



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**Influencia del clima laboral en la calidad de servicio en un
centro de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco
2021**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios – MBA

AUTOR:

Yari Mendoza, Ronald (orcid.org/0000-0002-9303-6840)

ASESOR:

Dr. Granados Maguiño, Mauro Amaru (orcid.org/0000-0002-5668-0557)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria

A todas las personas que hicieron realidad el cumplimiento de mi objetivo.

A toda mi familia quienes fueron los verdaderos artífices de mi logro.

Agradecimiento

A Dios por haberme acompañado durante el avance de este logro dándome paciencia y sabiduría.

Este trabajo de investigación se ha podido realizar por la colaboración de muchas personas que me han brindado su ayuda, sus conocimientos y su apoyo, agradecerles a todos ellos por cuando han hecho por mí, dándome las fuerzas necesarias para que este trabajo saliera adelante de la mejor manera.

índice de Contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	8
II. MARCO TEÓRICO.....	12
III. METODOLOGÍA.....	22
3.1. Tipo de estudio y diseño de investigación.....	22
3.2. Operacionalización de variables	22
3.3. Población/Muestra.....	24
3.4. Técnicas de recolección de información	25
3.5. Procedimientos	25
3.6. Métodos de análisis de datos.....	25
3.7. Aspectos éticos	26
IV. RESULTADOS.....	27
4.1. Análisis descriptivo.....	27
4.2. Contrastación de hipótesis	28
V. DISCUSIÓN.....	34
VI. CONCLUSIONES.....	35
VII. RECOMENDACIONES.....	36
REFERENCIAS.....	37
ANEXOS	42

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de la variable clima laboral.....	23
Tabla 2 Operacionalización de la variable calidad de servicio	24
Tabla 3 Población de las oficinas del centro de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021	24
Tabla 4 Valor y significado del estadístico de correlación de Pearson.....	26
Tabla 5 Distribución de colaboradores por nivel de la variable clima laboral.....	27
Tabla 6 Distribución de colaboradores por nivel de la variable calidad de servicio	27
Tabla 7 Prueba de normalidad	28
Tabla 8 Correlación para hipótesis general	29
Tabla 9 Correlación para hipótesis específica 1	30
Tabla 10 Correlación para hipótesis específica 2.....	31
Tabla 11 Correlación para hipótesis específica 3.....	32
Tabla 12 Correlación para hipótesis específica 4.....	33

Resumen

Para este trabajo se tuvo el principal objetivo de definir la incidencia del ambiente de trabajo en la calidad del servicio del área de Atención de la Empresa América Móvil Perú, Cusco 2021. Asimismo, posee un carácter no experimental, transversal y correlacional, para el análisis de la data se empleó la encuesta y el cuestionario como herramienta, este último con escala de Likert y 20 preguntas que fueron validadas por expertos. Adicionalmente, la confiabilidad de dicho instrumento se midió por medio del alfa de Cronbach, y se tuvo como población muestral a 36 empleados como asesores de ventas del área de atención de una empresa de telecomunicaciones divididos en cuatro oficinas en el Cusco.

Del mismo modo, se realizó una prueba de asociación entre las variables de entorno laboral y calidad del servicio, teniendo como resultado que hay un nivel moderado de asociación entre ellas; posteriormente se realizó una prueba de correlación entre las variables de liderazgo y calidad del servicio, obteniendo un resultado que indica un excelente nivel de correlación entre ambas. También, se aplicó la prueba de correlación para las variables de motivación y calidad del servicio, obteniendo un resultado que indica un excelente nivel de correlación entre ellas, de la misma forma se probó la correlación entre las variables reciprocidad y calidad del servicio y se obtuvo un excelente nivel de correlación entre ambas. Por último, se probaron las variables participación y calidad del servicio, teniendo como resultado un buen nivel de correlación entre ambas.

Palabras clave: Clima laboral, calidad de servicio, liderazgo, motivación, reciprocidad, participación.

Abstract

The main objective of this study was to define the impact of the work environment on the quality of service in the customer service area of the company América Móvil Peru, Cusco 2021. Likewise, it has a non-experimental, cross-sectional and correlational character, for the analysis of the data the survey and the questionnaire were used as a tool, the latter with a Likert scale and 20 questions that were validated by experts. Additionally, the reliability of this instrument was measured by Cronbach's alpha, and the sample population was 36 employees as sales advisors in the customer service area of a telecommunications company divided into four offices in Peru, Cusco.

Similarly, an association test was performed between the variables of work environment and service quality, with the result that there is a moderate level of association between them; subsequently, a correlation test was performed between the variables of leadership and service quality, obtaining a result that indicates an excellent level of correlation between them. Also, the correlation test was applied for the variables of motivation and service quality, obtaining a result that indicates an excellent level of correlation between them; in the same way, the correlation between the variables of reciprocity and service quality was tested and an excellent level of correlation between them was obtained. Finally, the variables participation and quality of service were tested, resulting in a good level of correlation between them.

Keywords: Work environment, quality of service, leadership, motivation, reciprocity, participation.

I. INTRODUCCIÓN

En el ámbito internacional, Henao (2019) analiza en cuanto a referirse a los elementos internos más esenciales de una empresa define tener un óptimo clima laboral; todo trabajador siente que, lo más importante, está motivado, está de acuerdo con su empresa u organización, y puede lograr las metas y objetivos establecidos. Uno de estos objetivos es el mejor y optimizado servicio al cliente, lo que ayudará a la empresa a obtener una ventaja en la gestión y lograr ser una empresa que lidere el mercado en todo estrato. Los clientes quieren ser escuchados, comprendidos y reconocidos, y esto solo se puede conseguir a través de la calidad, que es una estrategia empresarial.

Páez (2018) describe que las empresas privadas de telefonía móvil en Colombia y Venezuela han experimentado situaciones negativas en el comportamiento de sus empleados, lo que afecta directamente a los clientes que solicitaron sus servicios; algunos trabajadores en general no atienden bien a la comunidad, lo que genera una impresión general negativa.

Perez et al. (2018) indica que, en Colombia, de acuerdo con el principio de calidad del servicio y equidad en las transacciones comerciales, los servicios de telefonía móvil celular deben ser provistos de manera continua y efectiva de acuerdo con los estándares de calidad y las disposiciones de servicio estándar estipuladas en el contrato de franquicia. Sin embargo, desafortunadamente, para los usuarios de servicios de telefonía móvil, Colombia aún no tiene obligaciones regulatorias con respecto al nivel mínimo de cumplimiento del Índice de Satisfacción del Usuario (NSU) del operador del servicio.

Considerando que los empleados son miembros activos de la empresa y su principal objetivo es buscar orientarlos por el camino que debe tomar, se ha fortalecido el clima organizacional de las empresas privadas de telefonía móvil en los países: enfocándose en la realización de las metas planificadas y proyectos, y la visión es la misma.

En el nivel nacional, se tiene la expectativa que los servicios de telecomunicaciones de Perú mejoren el nivel de calidad del servicio, ya que las

telecomunicaciones son actualmente vitales para la comunicación entre la población, por lo que también abre la puerta a los pequeños distribuidores atendidos por Claro, creando oportunidades de empleo para casi 50.000 personas en todo el país.

El mercado de la telefonía móvil forma parte del sector de las telecomunicaciones, es supervisado por el Estado peruano mediante el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, quien estipula las leyes y reglamentos a cumplir y es responsable de la supervisión de la inversión privada en telecomunicaciones, además de regular y supervisar el desarrollo de la industria, con el objetivo de fomentar la competencia entre operadores (Delgadillo et al., 2021).

Debido a que las organizaciones enfrentan competencia debido a la globalización, lo más importante es preocuparse por las motivaciones de las personas y su nivel de compromiso, porque si estos factores están en un buen nivel, entonces la organización se verá favorecida a través de la realización de los objetivos y la eficiencia, mejorando en todos los aspectos (Meza et al., 2018).

En el ámbito local, actualmente, Claro brinda servicios en el área de las telecomunicaciones en general, así como también consultoría, desarrollo de sistemas de información, servicios de automatización de procesos de datos y diversos proyectos de telecomunicaciones para el sector comercial nacional. Son los clientes preferidos porque su tasa de rotación es muy alta. En lo que respecta al entorno de trabajo, actualmente no existe ninguna medición en el centro de servicios para determinar su estado actual y los puntos fuertes y, sobre todo, los puntos débiles que pueden estar causando problemas. En cuanto a la calidad del servicio, se realiza una evaluación de cómo los clientes perciben el servicio prestado a través del correo; sin embargo, esto no está relacionado con el ambiente de trabajo en área de atención de la empresa Claro.

Ante ello, el problema general planteado en el estudio fue; ¿Hay un grado de asociación significativo entre el ambiente de trabajo y la calidad del servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021?; de igual manera se tienen los siguientes problemas específicos; ¿Hay un grado de asociación significativo entre el liderazgo y la calidad de servicio en el área de

atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021?; ¿Hay un grado de asociación significativo entre la motivación y la calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021?; ¿Hay un grado de asociación significativo entre la reciprocidad y la calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021?; ¿Hay un grado de asociación significativo entre la participación y la calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021?

La investigación se justifica de manera teórica debido a que se analizarán las teorías de clima laboral, tomándose las descripciones y análisis de la identidad organizacional, la responsabilidad laboral, la estructura organizacional y la cooperación.

La investigación se justifica de manera práctica, en base a que tendrá resultados medibles con relación a cómo se correlacionan las variables de estudio, teniendo un ámbito descriptivo e inferencial con sustento en aquella data obtenida por medio de la aplicación del cuestionario.

El trabajo se justifica de manera metodológica, porque se hará uso de una metodología clara y concisa, aplicándose la técnica denominada encuesta en la muestra estudiada con la finalidad de obtener resultados confiables, luego de la evaluación de confiabilidad del instrumento.

