UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Compromiso Organizacional y Calidad de Servicio de los colaboradores de las entidades Financieras de Chincha, 2024.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

BACH. DE LA CRUZ DE LA CRUZ, GRISMAR AZUL
ORCID: 0009-0003-3126-0948

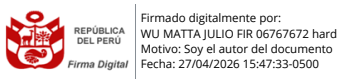
ASESOR: DR. RIOS RIOS SEGUNDO WALDEMAR
ORCID**:** 0000-0003-1202-5523

San Vicente de Cañete, 2026, Perú

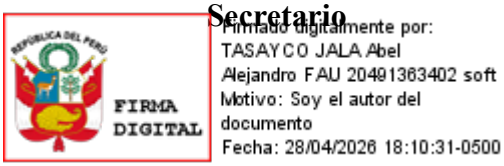
Hoja del jurado



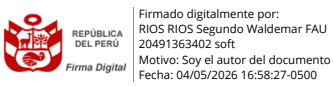
Dr. Filiberto Fernando Ochoa Paredes
Presidente



Mg. Julio Wu Matta
Secretario



Dr. Abel Alejandro Tasayco Jala
Vocal



Dr. Segundo Waldemar Rios Rios
Asesor

Dedicatoria

Dedicado a Dios, mis padres Jesica y Luis, mi hermano Lucas, mis abuelos María y Aurelio, y a todos mis seres queridos, por motivarme a ser cada día mejor y no dejar que me rinda nunca.

Agradecimiento

A Dios, por darme la oportunidad de haber llegado hasta aquí y por siempre ser mi guía.

A mis padres, hermano y abuelos, por su apoyo incondicional y por siempre confiar en mí.

A mi asesor, por su plena disposición y ganas de enseñar. Y a mis compañeros, por estos hermosos años en los que nos hemos visto crecer y desarrollarnos profesionalmente.

ÍNDICE

Caratula ..... **i**

Hoja del jurado ..... **ii**

Dedicatoria ..... **iii**

Agradecimiento ..... **iv**

ÍNDICE ..... **v**

Lista de tablas ..... **viii**

Lista de gráficos ..... **x**

Resumen ..... **xi**

Abstract ..... **xii**

Introducción ..... **xiii**

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA **14**

1.1 Descripción de la realidad problemática 14

1.2 Formulación del problema 16

1.2.1 Problema general 16

1.2.2 Problemas específicos 16

1.3 Objetivos 16

1.3.1 Objetivo general 16

1.3.2 Objetivos específicos 17

1.4 Justificación 17

1.4.1 Justificación Teórica 17

1.4.2 Justificación Práctica 17

1.4.3 Justificación Metodológica 18

1.4.4 Justificación Social 18

1.5 Delimitación de la investigación 18

1.5.1 Delimitación Teórica 18
1.5.2 Delimitación Temporal 19
1.5.3 Delimitación Espacial 19
II. MARCO TEÓRICO Y EMPÍRICO 20
2.1 **Marco teórico** 20
2.1.1 Variable 1 20
A. Definición 20
B. Dimensiones 20
C. Indicadores 21
D. Teorías 22
2.1.2 Variable 2 24
A. Definición 24
B. Dimensiones 25
C. Indicadores 25
D. Teorías 26
2.2 Antecedentes 29
2.2.1 Antecedentes nacionales 29
2.2.2 Antecedentes internacionales 32
2.3 Definición de términos básicos 34
III. HIPÓTESIS Y VARIABLES 36
3.1 Hipótesis 36
3.1.1 Hipótesis general 36
3.1.2 Hipótesis especificas 36
3.2 Definición conceptual de las variables 36
3.3 Operacionalización de las variables 37

IV. DISEÑO METODOLÓGICO 38

4.1 Tipo de investigación 38

4.2 Diseño de investigación 38

4.3 Método de investigación 39

4.4 Población y muestra 39

4.5 Lugar de estudio 40

4.6 Técnicas e instrumentos para la recolección 40

4.7 Análisis y procesamiento de datos 40

V. RESULTADOS 42

5.1 Resultados descriptivos 42

Pruebas de normalidad 62

5.2 Resultados inferenciales 63

VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS 67

VII. CONCLUSIONES 70

VIII. RECOMENDACIONES 71

IX. REFERENCIAS 72

X. ANEXOS 80

10.1 Anexo 1. Matriz de consistencia 81

10.2 Anexo 2. Instrumentos 82

10.3 Anexo 3. Validación de expertos 84

10.4 Anexo 4. Estadísticas de fiabilidad 97

10.5 Anexo 4. Evidencias 99

Lista de tablas

Tabla 1. Operacionalización de la variable 37

Tabla 2. Estadísticos de Fiabilidad 41

Tabla 3. Análisis de la pregunta 1 42

Tabla 4. Análisis de la pregunta 2 43

Tabla 5. Análisis de la pregunta 3 44

Tabla 6. Análisis de la pregunta 4 45

Tabla 7. Análisis de la pregunta 5 46

Tabla 8. Análisis de la pregunta 6 47

Tabla 9. Análisis de la pregunta 7 48

Tabla 10. Análisis de la pregunta 8 49

Tabla 11. Análisis de la pregunta 9 50

Tabla 12. Análisis de la pregunta 10 51

Tabla 13. Análisis de la pregunta 11 52

Tabla 14. Análisis de la pregunta 12 53

Tabla 15. Análisis de la pregunta 13 54

Tabla 16. Análisis de la pregunta 14 55

Tabla 17. Análisis de la pregunta 15 56

Tabla 18. Análisis de la pregunta 16 57

Tabla 19. Análisis de la pregunta 17 58

Tabla 20. Análisis de la pregunta 18 59

Tabla 21. Variable Compromiso organizacional y dimensiones 60

Tabla 22. Variable Calidad de servicio y sus dimensiones 61

Tabla 23. Pruebas de normalidad 62

Tabla 24. Coeficiente de correlación: Compromiso organizacional y Calidad de servicio. 63

Tabla 25. Coeficiente de correlación: Compromiso afectivo y Calidad de servicio.....64

Tabla 26. Coeficiente de correlación: Compromiso de continuidad y Calidad de servicio.65

Tabla 27. Coeficiente de correlación: Compromiso normativo y Calidad de servicio. 66

Lista de gráficos

Gráfico 1. Pregunta 1 42

Gráfico 2. Pregunta 2 43

Gráfico 3. Pregunta 3 44

Gráfico 4. Pregunta 4 45

Gráfico 5. Pregunta 5 46

Gráfico 6. Pregunta 6 47

Gráfico 7. Pregunta 7 48

Gráfico 8. Pregunta 8 49

Gráfico 9. Pregunta 9 50

Gráfico 10. Pregunta 10 51

Gráfico 11. Pregunta 11 52

Gráfico 12. Pregunta 12 53

Gráfico 13. Pregunta 13 54

Gráfico 14. Pregunta 16 55

Gráfico 15. Pregunta 15 56

Gráfico 16. Pregunta 16 57

Gráfico 17. Pregunta 17 58

Gráfico 18. Pregunta 18 59

Gráfico 19. Variable Compromiso organizacional y dimensiones 60

Gráfico 20. Variable Compromiso organizacional y sus dimensiones 61

Gráfico 21. Pruebas de normalidad 62

Resumen

El compromiso organizacional se encuentra ligado a la calidad de servicio, es por ello que esta investigación se realizó en la provincia de Chincha, Ica-Perú, con el propósito de reconocer de qué manera el compromiso que adoptan los colaboradores influye en el servicio que brindan, conocer sus intereses permitirá tener una visión amplia sobre los aspectos a mejorar. El objetivo fue analizar de qué manera el compromiso organizacional se relaciona con la calidad de servicio que brindan los colaboradores en las entidades financieras, como metodología el trabajo de investigación es de tipo básica, con un enfoque cuantitativo no experimental de nivel correlacional, que buscó determinar de qué manera el compromiso organizacional se relaciona con la calidad de servicio que brindan los colaboradores en las entidades financieras de Chincha. La población estuvo conformada por 60 colaboradores con una muestra no probabilística censal, a quienes se aplicó el cuestionario con 20 ítems tipo Likert. Como resultados al contrastar las variables se observó un coeficiente de correlación Spearman de 0.668, asimismo con la dimensión compromiso afectivo (rho de Spearman 0.456); compromiso de continuidad (rho de Spearman 0.660) y compromiso normativo (rho de Spearman 0.517). Se concluyó que, en la provincia de Chincha, Ica-Perú, el compromiso organizacional se relaciona con la calidad de servicio. Se reconoció la importancia de establecer medidas que permitan al colaborador sentirse motivado y alinear sus objetivos con los de la organización.

Palabras clave: compromiso, calidad, servicio, colaborador.

