se justifican que a partir de las precisiones que permite las mediciones se puede mejorar sus índices y asimismo corregir sus deficiencias. El aporte del modelo de Donabedian es el soporte empresarial que le permite a la gestión al interior de la empresa, a razón de que exige resultados. El principio de que todo lo que puede ser

medido puede ser mejorado, da lugar a los resultados que se espera para satisfacer al cliente. (Torres y Vásquez (2015).

El modelo de Grönroos favoreció el contexto acerca de la calidad al incluir tres componentes, éstos fueron: calidad técnica, calidad funcional, y la imagen corporativa. La calidad técnica hace referencia a la satisfacción del cliente en la medida que demuestre un cumplimiento entre lo que se recibe con lo adquirido. La calidad funcional hace referencia al funcionamiento del bien adquirido, donde se demuestra la experiencia que aquello que se hizo bien y que se expresa en satisfacción misma que expresa el cliente; y la imagen corporativa hace mención a la demostración que la empresa tiene por reflejar que sabe hacer las cosas muy bien desde un inicio. De esa manera se vincula calidad de servicio con la imagen de la empresa, sobre todo como una estrategia de comunicación como soporte inclusive para el posicionamiento (Grönroos, 1984).

### **Las Normas ISO 9001 y la Calidad de servicios**

Existen confusiones acerca de que la calidad de servicios se vincule con sub temas como la Calidad total, las Normas Iso, la Gestión de calidad, etc. Veamos algunos de estos errados detalles.

La gestión de calidad es una estrategia para el logro de objetivos dentro del proceso de la calidad. La gestión de calidad es una filosofía. Y si es una estrategia, así como es una filosofía se convierte en un pensamiento. Un pensamiento no ingresa específicamente dentro de lo que es un proceso dinámico o estático. Es solo un ideal de hacer las cosas. La gestión de la calidad es solo una función especializada.

El desarrollo de ese pensamiento favorece a otros pensamientos que configuran, por ejemplo, al liderazgo organizacional, al compromiso organizacional, a la responsabilidad organizacional, al aprendizaje organizacional, entre otros que corresponde al desarrollo organizacional. En general, se ha convertido en un tema cultural para que se considere como principios de la mejora continua. Principios que se sustentan en métodos y que se deslizan en una ideología de esa misma mejora continua. En conclusión, la calidad deslizada en su constitución es solo un aspecto

abstracto, que tiene como propósito un bien, que es hacer bien las cosas. Es importante indicar que la aparición y existencia de organizaciones que promocional la calidad, son solo instituciones que no producen calidad, sino solo –se insiste- promocionan los pensamientos de la calidad, una de las primeras fue, por ejemplo, la Asociación Francesa de Control e Ingeniería de Calidad (AFCIQ), creada en 1957. Le siguen otras que aparte de promocionar la calidad anuncian que desarrollan la gestión de la calidad, con propósitos más regulados. (Camisón, et al, 2006) remarca que tales organizaciones son “la International Electrotechnical Commission (IEC), la International Telecommunication Union (ITU) y la International Organization for Standardization (ISO)” (p. 15). Y que aparte solo existen instituciones que solo premian a aquellas organizaciones que han cumplido con ciertas normas técnicas en el desarrollo de sus funciones al interior de sus empresas, pero que se reafirma no hacen la calidad. Por ello, (Camisón, et al, 2006) sostiene que “ISO es el mayor desarrollador de estándares de calidad del mundo, siendo activa en satisfacer las necesidades de estandarización de la calidad en las tres dimensiones de desempeño (económico, medioambiental y social)” (p. 16). Que la comprensión de la filosofía de la calidad mejore la conducción de los procesos en los trabajadores, si se reconoce como tal, y se reafirma su aspecto cultural o su pensamiento o una forma de pensar para la dirección de las empresas. Algunas instituciones inclusive se denominan ser un modelo como lo es el Modelo Europeo de Gestión de la Calidad (EFQM), que premian o reconocen a aquellas organizaciones que cumplen con dichos modelos. A todo esto, se suma, el denominativo de sistemas de gestión de calidad, que sí se vinculan con las Normas ISO, pero que se reducen en ser solo políticas para que se cumplan las normas de la calidad. Políticas que no dejan de ser una forma de pensar. Tales políticas aparecieron por primera vez, bajo la versión del ISO 9000 en 1987. Como se sabe, la International Organization for Standardization (ISO) es un organismo internacional que tiene por función elaborar estándares y difundirlas o publicarlas como normas internacionales. Parte de esos estándares diseñados por la ISO corresponde a las normas ISO 9000, como resultado del trabajo de un Comité Técnico denominado ISO/TC 176, el trasfondo es certificar sistemas de de gestión o modelos creados en

normas de calidad. (Camisón, et al, 2006), sostiene que “Las normas ISO 9000 parten de este criterio de entender el Sistema de Gestión de la Calidad como un componente del sistema de gestión de una organización” (p. 346). En resumen, se deja en claro que las normas ISO 9000 no dejan de ser solo modelos normativos, no hacen la calidad, y siguen siendo ese aspecto cultural, ese pensamiento de conducción por ser solo políticas, normas. Y al fin y al cabo todo termina siendo una normalización, para que aquellas organizaciones que las asuman persigan cierto reconocimiento mediante su propia certificación.

Pero respecto a la calidad de servicios, el nexo con las Normas ISO 9000 es solo una cuestión de asociación de términos, por la palabra calidad. Sin embargo, se reconoce el valor de las Normas ISO 9000 para ciertas mediciones de controles de algunos indicadores o criterios en la prestación de los servicios, por lo demás, la calidad de servicios es un proceso que desarrolla actividades intangibles y responden a la voluntad del ser humano, a su conocimiento, a su experiencia, a su cultura.

### **La calidad de servicios no es satisfacción del cliente**

La calidad de servicios no es satisfacción del cliente, porque no existe relación directa, excepto si una percepción o sensación de que cuando existe “buen trato” es para que el cliente se sienta satisfecho. Esto es un grave error. No se debe de confundir atención al cliente con calidad de servicios al cliente. Específicamente la atención al cliente es la primera etapa del proceso de calidad de servicios. La segunda etapa es la aclaración de la solicitud del servicio. La tercera etapa es el acceso al servicio. La cuarta etapa es el aseguramiento de la entrega del servicio al cliente. Por tanto, engañarse de que se está dando calidad de servicios cuando solo es una atención de calidad, no es proporcional ni coherente. Por ello, queda en la percepción la satisfacción del cliente. Lo que si se puede indicar es que el cliente se pueda sentir conforme con la atención recibida, pero brindarle satisfacción como sinónimo de felicidad, muy difícil. Mayormente, la calidad dentro del servicio es una percepción porque responde a un juicio de valor que tiene cada persona o cliente.

### ***Dimensiones de la Calidad de Servicios***

La calidad de servicios según Zeithaml, Parasumarán y Berry (1991) tiene cinco dimensiones:

**A. Capacidad de respuesta**

La capacidad de respuesta consiste en la actitud que tiene la empresa para demostrar el interés por el cliente, es algo como vincular rapidez con interés por el cliente. La dimensión de capacidad de respuesta es la predisposición que tiene el que oferta los productos o servicios para satisfacer al cliente. Es la voluntad de entrega de parte de los trabajadores de la empresa para con el público (Zeithaml y Bitner, 2002).

**B. Seguridad**

La seguridad consiste en el prestigio que busca la empresa ante el cliente. Un prestigio que abarca honestidad y confiabilidad. Esta dimensión busca que el cliente disminuya su desconfianza acerca de la poca expectativa que tiene el cliente, y que, por el contrario, crezca en el cliente la percepción de que el servicio que se le ofrece sea favorable y por ende se eleve la seguridad de lo comprometido en el servicio (Zeithaml y Bitner, 2002).

**C. Empatía**

La empatía consiste en la capacidad de ubicarse en el lugar del cliente. La empatía es una relación entre la organización y el cliente; la razón se debe a que el servicio es realizado por los empleados de la organización, el cliente es el cliente quien participa de manera indirecta en el proceso, pero si entre la empresa y el cliente existe un entendimiento, se eleva la satisfacción del cliente porque al final del proceso recibirá la satisfacción de lo que espera. Debe recordarse que aquello que espera es una mezcla de sentimientos y emociones y ellos están vinculados con los aspectos psicológicos de las personas. (Zeithaml y Bitner, 2002).

**D. Elementos Tangibles**

Los elementos tangibles que consiste en el uso de herramientas e instrumentos dentro del proceso de producción del servicio. Por ejemplo, en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia, no se podría

realizar una operación financiera sin la asistencia de un sistema informático interconectado o del uso de un ambiente físico para la atención presencial de los clientes. (Zeithaml y Bitner, 2002).

#### **E. Fiabilidad**

La fiabilidad consiste en el servicio directo con el cliente, en la demostración de que los servicios son exclusivos para cada cliente. Por lo general se demuestra que hay una confidencialidad en el tratamiento de cada solicitud del cliente para mostrar mayor confianza hacia el cliente, más aún ahora en que la delincuencia en todos sus aspectos se ha incrementado de manera significativa. (Zeithaml y Bitner, 2002).