Se tuvo como planteamiento general lo siguiente; Determinar la incidencia del ambiente de trabajo en la calidad del servicio del área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021. Teniendo a su vez objetivos específicos tales como; Determinar el grado de asociación entre el liderazgo y la calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021; Definir el grado de asociación entre la motivación y la calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021; Conocer el grado de asociación entre la reciprocidad y la calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021; Analizar el grado de asociación entre la participación y la calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021.

En las hipótesis, se consideraron tanto la hipótesis nula como alterna. Como hipótesis nula; No existe incidencia significativa del ambiente de trabajo en la calidad de servicio del área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021; y como hipótesis alterna; existe incidencia significativa del ambiente de trabajo en la calidad de servicio del área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Con respecto a los antecedentes internacionales, Martillo (2018) en su estudio realizado en Guayaquil, pretendió examinar el efecto de la complacencia laboral en la calidad del servicio prestado por una entidad de conservación de jardines. Se utilizó una pesquisa correlacional de diseño no experimental. Se aplicó la encuesta y el cuestionario, la muestra fue de 42 empleados. En cuanto a los resultados fueron que hay un nivel importante de satisfacción laboral, que da un equivalente efecto en la calidad de servicio, indicando su relación significativa entre ambas variables, siendo también relacionada a la satisfacción al cliente, como dimensión resaltante de la calidad de servicio.

Cabe resaltar de igual manera la investigación de Terán (2020), la cual se realizó pretendiendo conocer la asociación entre calidad de servicio y clima de trabajo en el centro de atención estudiado. Constituyó un trabajo de diseño no experimental correlacional, tipo transversal. Se hizo uso de la encuesta como técnica. El grupo muestral fue de 230 usuarios. Finalmente, se obtuvo que, de los usuarios externos, el 90% demuestra satisfacción con la atención que se le brinda, y el 91% está satisfecho con la infraestructura, concluyendo que tienen una buena percepción de la unidad de salud.

Es importante describir el estudio de Naranjo (2016) en Ecuador cuya finalidad general fue definir la influencia existente entre la calidad de servicio y el clima organizacional de la institución. Fue un trabajo de diseño no experimental correlacional. Se hizo uso de la encuesta y el instrumento correspondiente, el cuestionario. Se empleó un grupo muestral aleatoria de 317 clientes externos. Los resultados indicaron que la institución no da importancia al clima organizacional de sus empleados, como lo demuestra el hecho de que la institución mantiene un nivel de calidad de servicio constante, ya que sólo el 30,5% califica la calidad del servicio prestado como excelente, lo que implica que hay una fuerte asociación entre el clima de la empresa y la variable de calidad del servicio.

Se cita también el estudio de Sotelo & Figueroa (2017) realizado en México, con el fin de conocer la incidencia del clima de trabajo en la calidad de servicio presente en la institución educativa estudiada. Fue una investigación con diseño

correlacional. Se empleó el cuestionario como instrumento. La muestra fue compuesta por 24 administrativos y 28 docentes. Los resultados indicaron una fuerte correlación entre la calidad del servicio y el clima del trabajo, lo que implica que cuanto más positivo sea el clima de trabajo, mayor será la calidad del servicio. Además, se discutió la importancia de medir estas variables en las instituciones, ya que son más asequibles y factibles de medir en mayor consistencia con el clima organizacional.

Por otro lado tenemos a la investigación de Fernández (2020) realizada en México, que pretendió determinar el impacto del clima de trabajo en la calidad de los servicios prestados por la Universidad Nacional del Pilar. El estudio empleó una metodología mixta. La muestra consistió en el 30% del profesorado de cada universidad. Los resultados indican que encuentran una cantidad porcentual alta en la calidad de servicios que se brindan, teniéndose un alto nivel en el grado de compromiso que tienen los colaboradores y la organización en general, sin embargo, se observa también que pueden darse mejoras, teniéndose que el 74% se encuentra complacido con la calidad de servicio de la institución, pero el clima organizacional llega al 31%.

Sobre antecedentes nacionales, se tiene a la tesis de Sarmiento (2020) en Lima - Perú, cuyo objetivo era determinar cómo afecta el clima organizacional a las impresiones de los empleados sobre la calidad del servicio. Este estudio empleó un diseño correlacional. El grupo muestral estaba formado por 310 empleados de la institución. Los resultados señalan que hay una asociación significativa entre la calidad del servicio y el clima en el trabajo, y que cuanto más favorable es el clima organizacional, mayor es la calidad del servicio en la institución del sector público. Esto se relacionó con sus dimensiones de percepción de calidad, factor de cooperación y factor de liderazgo.

Por otro lado se tiene a la investigación de Ruíz (2021) en Lambayeque, tuvo el objetivo de determinar si existe una correlación entre el rendimiento de los funcionarios y el entorno laboral. El estudio empleó un diseño correlacional no experimental. Se hizo uso de la encuesta y el cuestionario como instrumento. La muestra estaba formada por 79 empleados de hospitales. Los resultados indican

que hay una relación importante y directa correspondiente al clima laboral y las dimensiones del desempeño, siendo estas dimensiones las competencias y las metas de los servidores civiles. Se obtuvo un $p=0,097$, siendo mejor $0,05$, por lo cual es una correlación significativa.

Otro estudio a considerar es el de Paredes (2019) en La Merced, con la finalidad de examinar la asociación entre el clima de trabajo y la calidad del servicio en el nosocomio estudiado. El estudio se clasifica como de carácter aplicado y no experimental. Se empleó la encuesta y se utilizó una muestra de 107 individuos. Los resultados describen que se pudo declinar la hipótesis nula y aprobar la hipótesis alterna, teniéndose que la cultura organizacional se asocia con la calidad de servicio, también el diseño organizacional tiene relación, al igual que el potencial humano, siendo estas tres dimensiones correspondientes al clima organizacional.

El estudio de Ramírez (2017) cuyo fin fue establecer una correlación entre el ambiente de trabajo y los modelos de liderazgo entre los miembros de empresas bancarias. La investigación fue de carácter transversal correlacional. El grupo muestral estuvo conformado por 116 empleados de las sucursales de la empresa en Lima, Perú. Los resultados señalan que se presenta una fuerte asociación entre los estilos de liderazgo y las dimensiones que corresponden al clima organizacional, siendo estas dimensiones estilo democrático, autocrático y laissez.

Además destaca el estudio de Salinas et al. (2019) con el objetivo de conocer el grado de asociación entre el entorno de trabajo y las relaciones entre el profesorado universitario. La investigación se considera no experimental y de naturaleza descriptiva. Se empleó la encuesta y se incluyó en la muestra un total de 50 profesores universitarios. Los resultados describen que el 32% de los docentes tuvo un puntaje medio en relaciones interpersonales, además de verificarse su correlación positiva y significativa con las dimensiones de socialización, interacción, relaciones laborales y adaptación, teniendo un puntaje correlacional con el clima laboral.

Como enfoques teóricos se definen la calidad y el servicio. La calidad, como define Haro et al. (2020) señala que este término debe ser entendido por todos los integrantes de la organización actual para lograr la satisfacción del cliente

estableciendo correctamente todos sus requisitos y cumpliendo con estos requisitos en un proceso efectivo, de manera que la organización pueda ser competitiva y razonable en el industria.

Causado-Rodríguez et al. (2019) definen el servicio como una actividad, usualmente intangible, que se lleva a cabo por medio de la interacción entre clientes y colaboradores y/o instalaciones para satisfacer los deseos o necesidades de los usuarios.

El servicio al cliente es el proceso de establecer y gestionar una relación mutuamente beneficiosa entre los clientes y las empresas. Para lograrlo, incorpora la interacción de persona a persona y la retroalimentación a lo largo del proceso de servicio. El objetivo fundamental es mejorar la experiencia del cliente con los servicios de la organización.

En las teorías del tema, tenemos a la teoría de jerarquía de necesidades de Abraham Maslow, donde Castro-Molina (2018) describe que la teoría asume que las motivaciones de los individuos dependen de en qué nivel se sienten satisfechos con estas cinco necesidades: fisiología, seguridad, emoción, respeto y autorrealización. Estos puntos correspondientes a las necesidades tienen un orden de satisfacción en escala jerárquica, pues mientras no se satisfaga la primera o básica necesidad, tiene el poder exclusivo de inspirar comportamientos; sin embargo, cuando se cumple, pierde motivación. De esta manera, solo cuando se satisfagan aquellas necesidades de grado superior, estas necesidades se convertirán en factores motivadores. Maslow planteó la hipótesis de que, para lograr la motivación de los empleados, la organización debe proporcionar el entorno necesario para satisfacer estos puntos a través de su labor. La jerarquía correspondiente a las necesidades lleva consigo cuatro tipos de necesidades que son básicas y una que corresponde al crecimiento que tienen un orden en que el deben satisfacerse.

Como necesidades básicas, tenemos en primer lugar a las fisiológicas, la cuales se derivan del propio cuerpo del ser humano y son esenciales a fin que logre la supervivencia, como lo es la necesidad de alimentarse, refugio y ropa, que pueden satisfacerse mediante salarios y beneficios. Las necesidades de seguridad

significan no tener que sentirse amenazado por las condiciones ambientales; incluida la estabilidad laboral, un entorno de trabajo amigable, salud, pensión de vida, higiene, seguro, entre otros.

Las necesidades de pertenencia, que corresponde a la necesidad de mantener relaciones emocionales con otras personas. Se cumplen estableciendo un entorno que promueva la cooperación e interacción entre los grupos, como el desarrollo de los equipos de trabajo en su entorno, la cultura, los deportes y el entretenimiento.