Abstract

Organizational commitment is linked to the quality of service, which is why this research was carried out in the province of Chincha, Ica-Peru, with the purpose of recognizing how the commitment adopted by collaborators influences the service they provide. , know your interests and will allow you to have a broad vision of the aspects to improve. The objective was to analyze how organizational commitment is related to the quality of service provided by collaborators in financial entities. As a methodology, the research work is basic, with a non-experimental quantitative approach at a correlational level, which sought to determine How organizational commitment is related to the quality of service provided by employees in financial entities in Chincha. The population was made up of 60 collaborators with a non-probabilistic census sample, to whom the questionnaire with 20 Likert-type items was applied. As results when contrasting the variables, a Spearman correlation coefficient of 0.668 was observed, also with the affective commitment dimension (Spearman's rho 0.456); continuity commitment (Spearman's rho 0.660) and normative commitment (Spearman's rho 0.517). It was concluded that, in the province of Chincha, Ica-Peru, organizational commitment is related to service quality. The importance of establishing measures that allow employees to feel motivated and align their objectives with those of the organization was recognized.

Keywords: commitment, quality, service, collaborator.

Introducción

En los últimos años, las organizaciones han comprendido la importancia de la satisfacción de los colaboradores, y lo reconocen como un factor importante para alcanzar los objetivos institucionales. Contar con un ambiente laboral saludable promueve la motivación, el sentido de pertenencia y la estabilidad. En este contexto, el colaborador se convierte en el en principal recurso estratégico, por lo que resulta fundamental fortalecer su compromiso.

Asimismo, el contar con personal comprometido, se reflejará en la calidad de servicio que se brinde. Evaluar el nivel de compromiso de los colaboradores permitirá a las entidades financieras identificar las oportunidades de mejora y establecer medidas correctivas. Esta investigación no solo analizará el compromiso de los colaboradores, sino también busca reconocer qué aspectos influyen en colaborador durante el desempeño de sus labores.

El presente estudio buscó evaluar la relación entre el compromiso organizacional y la calidad de servicio de los colaboradores de las entidades financieras en Chincha durante el año 2024. El propósito fue reconocer de qué manera el compromiso que adoptan los colaboradores influye en el servicio que brindan, conocer sus intereses permitirá tener una visión amplia sobre los aspectos a mejorar.

La investigación se estructuró en 10 capítulos. En el primero se explica la realidad problemática a nivel mundial, nacional y local, y los objetivos. En el segundo capítulo se revisaron los antecedentes de las variables en mención. En el tercer capítulo se plantearon las hipótesis y operacionalización de las variables. En el cuarto, quinto y sexto capítulo se detalló la metodología, resultados descriptivos e inferenciales, y la discusión de resultados respectivamente. Finalmente, en el séptimo, octavo, noveno y décimo capítulo, se presentan las conclusiones, recomendaciones, referencias y anexos de la investigación.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

Actualmente, se busca establecer medidas con el propósito de que los colaboradores se sientan cómodos y satisfechos en todos los aspectos relacionados al ambiente laboral, su entorno y salud mental, es importante que el talento humano se identifique con la empresa para que se puedan alinear los objetivos y metas, ya que dicho talento es uno de los componentes clave para que la empresa triunfe. Una de las estrategias es enfocarse en el recurso humano de la empresa, buscar su satisfacción y al mismo tiempo fortalecer el compromiso con ellas.

A nivel mundial, Cernas et al., (2018), menciona que investigaciones recientes se han centrado en el compromiso organizacional porque no abordar la falta de identidad de los empleados en el lugar de trabajo puede conducir eventualmente al desastre organizacional. Al respecto, un estudio sobre complacencia y compromiso con la organización realizado en México y Estados Unidos por la Universidad Autónoma de México, menciona que el interés por investigar este tema está relacionado con los problemas que enfrentan las empresas, particularmente en el presente siglo, inmerso en la industrialización y globalización, contexto en el cual se incrementó la necesidad de la población por adquirir servicios de mejor calidad, y por otro lado, los colaboradores han ido perdiendo el sentido del servicio reflejándose así el escaso compromiso con su organización, esto se ocasiona en gran parte por la constante rotación del personal, la inestabilidad laboral y el mundo individualista en donde pocos se comprometen con su trabajo y la sociedad.

En base a ello, se menciona que el compromiso organizacional ha recibido más atención en países desarrollados del primer mundo, y una parte considerable de los ingresos anuales de la empresa se destina a esta división de gestión. Pero este no es el caso en América Latina, las empresas suelen creer que basta con respetar los salarios acordados y permitir que los trabajadores hagan bien su trabajo, pero esto no es suficiente (Edel et al., 2007).

Al respecto, Timana (2022) da a conocer que en Latinoamérica, menos del 30% de los colaboradores de distintas empresas ubicadas en Argentina, Bolivia, Chile, Brasil, Perú, etc., cuentan con métricas idóneas de compromiso organizacional, lo cual nos permite identificar claramente de dónde surge el problema con la calidad del servicio.

Tal como expresa Peña et al., (2016) una empresa debe gestionar eficazmente el talento e influir en cada empleado, para que este sienta lealtad hacia la empresa para la que trabaja y se pueda lograr un desarrollo sostenible a largo plazo. De esta forma, se entiende que los empleados son libres de tomar la iniciativa cuando quieran y no sólo están obligados a cumplir los roles asignados a sus resultados profesionales. Por lo tanto, las organizaciones están muy interesadas en medir el compromiso de los colaboradores y el grado de identificación con las metas de la empresa, porque no sólo se les dice lo que hay que hacer para alcanzar los objetivos, sino que la iniciativa de cada uno de ellos es la fuente principal para el progreso de la empresa y sus socios.

Por otro lado, la calidad del servicio se hace relevante para las empresas debido a que la clientela demanda lo mejor para sí mismo, este proceso se encuentra vinculado frecuentemente con las labores del colaborador y este se relacionará dependiendo del compromiso organizacional demostrado. En este caso, cuando un colaborador manifiesta tener un compromiso afectivo, normativo o de continuidad se buscará reconocer qué relación tiene cada uno de ellos con la calidad de servicio ofrecido.

En el Perú, nos encontramos aún en proceso en cuanto a calidad de servicio, si bien es cierto los peruanos cuentan con un espíritu de servicio y la creatividad es su forma de surgir día a día, la gran cantidad de experiencias de consumo negativas nos pone cara a cara con una realidad que muchos desean cambiar, colaboradores poco comprometidos y empleadores que no valoran el esfuerzo de los mismos influyen de forma significativa en este aspecto. Como es de conocimiento, contamos con ventajas, sobre todo en el aspecto personas, pero aún no se aprovechan y explotan correctamente esas características especiales. Tal como lo da a conocer Gutiérrez (2020), es fundamental promover y establecer un vínculo emocional entre los colaboradores y la empresa, brindando reconocimientos y motivándolos, de esta manera el nivel de calidad se incrementará.

En este contexto, es preciso mencionar que las quejas realizadas a nivel nacional son realizados a entidades financieras, esto se debe a la mala información que se brinda a los consumidores, lo cual genera incomodidades y extensos trámites legales, debido a la mala praxis por parte de los colaboradores que están comprometidos con la entidad y mucho menos con los clientes. Nuestro país cuenta con empresas con las condiciones para alcanzar dicha calidad, este es un factor clave direccionado a los clientes, ya que, busca enfocarse en brindar los mejores servicios, no obstante existen muchas empresas que aún no le dan relevancia a la enorme función que representa dicha variable.

A nivel local, la prestación de servicio brindada a los usuarios es la misma, existen diversas quejas en diversas entidades. Tal es así, que se estudian las variables mencionadas en diversas entidades financieras de Chincha, porque se ha reflejado que la disposición para atender por parte de los colaboradores no es la esperada, existen diversos reclamos en cuanto al tiempo de espera, la respuesta brindada por los trabajadores y las soluciones que se dan a los clientes no satisfacen sus necesidades, al respecto se conversó con los Gerentes de dichas entidades y se vio reflejado el deseo de conocer qué factores están influyendo en las actitudes de los trabajadores, se desea reconocer qué tan comprometidos se encuentran con la entidad y qué factores se pueden optimizar para reforzar sus lazos con la entidad, con la finalidad de establecer vínculos positivos con sus compañeros de trabajo y con los clientes. A su vez, algunos de los trabajadores declaran no encontrarse comprometidos ni motivados debido a que no cuentan con incentivos por parte de la entidad, por lo cual se planteó el problema general: ¿De qué manera el Compromiso Organizacional influye en la Calidad de Servicio de los colaboradores de diversas entidades financieras de Chincha, 2024?

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera el Compromiso Organizacional se relaciona con la Calidad de Servicio de los colaboradores de las entidades financieras de Chincha, 2024?

1.2.2 Problemas específicos

Problema específico I

¿De qué manera el Compromiso afectivo se relaciona con la Calidad de Servicio de los colaboradores de las entidades financieras de Chincha, 2024?

Problema específico II

¿De qué manera el Compromiso de continuidad se relaciona con la Calidad de Servicio de los colaboradores de las entidades financieras de Chincha, 2024?