### **2.3. Definición de términos básicos**

- **Calidad de servicios.-** Es el proceso de entregar tal cual es la satisfacción respecto a la demanda que lo solicita.
- **Cliente:** El cliente es la persona que tiene contacto con la empresa, y que recibe el bien sea producto o servicio.
- **Compromiso organizacional.-** Es el proceso de pertenencia del colaborador para con la empresa expresado en lo afectivo, normativo, y de continuidad.
- **Dimensiones del Compromiso Organizacional.-** Las dimensiones del compromiso organizacional son tres: afectivo, normativo; y de continuidad.
- **Dimensiones de Calidad de Servicios.-** Las dimensiones de la calidad de servicios son cinco: capacidad de respuesta, seguridad, empatía, elementos tangibles; y fiabilidad.
- **Trabajador de Financiera Crediscotia.-** Es el personal que está capacitado para ejercer funciones y procesos vinculados con la gestión financiera.

## **Capítulo III**

### **Hipótesis y Variables**

#### **3.1. Hipótesis**

##### **3.1.1. Hipótesis general**

Existe una relación directa y significativa entre el compromiso organizacional y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.

##### **3.1.2. Hipótesis específicas**

- HE1. Existe una relación directa y significativa entre el compromiso afectivo y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.
- HE2. Existe una relación directa y significativa entre el compromiso normativo y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.
- HE3. Existe una relación directa y significativa entre el compromiso de continuidad y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.

#### **3.2. Operacionalización de variables**

##### **3.2.1. Definición conceptual de las variables**

###### **Variable Compromiso Organizacional**

Según (Báez, 2018); el compromiso organizacional es el estado psicológico que caracteriza la relación entre una persona y una organización, donde las expectativas de ambas partes son muy propias. En tanto que para (Allen y Meyer, 1991), el compromiso organizacional es el estado psicológico que caracteriza la relación entre una persona y una organización, que influyen en la decisión de continuar o dejar la organización.

### **Variable Calidad de Servicios**

La calidad de servicios es el servicio que se brinda al cliente para respaldar el desempeño de los productos que fabrican las empresas (Zeithaml y Bitner, 2002).

### **3.2.2. Definición operacional de las variables**

#### **Variable Compromiso Organizacional**

La variable compromiso organizacional es medida a través de tres dimensiones: compromiso afectivo, compromiso normativo y compromiso de continuidad. Estas tres dimensiones se desplazan en dieciocho preguntas.

#### **Variable Calidad de Servicios**

La calidad de servicios, está integrado por las siguientes dimensiones: capacidad de respuesta, seguridad, empatía, elementos tangibles; y fiabilidad. Estas cinco dimensiones se desplazan en veintidós preguntas.

### **3.2.3. Matriz de operacionalización de las variables.**

**Tabla 1**  
**Matriz de operacionalización de variables**

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE VALORACIÓN
V. Independiente  COMPROMISO ORGANIZACIONAL	COMPROMISO AFECTIVO	1. Sería muy feliz si trabajara el resto de mi vida en esta institución.	Ordinal:  1) Totalmente en desacuerdo 2) Parcialmente en desacuerdo 3) Poco en desacuerdo 4) Medio 5) Poco de acuerdo 6) Parcialmente de acuerdo 7) Totalmente de acuerdo
		2. Realmente siento los problemas de la institución como propios.	
		3. Esta institución significa mucho para mí.	
		4. No me siento como "parte de la familia" en la institución.	
		5. No me siento parte de la institución.	
		6. No me siento "emocionalmente vinculada" con la institución.	
	COMPROMISO NORMATIVO	7. Aunque fuera ventajoso para mí, no siento que sea correcto renunciar a la institución ahora.	
		8. Me sentiría culpable si renunciara a la institución en este momento.	
		9. Esta institución merece mi lealtad.	
		10. No siento ningún compromiso de permanecer con mi empleador actual.	
		11. No renunciaría a la institución ahora porque me siento comprometido con el personal y los colegas de trabajo	
		12. Le debo muchísimo a la institución (no es deuda de dinero).	
	COMPROMISO DE CONTINUIDAD	13. Si yo no hubiera dedicado mi tiempo en esta institución, consideraría trabajar en otra parte.	
		14. Renunciar a la institución actualmente no me es conveniente.	
		15. Permanecer en la institución actualmente es un asunto tanto de necesidad como de deseo.	
		16. Si renunciara a esta institución pienso que tendría muy pocas opciones alternativas de conseguir algo mejor.	
		17. Una de las consecuencias de renunciar a esta institución sería la escasez de oportunidades en el mercado laboral.	
		18. Sería muy difícil dejar la institución en este momento, incluso si lo deseara.	
V. Dependiente  CALIDAD DE SERVICIOS	CAPACIDAD DE RESPUESTA	1. Nivel de confianza (comunicación) de que el personal concluirá con la ejecución de los servicios	
		2. Nivel de puntualidad en los servicios por parte del personal.	
		3. Nivel de predisposición de ayuda de parte del personal.	
		4. Nivel de desatención de parte del personal médico.	
	SEGURIDAD	5. Nivel de demostración de confianza de parte del personal	
		6. Nivel de sentimiento de credibilidad para con los trámites que se realizan en la institución.	
		7. Nivel de amabilidad de parte del personal para con los clientes.	
		8. Nivel de conocimiento del personal para resolver preguntas de los clientes.	
	EMPATÍA	9. Nivel de atención personalizada de parte del personal.	
		10. Nivel de existencia de horarios convenientes para el personal de la institución.	
		11. Nivel de dedicación en la atención personalizada de parte del personal de la institución	
		12. Nivel de preocupación de la institución para con las necesidades del personal.	
		13. Nivel de comprensión de la institución para con las necesidades de los clientes	
	ELEMENTOS TABGIBLES	14. Nivel de presencia de equipos modernos para el servicio.	
		15. Nivel de presencia de instalaciones visualmente atractivas	
		16. Nivel de presencia del personal con apariencia pulcra.	
		17. Nivel de presencia de la documentación visualmente ordenada.	
	FIABILIDAD	18. Nivel de demostración del compromiso cumplido de parte del personal.	
		19. Nivel de demostración de interés en solucionar el problema de los clientes por parte de la institución.	
		20. Nivel de demostración de que el personal realiza bien su trabajo.	
		21. Nivel de demostración de cumplimiento en el tiempo prometido de parte del personal.	
		22. Demostración de que el personal no permite errores en los registros de los clientes.	

## **Capítulo IV**

### **Metodología**

#### **4.1. Método, Tipo y Alcance de Investigación**

##### **4.1.1. Método**

El método general de la tesis fue el *científico*. Según (Navarro, 2011) el método científico es el proceso de la búsqueda de la verdad de las afirmaciones a través de la investigación científica, y que tiene cuatro etapas fundamentales como son: la observación, la hipótesis, la comprobación y las conclusiones.

##### **4.1.2. Tipo de investigación**

La tesis es de tipo *aplicada*. Para (Valderrama, 2019) el tipo de investigación aplicado es aquel que a partir de los conocimientos teóricos se lleva a la práctica la demostración de sus postulados, y no pretende crear nuevas teorías, sino la aplicación de éstas en la realidad objetiva.

##### **4.1.3. Alcance de investigación**

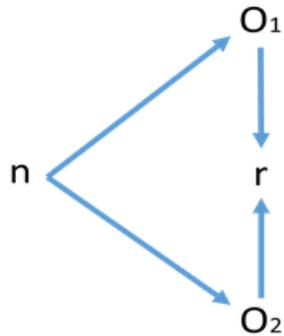
El estudio es de alcance *descriptivo correlacional*. Según (Vara, 2015); el nivel o alcance Descriptivo correlacional es para “determinar el grado de asociación entre varias variables. No se puede analizar la relación causa-efecto” (p. 246).

#### **4.2. Diseño de investigación**

La tesis empleó el diseño de investigación *No Experimental*. Según (Hernández, et al, 2014) existe dos diseños de investigación, el primero es el diseño No Experimental y segundo es el diseño Experimental; y que el diseño No Experimental agrupa a las investigaciones de niveles exploratorio, descriptivo y correlacional. Por tanto, la presente tesis corresponde al diseño No Experimental, de corte transversal, sub diseño correlacional descriptivo. A continuación, se presenta la simbología:

## Figura 1

Sub diseño correlacional.



Fuente: Tomado de (Valderrama, 2019, p. 255)

Donde:

n = Muestra.

O1 = Medición de la variable 1.

O2 = Medición de la variable 2.

r = relación de ambas variables

### 4.3. Población y muestra

Censal : La población estuvo compuesta por 20 trabajadores que prestan servicios en la agencia Huancayo de la Financiera Crediscotia.

#### 4.3.1. Población

La población es de 20 colaboradores que trabajan en la agencia Huancayo de la Financiera Crediscotia. Según (Carrasco, 2013) la población es la totalidad de las unidades de observación.