Las necesidades de reconocimiento significan sentir un respeto por las demás personas y a la vez de forma personal, corresponde a la necesidad de reconocer el trabajo y la labor. Son obtenidas a través del sistema de que a la vez brindan reconocimiento, dignidad y orgullo a quienes sí trabajan.

Dentro de la necesidad de crecimiento, se encuentra la necesidad de autorrealización, una vez que se satisfagan todas las necesidades básicas, aparecerá. Significa que todo el mundo quiere realizarse desarrollando su potencial. Este tipo de necesidad cuenta con permanencia en la persona y no puede satisfacerse de forma completa, debido a que a medida que aumenta la satisfacción de las personas, más necesitan seguir realizándose.

Además, tenemos la teoría de las necesidades de McClelland, que, de acuerdo con Del Pilar (2017), se divide en 3 categorías: logro, poder y afiliación.

En la necesidad de logro sostiene que es el deseo de hacer las cosas mejor, querer tener éxito y sentirse capaz, definirlo como éxito en la competencia con estándares de excelencia, es decir, la tendencia a buscar el éxito en tareas que involucran evaluación de desempeño, y personas con alta motivación de logro quieren tener éxito en tareas desafiantes. , muestran que la activación de la motivación por el logro prepara a las personas para realizar ciertos comportamientos, realizar tareas moderadamente desafiantes, persistir en estas tareas, perseguir el éxito y realizar actividades comerciales innovadoras e independientes. La motivación por el logro es la fuerza motriz para alcanzar los objetivos, el éxito y la excelencia.

La motivación de poder es controlar el impulso de los demás, influir en el temperamento o preferencia de los demás, controlar la situación o los gustos e intereses de las personas. Estas personas necesitan cambiar la situación y destacar a través de los siguientes comportamientos: controlar, dominar, influir o sancionar a otros para lograr la meta propuesta con el fin de Una vez que obtienen el poder, si están orientados a lograr las metas de la organización, pueden usarlo de manera constructiva y convertirse en buenos gerentes o destructivos, si solo se basan en lograr sus metas personales, en este caso es un mal gerente.

Respecto a la necesidad de afiliación, es cuando prefiere o tiende repetidamente a tener interacciones afectivas, íntimas y comunicativas con los demás, y desea establecer buenas relaciones con los demás.

Además, se cuenta con la teoría de la calidad de servicio, que fue postulada por Jan Carlzon y Karl Albrecht, donde Alvarez & Ordoñez (2017) indican esta teoría se basa en el modelo de triángulo interno y externo contribuye al servicio. Estos evidencian los componentes estratégicos de la gestión de servicios y sus interrelaciones.

La teoría de los momentos críticos se refiere a cada punto en el que el cliente interactúa con aquello que presta el servicio. Demuestra que cada uno de estos momentos constituye una posibilidad para mejorar o disminuir la percepción del cliente sobre el servicio prestado. Con la aparición de los momentos críticos, se han desarrollado procedimientos de gestión de la calidad.

Este sistema se refiere al periodo de tiempo durante el cual los empleados y clientes de la organización tienen aproximadamente 15 segundos para realizar servicios. La empresa cree que sus empleados crearán una impresión favorable en los clientes, y la empresa en su conjunto está asumiendo un riesgo al confiar en la capacidad de sus empleados para tratar con los clientes.

No importa el tamaño o la importancia de la empresa, todo depende de cómo se comporten los empleados frente a los clientes, ya sea gratis, atractivo o viceversa.

Otro punto señalado por el creador es la pirámide invertida, que se sustenta en invertir el tradicional organigrama, con el encargado en la cúspide y los demás integrantes en la base, para que el principal actúe a modo de figura de apoyo para otros integrantes de la entidad. El cliente está en la cima del organigrama, haciendo las veces de la jerarquía del cliente. Dado que todos los integrantes deben sentirse valorados dentro de la organización, la motivación es un componente crítico para lograr la calidad a través de las personas.

Las variables del trabajo son el ambiente de trabajo y calidad de servicio. Respecto al ambiente en el trabajo, Duran Seguel et al. (2019) sostienen que el clima en el trabajo es un concepto extremadamente complejo porque se verá afectado por varios factores en el proceso. Consiste en las características que rodean a la organización, que pueden ser determinadas por el lugar de trabajo, los salarios, las relaciones interpersonales entre los trabajadores y la estructura de la empresa.

Según Iglesias & Torres (2018), las características de una organización que fomentan un clima laboral positivo son las que se relacionan con el trabajador y su entorno. Esto implica proporcionar un entorno agradable en el que los integrantes sean capaces de hacer sus actividades e influir en su rendimiento. Un entorno limpio es agradable, y un entorno sin una ventilación adecuada puede hacer que los empleados estén insatisfechos con sus condiciones de trabajo.

El apoyo constante de los trabajadores, que requiere el establecimiento de amistades entre todos los miembros de la organización. Puede haber conflictos entre compañeros que pongan en peligro su relación laboral, y es fundamental resolverlos adecuadamente para evitar que el conflicto afecte a otros.

Hay que recompensar el rendimiento de los empleados y reconocer su trabajo y esfuerzo para aumentar su compromiso con la empresa, pero cuando los empleados están insatisfechos, se sentirán incómodos, lo cual es la principal causa de la rotación de personal.

El jefe encargado de orientar a los empleados debe ser independiente, saber escuchar las opiniones de los demás y aceptar toda crítica u opinión que le genere algún tipo de tensión.

La unidad debería ser uno de los valores más definitorios de una organización; es una forma de generar energía positiva, ya que muchos empleados ayudarán desinteresadamente a los compañeros que lo necesiten.

Todos los empleados están ansiosos por que su trabajo sea más reconocido y buscan oportunidades de crecimiento. Sin embargo, algunas empresas no le dan importancia ni brindan trayectorias profesionales. Los trabajadores se sienten subestimados y eventualmente encontrarán mejores opciones laborales, perjudicando los intereses de la empresa.

Dentro de los tipos de clima laboral, Cunín (2021) manifiesta que son de tipo autoritario y tipo participativo, subdividiéndose a la vez en dos. El clima autoritario y explotador es uno en el que la comunicación entre el jefe y los subordinados no es fluida; al contrario, la mayoría de las decisiones se toman solo por el jefe sin tomar en cuenta otras opiniones. Como consecuencia de los frecuentes abusos, los trabajadores se ven obligados a trabajar en un entorno hostil y con miedo.

El estilo autoritario paternalista, en el que la alta dirección confía plenamente en la actuación de sus empleados; así, aunque la alta dirección toma la decisión final, se respetan las ideas de algunos empleados.

El clima participativo es aquel en el que la alta dirección toma la mayoría de las decisiones pero permite a los empleados tomar algunas. Como resultado, los directivos confían en sus empleados.

El clima participativo y de grupo es aquel en el que una organización integrada toma decisiones a todos los niveles. Los empresarios tienen plena confianza en sus empleados, lo que fomenta una relación amistosa y de confianza entre superiores y subordinados.

La otra variable de la investigación es la calidad de servicio, donde (Rodríguez & Castellanos (2017) definen que la calidad del servicio es para

asegurar la atención. Al hacerlo, nos convertimos en una organización eficaz porque planteamos preguntas insustituibles y cláusulas de asistencia. Debes ser coherente con toda la organización porque ellos también son partícipes de esta área, y las Organizaciones tienen un papel básico importante en la mejora de resultados que requiere la capacidad de todos los socios. Las peculiaridades de medición de la calidad del producto y servicio son más fáciles de visualizar, porque se conceptualiza como tangible.

El principal problema con esta necesidad es que cuando la formación de la percepción de la persona es en gran parte determinado depende de cómo lo perciban como bueno o malo, porque determina en gran medida cómo se maneja desde cero, es decir, desde el momento en que percibe el olfato, la visión, etc. Para ello, también debes ser muy claro y determinar cuál es nuestro público objetivo.

Las características del servicio al cliente son, como indica Vega-Sampayo et al. (2020), la intangibilidad, la inseparabilidad, la caducidad y la variabilidad. La intangibilidad se define como decir que el servicio no se puede apreciar a través de los sentidos antes de que se obtenga el servicio, por lo que se dice que el resultado del servicio no se puede medir ni pasar la evaluación de su nivel de calidad antes de su venta.

La inseparabilidad es mantener una presencia directamente relacionada con el consumidor y el encargado de brindar el servicio, porque el servicio muchas veces se produce y se consume en el mismo lugar, y la misma persona que tiende a participar activamente en el proceso de producción obtendrá el nombre del cliente.

La caducidad indica que ningún tipo de servicio puede mantener el inventario, por lo que algunas organizaciones pueden encontrar dificultades para planificar el nivel de suministro en el que pueden comprender el aumento de la demanda relacionado con su mercado objetivo.

La variabilidad define que el resultado de un servicio suele depender de quién lo brinda, quién lo recibe, cuándo y dónde; es decir, en el procedimiento de

producción del servicio, tanto el proveedor como el usuario son influencers, por lo que no se puede estandarizar.

Segredo (2013) afirma que dentro de la variable de clima laboral, tenemos las dimensiones de: liderazgo, motivación, reciprocidad, participación.

El liderazgo se entiende como la influencia que tienen las personas para con otras en acción de lograr los resultados de la organización. La motivación corresponde a las actitudes que tienen los trabajadores cuando reciben ciertos estímulos que consideran beneficiosos. La reciprocidad es la mutualidad entre la organización y el trabajador. La participación refiere al logro de los objetivos organizacionales con ayuda proactiva de los trabajadores.

Como términos básicos de la investigación, se tiene al clima laboral, Ureta & Lucas (2019) afirman que además de la innovación y el cambio, también es uno de los determinantes y promotores del proceso de organización y gestión. Desde la perspectiva de la acción reflexiva, el análisis del entorno y la organización viva del proceso, es decir, la organización del aprendizaje, el clima laboral tiene una dimensión muy relevante por su influencia directa en el proceso y los resultados, que incide directamente en el proceso. calidad del propio sistema.