Problema específico III

¿De qué manera el Compromiso normativo se relaciona con la Calidad de Servicio de los colaboradores de las entidades financieras de Chincha, 2024?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Analizar de qué manera el Compromiso Organizacional se relaciona con la Calidad de Servicio de los colaboradores de las entidades financieras de Chincha, 2024.

1.3.2 Objetivos específicos

Objetivo específico I

Analizar de qué manera el Compromiso afectivo se relaciona con la Calidad de Servicio de los colaboradores de las entidades financieras de Chincha, 2024.

Objetivo específico II

Examinar de qué manera el Compromiso de continuidad se relaciona con la Calidad de Servicio de los colaboradores de las entidades financieras de Chincha, 2024.

Objetivo específico III

Analizar de qué manera el Compromiso normativo se relaciona con la Calidad de Servicio de los colaboradores de las entidades financieras de Chincha, 2024.

1.4 **Justificación**

1.4.1 Justificación Teórica

Bernal (2010) establece que este tipo de justificación se da cuando se plantean nuevas teorías o se lleva a cabo una reflexión cognitiva, con el propósito de generar un debate académico sobre conocimientos existentes, validar una teoría o comparar resultados.

Bajo esta premisa, la presente investigación planteó identificar la actitud de los colaboradores hacia el trabajo como resultado del Compromiso Organizacional. Además de interiorizar conceptualmente la importancia de asumir un compromiso con la organización y como esta se ve reflejada en el servicio que se ofrece para así promover su identificación con la empresa, lo cual mejorar su desempeño laboral. Se consideraron las dimensiones del Compromiso Organizacional: afectivo, normativo y de continuidad, así como tres de las cinco variables de la Calidad del Servicio, centrándose específicamente en tangibilidad, seguridad y empatía. Esta selección se basa en el tipo de investigación y en los resultados que se esperaban obtener.

1.4.2 Justificación Práctica

Desde el punto de vista de Bernal (2010), la justificación práctica se enfoca en su capacidad para ofrecer soluciones concretas a problemas existentes o, al menos, para formular estrategias que, al implementarse, ayuden a resolverlos.

En este sentido, la investigación propuesta permitió analizar el compromiso organizacional de los colaboradores, lo que facilitó determinar su grado de identificación con la institución financiera y sus objetivos. Esto permitió identificar tanto los aspectos

favorables como los desfavorables que surgieron o puedan surgir a futuro para poder aplicar estrategias para mejorar dichas situaciones.

1.4.3 Justificación Metodológica

Dicha justificación se da cuando la investigación que se va a efectuar propone nuevas estrategias o métodos para generar conocimiento con un nivel adecuado de confiabilidad y validez. Además, implica explicar la razón por la cual se elige una determinada metodología (Bernal, 2010).

En el estudio, se ejecutó una investigación básica, orientada exclusivamente a la búsqueda de nuevos conocimientos. Los métodos e instrumentos seleccionados, como la entrevista y el cuestionario, se consideran apropiados para el desarrollo de la investigación debido a su confiabilidad y validez.

1.4.4 Justificación Social

Como plantea Ruiz y Valenzuela (2022), esta justificación permite identificar la relevancia que ésta tiene para la sociedad y en los beneficios que los resultados obtenidos pueden proporcionar a la misma.

En este sentido, la justificación social se fundamentó en su capacidad para coadyuvar a las entidades financieras a identificar los aspectos que influyen negativamente al atender al cliente. Por ello, se buscó garantizar una mejor calidad del servicio mediante la implementación de recomendaciones derivadas del análisis realizado, lo cual contribuyó a mejorar la disposición de atención y complacencia del cliente.

1.5 **Delimitación de la investigación**

1.5.1 Delimitación Teórica

El tema se encuentra centrado en el compromiso organizacional y calidad de servicio, además se trataron temas como los componentes del Modelo de Meyer y Allen los cuales son: el compromiso afectivo, normativo y de continuidad; y tres de las cinco dimensiones planteadas por el modelo de la escuela americana: Tangibilidad, seguridad y empatía seleccionados minuciosamente teniendo en cuenta los objetivos de la investigación que buscaron reconocer la correlación entre la actitud del colaborador y la calidad de servicio brindado.

1.5.2 Delimitación Temporal

En este caso el tiempo para establecer la relación entre dichas variables se localizó en el año 2024, periodo de tiempo en el que se realizó la aplicación de los instrumentos de medición para obtener datos de la población determinada.

1.5.3 Delimitación Espacial

El presente trabajo de investigación está enmarcado y enfocada a un grupo de financieras en el distrito de Chincha, todo ello debido al acceso a la información, cuya finalidad es averiguar la correlación existente entre el compromiso organizacional y la calidad de servicio de los colaboradores.

II. MARCO TEÓRICO Y EMPÍRICO

2.1 Marco teórico

2.1.1 Variable 1

A. Definición

Como señala Edel et al., (2007), el compromiso organizacional es una actitud de las tres que una persona puede adoptar hacia su trabajo, y se caracteriza por el lazo sensitivo y psicológico que el empleado crea con la entidad en la que trabaja. Se manifiesta cuando el mismo se alinea con los objetivos de la empresa y anhela mantenerse en ella como parte integral de su equipo. Dicho compromiso cuenta con las siguientes características: creer y aceptar los objetivos y valores de la organización, disposición para ejecutar un esfuerzo significativo a favor de la empresa y anhelo de ser parte de la misma. El logro de los objetivos organizacionales se ve impactado positivamente por el compromiso organizacional, que es mucho más que solo lealtad, es una actitud hacia su labor.

Meyer y Allen (1991), indican que el compromiso organizacional puede conceptualizarse como la creencia y aceptación de los empleados en cuanto a los objetivos y valores de la entidad a la que pertenecen, además de la voluntad del individuo de hacer un esfuerzo significativo a favor de la propia organización y el anhelo de pertenecer a ella. Es en otras palabras, el nivel de compromiso organizacional de una persona que afecta su decisión de permanecer o abandonar la organización y define la naturaleza de su relación con ella.

B. Dimensiones

Como mencionan Meyer y Allen (1991, como se citó en Edel et al. 2007), el compromiso organizacional cuenta con las siguientes dimensiones:

Compromiso afectivo

El compromiso afectivo es el vínculo emocional que forman el trabajador y la organización. Es un reflejo del apego emocional de las personas cuando se satisfacen sus expectativas y necesidades percibidas (especialmente las psicológicas) y disfrutan trabajando para la organización. Con este nivel de compromiso, los empleados se sienten orgullosos de ser parte de la empresa (Edel et al., 2007).

Compromiso normativo

Edel et al., (2007), refiere que el compromiso normativo es la convicción de que se debe ser leal a una compañía en sentido moral, tomándolo como retribución, o posiblemente por obtener ciertos beneficios; por ejemplo, si la compañía cubre cursos de

formación, se crea un sentido de correspondencia con esta. Los empleados que asumen este tipo de compromiso desarrollan un fuerte sentido de lealtad hacia la empresa porque se sienten adeudados por las oportunidades o beneficios que ofrece.

Compromiso de continuidad

El compromiso de continuidad demuestra que el trabajador conoce los costes (financieros, físicos y psicológicos) y los desafíos de hallar empleo en otro lugar si decide dejar la empresa. En otras palabras, el empleado establece una conexión con la empresa debido a que ha invertido en ella tiempo, dinero y energía, y salir de ella significaría perderlo todo. Al mismo tiempo que sienten que sus oportunidades fuera de la empresa disminuyen, también se sienten más apegados a ella (Edel et al., 2007).

C. Indicadores

Se plantean 9 indicadores, 3 por cada dimensión:

Dimensión 1. Compromiso Afectivo

Pertenencia. Se le considera la capacidad que permite la realización de la libertad individual, ya que brinda fuentes de reconocimiento, seguridad y colaboración (Sojo y Hopenhayn, 2011).

Realización. Se trata de lograr el éxito dando nuestro máximo potencial, para tener una vida plena y satisfactoria (Bernal , 2009).

Emociones. Son las variaciones del ánimo que se presentan de acuerdo con el contexto o situación que se presente (Camps, 2011).

Dimensión 2. Compromiso de Continuidad

Estabilidad. Representa un elemento impulsor que influye con frecuencia en el capital humano, generando un ambiente saludable (Montserrat, 2014).

Beneficio. Implica una acción o resultado positivo respecto a alguna actividad que se realice (Viloria, 2006).

Desempeño. Se representa como un resultado positivo de la ventaja competitiva de una empresa y está relacionado con la creación de valor que se da a través de los colaboradores (Amato, 2014).

Dimensión 3. Compromiso de Normativo

Reglamento. Establece las condiciones a las que tanto la empresa en calidad de empleador como sus trabajadores deben adherirse (SISTEINDUSTRIAL SAC, 2020).

Responsabilidad. Obligación de asumir las consecuencias de sus acciones o las de otros debido a negligencia u otras acciones similares (Fernández y Domínguez, 2016).