#### 4.3.2. Muestra

La muestra es una muestra censal. La muestra es de 20 colaboradores que trabajan en la agencia Huancayo de la Financiera Crediscotia. Según (Oseda, et al, 2015) la muestra censal es aquella que es igual en número que la población y tiene alta confiabilidad de información.

#### A. Unidad de análisis

La unidad de análisis es la agencia Huancayo de la Financiera Crediscotia, específicamente los colaboradores que trabajan en dicha institución financiera.

### **B. Criterios de selección**

- **Criterios de inclusión.** Se incluyó al personal que trabaja en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021, es decir la encuesta estuvo dirigida hacia el personal ejecutivo integrado por el gerente, el administrador; y los analistas de créditos; y al personal administrativo integrado por los colaboradores asistentes administrativos.
- **Criterios de exclusión.** Se excluyó al personal que no trabaja en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021, es decir no se incluyeron ni a los clientes ni a los proveedores que ingresan a la agencia en referencia.

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

### **4.4.1. Técnica**

En la tesis se empleó la técnica de la *encuesta*. Según (Paucar, 2020) la encuesta es la técnica de investigación más que consiste en realizar entrevista a las unidades de observación para obtener información relevante.

### **4.4.2. Instrumento**

En la tesis se empleó el *cuestionario* como instrumento de investigación de recolección de datos.

### **A. Diseño**

El cuestionario fue diseñado teniéndose en cuenta el diseño por dimensiones (no al diseño por objetivos). El cuestionario tiene como escala de valoración de tipo ordinal y contó con siete (07) opciones, los mismos que se detallan a continuación.

Tabla 2

Escala de valoración

ESCALA DE VALORACIÓN	
Respuesta 1	: Totalmente en desacuerdo
Respuesta 2	: Parcialmente en desacuerdo
Respuesta 3	: Poco en desacuerdo
Respuesta 4	: Medio
Respuesta 5	: Poco de acuerdo
Respuesta 6	: Parcialmente de acuerdo
Respuesta 7	: Totalmente de acuerdo

**B. Validez**

La validez del instrumento se dio a través de la validez de Contenido mediante la evaluación de tres jueces expertos, los mismos que dieron la conformidad del diseño del indicado instrumento.

La relación de los jueces expertos es la siguiente:

Tabla 3

Validez de contenido (Jueces expertos)

APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI
BRAVO MONTEVERDE, Guido	Magíster	07793374
BRICEÑO MEZA, Carmin Deysi	Magíster	43511701
LUNA FLORES, Marco Antonio	Magíster	09563629

Elaboración propia.

### C. Confiabilidad

Para determinar la confiabilidad del instrumento se recurrió al cálculo del índice de fiabilidad que proporciona el Alpha de Cronbach utilizando el software IBM SPSS versión 25 y de esa manera demostrar la fiabilidad de los instrumentos de la tesis. A continuación, se presenta la fórmula y el cálculo estadístico referido.

#### Figura 2

*Fórmula de confiabilidad*

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S^2_i}{S^2_t} \right]$$

Donde:

K = Numero de ítems

$S^2_i$  = Varianza de cada ítem

$S^2_t$  = Varianza de la suma de los ítems-

#### Tabla 4

*Tabla de nivel de confiabilidad de Alpha de Cronbach*

<b>ESCALA</b>	<b>CATEGORÍA</b>
r = 1	Confiabilidad perfecta
0.90 < r < 0.99	Confiabilidad muy alta
0.70 < r < 0.89	Confiabilidad alta
0.60 < r < 0.69	Confiabilidad aceptable
0.40 < r < 0.59	Confiabilidad moderada
0.30 < r < 0.39	Confiabilidad baja
0.10 < r < 0.29	Confiabilidad muy baja
0.01 < r < 0.09	Confiabilidad despreciable
r = 0	Confiabilidad nula

*Fuente: Instrumentos de investigación de (Córdova, 2019, P. 120)*

Tabla 5

Resumen de procesamiento de casos de la variable 1

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

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

Tabla 6

Estadística de fiabilidad de la variable 1

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,945	18

Como el resultado del cálculo del coeficiente Alpha de Cronbach es de 0.945; se interpreta que la consistencia interna de la prueba para el instrumento de la variable 1, es de **confiabilidad muy alta**.

Tabla 7

Resumen de procesamiento de casos de la variable 2

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

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

Tabla 8

Estadística de fiabilidad de la variable 2

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,950	22

Como el resultado del cálculo del coeficiente Alpha de Cronbach es de 0.950; se interpreta que la consistencia interna de la prueba para el instrumento de la variable 2, es de **confiabilidad muy alta**.

#### 4.5. Técnicas de análisis de datos

Las técnicas fueron, la de procesamiento de los datos, y la de análisis de datos, para ello, se ha considerado al software IBM SPSS, versión 25.

El procesamiento de los datos primero fue con la estadística descriptiva a través de tablas de distribución de frecuencia, desde la tabla 9 hasta la tabla 18; y en segundo lugar, fue con la estadística inferencial, mediante tablas desde la tabla 19 hasta la tabla 25.

## Capítulo V

### Resultados

#### 5.1. Resultados y análisis.

La presente tesis estudia las variables Compromiso organizacional y Calidad de servicios. La primera variable contiene 18 preguntas, en tres dimensiones, mientras que la variable Calidad de servicios presenta 22 preguntas en cinco dimensiones. Se medirá las relaciones entre ellas. Para la medición de las relaciones se empleará el coeficiente de correlación de Pearson.

#### Figura 3

*Tabla de medición de coeficiente de correlación de Pearson*

VALOR	NIVEL DE MEDICIÓN
-1.00	Correlación negativa perfecta
-0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	Correlación negativa considerable
-0.50	Correlación negativa media
-0.25	Correlación negativa débil
-0.10	Correlación negativa muy débil
0.00	No existe Correlación alguna
+0.10	Correlación positiva muy débil
+0.25	Correlación positiva débil
+0.50	Correlación positiva media
+0.75	Correlación positiva considerable
+0.90	Correlación positiva muy fuerte
+1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández, Fernández, y Baptista, (2014, p. 305).

## ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA

### 5.1. Presentación de resultados

Tabla 9

Dimensión 1: Compromiso Afectivo

	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	RESULTADOS	
							Total	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0	0	0.0%
Parcialmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0	0	0.0%
Poco en desacuerdo	1	1	1	1	3	3	10	8.3%
Medio	2	2	2	2	2	2	12	10.0%
Poco de acuerdo	1	0	9	2	7	7	26	21.6%
Parcialmente de acuerdo	10	10	8	8	6	6	48	40.0%
Totalmente de acuerdo	6	7	0	7	2	2	24	20.0%
Total:	20	20	20	20	20	20	120	100.0%

Elaboración propia.

Descripción:

En la tabla 9, se aprecia que el 40.0% de los encuestados afirma que el compromiso afectivo está parcialmente de acuerdo, seguido del 21.6% que está poco de acuerdo y del 20.0% que está totalmente de acuerdo.

Tabla 10

Dimensión 2: Compromiso Normativo

	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	RESULTADOS	
							Total	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	0	1	0	0	0	2	1.6%
Parcialmente en desacuerdo	0	0	1	0	0	0	1	0.8%
Poco en desacuerdo	2	3	2	1	1	1	10	8.3%
Medio	4	6	2	2	0	1	15	12.5%
Poco de acuerdo	5	1	3	3	4	0	16	13.3%
Parcialmente de acuerdo	4	6	6	7	6	11	40	33.3%
Totalmente de acuerdo	4	5	5	7	9	6	36	30.0%
Total:	20	20	20	20	20	20	120	100.0%

Elaboración propia.

Descripción:

En la tabla 10, se aprecia que el 33.3% de los encuestados señala que el compromiso normativo que está parcialmente de acuerdo, seguido del 30.0% que está totalmente de acuerdo y del 13.3% que está poco de acuerdo.

Tabla 11

Dimensión 3: Compromiso de Continuidad

	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	RESULTADOS	
							Total	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	1	0	1	0.8%
Parcialmente en desacuerdo	0	0	0	0	1	0	1	0.8%
Poco en desacuerdo	1	1	1	1	4	1	9	7.5%
Medio	5	5	3	2	6	2	23	19.1%
Poco de acuerdo	2	2	4	3	3	4	18	15.0%
Parcialmente de acuerdo	8	8	7	9	2	9	43	35.8%
Totalmente de acuerdo	4	4	5	5	3	4	25	20.8%
Total:	20	20	20	20	20	20	120	100.0%

Elaboración propia.

Descripción:

En la tabla 11, se aprecia que el 35.8% de los encuestados que está parcialmente de acuerdo en el compromiso de continuidad, seguido del 20.8% que está totalmente de acuerdo y del 19.1% que está en el nivel medio.