Otro término de la investigación es la calidad de servicio, la cual es definida como un conjunto de características siempre intangibles pero perceptibles, que deben contener los elementos necesarios para brindar comodidad o satisfacción a los clientes que prueban o experimentan el proceso de entrega de valor. En general, la calidad del servicio debe caracterizarse por procesos estandarizados y enfocados a generar la máxima satisfacción del cliente, lo que significa cero errores y una cultura interna de la empresa enfocada a brindar la máxima calidad. La estandarización de los procedimientos o actividades de transferencia de valor hace tangible la cualidad de los servicios a los compradores y otros aspectos intangibles (Arellano, 2017).

III.METODOLOGÍA

3.1. Tipo de estudio y diseño de investigación

El estudio es de carácter aplicado, dado que como indica Esteban (2018) que se dice que es donde el problema ya está establecido y reconocido por el investigador, el cual trata de dar respuestas en concreto. También lo define Ñaupas et al. (2014), quien indica que en este tipo se da énfasis en una solución práctica a problemas de la realidad en base a teorías generales.

Del mismo modo, es de naturaleza no experimental, transversal y correlacional. Díaz (2009) define el diseño no experimental como el que se hace al no maniobrar intencionadamente las variables, en otras palabras, consiste en una encuesta en la que las variables independientes no se modifican intencionadamente. Se dice que es de carácter transversal, ya que sólo se realiza una ronda de recolección de datos a la vez. Es correlacional como resultado del análisis realizado entre las variables de ambiente de trabajo y la calidad del servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021.

El esquema es el siguiente:



Donde:

M = Es la muestra del centro de atención de la empresa América Móvil Perú

O_x = Son las observaciones del clima laboral

O_y = Son los resultados de la atención al cliente

r = Coeficiente correlacional de las variables

3.2. Operacionalización de variables

Variabes:

Variable Independiente: Ambiente de trabajo

Definición Conceptual:

Duran et al. (2019) indica que este concepto está compuesto por las características que rodean a la organización, que están determinadas por el lugar de trabajo, los salarios, los lazos entre los integrantes y la estructura organizativa.

Definición Operacional:

Segredo (2013) define como dimensiones del clima laboral: liderazgo, motivación, reciprocidad, participación.

Variable Dependiente: Calidad de servicio

Definición Conceptual:

Arellano (2017) define este concepto como un conglomerado de peculiaridades siempre intangibles pero perceptibles, que deben contener los elementos necesarios para brindar comodidad o satisfacción a los clientes que prueban o experimentan el proceso de entrega de valor.

Definición Operacional:

Las dimensiones de calidad de servicio son definidas con base en Hoffman y Bateson (2011), quienes indican que sus dimensiones son: tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta y empatía.

Tabla 1 **Operacionalización de la variable clima laboral**

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA E ÍNDICES	NIVELES O RANGOS
Liderazgo	Normativa	1 al 5	Escala: Ordinal Nivel: Politómica Escala de Likert de 5 posiciones (desde 1="nunca", hasta 5= "siempre")	Muy alto = 81-100 Alto = 61-80 Medio = 41-60 Bajo = 21-40 Muy bajo = 1-20
	Adaptación			
Motivación	Compromiso	6 al 10		
	Incentivos			
Reciprocidad	Apoyo mutuo	11 al 15		
	Disciplina			
Participación	Identificación	16 al 20		
	Inducción			

Elaboración propia.

Tabla 2 Operacionalización de la variable calidad de servicio

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA E ÍNDICES	NIVELES O RANGOS
Tangibilidad	Infraestructura Equipos	1 al 5	Escala: Ordinal Nivel: Politémica Escala de Likert de 5 posiciones (desde 1="nunca", hasta 5= "siempre")	Muy alto = 81-100 Alto = 61-80 Medio = 41-60 Bajo = 21-40 Muy bajo = 1-20
Capacidad de respuesta	Trato a clientes Solución	6 al 10		
Confiabilidad	Conocimientos Confianza	11 al 15		
Empatía	Comunicación Preocupación	16 al 20		

Elaboración propia.

3.3. Población/Muestra

La población estuvo determinada por los 46 colaboradores de las oficinas del servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021.

Tabla 3 Población de las oficinas del centro de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021

OFICINAS	Asesor	Supervisor	Jefe
Oficina 1	13	2	1
Oficina 2	13	2	1
Oficina 3	5	1	1
Oficina 4	5	1	1
Total	36	6	4

Elaboración propia.

La muestra estuvo determinada por muestreo no probabilístico intencional por conveniencia, que como indica Scharager y Reyes (2001), en este tipo de muestreo el investigador establece una muestra representativa de acuerdo ciertos criterios.

La muestra es de 36 colaboradores, siendo considerados los asesores de ventas de las oficinas de centros de atención de la empresa América Móvil Perú en Cusco al año 2021.

Criterios de inclusión:

- Colaboradores que laboren actualmente en las oficinas del centro de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021.
- Tener contrato por horario completo, en los diferentes turnos.

Criterios de exclusión:

- No laborar a tiempo completo en las oficinas de los centros de atención.

3.4. Técnicas de recolección de información

Se hizo uso de la encuesta, que, como explican Casas et al. (2016), es un método para recoger información de una muestra con el objetivo de generalizar los resultados a una población mayor.

Se utilizará como instrumento al cuestionario, el cual Hechavarrí (2012) define como un aparejo de recopilación de data que consta de una cadena de preguntas o declaraciones continuas y organizadas. En la presente investigación se aplicaron 2 cuestionarios con 20 ítems cada uno.

3.5. Procedimientos

El trabajo se inició con la autorización de la empresa de Telecomunicaciones, la cual solicitó autorización y adjuntó el proyecto de investigación a realizar con el fin de obtener la aprobación de la entidad y aplicar las herramientas correspondientes a los colaboradores de la entidad. A continuación, se utilizó el software SPSS versión 26 para realizar análisis estadísticos descriptivos e inferenciales con el motivo de recopilar la data requerida para la investigación. Para obtener información crítica, se realizaron las correspondientes explicaciones, discusiones, conclusiones y recomendaciones finales.

3.6. Métodos de análisis de datos

Para la encuesta se utilizó la prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov, siendo evaluado los resultados del cuestionario, y además la prueba estadística de

correlación y los datos descriptivos de la encuesta se expresaron en tablas y gráficos. El cálculo estadístico de la correlación se realiza utilizando las estadísticas de correlación de Pearson, teniendo en cuenta si es una correlación positiva o una correlación negativa.

Tabla 4 Valor y significado del estadístico de correlación de Pearson

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación negativa nula
1,1 a 0,19	Correlación positiva muy baja
1,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

3.7. Aspectos éticos

El trabajo consideró principalmente la autenticidad de la información proporcionada, y citó apropiadamente a los autores y teorías para establecer esta investigación. Asimismo, se realizaron los procedimientos de confiabilidad y validez del instrumento. Además, el anonimato también se tuvo en cuenta en el proceso de recojo de la data.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

Tabla 5 Distribución de colaboradores por nivel de la variable clima laboral

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	13	36,1
Medio	9	25
Alto	14	38,9
Total	36	100

Interpretación:

En la variable de clima laboral, se tiene que el 36,1% denota que hay un nivel bajo, el 25% indica que hay un nivel medio, y el 38,9% indica que hay un nivel alto.

Tabla 6 Distribución de colaboradores por nivel de la variable calidad de servicio

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	13	36,1
Medio	10	27,8
Alto	13	36,1
Total	36	100

Interpretación:

En la variable de calidad de servicio, se tiene que el 36,1% denota que hay un nivel bajo, el 27,8% indica que hay un nivel medio, y el 36,1% indica que hay un nivel alto.

4.2. Contrastación de hipótesis

Tabla 7 Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Clima laboral	,255	36	,000	,768	36	,000
Calidad de servicio	,238	36	,000	,778	36	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación:

Dado el pequeño grupo muestral (menos de 50), se hará uso del test de Shapiro-Wilk, con la siguiente hipótesis de normalidad:

- Hipótesis Nula (Ho): La data presenta una normal distribución (estadística paramétrica).
- Hipótesis alterna (Ha): La data NO presenta una normal distribución (estadística no paramétrica).

Como el nivel de significación era inferior a 0,05, se declinó la hipótesis nula, lo que indica que la data no sigue una distribución normal y que deberíamos haber utilizado la correlación de Spearman.

Objetivo general: Determinar la incidencia del ambiente de trabajo en la calidad del servicio del área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021

Tabla 8 Correlación para hipótesis general

Correlaciones			Clima laboral	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Clima laboral	Coeficiente de correlación	1,000	,982**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	36	36
	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	,982**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	36	36
** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).				

Interpretación:

La correlación Rho de Spearman positiva, que es fuerte ($R = 0,982$) y significativa (Sig = 0,000 0,05); como resultado, se declinó la hipótesis nula (H_0) y se aprobó la hipótesis alternativa (H_a). Hay una asociación entre el ambiente de trabajo y la calidad del servicio del área de atención de una empresa de telecomunicaciones, Cusco 2021. Esto indica que la incidencia encontrada fue directa y significativa, y se puede afirmar que, a mejor ambiente de trabajo, mayor calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021.

O. E. 1: Determinar el grado de asociación entre el liderazgo y la calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021

Tabla 9 Correlación para hipótesis específica 1

Correlaciones			Liderazgo	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Liderazgo	Coeficiente de correlación	1,000	,949**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	36	36
	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	,949**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	36	36

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

Interpretación:

La correlación Rho de Spearman positiva, que es fuerte ($R = 0,949$) y significativa ($Sig = 0,000$ $0,05$); como resultado, se declinó la hipótesis nula (H_0) y se aprobó la hipótesis alternativa (H_a). Hay una asociación entre el liderazgo y la calidad de servicio en el área de atención de una empresa de telecomunicaciones, Cusco 2021. Esto indica que la incidencia encontrada fue directa y significativa, y se puede afirmar que, a mejor liderazgo, mayor calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021.