Deberes. Comprende aceptar compromisos derivados de respeto, agradecimiento u otras causas (Rubio, 2001).

D. Teorías

Respecto al compromiso, Olivares et al., (2012), afirman que el compromiso implica un vínculo que involucra un comportamiento o actitud particular, la cual debe estar orientada hacia la organización y motivar a la persona a actuar de una manera beneficiosa para la empresa.

No obstante, ha surgido un debate en torno a las dimensiones (unidimensionales vs multidimensionales) y la naturaleza del compromiso (actitudes y comportamientos) a medida que la investigación sobre el concepto ha evolucionado. La ampliación del concepto ha llevado a una mayor multidimensionalidad, ya que se han reconocido diversas formas de conexión entre individuos y organizaciones que generan el deseo de permanecer en la organización. Esta perspectiva pluralista refleja la evolución del término, que ahora abarca una gama de conexiones que pueden surgir entre individuos y organizaciones.

Respecto a lo mencionado, Jáimez (2012), indica que el compromiso organizacional, en términos generales, comprende varios elementos que están relacionados con la conexión sensitiva con la organización, así como el coste que asumirian los empleados al considerar abandonarla y el compromiso de permanecer en ella. Esto conduce al surgimiento de tres perspectivas sobre el compromiso: la afectiva o actitudinal, la calculadora o continua y la normativa.

Se han desarrollado modelos para entender esta idea, la cual ha sido de gran interés principalmente para los psicólogos. La indagación sobre el compromiso organizacional comenzó en la década de 1960 y se expandió durante las siguientes décadas. Se considera que dicho compromiso es una variable que nace de los rasgos personales de un empleado, las demandas de su trabajo, sus condiciones laborales y sus roles. Desde la perspectiva de la teoría de los vínculos afectivos, el compromiso se ve reflejado como una actitud que manifiesta la conexión emocional o psicológica entre la persona y su organización. Esta conexión emocional contiene tres componentes principales: 1) Identificación con la organización, sus valores y metas, 2) Anhelo de coadyuvar a que la entidad logre sus objetivos, y 3) Aspiración de ser parte integral de la empresa (Olivares et al., 2012).

Muchos autores definen el compromiso organizacional desde diferentes ángulos. Al respecto, Guevara (2012), lo define como un estado de satisfacción cognitiva ffundamentado en las relaciones sociales desarrolladas en el entorno laboral, así como en un sentimiento de lealtad hacia la empresa.

Respecto a las definiciones brindadas, surgieron modelos planteados por algunos autores que se presentarán a continuación:

Modelo de Meyer y Allen

Respecto a la diversas definiciones de compromiso organizacional, plantean lo siguiente: “es un estado psicológico que refleja la relación de los empleados con la organización y tiene implicaciones importantes en su decisión de permanecer como miembros de la misma” (Meyer y Allen, 1991).

El concepto de compromiso organizacional es presentado por los autores a través de tres componenetes: afectivo, de continuidad y normativo. Como resultado, la esencia del compromiso es la necesidad, deseo y compromiso de mantenerse en la empresa, respectivamente. Los cuales definen de la siguiente manera según Olivares et al., (2012):

El compromiso afectivo: (deseo) cuando se satisfacen las expectativas y necesidades percibidas de las personas (especialmente las necesidades psicológicas), estas forman un vínculo emocional con la organización y fomenta su permanencia. Con este nivel de compromiso, los trabajadores se conciben orgullosos de ser parte de la entidad, además, implica que se enorgullecen de defender los valores de la empresa y se preocupan cuando la empresa atraviesa una situación difícil.

El compromiso de continuidad: (necesidad) demuestra que la persona comprende el coste (financiero, físico y psicológico) y las limitadas posibilidades de hallar otro centro laboral si decide abandonar la organización. Como resultado de su tiempo, dinero y esfuerzo invertido en la organización, el trabajador cree que dejarla significaría perderlo todo. En consecuencia, a medida que se reducen sus oportunidades fuera de la empresa, crece su vínculo con la organización.

El compromiso normativo: (deber u obligación) es la idea que se tiene respecto a una obligación moral de ser leal a una organización de alguna manera a cambio de beneficios; por ejemplo, si una institución cubre los gastos de capacitación o mejora del colaborador, este sentirá una sensación de reciprocidad con la misma. Los empleados que asumen este tipo de responsabilidad sienten firmemente que quieren seguir con la empresa porque le deben las oportunidades o recompensas que valoran.

Modelo de las dos dimensiones de Cohen

El modelo propuesto por Cohen, revela el compromiso organizacional basado en el compromiso de apego instrumental y psicológico, donde se pueden entender los antecedentes, tendencias y formas del compromiso.

Cohen propuso una teoría y un modelo que reconceptualiza las variables propuestas en modelos anteriores. Tal como lo menciona Cancharí (2023), en esta teoría, el compromiso consta de dos dimensiones: el apego instrumental y el apego psicológico. Las variables planteadas en el modelo de dos dimensiones desempeñan dos funciones sustanciales para la teoría propuesta por Meyer y Allen. En primer lugar, el compromiso normativo se conceptualiza en el modelo bidimensional como una tendencia normativa a crear compromisos que abordan problemas que estaban estrechamente relacionados con la dimensión afectiva en modelos anteriores. En segundo lugar, la propuesta de Meyer y Allen para el compromiso de continuidad se conceptualiza en un modelo bidimensional como una disposición instrumental en la que los trabajadores posteriormente experimentan como un compromiso instrumental. Este último proporciona una solución al problema de dividir la dimensión de continuidad de la MTC en dos factores (Cancharí, 2023).

De esta manera, la conceptualización de Meyer y Allen es modificada por el modelo bidimensional para abordar las interrogantes suscitadas. Otro aspecto de importancia práctica que presenta el modelo es en la presencia de factores que influyen antes de que la persona forme parte de la organización, esto es observado en los procesos de socialización. Todo esto es de ayuda para los departamentos de RRHH, ya que les permite crear perfiles de trabajadores con potencial de desarrollo, así como identificar necesidades de socialización y formación utilizando las variables previas.

Las teorías y modelos presentados, sirvieron como base para sustentar la indagación que se realizó en las entidades elegidas y de esta manera reconocer aspectos del compromiso que influyen en los colaboradores.

2.1.2 Variable 2

A. Definición

Salvador (2008), lo define como la disparidad entre la expectativa que tiene el cliente en base al servicio que recibirá y el servicio real que ha recibido. Los clientes evalúan cada aspecto o criterio de servicio comparando sus percepciones con sus expectativas. Las percepciones de cada categoría o criterio de evaluación son comparadas por los clientes con sus opiniones, la confiabilidad, la seguridad, la capacidad de respuesta y la empatía son algunos ejemplos de estas categorías.

Por otro lado, Keith (2001), afirma que la calidad del servicio es esencial, la complacencia del cliente depende de ello y una empresa que no brinde el servicio

adecuado no sobrevivirá. Esta cualidad será crucial para las organizaciones que quieran crear una visión y asegurar una posición sostenible y reconocida en el tiempo.

B. Dimensiones

Como señala Parasuraman et al., (1985, como se citó en Salvador, 2008), la calidad de servicio cuenta con las siguientes dimensiones:

Tangibilidad

Se define como tangibilidad la apariencia de áreas físicas, herramientas, personas y materiales de comunicación. Componentes tangibles, como el uso de equipos y herramientas durante el proceso de producción del servicio (Salvador, 2008).

Seguridad

Como señala Salvador (2008), la seguridad incluye la reputación de una empresa ante los ojos de sus clientes. Tiene reputación de honestidad y confiabilidad. El objetivo de esta dimensión es reducir la desconfianza de los clientes debido a las bajas expectativas de los mismos y, por el contrario, percibir los servicios prestados como favorables y, por tanto, aumentar la seguridad y confianza del cliente.

Empatía

Salvador (2008), menciona que se enfoca en la capacidad de colocarse en el lugar del cliente. Esto se debe a que los trabajadores de las compañías brindan los servicios y los clientes sólo participan indirectamente en el proceso. Sin embargo, si hay empatía entre la empresa y el cliente, la complacencia del cliente aumenta porque la satisfacción se obtiene al final del proceso. Es importante recordar que las expectativas del cliente son una mezcla de sentimientos y emociones que se relacionan con el nivel psicológico de cada uno de ellos. En otras palabras, nos referimos a la atención individualizada e interés que se ofrece al cliente en cuanto a la atención de sus necesidades.

C. Indicadores

Se plantean 9 indicadores, 3 por cada dimensión:

Dimensión 1. Elementos tangibles

Modernidad de equipamiento. Se trata de contar con las herramientas y medios adecuados que permitan generar riqueza y empleo (Fernández y Torres, 2010).

Instalaciones adecuadas. Tiene esencial influencia en el rendimiento de los trabajadores y el perfeccionamiento de sus acciones al interior de la empresa (Palacios, 2015).