Tabla 12

Dimensión 1: Capacidad de respuesta

	P 1	P 2	P 3	P 4	RESULTADOS	
					Total	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	2	2	2.5%
Parcialmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0.0%
Poco en desacuerdo	0	1	0	4	5	6.2%
Medio	4	2	1	8	15	18.7%
Poco de acuerdo	2	3	4	3	12	15.0%
Parcialmente de acuerdo	8	9	11	3	31	38.7%
Totalmente de acuerdo	6	5	4	0	15	18.7%
Total:	20	20	20	20	80	100.0%

Elaboración propia.

Descripción:

En la tabla 12, se aprecia que el 38.7% de los encuestados está parcialmente de acuerdo con la capacidad de respuesta de la calidad de servicio, seguido del 18.7% en el nivel totalmente de acuerdo y del similar porcentaje en el nivel medio.

Tabla 13

Dimensión 2: Seguridad

	P5	P6	P7	P 8	RESULTADOS	
					Total	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0.0%
Parcialmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0.0%
Poco en desacuerdo	1	1	1	1	4	5.0%
Medio	2	5	1	2	10	12.5%
Poco de acuerdo	6	2	1	1	10	12.5%
Parcialmente de acuerdo	5	8	11	8	32	40.0%
Totalmente de acuerdo	6	4	6	8	24	30.0%
Total:	20	20	20	20	80	100.0%

Elaboración propia.

Descripción:

En la tabla 13, se aprecia que el 40.0% de los encuestados sostiene que está parcialmente de acuerdo con la seguridad de la calidad de servicio, seguido del 30.0% que está totalmente de acuerdo, y del 12.5% que está poco de acuerdo.

Tabla 14

Dimensión 3. Empatía

	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	RESULTADOS	
						Total	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	1	0	1	1.0%
Parcialmente en desacuerdo	0	0	0	1	0	1	1.0%
Poco en desacuerdo	1	1	1	2	2	7	7.0%
Medio	0	1	2	2	6	11	11.0%
Poco de acuerdo	4	6	3	3	1	17	17.0%
Parcialmente de acuerdo	6	9	7	6	6	34	34.0%
Totalmente de acuerdo	9	3	7	5	5	29	29.0%
Total:	20	20	20	20	20	100	100.0%

Elaboración propia.

Descripción:

En la tabla 14, se aprecia que el 34.0% de los encuestados está parcialmente de acuerdo con la empatía de la calidad de servicios, seguido del 29.0% que está totalmente de acuerdo, y del 17.0% que afirma estar poco de acuerdo.

Tabla 15

Dimensión 4: Elementos tangibles

	P 14	P 15	P 16	P 17	RESULTADOS	
					Total	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0.0%
Parcialmente en desacuerdo	1	0	0	0	1	1.2%
Poco en desacuerdo	2	3	2	1	8	10.0%
Medio	4	2	1	2	9	11.2%
Poco de acuerdo	5	7	3	2	17	21.2%
Parcialmente de acuerdo	4	6	9	8	27	33.7%
Totalmente de acuerdo	4	2	5	7	18	22.5%
Total:	20	20	20	20	80	100.0%

Elaboración propia.

Descripción:

En la tabla 15, se aprecia que el 33.7% de los encuestados está parcialmente de acuerdo con los elementos tangibles de la calidad de servicios, seguido del 22.5% que sostiene estar totalmente de acuerdo y del 21.2% que sostiene estar poco de acuerdo.

Tabla 16

Dimensión 5: Fiabilidad

	P 18	P 19	P 20	P 21	P 22	RESULTADOS	
						Total	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0	0.0%
Parcialmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0	0.0%
Poco en desacuerdo	1	1	1	1	1	5	5.0%
Medio	2	2	2	2	3	11	11.0%
Poco de acuerdo	0	0	1	4	4	9	9.0%
Parcialmente de acuerdo	9	10	10	9	7	45	45.0%
Totalmente de acuerdo	8	7	6	4	5	30	30.0%
Total:	20	20	20	20	20	100	100.0%

Elaboración propia.

Descripción:

En la tabla 16, se aprecia que el 45.0% de los encuestados sostiene que está parcialmente de acuerdo con la fiabilidad de la calidad de servicios, seguido del 30.0% que afirma estar totalmente de acuerdo y del 11.0% que indica estar en el nivel medio.

Tabla 17

Variable 1: Compromiso organizacional

	D 1	D 2	D 3	RESULTADOS	
	Compromiso Afectivo	Compromiso Normativo	Compromiso de Continuidad	Total	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	2	1	3	0.83%
Parcialmente en desacuerdo	0	1	1	2	0.50%
Poco en desacuerdo	10	10	9	29	8.05%
Medio	12	15	23	50	13.88%
Poco de acuerdo	26	16	18	60	16.66%
Parcialmente de acuerdo	48	40	43	131	36.38%
Totalmente de acuerdo	24	36	25	85	23.61%
Total:	120	120	120	360	100.0%

Elaboración propia.

Descripción:

En la tabla 17, se aprecia que el 36.38% de los encuestados afirma estar parcialmente de acuerdo con el compromiso organizacional, seguido del 23.61% que señala estar totalmente de acuerdo y del 16.66% que indica estar poco de acuerdo. Está también el 13.88% que señala estar en el nivel medio.

Tabla 18

Variable 2: Calidad de servicios

	D 1	D 2	D 3	D 4	D 5	RESULTADOS	
	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía	Elementos tangibles	Fiabilidad	Total	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	0	1	0	0	3	0.68%
Parcialmente en desacuerdo	0	0	1	1	0	2	0.45%
Poco en desacuerdo	5	4	7	8	5	29	6.59%
Medio	15	10	11	9	11	56	12.72%
Poco de acuerdo	12	10	17	17	9	65	14.77%
Parcialmente de acuerdo	31	32	34	27	45	169	38.40%
Totalmente de acuerdo	15	24	29	18	30	116	26.36%
Total	80	80	100	80	100	440	100.0%

Elaboración propia.

Descripción:

En la tabla 18, se aprecia que el 38.40% de los encuestados señala que está parcialmente de acuerdo con la calidad de servicios, seguido del 26.36% que afirma estar totalmente de acuerdo, asimismo del 14.77% que sostiene estar poco de acuerdo y del 12.72% que indica estar en el nivel medio.

## ESTADÍSTICA INFERENCIAL

Para determinar qué estadístico prueba las hipótesis es importante realizar la prueba de normalidad. Según (Valderrama, 2019), “la prueba de normalidad se realiza mediante la sumatoria de cada una de las unidades muestrales en la base de datos” (p. 280).

*Tabla 19*

*Resumen de procesamiento de casos de normalidad*

CALIDAD DE SERVICIOS		Casos					
		Válido		Perdidos		Total	
		N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
COMPROMISO ORGANIZACIONAL	77,00	1	100,0%	0	0,0%	1	100,0%
	89,00	1	100,0%	0	0,0%	1	100,0%
	95,00	1	100,0%	0	0,0%	1	100,0%
	109,00	1	100,0%	0	0,0%	1	100,0%
	116,00	1	100,0%	0	0,0%	1	100,0%
	117,00	1	100,0%	0	0,0%	1	100,0%
	123,00	2	100,0%	0	0,0%	2	100,0%
	127,00	2	100,0%	0	0,0%	2	100,0%
	129,00	1	100,0%	0	0,0%	1	100,0%
	132,00	2	100,0%	0	0,0%	2	100,0%
	134,00	1	100,0%	0	0,0%	1	100,0%
	135,00	2	100,0%	0	0,0%	2	100,0%
	137,00	1	100,0%	0	0,0%	1	100,0%
	142,00	1	100,0%	0	0,0%	1	100,0%
	144,00	1	100,0%	0	0,0%	1	100,0%
	146,00	1	100,0%	0	0,0%	1	100,0%

Tabla 20

Tabla de descripción estadística de las variables

<b>Descriptivos<sup>a,b,c,d,e,f,g,h,i,j,k,l</sup></b>							
	CALIDAD DE SERVICIOS		Estadístico	Desv. Error			
COMPROMISO ORGANIZACIONAL	123,00	Media	100,0000	1,00000			
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	87,2938			
			Límite superior	112,7062			
		Media recortada al 5%	.				
		Mediana	100,0000				
		Varianza	2,000				
		Desv. Desviación	1,41421				
		Mínimo	99,00				
		Máximo	101,00				
		Rango	2,00				
		Rango intercuartil	.				
		Asimetría	.	.			
		Curtosis	.	.			
		127,00	127,00	Media	99,0000	2,00000	
				95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	73,5876	
					Límite superior	124,4124	
				Media recortada al 5%	.		
Mediana	99,0000						
Varianza	8,000						
Desv. Desviación	2,82843						
Mínimo	97,00						
Máximo	101,00						
Rango	4,00						
Rango intercuartil	.						
Asimetría	.			.			
Curtosis	.			.			
132,00	132,00			Media	107,5000	,50000	
				95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	101,1469	
					Límite superior	113,8531	
				Media recortada al 5%	.		
		Mediana	107,5000				
		Varianza	,500				
		Desv. Desviación	,70711				
		Mínimo	107,00				

135,00	Máximo		108,00	
	Rango		1,00	
	Rango intercuartil		.	
	Asimetría		.	.
	Curtosis		.	.
	Media		113,0000	3,00000
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	74,8814	
		Límite superior	151,1186	
	Media recortada al 5%		.	
	Mediana		113,0000	
	Varianza		18,000	
	Desv. Desviación		4,24264	
	Mínimo		110,00	
	Máximo		116,00	
	Rango		6,00	
	Rango intercuartil		.	
	Asimetría		.	.
Curtosis		.	.	