O. E. 2: Definir el grado de asociación entre la motivación y la calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021

Tabla 10 Correlación para hipótesis específica 2

Correlaciones			Motivación	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Motivación	Coefficiente de correlación	1,000	,948**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	36	36
	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,948**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	36	36
** La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).				

Interpretación:

La correlación Rho de Spearman positiva, que es fuerte ($R = 0,982$) y significativa ($Sig = 0,000$ $0,05$); como resultado, se declinó la hipótesis nula (H_0) y se aprobó la hipótesis alternativa (H_a). Hay una asociación entre la motivación y la calidad del servicio en el área de atención de una empresa de telecomunicaciones, Cusco 2021. Esto indica que la incidencia encontrada fue directa y significativa, y se puede afirmar que, a mejor motivación, mayor calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021.

O. E. 3: Conocer el grado de asociación entre la reciprocidad y la calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021

Tabla 11 Correlación para hipótesis específica 3

Correlaciones			Reciprocidad	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Reciprocidad	Coeficiente de correlación	1,000	,982**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	36	36
	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	,982**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	36	36

** La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

Interpretación:

La correlación Rho de Spearman positiva, que es fuerte ($R = 0,982$) y significativa ($Sig = 0,000 < 0,05$); como resultado, se declinó la hipótesis nula (H_0) y se aprobó la hipótesis alternativa (H_a). Hay una asociación entre la reciprocidad y la calidad del servicio en el área de atención de una empresa de telecomunicaciones, Cusco 2021. Esto indica que la incidencia fue directa y significativa, por lo que se puede afirmar que, a mejor reciprocidad, mayor calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021.

O.E. 4: Analizar el grado de asociación entre la participación y la calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021

Tabla 12 Correlación para hipótesis específica 4

Correlaciones			Participación n	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Participación	Coeficiente de correlación	1,000	,964**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	36	36
	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	,964**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	36	36
** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).				

Interpretación:

La correlación Rho de Spearman positiva, que es fuerte ($R = 0,982$) y significativa ($Sig = 0,000$ $0,05$); como resultado, se declinó la hipótesis nula (H_0) y se aprobó la hipótesis alternativa (H_a). Hay una asociación entre la participación y la calidad del servicio en el área de atención de una empresa de telecomunicaciones, Cusco 2021. Esto indica que la incidencia encontrada fue directa y significativa, y se puede afirmar que, a mejor participación, mayor calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021.

V. DISCUSIÓN

Se pretendió definir la incidencia del ambiente de trabajo en la calidad del servicio del área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021. Se descubrió que el 36,1% de las variables indican un nivel bajo, el 25% indican un nivel medio y el 38,9% indican un nivel alto.

Terán (2020) se suma a ello al examinar la relación entre la calidad del servicio y el ambiente de trabajo en el centro asistencial objeto de estudio. Con un total de 230 usuarios que fueron incluidos en la muestra, se obtuvo que el 90% de los usuarios externos están satisfechos con la atención prestada y el 91% con la infraestructura, lo que indica que tienen una impresión favorable de la unidad sanitaria.

En cuanto a la calidad del servicio, el 36,1% indica un nivel bajo, el 27,8% indica un nivel medio y el 36,1% indica un nivel alto. Esto contrasta con lo indicado por Martillo (2018) en su estudio, que pretendía determinar cómo la satisfacción de los empleados con su entorno de trabajo repercute en la calidad del servicio ofrecido por la entidad de mantenimiento de jardines. En donde, se incluyeron en la muestra 42 empleados. Los resultados precisan que hay un nivel significativo de complacencia en el trabajo, que posee una incidencia equivalente en la calidad del servicio, indicando una asociación significativa entre ambas variables, además de estar relacionada con la complacencia del cliente, una dimensión crítica de la calidad del servicio.

VI. CONCLUSIONES

1. En cuanto al objetivo general la correlación Rho de Spearman fue positiva, con una correlación fuerte ($R = 0,982$) y una correlación significativa ($Sig = 0,000 < 0,05$); por lo que se pudo declinar la hipótesis nula (H_0) y aprobar la hipótesis alternativa (H_a). Hay una asociación entre el ambiente de trabajo y la calidad del servicio del área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021.
2. En cuanto al objetivo específico 1 la correlación Rho de Spearman fue positiva, con una correlación fuerte ($R = 0,949$) y una correlación significativa ($Sig = 0,000 < 0,05$); por lo que se pudo declinar la hipótesis nula (H_0) y aprobar la hipótesis alternativa (H_a). Hay una asociación entre el liderazgo y la calidad del servicio del área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021.
3. En cuanto al objetivo específico 2 la correlación Rho de Spearman fue positiva, fuerte ($R = 0,982$) y significativa ($Sig = 0,000 < 0,05$); por lo que se pudo declinar la hipótesis nula (H_0) y aprobar la hipótesis alternativa (H_a). Hay una correlación entre la motivación y la calidad del servicio del área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021.
4. En cuanto al objetivo específico 3 la correlación Rho de Spearman fue positiva, fuerte ($R = 0,982$) y significativa ($Sig = 0,000 < 0,05$); por lo que se pudo declinar la hipótesis nula (H_0) y aprobar la hipótesis alternativa (H_a). Hay una correlación entre la reciprocidad y la calidad del servicio del área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021.
5. En cuanto al objetivo específico 4 la correlación Rho de Spearman fue positiva, con una correlación fuerte ($R = 0,982$) y una correlación significativa ($Sig = 0,000 < 0,05$); por lo que se pudo declinar la hipótesis nula (H_0) y aprobar la hipótesis alternativa (H_a). Hay una asociación entre la participación y la calidad del servicio del área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021.

VII. RECOMENDACIONES

1. Identificando las expectativas de los empleados, mejorando el ambiente de trabajo, escuchando sus necesidades e intereses, conociendo su percepción de la empresa, escuchando y conociendo sus opiniones sobre el trabajo, haciéndoles partícipes del desarrollo de las acciones de la empresa, y propiciando una buena comunicación a través de la interacción con los empleados.
2. Realizar capacitaciones mediante un programa con el objetivo de identificar potenciales líderes para desarrollar su talento y habilidades para con la empresa como gestión de equipos de trabajo.
3. Motivar a los empleados para que sean partícipes de las actividades de la empresa mediante la participación en talleres, formación y toma de decisiones en la oficina; hacer que los empleados tengan un sentido de pertenencia a la empresa recompensándolos con premios y bonificaciones. El objetivo es que los colaboradores mejoren su rendimiento y cumplan los metas establecidos con eficacia y eficiencia.
4. Hacer de la reciprocidad un modo de vivir dentro la empresa para que los clientes salgan satisfechos con la atención brindada, la reciprocidad debe ser una herramienta que debe ser usada en todo momento y no solo cuando se desea lograr un objetivo.
5. Incentivar a los colaboradores a conectarse y participar con la misión de la empresa para solucionar posibles problemas en la atención al cliente, demostrando un pleno conocimiento de la cultura de la empresa y de esa manera cumplir las metas de la organización.

REFERENCIAS

- Alvarez Parra, A., & Ordoñez Marin, Y. (2017). *Evaluación de la calidad del servicio de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD CCAV Pitalito Zona Sur desde la percepción de los estudiantes y egresados*. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/12222>
- Arellano, H. (2017). *La calidad de servicio como ventaja competitiva*. <http://148.202.167.116:8080/jspui/handle/123456789/3194>
- Casas, J., Repullo, L., & Campos, D. (2016). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Atención Primaria*, 1, 527–538. <http://www.unidadocentemfyclaspalmas.org.es/resources/9+Aten+Primaria+2003.+La+Encuesta+l.+Cuestionario+y+Estadistica.pdf>
- Castro-Molina, F.-J. (2018). Abraham Maslow, las necesidades humanas y su relación con los cuidadores profesionales. *Cultura de Los Cuidados Revista de Enfermería y Humanidades*, 52. <https://doi.org/10.14198/cuid.2018.52.09>
- Causado-Rodriguez, E., Charris, A., & Guerrero, E. (2019). Mejora Continua del Servicio al Cliente Mediante ServQual y Red de Petri en un Restaurante de Santa Marta, Colombia. *Información Tecnológica*, 30(2), 73–84. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-07642019000200073&script=sci_arttext&tlng=n
- Cunín Chimborazo, R. N. (2021). Modelo para Evaluar los Factores que Inciden en el Clima Laboral del GAD Provincial de Chimborazo. In *Revista Científica Ciencia y Tecnología* (Issue Vol. 21 Núm. 29 (2021)). <https://doi.org/10.47189/rcct.v21i29.417>
- Del Pilar, C. (2017). *Teoría de las Necesidades*. 3. http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/103334/secme-39759_1.pdf?sequence=1
- Delgadillo, J., Hayme, L., Leon, J., Denisse, G., Vilcatoma, N., Karen, L., Ignacio, M., & Espinoza, C. (2021). *Diagnóstico de las actividades claves de la logística*

inversa de usuario final a la empresa comercializadora desde la perspectiva de la sostenibilidad en el sector de telecomunicaciones . Caso : América Móvil.
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/18681>

Díaz Narváez, V. (2009). *Metodología de la investigación científica y bioestadística*.
https://books.google.com.pe/books?id=ZPVtPpdFdGMC&pg=PA121&dq=investigaci3n+no+experimental&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjuiMS_sZbzAhU9LLkGHa2QDwAQ6AF6BAgCEAI#v=onepage&q&f=false