Elementos materiales adecuados. Elementos que ofrece la organización a sus empleados por medio de los cuales facilita la ejecución de sus labores diarias (Ruiz, 2021).

Dimensión 2. Seguridad

Comportamiento confiable. Se demuestra un comportamiento integro, que se reflejará haciendo lo correcto a beneficio del cliente y de la empresa (Molina et al., 2016).

Amabilidad del trabajador. Trata de brindar el servicio de forma armónica para generar un vínculo agradable con el cliente (Romero y Romero, 2006).

Conocimientos del trabajador. Trata de la capacidad de brindar soluciones inmediatas a las interrogantes de los clientes (Parra y Rodríguez, 2015).

Dimensión 3. Empatía

Atención personalizada. Involucra conocer las necesidades de los clientes para brindar experiencias únicas que impactan en la satisfacción del cliente (Becerra, 2020).

Horarios convenientes. Se trata de ofrecer horarios flexibles, sin perjudicar la atención a los clientes (Mora, 2017).

Preocupación por los clientes. Consiste en estar atentos a sus necesidades e interrogantes (Cambra et al., 2010).

D. Teorías

De acuerdo con Zeithaml et al., (1993), la calidad son las características mensurables que los clientes distinguen en base a la excelsitud del producto o servicio que se ofrece; de esta manera el diseño y la forma en que los productos y servicios se ofrecen podrán determinar cuanto están dispuestos a pagar o esperar los clientes. Además, existen dos tendencias en el concepto puro de calidad: por un lado la objetiva que se centra en la visión del trabajador y por otro lado, la subjetiva se centra en el enfoque del cliente. De tal manera, la calidad no es el contenido del servicio, sino lo que el consumidor obtiene de él.

Grönroos (1994), explica la calidad de servicio como una variable de captación multidimensional que se constituye de dos mecanismos: una dimensión técnica y una funcional, es por ellos que detalla que los servicios son esencialmente mecanismos prácticamente etéreos y subjetivos a la hora de experimentarlos, en donde las acciones de producción y atención tienen lugar simultáneamente.

Asimismo, Zeithaml et al., (1993), detalla que la comprobación de la calidad del servicio ha causado ciertos contrastes de juicio, pero el aspecto más relevante dentro de ello es lo que realmente se está midiendo. De esta manera, los constructos empleados para medir la calidad del servicio generalmente siguen tres tendencias: valor, satisfacción y calidad.

Respecto a las definiciones brindadas, surgen los modelos de medición de calidad de servicio que se presentarán a continuación:

Modelo de la escuela nórdica

Es el modelo formulado por Grönroos, también denominado modelo de la imagen, el cual relaciona la imagen con la calidad de la entidad, muestra cómo las percepciones de calidad de los clientes, que están vinculadas a la reputación de la empresa, combinan calidad técnica (lo que se ofrece) y calidad funcional (cómo se ofrece). La percepción de la calidad se basa fundamentalmente en la imagen. En definitiva, los clientes están influenciados no sólo por los resultados del servicio sino también por la forma en que se les atiende y la reputación de la empresa.

Se menciona que la calidad técnica y la calidad funcional son dos factores adicionales que tienen un impacto en la experiencia de calidad. Estos factores también son responsables de la imagen de la empresa o de la ubicación. La calidad técnica se centra en un servicio teoricamente correcto para lograr resultados aceptables. Abarca todo lo referente a organización interna, recursos materiales y soporte. Es lo que Grönroos denomina la dimensión del “qué” lo que se recibe. Por otro lado, cuando se desarrolla el proceso de producción de servicios, la calidad funcional está a cargo de cómo se trata a los consumidores, denominado por Grönroos como la dimensión del "cómo" se recibe el servicio.

Finalmente, se afirma que la brecha entre la calidad esperada y la experimentada en realidad determina el nivel general de calidad percibida más que los niveles de las dimensiones de calidad técnica y funcional.

Modelo de la escuela americana

El modelo planteado por Parasuraman, Zeithaml y Berry, también llamado modelo SERVQUAL plantea cinco dimensiones para representar las cualidades que los clientes tienen en cuenta al calificar las interacciones de servicio. De esta manera, la conceptualización de los autores sobre las características esperadas menciona que los clientes comparan la tangibilidad, la confiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía (es decir, lo que esperan percibir) con cómo realmente reciben el servicio. Para medir la calidad percibida, propusieron estas dimensiones generales y definieron esta percepción como una diferencia entre lo que se espera y lo que realmente es captado por el consumidor en base al servicio.

No obstante, también parte del hallazgo de las múltiples brechas, desequilibrios o vacíos que se dan en el proceso. Lo cual influye en la percepción del cliente y se analizan si se quiere mejorar la calidad percibida. Por tanto, la apreciación general de la calidad del servicio está influenciada por la existencia de estas brechas en la organización que presta

dicho servicio. Estos vacíos son un conjunto de discordancias o diferencias en las percepciones de los ejecutivos sobre la disposición de ayudar y las tareas asociadas con la prestación de servicios a los clientes. Estos defectos influyen en la incapacidad de brindar un servicio de alta calidad según lo percibido por los clientes. Una vez que se conozcan dichos vacíos que influyen en la mala calidad se deben indagar las causas y elaborar estrategias para su mejora inmediata.

Otros modelos de medición

***Modelo de los tres componentes*.** Este modelo se refleja en tres elementos, según lo definen Zeithaml et al., (1993), el servicio y sus características, el proceso de entrega y el entorno que rodea al servicio. Su atención inicial se centró en los bienes tangibles. A relacionarlo al servicio, el enfoque cambia, pero como se menciona, ya sea que hablemos de productos o servicios, estos tres elementos siempre están presentes. El primero hace referencia al diseño realizado antes de que el cliente reciba el servicio, cuyos componentes se eligen en función del mercado objetivo, o más específicamente, de las expectativas. El ambiente de servicios se descompone en dos perspectivas: una perspectiva interna (centrada en la cultura organizacional y las filosofías de eliminación) y una perspectiva externa (el llamado panorama de servicios, dimensiones que componen el entorno general). Y por último, el proceso de entrega de servicios que se relaciona proceso de prestación de servicios.

Modelo SERVPERF. Cronin y Tayor instauraron una escala más breve que SERVQUAL a la cual denominaron SERVPERF. Similar a la escala SERVQUAL, esta nueva escala se basa únicamente en calificaciones perceptuales y considera tanto expectativas como percepciones. En esencia, las escalas son las mismas, pero existen diferencias en las herramientas y métodos de evaluación (Zeithaml et al., 1993).

Modelo de desempeño evaluado PE. El presente modelo afirma que una ampliación de la brecha entre percepciones y expectativas no siempre corresponde a un aumento constante en el nivel de calidad percibido, como sugiere SERVQUAL. El modelo PE ofrece una puntuación ponderada para la calidad del servicio y no plantea dimensiones, sino que establece elementos para que el modelo incial especifique sus características de análisis. Respecto a ello, el autor hace referencia a dos conceptos, el desempeño evaluado y la calidad normalizada (Zeithaml et al., 1993).

En base a todos los modelos establecidos, se busca utilizar el que permita evaluar de forma correcta la calidad, por lo tanto, se tomará como base el modelo de la escuela

americana planteado por Parasuraman, Zeithaml y Berry, el cual nos permite identificar en base a cinco dimensiones como se percibe la calidad del servicio.

2.2 **Antecedentes**

Como se sabe, el compromiso organizacional y su correcto entendimiento, influirá en el modo en el que se ofrece el servicio a los clientes, en la actualidad existen diversos reclamos respecto a la calidad de servicio que brindan las distintas entidades, es por ese motivo que se ejecutó la presente investigación, resulta sustancial obtener información que nos brinde acceso a un nuevo panorama de estudio y que a su vez nos valga como antecedente; para realizar dicho análisis se abordó y trató la problemática planteada en la presente investigación, de esta manera, se citaron diferentes autores tanto nacionales como internacionales por la relevancia identificada en sus investigaciones, donde gran parte concluye que hay una correlación significativa entre el compromiso organizacional y la calidad de servicio.

2.2.1 Antecedentes nacionales

Loyaga y Rebaza (2022), tuvieron el propósito de examinar el vínculo existente entre el compromiso de los empleados con la empresa y la calidad del servicio prestado en Miranda SAC en Trujillo durante el año 2022. Utilizaron una metodología tipo aplicada, con un diseño no experimental y de corte transversal, con un nivel correlacional con enfoque cuantitativo. Tuvo una muestra de 25 colaboradores, a quienes se aplicó una encuesta a través de su instrumento los cuestionarios para la recolección de datos en escala de tipo Likert. Los resultados hayados según la prueba de rho Spearman fueron de 0.049, estableciendo así que dentro de dicha organización no hay relación de las variables lo cual resulta desfavorable. Se concluye la no incidencia de las variables debido a que el personal que no se encarga de actividades relacionadas al trato con los clientes no considera importantes ciertos aspectos relacionados al compromiso organizacional.