- a. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 77,00. Se ha omitido.
- b. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 89,00. Se ha omitido.
- c. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 95,00. Se ha omitido.
- d. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 109,00. Se ha omitido.
- e. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 116,00. Se ha omitido.
- f. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 117,00. Se ha omitido.
- g. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 129,00. Se ha omitido.
- h. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 134,00. Se ha omitido.
- i. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 137,00. Se ha omitido.
- j. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 142,00. Se ha omitido.
- k. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 144,00. Se ha omitido.
- l. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 146,00. Se ha omitido.

Tabla 21

Prueba de normalidad

**Pruebas de normalidad<sup>a,b,c,d,e,f,h,i,j,k,l,m</sup>**

	CALIDAD DE SERVICIOS	Kolmogorov-Smirnov <sup>g</sup>		
		Estadístico	gl	Sig.
COMPROMISO ORGANIZACIONAL	123,00	,260	2	-
	127,00	,260	2	-
	132,00	,260	2	-
	135,00	,260	2	-

- a. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 77,00. Se ha omitido.
- b. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 89,00. Se ha omitido.
- c. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 95,00. Se ha omitido.
- d. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 109,00. Se ha omitido.
- e. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 116,00. Se ha omitido.
- f. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 117,00. Se ha omitido.
- g. Corrección de significación de Lilliefors
- h. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 129,00. Se ha omitido.
- i. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 134,00. Se ha omitido.
- j. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 137,00. Se ha omitido.
- k. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 142,00. Se ha omitido.
- l. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 144,00. Se ha omitido.
- m. VARIABLE1COMPROMISO es constante cuando VARIABLE2CALIDADDESERVICIO = 146,00. Se ha omitido.

El resultado de la prueba de normalidad señala que no existe significancia, por tanto, se debe de realizar la prueba de hipótesis empleando una medida estadística paramétrica, que en este caso viene a ser la Correlación de Pearson. La razón se debe a que demuestra que tiene una relación de distribución normal. Si hubiese dado como resultado no tener una distribución normal, entonces si se hubiese considerado al coeficiente de Rho de Spearman o Rango de Spearman (Valderrama, 2019).

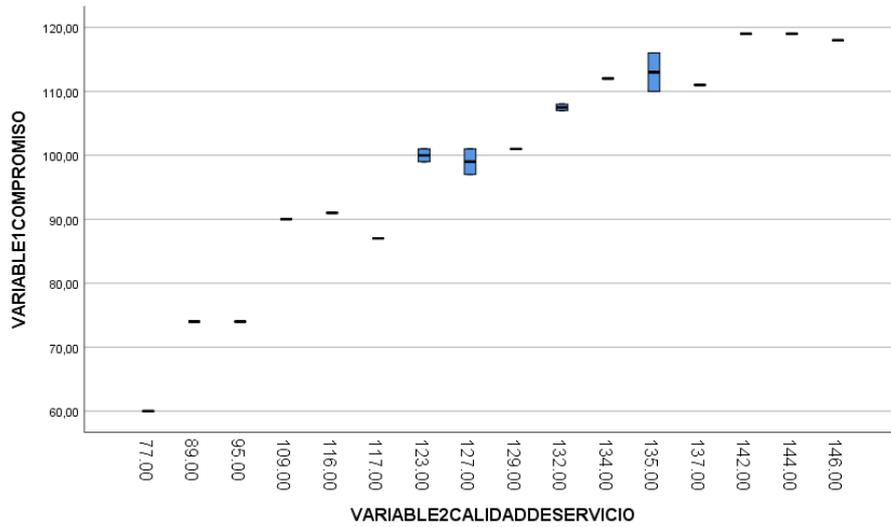
No se podía emplear otra medida paramétrica como la t de student porque ésta compara dos medias, o es para dos muestras, y la presente tesis estudia una sola muestra. Por tanto, la *prueba de hipótesis* se realiza con el estadístico de prueba denominado Correlación de Pearson, y la *medida de correlación* con el coeficiente de r de Pearson. Una vez demostrada la relación, recién se procedió con la medición del grado de correlación. Además, lo que se busca saber qué relación existe entre ambas variables, más que saber qué nivel o qué medida de relación existe entre dichas variables.

La figura 4, indica la regresión lineal entre las variables 1 y 2.

Acto seguido se procede con probar las hipótesis.

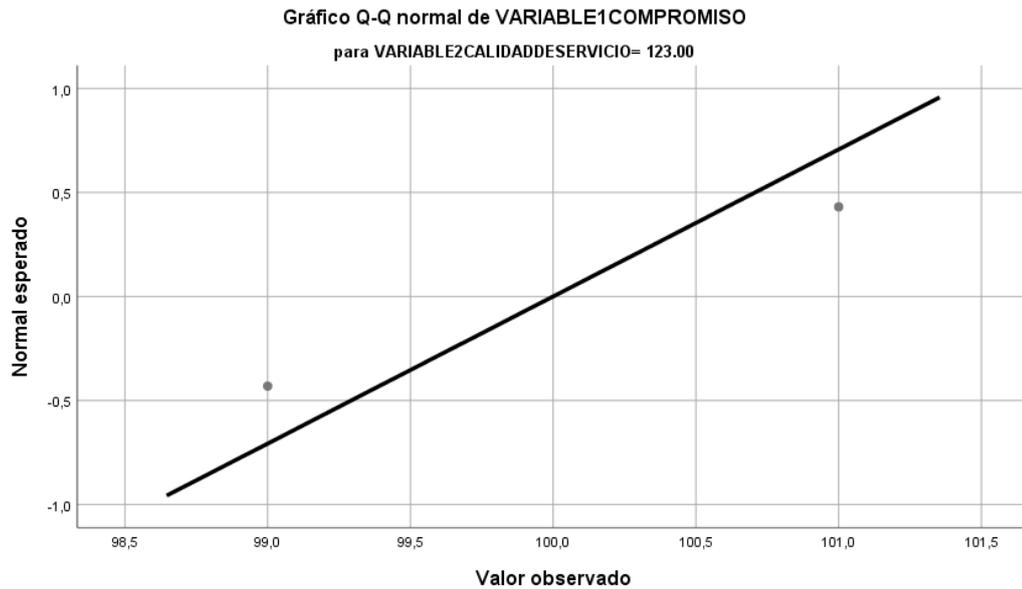
### Figura 4

*Regresión lineal de las variables*



### Figura 5

*Gráfico Q-Q de normalidad de las variables*



## 5.1. Contrastación de hipótesis

### A. PRUEBA DE LA HIPOTESIS GENERAL

#### 1. Formulación de la hipótesis general

**Hipótesis alterna:** Sí, existe una relación directa y significativa entre el compromiso organizacional y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.

**Hipótesis nula:** No, existe una relación directa y significativa entre el compromiso organizacional y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.

#### 2. Definición del nivel de significancia

95% de Confiabilidad

05% de Margen de error

#### 3. Determinación del estadístico de prueba

El estadígrafo de prueba es la Correlación de Pearson.

#### 4. Determinación de los parámetros de aceptación y de rechazo

Si  $p$  – valor  $<0,05$  se acepta la hipótesis alterna

Si  $p$  – valor  $>0,05$  se rechaza la hipótesis alterna

## 5. Cálculo del estadígrafo de prueba a partir del dato muestral

Tabla 22

Relación entre compromiso organizacional y la calidad de servicios

		Correlaciones	
		VARIABLE 1	VARIABLE 2
COMPROMISO ORGANIZACIONAL	Correlación de Pearson	1	,980**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	20	20
CALIDAD DE SERVICIOS	Correlación de Pearson	,980**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	20	20

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

## 6. Comparación del parámetro establecido con el resultado hallado y decisión estadística

Como valor  $p = 0,000 < 0,05$ , porque señala ser: 0,000.

En consecuencia: Se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

## 7. Conclusión estadística

En las veinte evaluaciones realizadas en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia, se encontró mediante el coeficiente de r de correlación de Pearson, que existe una alta correlación ( $r = 0.980$ ) entre los valores del compromiso organizacional y la calidad de servicios. Asimismo, se evidencia que el p valor ( $\text{sig.} = 0,000$ ) es menor que el nivel de significancia 0,05, de modo que se acepta la hipótesis alterna (H1) y se rechaza la hipótesis nula (H0).

## **B. PRUEBA DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1:**

### **1. Formulación de la hipótesis específica 1**

**Hipótesis alterna:** Existe una relación directa y significativa entre el compromiso afectivo y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.

**Hipótesis nula:** No, existe una relación directa y significativa entre el compromiso afectivo y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.