Duran Seguel, I. M., Gallegos, M. E., & Cabezas, D. E. (2019). Estilos de liderazgo y su influencia en el clima laboral: caso de estudio de una empresa exportadora de alimentos. *Revista Espacios*, 40, 3.
<http://www.revistaespacios.com/a19v40n40/19404003.html>

Esteban Nieto, N. T. (2018). *Tipos de Investigación*.
<http://resultados.usdg.edu.pe/bitstream/USDG/34/1/Tipos-de-Investigacion.pdf>

Fernández Cristaldo, A. (2020). Clima organizacional y calidad de servicio ofrecido por la Universidad Nacional de Pilar. In *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar* (Issue 2). https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.166

Haro, M., Condo, J., & Cachiguango, V. (2020). Gestión de la calidad en empresas de servicios: evaluación de la empresa inmobiliaria crea en la Provincia de Pastaza. *Revista Investigación Operacional*, 425. <https://rev-inv-ope.pantheonsorbonne.fr/sites/default/files/inline-files/41320-11.pdf>

Hechavarrí Toledo, S. (2012). *Diferencias entre Cuestionario y Encuesta*. 1–4.
[file:///C:/Users/Noemi/Downloads/UVS_Fajardo_-_Diferencias_entre_Cuestionario_y_Encuesta._-2015-11-06\(1\).pdf](file:///C:/Users/Noemi/Downloads/UVS_Fajardo_-_Diferencias_entre_Cuestionario_y_Encuesta._-2015-11-06(1).pdf)

Henao, L. . (2019). Calidad de servicio y valor percibido como antecedentes de la satisfacción de los clientes de las empresas de telecomunicaciones en Colombia. *Contaduría y Administración*, 65(3), 186.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7504746>

Hoffman, K., & Bateson, J. (2011). *Services Marketing: Concepts, Strategies, and*

Cases. South-Western Cengage Learning.

Iglesias, A., & Torres, J. (2018). Un acercamiento al Clima Organizacional. *Revista Cubana de Enfermería*, 34(1), 197–209.
<http://www.revenfermeria.sld.cu/index.php/enf/article/view/1257/336>

Martillo, J. (2018). *Análisis de la satisfacción laboral y la calidad de servicio de una empresa del sector de mantenimiento de jardines en la ciudad de Guayaquil: Caso Compañía CIAMAN S.A.*
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9870/1/T-UCSG-POS-MAE-162.pdf>

Meza, B., Roxana, F., Vilchez, R., & Alejandro Arequipa -Perú, W. (2018). *Aplicación Del Proceso De Mejora Continua Para Empresa América Móvil-Claro (Cac Cerro Colorado), Arequipa 2015.*
<https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/8210/8H.1736.MG.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Naranjo Reino, M. teresa. (2016). *El Clima Organizacional Y Su Influencia En La Calidad De Servicio Del Area De Terapia Fisica Y Rehabilitacion Del Centro Medico Nuestra Señora De La Elevación.* 130.
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/24901>

Ñaupas Paitán, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramírez, E., & Villagómez Paucar, A. (2014). *Metodología de la información cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis.*
<https://books.google.com.pe/books?id=VzOjDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=investigación+de+tipo+básica+y+aplicada&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwis-ZTWrpbzAhW0G7kGHVCsD7wQ6AF6BAgLEAI#v=twopage&q&f=false>

Páez Muñoz, R. E. (2018). Las telecomunicaciones en Colombia: ¿ventaja o desventaja para la seguridad nacional? *Agencia de Noticias UN.* (15 de Mayo de 2013). *El Telégrafo Modificó La Sociedad Colombiana Del Siglo XIX.* Recuperado de: <https://Agenciadenoticias.Unal.Edu.Co/Detalle/Article/El-Telegrafo-Modifico-La-Sociedad-Colombiana-Del-Siglo-Xix.Html>.
<https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/20609>

- Paredes Soldevilla, P. E. (2019). *Clima organizacional y calidad de servicio en el Hospital Regional Docente de Medicina Tropical "Dr. Julio César Demarini Caro"*, 2018 - La Merced. http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/5881/T010_20031499_M_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Perez Duarte, E., Villarreal Polo, A., & Reyes, G. (2018). Modelo para determinar desempeño financiero de empresas proveedoras de servicios de Internet: El caso Colombia. *Revista Espacios*, 39(42), 32–46. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29060499016/29060499016.pdf>
- Ramírez Ortiz, Y. (2017). *Estilos De Liderazgo Y Clima Organizacional En Colaboradores De Una Empresa Bancaria Del Estado Con Agencias En Lima*. 1–94. <https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1505/YVRAMÍREZO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodríguez García, G., & Castellanos Rodríguez, R. (2017). Evaluación de la calidad de la atención de Enfermería en el Servicio de Neonatología. *Revista Cubana de Enfermería*, 33(4).
- Ruíz, N. (2021). Clima laboral y su relación con el desempeño de los servidores civiles del hospital Luis Heysen Inchaustegi-EsSalud, Lambayeque-Perú, 2019. In *Universidad del Pacífico*. https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2912/RuizNils_Tesis_maestria_2021.pdf?sequence=1
- Salinas Díaz, A. Y., Sobrados Saldaña, R. M., & J. (2019). *Relaciones interpersonales y clima laboral en los docentes de la Universidad Católica de Trujillo-2017*. http://repositorio.uct.edu.pe/bitstream/123456789/609/1/017100028G_017100030A_M_2019.pdf
- Sarmiento, S. (2020). *Clima organizacional y la percepción de la calidad de servicio del cliente interno en una institución pública, Lima-Perú*. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/15400/Sarmi>

ento_ps.pdf?sequence=3&isAllowed=y

- Scharager, J., & Reyes, P. (2001). Muestreo no probabilístico. *Pontificia Universidad Católica de Chile, Escuela de Psicología*, 1, 1–3.
<https://www.academia.edu/download/31715755/muestreo.pdf>
- Segredo Pérez, A. (2013). Propuesta de instrumento para el estudio del clima organizacional. *Correo Científico Médico de Holguín*, 17(3), 1–19.
<https://www.medigraphic.com/pdfs/correo/ccm-2013/ccm133n.pdf>
- Sotelo Asef, J. G., & Figueroa González, E. G. (2017). El clima organizacional y su correlación con la calidad en el servicio en una institución de educación de nivel medio superior. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo*, 8(15), 582–609.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-74672017000200582&script=sci_arttext
- Terán Terán, J. J. (2020). “Clima Laboral Y Calidad De Atención En Salud En El Centro De Salud Tipo a less. Cotacachi”. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1(1), 135. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/10345>
- Ureta, F., & Lucas, C. (2019). El clima laboral como factor clave en el rendimiento productivo de las empresas. estudio caso: Hardepex Cía. Ltda. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 15(28).
- Vega-Sampayo, Y., Olivero-Vega, E., & Gastelbondo-Gómez, E. (2020). Desarrollo de la capacidad de innovación en procesos de servicio al cliente del departamento de matrícula en instituciones de educación superior en Barranquilla, Colombia. *Información Tecnológica*, 31(5), 185–194.
<https://doi.org/10.4067/s0718-07642020000500185>

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA							
Título: Influencia del Clima Laboral en la Calidad de Servicio en un Centro de Atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021							
Autor/a: Ronald Yari Mendoza							
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	SUBVARIABLES	INDICADORES	METODO	TECNICAS E INSTR.
<p>Problema General ¿Hay un grado de asociación significativo entre el ambiente de trabajo y la calidad del servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021?</p> <p>Problema específico 1. ¿Hay un grado de asociación significativo entre el liderazgo y la calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021?</p> <p>Problema específico 2.</p>	<p>Objetivo General Definir la incidencia del ambiente de trabajo en la calidad del servicio del área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021.</p> <p>Objetivo específico 1. Determinar el grado de asociación entre el liderazgo y la calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021</p> <p>Objetivo específico 2.</p>	<p>Hipótesis alterna Existe incidencia significativa del ambiente de trabajo en la calidad de servicio del área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021.</p> <p>Hipótesis Nula No existe incidencia significativa del ambiente de trabajo en la calidad de servicio del área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021</p>	<p>Variable independiente (X): Ambiente de trabajo</p> <p>Variable dependiente (Y): Calidad de servicio</p>	<p>X1: Tangibilidad</p> <p>X2: Capacidad de Respuesta</p> <p>X3: Confiabilidad</p> <p>X4: Empatía</p> <p>Y1: Liderazgo</p> <p>Y2: Motivación</p> <p>Y3: Reciprocidad</p> <p>Y4: Participación</p>	<p>Infraestructura Equipos</p> <p>Trato a clientes Solución</p> <p>Conocimientos Confianza</p> <p>Comunicación Preocupación</p> <p>Normativa Adaptación</p> <p>Compromiso Incentivos</p> <p>Apoyo mutuo Disciplina</p> <p>Identificación Inducción</p>	<p>ENFOQUE Cuantitativo</p> <p>TIPO DE INVESTIGACION Básica</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACION No experimental – Corte transversal</p> <p>ALCANCE DE LA INVESTIGACION Correlacional descriptivo</p> <p>POBLACION 46 colaboradores de 4 CACs</p>	<p>Técnicas de Recolección de datos</p> <p>Encuestas</p> <p>Instrumentos de recolección de datos</p> <p>Escala de actitud:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente de trabajo • Calidad del servicio

<p>¿Hay un grado de asociación significativo entre la motivación y la calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021?</p> <p>Problema específico 3.</p> <p>¿Hay un grado de asociación significativo entre la reciprocidad y la calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021?</p> <p>Problema específico 4.</p> <p>¿Hay un grado de asociación significativo entre la participación y la calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021?</p>	<p>Definir el grado de asociación entre la motivación y la calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021</p> <p>Objetivo específico 3.</p> <p>Conocer el grado de asociación entre la reciprocidad y la calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021.</p> <p>Objetivo específico 4.</p> <p>Analizar el grado de asociación entre la participación y la calidad de servicio en el área de atención de la empresa América Móvil Perú, Cusco 2021.</p>					<p>MUESTRA Se aplicará muestreo no probabilístico intencional por conveniencia.</p>	
---	--	--	--	--	--	--	--

Anexo 2. Instrumentos de medición

Cuestionario de Clima Laboral

Se le solicita responder el cuestionario con total sinceridad. La información es totalmente anónima.