Cienfuegos (2021), tuvo como finalidad identificar el efecto que el compromiso con la organización tiene con respecto a la disposición del servicio ofrecido por el personal administrativo del Instituto Tecnológico Privado San Luis, situado en Trujillo. El tipo de investigación tuvo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, de corte transversal y con un alcance correlacional; la población estuvo compuesta por 30 trabajadores administrativos, a quienes se aplicó la técnica de encuesta por medio de dos cuestionarios para la recolección de datos, apoyada en el modelo de Meyer y Allen y la escala multidimensional Servqual, respectivamente. Los resultados muestran que el

involucramiento de los empleados impacta notablemente en la calidad de servicio que brindan, mientras que respecto al compromiso organizacional, la lealtad, identificación, responsabilidad y sentido de obligación no hay incidencia con la calidad de servicio.

Gave (2022), buscó determinar el nexo que existe entre el compromiso de los colaboradores y la calidad de servicio que brinda una institución Financiera en Huancayo – 2021. Se utilizó una metodología tipo aplicada, con un diseño no experimental y de corte transversal, con un alcance descriptivo correlacional con un enfoque cuantitativo; la población estuvo conformada por 20 colaboradores, a los cuales se aplicó dos cuestionarios para la recolección de datos, que fueron procesados a través del programa SPSS obteniendo como resultado de correlación Pearson de 0.980, reflejando así un grado de correlación significativo en cuanto a la forma en la que el compromiso de los colaboradores interviene en la calidad de servicio. Se concluye la incidencia de la primera variable respecto a la segunda, por lo que se puede mencionar que los trabajadores cuentan un alto nivel de compromiso tanto afectivo, como normativo y de continuidad con la empresa.

Lizano (2022), se propuso reconocer la conexión entre el compromiso de los empleados con la calidad del servicio en un establecimiento de conveniencia en Lima durante el año 2021. Utilizándose una metodología tipo básica, con diseño no experimental y de corte transversal, con un alcance correlacional; la muestra estuvo conformada por 20 empleados, a los cuales se aplicó la técnica de encuesta por medio del cuestionario que permitió la recolección de datos en escala de tipo Likert, obteniendo como resultado de correlación Pearson de 0.884, reflejando así un grado muy alto, positivo y significativo de correlación entre el compromiso de los empleados y la calidad de servicio. Concluyendo que la implementación y fomento del compromiso organizacional mejorará la calidad de servicio brindado por los trabajadores, lo cual también puede influenciarse a través de incentivos o capacitaciones.

Ipanaqué (2024), buscó determinar el nexo que existe entre el compromiso de los colaboradores y la calidad de servicio en la Municipalidad de Vice, Piura, 2023. La metodología aplicada fue con un diseño descriptivo-correlacional, con un enfoque cuantitativo, no experimental y de corte transversal, la muestra estuvo conformada por dos partes, la primera por 89 trabajadores y la segunda fue de 375 ciudadanos, a los que se aplicó un cuestionario en escala likert. El resultado de correlación de rho de Spearman fue

de 0.710, estableciendo así una relación positiva fuerte entre las variables. Se concluyó que existe incidencia entre las variables estudiadas.

Moreno (2023), se planteó reconocer la conexión entre el compromiso organizacional y el desempeño laboral en la Red de Salud Leoncio Prado en el año 2023 Utilizándose una metodología básica, con diseño no experimental y de corte transversal, con un alcance correlacional; la muestra estuvo conformada por 57 personas, a los cuales se aplicó un cuestionario que permitió la recolección de datos en escala de tipo Likert, obteniendo como resultado de correlación Rho Spearman de 0.995, reflejando un grado muy alto y positivo de correlación entre el compromiso de los empleados y el desempeño laboral de los trabajadores. Concluyendo que al fomentar el compromiso de los trabajadores mejorará su desempeño y la atención brindada.

Gonzales (2022) tuvo como propósito reconocer el vínculo entre el compromiso organizacional y la calidad de servicio de los colaboradores del centro de Salud Morales, 2022. Se utilizó una metodología básica, no experimental de corte transversal con un nivel correlacional. Donde la muestra estuvo conformada por 41 participantes voluntarios a quienes se aplicó una encuesta en escala likert. Los resultados basados en el coeficiente de correlación reflejan un nivel positivo bajo, teniendo un Rho de 0.264. Se concluye, que al no establecerse mecanismos para fortalecer el compromiso no se brinda un servicio de calidad y este es un aspecto que se debe mejorar.

Rodríguez et al., (2023), tuvieron como propósito establecer el nexo entre la calidad del servicio y la complacencia en el trabajo utilizando el enfoque del modelo SERVQUAL. La metodología utilizada fue con un nivel descriptivo correlacional, con un diseño no experimental y de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 98 empleados a quienes se aplicó una encuesta con escala tipo likert. El resultado Rho Spearman 0.783 demostró una correlación positiva alta. En conclusión, la calidad de servicio y sus dimensiones propuestas se relacionan con el nivel de complacencia del personal.

Zavaleta (2021), en su investigación buscó analizar el nexo entre la satisfacción profesional y el compromiso del personal docente de la Institución Educativa Nº7102 San Francisco de Asís, Pachacamac en el año 2021. Utilizó una metodología cuantitativa, con diseño no experimental y nivel correlacional, cuya muestra estuvo conformada por 85 docentes, a quienes se les aplicó el instrumento del cuestionario. Los resultados reflejan

una relación positiva alta entre las variables (rho Spearman 0.744). Se concluye que en cuanto los docentes experimentan una alta motivación en el trabajo, esto se ve reflejado en la enseñanza de calidad que brindan a los estudiantes.

2.2.2 Antecedentes internacionales

García (2022), buscó establecer la conexión entre el compromiso que los empleados tienen con la organización y la calidad del servicio brindado por el personal de en un centro de salud en Guanacaste, Costa Rica, durante el año 2022. Empleando una metodología de tipo aplicada, con un enfoque cuantitativo no experimental, con diseño descriptivo correlacional, cuya muestra estuvo conformada por 31 participantes, a los cuales se aplicó la técnica de encuesta a través de dos cuestionarios con escala tipo Likert. El resultado de correlación según la prueba rho Spearman fue 0.803, reflejan una correlación de magnitud considerable entre las variables planteadas. Por lo cual, se concluye que si se presentan progresos en cuanto al compromiso organizacional este también influirá en la mejora de la calidad de servicio incrementando así el agrado de los clientes.

Mora et al., (2021), tuvieron como propósito examinar cómo los componentes del compromiso organizacional se relacionan con los componentes demográficos que influyen en la ausencia laboral dentro del sector de franquicias de comida rápida en Barranquilla, Colombia. La metodología fue descriptiva correlacional, no experimental de corte transversal, la población estuvo constituida por 155 empleados operativos, a los cuales se aplicó la técnica de la encuesta mediante un cuestionario conformado por 54 ítems para recoger los datos con escala Likert, en donde se extrajo como resultado según la prueba rho Spearman 0.884, una correlación de magnitud significativa entre ambas variables. Concluyendo que, aunque el ausentismo laboral es notable, no se ve afectado por la falta de compromiso, sino más bien por la ubicación geográfica. Esto se debe a que el compromiso organizacional está arraigado en la integración de cada colaborador, lo que lleva a su identificación con la empresa.

Tortoleo y Carreón (2022), buscan determinar la conexión entre los estilos de liderazgo y el compromiso de los docentes según la visión de un instituto de educación superior en Durango, México. La metodología utilizada fue no experimental, de corte transversal con un nivel descriptivo y correlacional, la muestra estuvo conformada por 15 docentes de la institución a los que se aplicó la técnica de la encuesta a través de dos cuestionarios que contenía 48 ítems para recolectar los datos en escala Likert. Los

resultados de acuerdo a la correlación de Spearman de 0.512 determinan una relación positiva en cuanto al liderazgo transformador que refleja la incidencia significativa con dicha variable. Se concluye que los docentes que exhiben un estilo de liderazgo transformacional fomentan un mayor compromiso con la institución al impulsar sus valores y su filosofía.

Barragán et al., (2021), buscaron examinar la eficacia del servicio de un procedimiento administrativo llevado a cabo en Institutos de Educación Superior. Utilizando una metodología de tipo aplicada, con un diseño no experimental y de corte transversal, con un nivel correlacional con enfoque cuantitativo. Su muestra estuvo constituida por 425 estudiantes, con los que se empleó la técnica de encuesta por medio de dos cuestionarios que permitieron recolectar datos en escala de tipo Likert relacionada con el modelo SERVQUAL. Cuyo resultado de correlación tuvo un grado de significancia positivo en las dimensiones de empatía y tangibilidad, lo cual refleja que para los estudiantes, la eficacia del servicio es notable en dichas dimensiones. Se concluye que los aspectos que para los estudiantes tienen más relevancia y relación con la calidad de servicio son la empatía y la tangibilidad.