### **2. Definición del nivel de significancia**

95% de Confiabilidad

05% de Margen de error

### **3. Determinación del estadístico de prueba**

El estadígrafo de prueba es la Correlación de Pearson.

### **4. Determinación de los parámetros de aceptación y de rechazo**

Si  $p$  – valor  $<0,05$  se acepta la hipótesis alterna

Si  $p$  – valor  $>0,05$  se rechaza la hipótesis alterna

## 5. Cálculo del estadígrafo de prueba a partir del dato muestral

Tabla 23

Relación entre el compromiso afectivo y la calidad de servicios

		Correlaciones	
		Compromiso Afectivo	Calidad de servicios
Compromiso Afectivo	Correlación de Pearson	1	,945**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	20	20
Calidad de servicios	Correlación de Pearson	,945**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	20	20

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

## 6. Comparación del parámetro establecido con el resultado hallado y decisión estadística

Como valor  $p = 0,000 < 0,05$ , porque señala ser: 0,000 (bilateral).

En consecuencia: Se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

## 7. Conclusión estadística

En las veinte evaluaciones realizadas en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia, se encontró mediante el coeficiente de  $r$  de correlación de Pearson, que existe una alta correlación ( $r = 0.945$ ) entre los valores del compromiso afectivo y la calidad de servicios. Asimismo, se evidencia que el  $p$  valor (sig.= 0,000) es menor que el nivel de significancia 0,05, de modo que se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ) y se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ).

## **C. PRUEBA DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2:**

### **1. Formulación de la hipótesis específica 2**

**Hipótesis alterna:** Existe una relación directa y significativa entre el compromiso normativo y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.

**Hipótesis nula:** No, existe una relación directa y significativa entre el compromiso normativo y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.

### **2. Definición del nivel de significancia**

95% de Confiabilidad

05% de Margen de error

### **3. Determinación del estadístico de prueba**

El estadígrafo de prueba es la Correlación de Pearson.

### **4. Determinación de los parámetros de aceptación y de rechazo**

Si  $p$  – valor  $<0,05$  se acepta la hipótesis alterna

Si  $p$  – valor  $>0,05$  se rechaza la hipótesis alterna

## 5. Cálculo del estadígrafo de prueba a partir del dato muestral

Tabla 24

Relación entre compromiso normativo y calidad de servicios

		Correlaciones	
		Compromiso Normativo	Calidad de servicios
Compromiso Normativo	Correlación de Pearson	1	,902**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	20	20
Calidad de servicios	Correlación de Pearson	,902**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	20	20

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

## 6. Comparación del parámetro establecido con el resultado hallado y decisión estadística

Como valor  $p = 0,000 < 0,05$ , porque señala ser: 0,000.

En consecuencia: Se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

## 7. Conclusión estadística

En las veinte evaluaciones realizadas en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia, se encontró mediante el coeficiente de  $r$  de correlación de Pearson, que existe una alta correlación ( $r = 0.902$ ) entre los valores del compromiso Normativo y la calidad de servicios. Asimismo, se evidencia que el  $p$  valor ( $\text{sig.} = 0,000$ ) es menor que el nivel de significancia 0,05, de modo que se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ) y se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ).

**D. PRUEBA DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3:**

**1. Formulación de la hipótesis específica 3**

**Hipótesis alterna:** Existe una relación directa y significativa entre el compromiso de continuidad y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021

**Hipótesis nula:** No, existe una relación directa y significativa entre el compromiso de continuidad y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021

**2. Definición del nivel de significancia**

95% de Confiabilidad

05% de Margen de error

**3. Determinación del estadístico de prueba**

El estadígrafo de prueba es la Correlación de Pearson.

**4. Determinación de los parámetros de aceptación y de rechazo**

Si  $p$  – valor  $<0,05$  se acepta la hipótesis alterna

Si  $p$  – valor  $>0,05$  se rechaza la hipótesis alterna

## 5. Cálculo del estadígrafo de prueba a partir del dato muestral

Tabla 25

Relación entre compromiso de continuidad y calidad de servicios

		Correlaciones	
		Compromiso de Continuidad	Calidad de servicios
Compromiso de Continuidad	Correlación de Pearson	1	,856**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	20	20
Calidad de servicios	Correlación de Pearson	,856**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	20	20

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

## 6. Comparación del parámetro establecido con el resultado hallado y decisión estadística

Como valor  $p = 0,000 < 0,05$ , porque señala ser: 0,000 (bilateral).

En consecuencia: Se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

## 7. Conclusión estadística

En las veinte evaluaciones realizadas en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia, se encontró mediante el coeficiente de r de correlación de Pearson, que existe una alta correlación ( $r = 0.856$ ) entre los valores del compromiso de Continuidad y la calidad de servicios. Asimismo, se evidencia que el p valor (sig.= 0,000) es menor que el nivel de significancia 0,05, de modo que se acepta la hipótesis alterna (H1) y se rechaza la hipótesis nula (H0).

## 5.2. Discusión de resultados

Se tuvo como objetivo general: Determinar la relación que existe entre el compromiso organizacional y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021. El resultado del coeficiente de correlación de Pearson es de 0,980, por tanto, se determinó que existe una correlación positiva y de nivel muy fuerte entre la variable compromiso organizacional y la variable calidad de servicios.

Se tuvo como objetivo específico 1: Determinar la relación que existe entre el compromiso afectivo y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021. El resultado del coeficiente de correlación de Pearson es de 0,945, por tanto, se determinó que existe una correlación positiva y de nivel muy fuerte entre la dimensión compromiso afectivo y la variable calidad de servicios.

Se tuvo como objetivo específico 2: Determinar la relación que existe entre el compromiso normativo y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021. El resultado del coeficiente de correlación de Pearson es de 0,902, por tanto, se determinó que existe una correlación positiva y de nivel muy fuerte entre la dimensión compromiso normativo y la variable Calidad de servicios.

Se tuvo como objetivo específico 3: Determinar la relación que existe entre el compromiso de continuidad y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021. El resultado del coeficiente de correlación de Pearson es de 0,856, por tanto, se determina que existe una correlación positiva y de nivel considerable

entre la dimensión compromiso de continuidad y la variable calidad de servicios.

## CONCLUSIONES

1. Se determinó la relación que existe entre la variable del compromiso organizacional y variable calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia, teniendo como resultado según el coeficiente de Correlación de Pearson que existe 0,980 de correlación positiva y muy fuerte. Lo significativo está en que se relaciona muy bien el compromiso organizacional de los colaboradores de la unidad de análisis con la calidad de servicios que ofertan, es decir, el compromiso de trabajo es desempeñarse con calidad, como se evidencia en el estudio.
2. Se determinó la relación que existe entre el compromiso afectivo y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia, teniendo como resultado según el coeficiente de correlación de Correlación de Pearson que existe 0,945 de correlación positiva y muy fuerte. Lo significativo radica en que, el colaborador se identifica emocionalmente con la unidad de análisis y por esa razón pone mayor empeño en demostrar calidad en las funciones que realiza.
3. Se determinó la relación que existe entre el compromiso normativo y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia, teniendo como resultado según el coeficiente de Correlación de Pearson que existe 0,902 de correlación positiva y muy fuerte. Lo significativo está en ese nexo que existe entre cumplir las políticas de la institución financiera y el estricto protocolo de las operaciones de la calidad que exige se realice en dicha institución financiera.
4. Se determinó la relación que existe entre el compromiso de continuidad y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera, teniendo

como resultado según el coeficiente de Correlación de Pearson que existe 0,856 de correlación positiva y fuerte; es decir. Lo significativo estriba en que los colaboradores deben haber demostrado a lo largo del periodo de trabajo un favorable desempeño (calidad de servicios) para ser renovados en sus contratos de trabajo y de esa manera demostrar compromiso de continuidad, que indirectamente les brinda una estabilidad laboral.