Instrucciones: Marcar con un aspa (X) en base a su opinión desde cero (0) hasta cinco (5), siendo 0 = “nunca” y 5 = “siempre”.

N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
1	Le facilitan una adaptación a su cambio de trabajo y un continuo aprendizaje					
2	Obtienen beneficios por buenos rendimientos					
3	Cuentan con normas y reglamentos					
4	Cuentan con procedimientos					
5	Su política ayuda al bienestar de los colaboradores.					
6	Brindan autonomía, reconocen logros y son participes en la toma de decisiones.					
7	Practican supervisión de actividades con fechas de cumplimiento					
8	Se practica una supervisión participativa con análisis y soluciones					
9	Ayuda a la adaptación a tecnologías y campos especializados					
10	Te sientes comprometido(a) con los valores organizacionales					
11	Consideras que hay un apoyo mutuo entre compañeros de trabajo					
12	Hay una gestión de emociones del equipo de trabajo					
13	Hay respeto emocional entre compañeros de trabajo					
14	Cumples de forma disciplinada tus deberes hasta lograr los objetivos					
15	Trabajas y estudias más para cumplir con los objetivos de la empresa					
16	Te consideras parte de los objetivos e imagen de la empresa					
17	Te comunican los pormenores de las actividades realizadas					
18	Tienes inducción constante de los valores, objetivos y políticas de la empresa					
19	Hay un sistema de incentivos de acuerdo a las expectativas					
20	Considera el servicio que brinda de valor único.					

Cuestionario de Calidad de Servicio

Se le solicita responder el cuestionario con total sinceridad. La información es totalmente anónima.

Instrucciones: Marcar con un aspa (X) en base a su opinión desde cero (0) hasta cinco (5), siendo 0 = "nunca" y 5 = "siempre".

N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
1	Considera que hay un buena infraestructura y ambientes conformes.					
2	El centro de atención donde labora está bien ubicado					
3	Los mobiliarios y equipos son de última generación.					
4	Tiene una vestimenta agradable en su lugar de trabajo					
5	Ofrecen en el centro de atención folletos o escritos con información sobre el servicio					
6	Considera que trata a los clientes con actitud positiva					
7	Muestra atención a los clientes durante su atención					
8	Responde con prontitud a los requerimientos del cliente					
9	Tiene interés en conocer y solucionar los problemas de los clientes					
10	Considera que atiende amigablemente a los clientes					
11	Conoce todas las funciones que tiene que realizar en su labor diaria					
12	Orientas a los clientes a resolver sus dudas					
13	Tiene puntualidad en su entrada a horario laboral					
14	Brinda información con confianza a los clientes					
15	Es profesional en la comunicación con los clientes, brindando claridad en sus respuestas					
16	No observa clientes reiterativos por consultas repetidas.					
17	Considera adecuados los horarios de atención					
18	Se esfuerza por conocer las necesidades del cliente					
19	Considera suyos los problemas del cliente					
20	Hay un clima favorable con sus compañeros en el horario de atención al cliente					

Anexo 3. Validación de expertos



Validación de contenido del instrumento para medir la calidad de servicio

N°	DIMENSIONES - ITEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Dimensión 1: Tangibilidad							
1	Considera que hay un buena infraestructura y ambientes conformes.	X		X		X		
2	El centro de atención donde labora está bien ubicado	X		X		X		
3	Los mobiliarios y equipos son de última generación.	X		X		X		
4	Tiene una vestimenta agradable en su lugar de trabajo	X		X		X		
5	Ofrecen en el centro de atención folletos o escritos con información sobre el servicio	X		X		X		
	Dimensión 2: Capacidad de respuesta							
6	Considera que trata a los clientes con actitud positiva	X		X		X		
7	Muestra atención a los clientes durante su atención	X		X		X		
8	Responde con prontitud a los requerimientos del cliente	X		X		X		
9	Tiene interés en conocer y solucionar los problemas de los clientes	X		X		X		
10	Considera que atiende amigablemente a los clientes	X		X		X		
	Dimensión 3: Confiabilidad							
11	Conoce todas las funciones que tiene que realizar en su labor diaria	X		X		X		
12	Orientas a los clientes a resolver sus dudas	X		X		X		
13	Tiene puntualidad en su entrada a horario laboral	X		X		X		
14	Brinda información con confianza a los clientes	X		X		X		
15	Es profesional en la comunicación con los clientes, brindando claridad en sus respuestas	X		X		X		
	Dimensión 4: Empatía							
16	No observa clientes reiterativos por consultas repetidas.	X		X		X		
17	Considera adecuados los horarios de atención	X		X		X		
18	Se esfuerza por conocer las necesidades del cliente	X		X		X		
19	Considera suyos los problemas del cliente	X		X		X		
20	Hay un clima favorable con sus compañeros en el horario de atención al cliente	X		X		X		

Observaciones: _____ No hay observaciones, todo conforme _____

Apellidos y nombres del juez validador: _____ Muñiz Marroquin, Marco _____

Especialidad del validador: _____ Máster en Administración de Negocios _____

Firma del validador:

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

Claridad: Se entiende el enunciado del ítem

Validación de contenido del instrumento para medir el clima laboral

N°	DIMENSIONES - ITEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Liderazgo								
1	Le facilitan una adaptación a su cambio de trabajo y un continuo aprendizaje	X		X		X		
2	Obtienen beneficios por buenos rendimientos	X		X		X		
3	Cuentan con normas y reglamentos	X		X		X		
4	Cuentan con procedimientos	X		X		X		
5	Su política ayuda al bienestar de los colaboradores.	X		X		X		
Dimensión 2: Motivación								
6	Brindan autonomía, reconocen logros y son partícipes en la toma de decisiones.	X		X		X		
7	Practican supervisión de actividades con fechas de cumplimiento	X		X		X		
8	Se practica una supervisión participativa con análisis y soluciones	X		X		X		
9	Ayuda a la adaptación a tecnologías y campos especializados	X		X		X		
10	Te sientes comprometido(a) con los valores organizacionales	X		X		X		
Dimensión 3: Reciprocidad								
11	Consideras que hay un apoyo mutuo entre compañeros de trabajo	X		X		X		
12	Hay una gestión de emociones del equipo de trabajo	X		X		X		
13	Hay respeto emocional entre compañeros de trabajo	X		X		X		
14	Cumples de forma disciplinada tus deberes hasta lograr los objetivos	X		X		X		
15	Trabajas y estudias más para cumplir con los objetivos de la empresa	X		X		X		
Dimensión 4: Participación								
16	Te consideras parte de los objetivos e imagen de la empresa	X		X		X		
17	Te comunican los pormenores de las actividades realizadas	X		X		X		
18	Tienes inducción constante de los valores, objetivos y políticas de la empresa	X		X		X		
19	Hay un sistema de incentivos de acuerdo a las expectativas	X		X		X		
20	Considera el servicio que brinda de valor único.	X		X		X		

Observaciones: _____ No hay observaciones, todo conforme _____

Apellidos y nombres del juez validador: _____ Muñiz Marroquin, Marco _____

Especialidad del validador: _____ Máster en Administración de Negocios _____

Firma del validador:



Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

Claridad: Se entiende el enunciado del ítem

Validación de contenido del instrumento para medir el clima laboral

N°	DIMENSIONES - ITEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Liderazgo								
1	Le facilitan una adaptación a su cambio de trabajo y un continuo aprendizaje	X		X		X		
2	Obtienen beneficios por buenos rendimientos	X		X		X		
3	Cuentan con normas y reglamentos	X		X		X		
4	Cuentan con procedimientos	X		X		X		
5	Su política ayuda al bienestar de los colaboradores.	X		X		X		
Dimensión 2: Motivación								
6	Brindan autonomía, reconocen logros y son participes en la toma de decisiones.	X		X		X		
7	Practican supervisión de actividades con fechas de cumplimiento	X		X		X		
8	Se practica una supervisión participativa con análisis y soluciones	X		X		X		
9	Ayuda a la adaptación a tecnologías y campos especializados	X		X		X		
10	Te sientes comprometido(a) con los valores organizacionales	X		X		X		
Dimensión 3: Reciprocidad								
11	Consideras que hay un apoyo mutuo entre compañeros de trabajo	X		X		X		
12	Hay una gestión de emociones del equipo de trabajo	X		X		X		
13	Hay respeto emocional entre compañeros de trabajo	X		X		X		
14	Cumples de forma disciplinada tus deberes hasta lograr los objetivos	X		X		X		
15	Trabajas y estudias más para cumplir con los objetivos de la empresa	X		X		X		
Dimensión 4: Participación								
16	Te consideras parte de los objetivos e imagen de la empresa	X		X		X		
17	Te comunican los pormenores de las actividades realizadas	X		X		X		
18	Tienes inducción constante de los valores, objetivos y políticas de la empresa	X		X		X		
19	Hay un sistema de incentivos de acuerdo a las expectativas	X		X		X		
20	Considera el servicio que brinda de valor único.	X		X		X		

Observaciones: _____ Conformidad del instrumento _____

Apellidos y nombres del juez validador: _____ María Torres Olivares _____

Especialidad del validador: _____ Especialidad en Finanzas y MBA _____

Firma del validador:


Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

Claridad: Se entiende el enunciado del ítem

Validación de contenido del instrumento para medir el clima laboral

N°	DIMENSIONES - ITEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Liderazgo								
1	Le facilitan una adaptación a su cambio de trabajo y un continuo aprendizaje	X		X		X		
2	Obtienen beneficios por buenos rendimientos	X		X		X		
3	Cuentan con normas y reglamentos	X		X		X		
4	Cuentan con procedimientos	X		X		X		
5	Su política ayuda al bienestar de los colaboradores.	X		X		X		
Dimensión 2: Motivación								
6	Brindan autonomía, reconocen logros y son participes en la toma de decisiones.	X		X		X		
7	Practican supervisión de actividades con fechas de cumplimiento	X		X		X		
8	Se practica una supervisión participativa con análisis y soluciones	X		X		X		
9	Ayuda a la adaptación a tecnologías y campos especializados	X		X		X		
10	Te sientes comprometido(a) con los valores organizacionales	X		X		X		
Dimensión 3: Reciprocidad								
11	Consideras que hay un apoyo mutuo entre compañeros de trabajo	X		X		X		
12	Hay una gestión de emociones del equipo de trabajo	X		X		X		
13	Hay respeto emocional entre compañeros de trabajo	X		X		X		
14	Cumples de forma disciplinada tus deberes hasta lograr los objetivos	X		X		X		
15	Trabajas y estudias más para cumplir con los objetivos de la empresa	X		X		X		
Dimensión 4: Participación								
16	Te consideras parte de los objetivos e imagen de la empresa	X		X		X		
17	Te comunican los pormenores de las actividades realizadas	X		X		X		
18	Tienes inducción constante de los valores, objetivos y políticas de la empresa	X		X		X		
19	Hay un sistema de incentivos de acuerdo a las expectativas	X		X		X		
20	Considera el servicio que brinda de valor único.	X		X		X		

Observaciones: _____ Sin observaciones _____

Apellidos y nombres del juez validador: _____ Becerra Cevallos José _____

Especialidad del validador: _____ Especialista en consultoría y administración de negocios _____

Firma del validador:


Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

Claridad: Se entiende el enunciado del ítem

Validación de contenido del instrumento para medir la calidad de servicio

N°	DIMENSIONES - ITEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Tangibilidad								
1	Considera que hay un buena infraestructura y ambientes conformes.	X		X		X		
2	El centro de atención donde labora está bien ubicado	X		X		X		
3	Los mobiliarios y equipos son de última generación.	X		X		X		
4	Tiene una vestimenta agradable en su lugar de trabajo	X		X		X		
5	Ofrecen en el centro de atención folletos o escritos con información sobre el servicio	X		X		X		
Dimensión 2: Capacidad de respuesta								
6	Considera que trata a los clientes con actitud positiva	X		X		X		
7	Muestra atención a los clientes durante su atención	X		X		X		
8	Responde con prontitud a los requerimientos del cliente	X		X		X		
9	Tiene interés en conocer y solucionar los problemas de los clientes	X		X		X		
10	Considera que atiende amigablemente a los clientes	X		X		X		
Dimensión 3: Confiabilidad								
11	Conoce todas las funciones que tiene que realizar en su labor diaria	X		X		X		
12	Orientas a los clientes a resolver sus dudas	X		X		X		
13	Tiene puntualidad en su entrada a horario laboral	X		X		X		
14	Brinda información con confianza a los clientes	X		X		X		
15	Es profesional en la comunicación con los clientes, brindando claridad en sus respuestas	X		X		X		
Dimensión 4: Empatía								
16	No observa clientes reiterativos por consultas repetidas.	X		X		X		
17	Considera adecuados los horarios de atención	X		X		X		
18	Se esfuerza por conocer las necesidades del cliente	X		X		X		
19	Considera suyos los problemas del cliente	X		X		X		
20	Hay un clima favorable con sus compañeros en el horario de atención al cliente	X		X		X		

Observaciones: _____ Conformidad del instrumento _____

Apellidos y nombres del juez validador: _____ María Torres Olivares _____

Especialidad del validador: _____ Especialidad en Finanzas y MBA _____

Firma del validador:



Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

Claridad: Se entiende el enunciado del ítem

Validación de contenido del instrumento para medir la calidad de servicio

N°	DIMENSIONES - ITEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Tangibilidad								
1	Considera que hay un buena infraestructura y ambientes conformes.	X		X		X		
2	El centro de atención donde labora está bien ubicado	X		X		X		
3	Los mobiliarios y equipos son de última generación.	X		X		X		
4	Tiene una vestimenta agradable en su lugar de trabajo	X		X		X		
5	Ofrecen en el centro de atención folletos o escritos con información sobre el servicio	X		X		X		
Dimensión 2: Capacidad de respuesta								
6	Considera que trata a los clientes con actitud positiva	X		X		X		
7	Muestra atención a los clientes durante su atención	X		X		X		
8	Responde con prontitud a los requerimientos del cliente	X		X		X		
9	Tiene interés en conocer y solucionar los problemas de los clientes	X		X		X		
10	Considera que atiende amigablemente a los clientes	X		X		X		
Dimensión 3: Confiabilidad								
11	Conoce todas las funciones que tiene que realizar en su labor diaria	X		X		X		
12	Orienta a los clientes a resolver sus dudas	X		X		X		
13	Tiene puntualidad en su entrada a horario laboral	X		X		X		
14	Brinda información con confianza a los clientes	X		X		X		
15	Es profesional en la comunicación con los clientes, brindando claridad en sus respuestas	X		X		X		
Dimensión 4: Empatía								
16	No observa clientes reiterativos por consultas repetidas.	X		X		X		
17	Considera adecuados los horarios de atención	X		X		X		
18	Se esfuerza por conocer las necesidades del cliente	X		X		X		
19	Considera suyos los problemas del cliente	X		X		X		
20	Hay un clima favorable con sus compañeros en el horario de atención al cliente	X		X		X		

Observaciones: _____ Sin observaciones _____

Apellidos y nombres del juez validador: _____ Becerra Cevallos José _____

Especialidad del validador: _____ Especialista en consultoría y administración de negocios _____

Firma del validador:


Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

Claridad: Se entiende el enunciado del ítem

Anexo 4. Prueba piloto – Instrumento Clima Laboral

N	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Ítem 16	Ítem 17	Ítem 18	Ítem 19	Ítem 20
1	3	3	3	2	4	3	2	2	5	5	2	5	2	2	1	1	1	3	2	1
2	5	4	5	5	5	3	3	4	5	1	3	4	1	5	5	3	1	5	5	1
3	4	5	3	1	4	3	3	3	2	1	1	4	2	4	4	2	4	3	3	5
4	5	5	4	2	5	2	3	3	1	5	4	3	3	4	1	3	2	4	5	3
5	1	2	2	2	2	1	4	1	1	5	3	4	1	1	5	1	5	1	1	2
6	1	4	2	2	1	5	3	2	3	1	4	5	1	2	3	1	1	3	1	2
7	1	2	1	4	1	2	5	2	1	3	1	5	1	1	2	1	1	1	1	4
8	2	1	3	4	3	3	1	2	4	1	1	2	4	1	1	1	3	1	2	1
9	5	4	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	1	5
10	3	4	5	5	4	3	4	4	2	2	5	4	1	5	4	3	5	4	3	5

Anexo 4. Prueba piloto – Instrumento Calidad de Servicio

N	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Ítem 16	Ítem 17	Ítem 18	Ítem 19	Ítem 20
1	3	4	4	4	3	2	1	5	4	4	5	5	2	1	4	5	5	4	3	3
2	4	1	4	5	4	3	1	4	3	2	4	4	4	4	4	5	3	2	1	2
3	1	2	1	5	3	1	3	5	1	2	3	3	1	3	3	2	2	3	2	1
4	5	3	4	1	2	5	2	5	3	4	4	5	1	5	3	4	4	1	1	2
5	1	2	2	4	4	4	2	5	3	3	4	1	5	1	3	4	2	2	4	2
6	2	4	1	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	3	4	5	5	3	5	4
7	1	2	2	2	1	1	1	5	1	5	1	4	4	1	1	2	5	1	1	1
8	4	3	1	2	3	1	3	5	1	3	2	2	2	5	3	3	3	5	1	1
9	4	4	5	1	3	1	3	5	5	5	5	4	2	4	4	5	4	5	1	3
10	1	1	5	3	3	3	2	1	1	3	2	2	1	2	2	1	3	1	4	1

Anexo 5. Confiabilidad de instrumentos

Clima laboral

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido	0	0,0
	Total	10	100,0

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,882	20

Calidad de servicio

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido	0	0,0
	Total	10	100,0

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,831	20

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo, Ronald Yari Mendoza, estudiante de la Escuela Profesional de Posgrado de la Universidad Cesar Vallejo, sede Lima Norte; declaro que el trabajo de investigación denominado "Influencia del Clima Laboral en la Calidad de Servicio en el Centro de Atención de la Empresa América Móvil Perú, Cusco 2021", presentado en 53 folios para la obtención del grado académico profesional de Maestro en Administración de Negocios es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo estipulado por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Lima, marzo del 2022



Ronald Yari Mendoza
DNI 23999444



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**ESCUELA PROFESIONAL DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS -
MBA**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GRANADOS MAGUIÑO MAURO AMARU, docente de la ESCUELA DE POSGRADO de la escuela profesional de MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "INFLUENCIA DEL CLIMA LABORAL EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL CENTRO DE ATENCIÓN DE LA EMPRESA AMÉRICA MÓVIL PERÚ, CUSCO 2021", cuyo autor es YARI MENDOZA RONALD, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 10.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 19 de Enero del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
GRANADOS MAGUIÑO MAURO AMARU DNI: 06441665 ORCID: 0000-0002-5668-0557	Firmado electrónicamente por: MGRANADOSM el 22-01-2022 21:50:31

Código documento Trilce: TRI - 0280570