Tipán y Pruna (2025), buscaron identificar como el compromiso de los colaboradores influye en su satisfacción dentro de la unidad educativa. Se utilizó un método descriptivo correlacional, con un diseño no experimental, con un enfoque cuantitativo; asimismo estuvo compuesta por una población de 26 trabajadores, a los que se aplicó la encuesta a través de su instrumento el cuestionario, para la recolección de datos en escala de tipo Likert, Se obtuvo como resultado rho Spearman 0,589, lo cual refleja una relación positiva entre las variables. Concluyendo que la satisfacción de los trabajadores se halla estrechamente relacionado con los procesos de dirección y organización, por lo cual a medida que dichos procesos mejoren, se obtendrá un nexo positivo con su satisfacción.

Serlín et al., (2024) buscaron analizar cómo el liderazgo ético afecta el compromiso en el trabajo y el intercambio de conocimientos, componentes que afectan en el rendimiento laboral y el compromiso de los trabajadores con las empresas. La metodología utilizada fue no experimental, de corte transversal y con un nivel correlacional, cuya población fue de 670 trabajadores a quienes se les aplicó una encuesta para recolectar los datos. Cuyo resultado de correlación tuvo un grado de significancia positivo para la variable liderazgo ético y las variables de resultado. En conclusión el estilo de liderazgo cumple un rol decisivo en las actitudes y el compromiso de los empleados. Por

consiguiente, los líderes de la organización deben emplearlo con el fin de fortalecer el compromiso de los trabajadores y su rendimiento laboral.

Silva et al., (2021), se plantearon hallar la conexión entre la calidad del servicio y los niveles de satisfacción y fidelidad del cliente. La metodología aplicada fue de alcance correlacional, no experimental y de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 516 clientes con los que se empleó un cuestionario para recoger los datos. Los resultados de acuerdo con el coeficiente rho Spearman fueron 0.820 reflejando así una conexión significativamente alta entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente. Por lo tanto, se pudo corroborar que al ofrecer una trato de mayor calidad, se estaría empleando un instrumento esencial para la rentabilidad y la continuidad exitosa de la organización.

2.3 Definición de términos básicos

Compromiso: es la capacidad de comprender la importancia de adherirse a un acuerdo previamente concertado, se considera una virtud y un valor cumplir la palabra porque hacerlo con frecuencia asegura el logro de metas futuras (Rigo, 2017).

Organización: una organización es un entorno estructurado donde los individuos coexisten en diversos roles, responsabilidades o posiciones para trabajar hacia objetivos compartidos, la ineludible necesidad de competencia es lo que distingue a las organizaciones actuales (Rodríguez y Trujillo, 2007).

Motivación: es el proceso auto energético de una persona, que produce una atracción hacia una meta que requiere que el sujeto actúe y permite aceptar el esfuerzo requerido para alcanzar dicha meta, se compone de necesidades, deseos, tensiones, malestares y expectativas (Herrera y Zamora, 2014).

Calidad: es una característica de una cosa u objeto que determina su valor y el nivel de satisfacción que despierta en el sujeto (Nebrera, 2002).

Servicio: es una prestación que los consumidores esperan de un bien o servicio fundamental dado su costo, prestigio y reputación (Morocho y Burgos, 2018).

Satisfacción del cliente: está determinada por cómo se sienten los clientes acerca de los beneficios que reciben en relación con lo que esperaban (Morocho y Burgos, 2018).

Iniciativa: es la capacidad de proponer, diseñar o desarrollar proyectos propios a nivel profesional, es un aspecto crucial del empleo porque permite hacer predicciones sobre el futuro y generar ideas originales (Quetglas, 2020).

Incentivo: es un componente variable del salario o una forma de reconocer y recompensar el desempeño (Caso, 2003).

Reciprocidad: es una acción basada en los resultados de la acción de otra persona; es una interacción social que depende de sí misma, del seguimiento de las acciones propias y de otros (Gonnet, 2011).

Desempeño laboral: es el valor que se espera que una persona ofrezca a una empresa a través de una variedad de acciones conductuales a lo largo del tiempo (Pedraza et al., 2010).

Modernidad: surgió como resultado de la superación de un estilo de vida anticuado. Representa una nueva etapa en la evolución de la sociedad humana en comparación con la sociedad tradicional (Daza, 2010).

Sentido de pertenencia: es el sentido de identificación que un individuo desarrolla con una comunidad con la que interactúa para lograr objetivos comunes (Corona, 2020).

Inestabilidad laboral: está relacionada con la percepción que los sujetos tienen de su situación laboral y se define como la amenaza de desempleo involuntario (Maglio et al., 2010).

Eficacia: es grado en que se logran las metas y objetivos del plan, es decir, el grado en que se logran los resultados esperados (Fernández y Sánchez, 1997).

Personalización: es el proceso de agregar características formales y funcionales a un producto o servicio en respuesta a las necesidades del cliente manteniendo al mismo tiempo la integridad del producto o servicio original (Uribe, 2011).

Ausentismo laboral: es reconocido como el abandono del trabajo y los deberes que involucra, se trata del incumplimiento de los términos del contrato (Tatamuez et al., 2019).

III. HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis

3.1.1 Hipótesis general

El Compromiso Organizacional se relaciona significativamente con la Calidad de Servicio de los colaboradores de las entidades financieras de Chincha, 2024.

3.1.2 Hipótesis especificas

El Compromiso Afectivo se relaciona significativamente con la Calidad de Servicio de los colaboradores de las entidades financieras de Chincha, 2024.

El Compromiso de continuidad se relaciona significativamente con la Calidad de Servicio de los colaboradores de las entidades financieras de Chincha, 2024.

El Compromiso Normativo se relaciona significativamente con la Calidad de Servicio de los colaboradores de las entidades financieras de Chincha, 2024.

3.2 Definición conceptual de las variables

Compromiso organizacional. Esta actitud es una de las tres que una persona puede adoptar hacia su trabajo, y se caracteriza por el lazo sensitivo y psicológico que el empleado crea con la entidad en la que trabaja. Se manifiesta cuando el mismo se alinea con los objetivos de la empresa y anhela mantenerse en ella como parte integral de su equipo (Edel et al., 2007).

Calidad de servicio. Es la disparidad entre la expectativa que tiene el cliente en base al servicio que recibirá y el servicio real que ha recibido. Los clientes evalúan cada aspecto o criterio de servicio comparando sus percepciones con sus expectativas (El Salvador, 2008).

3.3 **Operacionalización de las variables**

Tabla 1

Operacionalización de las variables

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	RANGO
Variable I: Compromiso organizacional	Esta actitud es una de las tres que una persona puede adoptar hacia su trabajo, y se caracteriza por el lazo sensitivo y psicológico que el empleado crea con la entidad en la que trabaja. Se manifiesta cuando el mismo se alinea con los objetivos de la empresa y anhela mantenerse en ella como parte integral de su equipo (Edel et al., 2007).	La variable ha sido operacionalizada bajo los componentes compromiso afectivo, compromiso de continuidad y compromiso normativo.	X1 = Compromiso afectivo	Pertenencia	1	Ordinal Escala Likert 1 = Nunca 2 = Casi nunca 3 = A veces 4 = Casi siempre 5 = Siempre	Nulo Regular Bueno
				Realización	2		
				Emociones	3		
			X2 = Compromiso de continuidad	Estabilidad	4		
				Beneficio	5		
				Desempeño	6		
			X3 = Compromiso normativo	Reglamento	7		
				Responsabilidad	8		
				Deberes	9		
Variable II: Calidad de servicio	Es la disparidad entre la expectativa que tiene el cliente en base al servicio que recibirá y el servicio real que ha recibido. Los clientes evalúan cada aspecto o criterio de servicio comparando sus percepciones con sus expectativas (El Salvador, 2008).	La variable ha sido operacionalizada bajo las dimensiones elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.	Y1= Elementos tangibles	Modernidad de equipamiento	1	Ordinal Escala Likert 1 = Nunca 2 = Casi nunca 3 = A veces 4 = Casi siempre 5 = Siempre	Deficiente Básico Eficiente
				Instalaciones adecuadas	2		
				Elementos materiales adecuados	3		
			Y2 = Seguridad	Comportamiento confiable	4		
				Amabilidad del trabajador	5		
				Conocimientos del trabajador	6		
			Y3 = Empatía	Atención personalizada	7		
				Horarios convenientes	8		
				Preocupación por los clientes	9		

Nota. Elaboración propia

IV. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1 Tipo de investigación

La investigación se llevará a cabo con un tipo de tipo investigación básica, con el objetivo de obtener datos novedosos, además de producir conocimientos y teorías nuevos, este tipo de investigación permite realizar una búsqueda de nueva información que se aportará al lector y no produce obligatoriamente resultados inmediatos de beneficio práctico (Hernández y Mendoza, 2018).