## RECOMENDACIONES

1. Que, se conserve de manera sostenible la relación entre el compromiso organizacional y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia. Dicha relación favorecerá para que los ejecutivos de la unidad de análisis sean perseverantes en el liderazgo que vienen demostrando dentro del mercado financiero de la ciudad de Huancayo.
2. Que, los ejecutivos de la unidad de análisis aprecien la parte afectiva del compromiso organizacional de los colaboradores para que no descuiden que cuentan con personal que se identifica emocionalmente con la institución financiera y que también, les permita la renovación del contrato a aquellos que son colaboradores discípulos de la empresa.
3. Que, los ejecutivos de la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia, difundan más la cultura organizacional de la unidad de análisis para la información coherente y actualizada de sus normas, reglamentos y políticas de trabajo, las mismas que deban ser respetadas como deberes y como obligaciones.
4. Que, los ejecutivos de la unidad de análisis asuman brindar mayor motivación en aquellos colaboradores que vienen demostrando alto nivel de compromiso de continuidad y permitirseles contratos de trabajo indeterminados.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aldana, E.; Tafur, J.; Leal, M. (noviembre 2017). Compromiso organizacional como dinámica de las instituciones del Sector Salud en Barranquilla – Colombia. Revista Espacios. Volumen 39. Número 11. Página 13. Disponible en:
- Allen, N. J. y Meyer, J. P. (1991). The Measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.
- Allen, N. J. y Meyer, J. P. (1993). Organizational commitment: Evidence of career stage effects?. *Journal of Business Research*, 26, 49-61.
- Aquino, R. (2018). Compromiso Organizacional en la Universidad Roosevelt, Huancayo – 2017. [Tesis de licenciatura] Universidad Peruana Los Andes. Disponible en:
- Báez, R.; Zayas, P.; Velázquez; R.; y Lao, Y. (octubre 2018). Modelo conceptual del Compromiso Organizacional en empresas cubanas. Volumen XL. Número 1. Enero abril 2019. Páginas 14-23. Disponible en:
- Betanzos, N. & Paz, F. (2007). Análisis psicométrico del compromiso organizacional como variable actitudinal. En: *Anales de Psicología*. Volumen 23. Número 2. <https://revistas.um.es/analesps/article/view/22411/21691>
- Bustamante, M.; Zerda, E.; Obando, F.; y Tello, M. (Setiembre 2019). Fundamentos de la calidad de servicios. El modelo ServQual. *Revista Empresarial*. Volumen 13. Número 2. Página 1-16. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/340903187\\_Fundamentos\\_de\\_calidad\\_de\\_servicio\\_el\\_modelo\\_Servqual](https://www.researchgate.net/publication/340903187_Fundamentos_de_calidad_de_servicio_el_modelo_Servqual)
- Camisón C., Cruz S. y Gonzáles T. (2006). *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid, España. Ed. Pearson Educación, S.A.
- Carrasco, S. (2013). *Metodología de la Investigación Científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación* (2ª ed.). Lima, Perú: San Marcos S.A.
- CEINSA. (2020). Los Millenials. Disponible en: Espacios. Volumen 41, Número 22. Disponible en: <http://www.revistaespacios.com/a20v41n22/a20v41n22p22.pdf>
- Churampi, R. (2016). *Aplicación del modelo ServQual para medir la percepción de la calidad del servicio del sistema de administración académica de los estudiantes de la facultad de ingeniería de sistema de la Universidad Nacional del Centro del Perú - 2016*. [Tesis]. Universidad Nacional

del Centro del Perú. Disponible en:  
<http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/UNCP/3890>

Fabián, S. (2019). *Compromiso organizacional y tipo de contrato laboral en el hospital del seguro social (Lima, Perú, 2017)*. Revista Gerencia y Política de Salud. Volumen 18. Número 37. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/gerepolsal/article/view/27861>

Fuentes, C.; López, D.; y Mayo, F. (junio 2020). *Compromiso organizacional como estrategia de cambio en hospitales públicos de Colombia y Venezuela*. Revista

GALLUP, Inc. (2020). *Gallup Latinoamérica. Impacto extraordinario a través de análisis avanzado de datos, asesoría y estrategia*. Disponible en: <https://www.gallup.com/es-xm/176819/gallup-latin-america.aspx>

Ganga, F.; Alarcón, N.; y Pedraja, L. (2019). *Medición de la calidad del servicio mediante el modelo ServQual: el caso del juzgado de garantías de la ciudad de Puerto Montt Chile*. Revista chilena de ingeniería. Volumen 27. Número 4. Páginas 668-681. [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-33052019000400668](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052019000400668)

Grönroos, C. (1984). *A Service Quality Model and Its Marketing*.

Hernández, B.; Ruíz, A.; Ramírez, V.; Sandoval, S.; y Méndez, L. (2018). *Motivos y factores que intervienen en el compromiso organizacional*. Revista Iberoamericana para la investigación y el Desarrollo Educativo. Volumen 8, Número 16. Disponible en: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-7467201800010082074672018000100820](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-7467201800010082074672018000100820)

Hernández, R.; Hernández, C.; y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ª ed.). México: Mc Graw Hill/Interamericana Editores S.A.

Llapa-Rodríguez, E.O.; Trevizan, M.A., Shinyashik, T.G.; Méndez Costa, I.A. (2019). *Compromiso organizacional y profesional de equipo de salud*. Disponible en: <http://scielo.isciii.es/pdf/eq/n17/17d03.pdf>

Moisés, B.; Ango, J.; Palomino, V.; y Feria, E. (2019). *Diseño del proyecto de investigación científica*. Lima, Perú: San Marcos S.A.

Moisés, B.; Valenzuela, F.; Pariona, B., y Bendezú, J. (2018). *Ejecución del proyecto de investigación científica*. Lima, Perú: San Marcos S.A.

Navarro Chávez, J. C. L. (2011). *Epistemología y metodología*. México: Grupo Editorial Patria

- Neves, T.; Graveto, J.; Rodríguez, V.; Matico, J.; Parreira, P. (2018). *Compromiso organizacional, cualidades psicométricas e invarianza del cuestionario de Meyer y Allen para enfermeros portugueses*. Revista Latino Americana de Enfermagen. Número 26. Número 3021. [https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-11692018000100345&lng=en&nrm=iso&tlng=es](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-11692018000100345&lng=en&nrm=iso&tlng=es)
- Ñaupas, H.; Mejía, E.; Novoa, E.; y Villagómez, A. (2013). *Metodología de la investigación: Cuantitativa – Cualitativa y Redacción de la Tesis*. (4ª ed.). Bogotá: Ediciones de la U.
- Ñaupas, H.; Valdivia, M. R.; Palacios, J. J.; y Romero, H. E. (2018). *Metodología de la investigación: Cuantitativa-Cualitativa y Redacción de la tesis*. (5ª ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- OIT (2019). *Facilitación del acceso a servicios de calidad para promover el crecimiento y el desarrollo social en la economía rural*. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/--ed\\_dialogue/---sector/documents/publication/wcms\\_437220.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/--ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_437220.pdf)
- OMS (2020). Servicios sanitarios de calidad. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/quality-health-services>
- Oseda, D., Chenet, M., Hurtado, D., Chávez, E., Patiño, A., y Oseda, M. (2015). *Metodología de la investigación*. Huancayo: Soluciones Gráficas SAC.
- Oseda, D., Hurtado, D.; Chávez, A.; Navarro, A. (2018). *Estadística Aplicada a la Investigación con SPSS*. Huancayo, Perú: Soluciones Gráficas S.A.
- Oxford Economics (2020), Informe Workforce of 2020. Disponible en: [https://www.sapvirtualagency.com/FileExplorer/Partners/Horiel%20Syndication%20Documents/SFSF%20HCM/Espa%C3%B1ol/8%20page\\_SAP%20Workforce%202020%20Executive%20Summary\\_Sept.5.V5\\_esCO.pdf](https://www.sapvirtualagency.com/FileExplorer/Partners/Horiel%20Syndication%20Documents/SFSF%20HCM/Espa%C3%B1ol/8%20page_SAP%20Workforce%202020%20Executive%20Summary_Sept.5.V5_esCO.pdf)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). *A conceptual model of service quality and its implications for future research*. The Journal of Marketing.
- Paucar, E. (2020). *Metodología y tesis*. Lima: Gamarra Editores
- Peña, M.; Díaz, M.; Chávez, A.; y Sánchez, C. (2016). *El compromiso organizacional como parte del comportamiento de los trabajadores de las pequeñas empresas*. Revista internacional Administración & Finanzas.

- Pino, R. (2018). *Metodología de la investigación. Elaboración de diseños para contrastar hipótesis*. Lima, Perú: San Marcos S.A.
- Robbins, S. & Coulter, M. (2014). *Administración*. (12ª ed.). México: Pearson
- Robbins, S. y Judge, T. (2017). *Comportamiento organizacional*. (17ª ed.). México: Pearson
- Torres, M. & Vásquez, C. (2015). *Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis*. Revista Compendium. Volumen 18. Número 35, julio diciembre, 2015, pp. 57-76. Universidad Centrocidental Lisandro Alvarado. Barquisimeto, Venezuela.  
<https://www.redalyc.org/pdf/880/88043199005.pdf>
- Valderrama, S. (2007). *Pasos para elaborar proyectos y tesis de investigación científica*. Lima, Perú: San Marcos S.A.
- Valderrama, S. (2015). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica: Cuantitativa, Cualitativa y Mixta*. Lima, Perú: San Marcos S.A
- Valderrama, S. (2019). *El desarrollo de la tesis. Descriptiva-Comparativa, Correlacional y Cuasiexperimental*. Lima, Perú: San Marcos S.A.
- Vara Horna, A. (2015). *7 Pasos para elaborar una tesis: Cómo elaborar y asesorar unan tesis para Ciencias Administrativas, Finanzas, Ciencias Sociales y Humanidades*. Lima, Perú:
- Villajuana Pablo, C. (2009). *Los 7 Tejidos estratégicos: un plan sin indicadores es como un cuerpo sin alma*. Lima: Fondo editorial de la Universidad de Ciencias y Humanidades.
- Zeithaml, V. y Bitner, M. (2002.). *Marketing de Servicios: Un enfoque de integración del cliente a la empresa*. México: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V.; Bitner, M. y Gremler, D. (2009). *Marketing de servicios* (5ª ed.). México, Perú: McGraw-Hill

**ANEXOS**

## Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: Compromiso organizacional y la calidad de servicios de la Financiera Crediscotia en Agencia Huancayo – 2021

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>¿Qué relación existe entre el compromiso organizacional y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021?</p>	<p>Determinar la relación que existe entre el compromiso organizacional y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.</p>	<p>Existe una relación directa y significativa entre el compromiso organizacional y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.</p>		<p>TIPO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Investigación aplicada</li> </ul>
<p>PE1. ¿Qué relación existe entre el compromiso afectivo y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021?</p> <p>PE2. ¿Qué relación existe entre el compromiso normativo y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021?</p> <p>PE3. ¿Qué relación existe entre el compromiso de continuidad y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021?</p>	<p>OE1. Determinar la relación que existe entre el compromiso afectivo y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.</p> <p>OE2. Determinar la relación que existe entre el compromiso normativo y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.</p> <p>OE3. Determinar la relación que existe entre el compromiso de continuidad y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.</p>	<p>HE1. Existe una relación directa y significativa entre el compromiso afectivo y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.</p> <p>HE2. Existe una relación directa y significativa entre el compromiso normativo y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.</p> <p>HE3. Existe una relación directa y significativa entre el compromiso de continuidad y la calidad de servicios en la agencia Huancayo de la financiera Crediscotia – 2021.</p>	<p>Variable 1 COMPROMISO ORGANIZACIONAL</p> <p>Dimensiones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Compromiso afectivo</li> <li>2. Compromiso normativo</li> <li>3. Compromiso de continuidad</li> </ol> <p>Variable 2 CALIDAD DE SERVICIOS</p> <p>Dimensiones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacidad de respuesta</li> <li>2. Seguridad</li> <li>3. Empatía</li> <li>4. Elementos tangibles</li> <li>5. Fiabilidad</li> </ol>	<p>NIVEL:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Investigación Correlacional</li> </ul> <p>DISEÑO:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Diseño No Experimental</li> </ul> <p>POBLACIÓN 20 Ejecutivos</p> <p>MUESTRA CENSAL 20 Clientes internos</p> <p>MÉTODO GENERAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Método Científico</li> </ul> <p>TÉCNICA:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Encuesta</li> </ul> <p>INSTRUMENTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cuestionario</li> </ul>

## Anexo 2: Instrumento de investigación

### Cuestionario 1

#### COMPROMISO ORGANIZACIONAL

##### I. Instrucciones:

Estimado colaborador, mediante el presente instrumento, se pretende obtener información acerca del compromiso organizacional. Por favor, lea con atención cada expresión y marque con una equis (X) la alternativa que mejor se adecue a su criterio.

Es importante que recuerde que no hay respuestas correctas ni incorrectas, expresamente interesa conocer su opinión.

##### II. Escala de valoración:

1	2	3	4	5	6	7
Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Poco en desacuerdo	Medio	Poco de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

ÍTEMS		1	2	3	4	5	6	7
<b>Dimensión 01: Compromiso organizacional Afectivo</b>								
1	¿Sería muy feliz si trabajara el resto de mi vida en esta institución?	1	2	3	4	5	6	7
2	¿Realmente siento los problemas de la institución como propios?	1	2	3	4	5	6	7
3	¿Esta institución significa mucho para mí?	1	2	3	4	5	6	7
4	¿No me siento como "parte de la familia" en la institución?	1	2	3	4	5	6	7
5	¿No me siento parte de la institución?	1	2	3	4	5	6	7
6	¿No me siento "emocionalmente vinculada" con la institución?	1	2	3	4	5	6	7
<b>Dimensión 02: Compromiso organizacional Normativo</b>								
7	¿Aunque fuera ventajoso para mí, no siento que sea correcto renunciar a la institución ahora?	1	2	3	4	5	6	7
8	¿Me sentiría culpable si renunciara a la institución en este momento?	1	2	3	4	5	6	7
9	¿Esta institución merece mi lealtad?	1	2	3	4	5	6	7
10	¿No siento ningún compromiso de permanecer con mi empleador actual?	1	2	3	4	5	6	7
11	¿No renunciaría a la institución ahora porque me siento comprometido con el personal y los colegas de trabajo?	1	2	3	4	5	6	7
12	¿Le debo muchísimo a la institución (no es deuda de dinero)?	1	2	3	4	5	6	7
<b>Dimensión 03: Compromiso organizacional De Continuidad</b>								
13	¿Si yo no hubiera dedicado mi tiempo en esta institución, consideraría trabajar en otra parte?	1	2	3	4	5	6	7
14	¿Renunciar a la institución actualmente no me es conveniente?	1	2	3	4	5	6	7
15	¿Permanecer en la institución actualmente es un asunto tanto de necesidad como de deseo?	1	2	3	4	5	6	7
16	¿Si renunciara a esta institución pienso que tendría muy pocas opciones de conseguir algo mejor?	1	2	3	4	5	6	7
17	¿Una de las consecuencias de renunciar a esta institución sería la escasez de oportunidades en el mercado laboral?	1	2	3	4	5	6	7
18	¿Sería muy difícil dejar la institución en este momento, incluso si lo deseara?	1	2	3	4	5	6	7

Estimado colaborador ¡Muchas gracias!

## Cuestionario 2

# CALIDAD DE SERVICIOS

### I. Instrucciones:

Estimado colaborador, mediante la presente escala, se pretende obtener información acerca de la Calidad de Servicios. Por favor, lea con atención cada expresión y marque con una equis (X) la alternativa que mejor se adecue a su criterio.

Es importante que recuerdes que no hay respuestas correctas ni incorrectas, ya que únicamente nos interesa conocer tu opinión.

### II. Escala de valoración:

1	2	3	4	5	6	7
Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Poco en desacuerdo	Medio	Poco de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

ITEMS		1	2	3	4	5	6	7
<b>Dimensión 01: Capacidad de respuesta</b>								
01	¿Cuál es el nivel de confianza (comunicación) de que el personal concluirá con la ejecución de los servicios?	1	2	3	4	5	6	7
02	¿Cuál es el nivel de puntualidad en los servicios por parte del personal?	1	2	3	4	5	6	7
03	¿Cuál es el nivel de predisposición de ayuda de parte del personal?	1	2	3	4	5	6	7
04	¿Cuál es el nivel de desatención de parte del personal?	1	2	3	4	5	6	7
<b>Dimensión 02: Seguridad</b>								
05	¿Cuál es el nivel de demostración de confianza de parte del personal?	1	2	3	4	5	6	7
06	¿Cuál es el nivel de sentimiento de credibilidad para con los trámites que se realizan en la institución?	1	2	3	4	5	6	7
07	¿Cuál es el nivel de amabilidad de parte del personal para con los clientes?	1	2	3	4	5	6	7
08	¿Cuál es el nivel de conocimiento del personal para resolver preguntas de los clientes?	1	2	3	4	5	6	7
<b>Dimensión 03: Empatía</b>								
09	¿Cuál es el nivel de atención personalizada de parte del personal?	1	2	3	4	5	6	7
10	¿Cuál es el nivel de existencia de horarios convenientes para el personal de la institución?	1	2	3	4	5	6	7
11	¿Cuál es el nivel de dedicación en la atención personalizada de parte del personal de la institución?	1	2	3	4	5	6	7
12	¿Cuál es el nivel de preocupación de la institución para con las necesidades del personal?	1	2	3	4	5	6	7
13	¿Cuál es el nivel de comprensión de la institución para con las necesidades de los clientes?	1	2	3	4	5	6	7
<b>Dimensión 04: Elementos tangibles</b>								
14	¿Cuál es el nivel de presencia de equipos modernos para el servicio?	1	2	3	4	5	6	7
15	¿Cuál es el nivel de presencia de instalaciones visualmente atractivas?	1	2	3	4	5	6	7
16	¿Cuál es el nivel de presencia del personal con apariencia pulcra?	1	2	3	4	5	6	7
17	¿Cuál es el nivel de presencia de la documentación visualmente ordenada?	1	2	3	4	5	6	7
<b>Dimensión 05: Fiabilidad</b>								
18	¿Cuál es el nivel de demostración del compromiso cumplido de parte del personal?	1	2	3	4	5	6	7

19	¿Cuál es el nivel de demostración de interés en solucionar el problema de los clientes por parte de la institución?	1	2	3	4	5	6	7
20	¿Cuál es el nivel de demostración de que el personal realiza bien su trabajo?	1	2	3	4	5	6	7
21	¿Cuál es el nivel de demostración de cumplimiento en el tiempo prometido de parte del personal?	1	2	3	4	5	6	7
22	¿Cuál es el nivel de demostración de que el personal no permite errores en los registros de los clientes?	1	2	3	4	5	6	7

Estimado colaborador ¡Muchas gracias!

## Anexo 3: Ficha de Validación de Juez de Experto