Además, se optará por un enfoque cuantitativo no experimental, dentro del diseño cuantitativo se plantea trabajar con herramientas numéricas que involucran la estadística y ciencias matemáticas, ya que resulta apropiada porque se desea evaluar las dimensiones u ocurrencia de los fenómenos y probar las hipótesis (Fuentes et al., 2020). Dentro del enfoque cuantitativo se optará por un diseño no experimental, la cual Hernández y Mendoza (2018), describen como una investigación que se lleva a cabo sin una manipulación intencional de las variables, pretende estudiar el problema en su contexto natural por medio de la observación o a través de instrumentos de medición, que permitan analizar las variables.

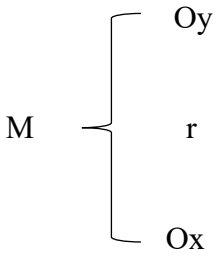
4.2 Diseño de investigación

Asimismo, se optará por un corte transversal, para Hernández y Mendoza (2018), en este tipo de diseño la recolección de datos se llevará a cabo en un solo tiempo y tiene como propósito evaluar una situación determinada, así como realizar un análisis respecto a la incidencia de las varibales y la relación que puedan presentar en el tiempo establecido, la presente investigación se realizará durante el año 2024, en donde se realiazará el análisis y evaluación del Compromiso organizacional en los colaboradores de diversas entidades financieras de Chincha.

Para el presente estudio se plantea aplicar el nivel de investigación correlacional, ya que busca describir las relaciones o el nivel de asociación que existe entre las variables en un contexto específico (Hernández y Mendoza, 2018).

Ruiz y Valenzuela (2022), mencionan que el nivel de investigación correlacional tiene como objetivo relacionar conceptos o factores. Se miden las variables y se estudia su relación, utilizando técnicas estadística. En otras palabras, se pretende comprender el nivel de conexión existente entre dos o más concepciones, categorías o variables en un contexto determinado. Generalmente, se estudia únicamente la relación que existe entre dos variables.

Según el tipo de investigación para este proyecto, el diseño usado es el siguiente:



Nota: Diseño correlacional, tomado de Paniagua y Condori (2018)

En donde:

M: Muestra

Oy: Variable 1

Ox: Variable 2

R: Es el coeficiente que determina la correlación de las variables

4.3 Método de investigación

Para la investigación se considerará apropiada la utilización del método deductivo, conocido como método de razonamiento, tomando principios generales para llevarlos a principios particulares. Bernal (2010), menciona que se basa en tomar conclusiones generales para adquirir explicaciones particulares. El procedimiento inicia con el estudio de los premisas, proposiciones, leyes, principios, etc., de aplicación universal, para aplicarlos a soluciones concretas y particulares.

4.4 Población y muestra

La población estuvo determinada por 80 trabajadores de diversas entidades financieras de Chincha. Hernández y Mendoza (2018), definen a la población como el total de elementos, sujetos y objetos que se desean estudiar. Por otro lado, Bernal (2010), lo reconoce como el conjunto de individuos con características análogas que se utilizará como unidad de estudio.

La muestra, como lo define Carrasco (2005), es un fragmento representativo de la población establecida, dicha población cuenta con las mismas características y es necesario la utilización de técnicas adecuadas para ser objetiva. Asimismo, Hernández y Mendoza (2018), refieren que está muestra es un subgrupo del universo que se estudia en donde se recolectan datos adecuados, dicha muestra debe ser una parte representativa de la población.

En base a las definiciones brindadas, se optó por trabajar con una muestra no probabilistica censal en la cual la muestra será igual a la población seleccionada, como lo define Ramírez (2010), es aquella donde todas las unidades de investigación son

consideradas como muestra. Por otro lado, este tipo de muestra es utilizado cuando se necesita la opinión de todos los participantes o cuando se tiene acceso facil a toda la población estudiada (Hayes, 1999).

4.5 Lugar de estudio

El lugar de estudio definido para llevar a cabo la investigación serán las entidades financieras de la provincia de Chincha, durante el periodo 2024.

4.6 Técnicas e instrumentos para la recolección

Las técnicas para la recolectar datos son un conjunto de reglas y pasos que dirigen la actividad que realiza el investigador, son herramientas que permiten dar solución a problemas metodológicos relacionados con las hipótesis de la investigación (Carrasco, 2005). Para la investigación, la recolección de datos se obtuvo mediante la técnica de la encuesta, porque se elaboraron una serie de ítems basándonos en las variables, sus dimensiones e indicadores. Al respecto Bernal (2010), indica que dicha encuesta es una técnica de investigación social que se basa un cuestionario o conjunto de ítems que se plantean con la intención de obtener información de las población estudiada.

Como instrumento se empleó el cuestionario, el cual contó con 18 preguntas, una por cada indicador. Carrasco (2005), explica que mediante el cuestionario se obtendrán respuestas directas por parte de la población estudiada, consiste en la presentación de preguntas claras, precisas, objetivas y coherentes, para que sean resultas de forma que permitan al investigador tener una visión clara de los resultados.

Asimismo, las preguntas del cuestionario se elabororararon en base a la escala Likert, el cual contó con 5 alternativas, dicha escala presentó un conjunto de ítems en forma de proposiciones en donde se solicitó a la población estudiada marcar de forma objetiva y precisa las alternativas brindadas por el investigador (Carrasco, 2005).

4.7 Análisis y procesamiento de datos

La validez para Hernández y Mendoza (2018), representa al grado en que un instrumento mide con precisión la variable que desea estudiar. En cuanto a la validez del trabajo de investigación se realizó a través de la validez de expertos.

Asimismo, dicha validez es la que permite la verificación y evaluación del grado de precisión de los instrumentos realizada por expertos en el tema, para de esta manera poder aplicar el instrumento y obtener resultados verídicos (Hernández y Mendoza, 2018).

La confiabilidad como lo menciona Bernal (2010), es un instrumento de medición que representa el grado que al aplicarlo en repetidas ocasiones a la misma muestra refleja resultados iguales. Por lo tanto, para la aplicación del cuestionario y el análisis de los resultados, se evaluó la confiabilidad a través de las medidas de coherencia, la cual Hernández y Mendoza (2018), definen como coeficientes que evalúan la confiabilidad de los instrumentos e involucran consigo al coeficiente de alfa de Cronbach.

Por lo cual, en la presente indagación se utilizó el sistema SPSS, que permitió el correcto procesamiento de datos, análisis y de donde se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 2

Estadísticos de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,845	30

Nota: N elementos indica el número total de ítems ingresados de la variable 1.

Según la tabla 2 y de acuerdo con los resultados obtenidos del análisis de fiabilidad a través del coeficiente de alfa de Cronbach con un valor de ,845 se determinó que la confiabilidad del instrumento de medición de ambas variables es confiable.

Según la tabla 1, se confirma la fiabilidad de ambas variables de este estudio, lo cual significa que se cumplió con lo expresado por Hernández y Mendoza (2018), quienes mencionan que la fiabilidad se representa con un puntaje final obtenido de la elaboración del alfa de Cronbach a través del sistema SPSS, en donde el resultado tiene que ser igual o mayor a 0.70. Por lo tanto, la fiabilidad obtenida fue mayor a 0.8, considerando que son confiables y superando así el puntaje general establecido.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados descriptivos

Los resultados se procesaron a través del estadístico SPSS 25 y Excel

Variable Compromiso organizacional

Dimensión Compromiso Afectivo

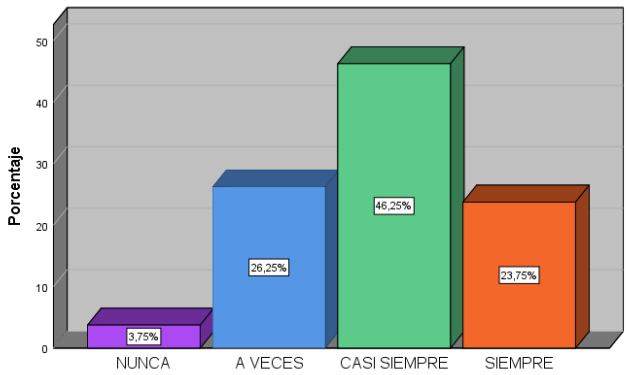
Tabla 3.

Análisis de la pregunta 1. ¿Considera Ud. que se siente identificado con los logros de la organización?

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	NUNCA	3	3,8	3,8	3,8
	A VECES	21	26,3	26,3	30,0
	CASI SIEMPRE	37	46,3	46,3	76,3
	SIEMPRE	19	23,8	23,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota. Describe la distribución de frecuencias de la pregunta N°1.

Gráfico 1. *Pregunta 1*



Nota. Presenta gráficamente la distribución de frecuencias de la pregunta N°1.

De acuerdo con la tabla 3 y el gráfico 1, se muestra que el 70% de los trabajadores encuestados de las entidades financieras considera que casi siempre y siempre se siente identificado con los logros de la organización. Del mismo modo, el 26.25% considera a veces haberse sentido identificado, mientras que el 3.75% menciona nunca haberse sentido identificado, lo cual se debe atender para reconocer qué aspectos están influyendo.

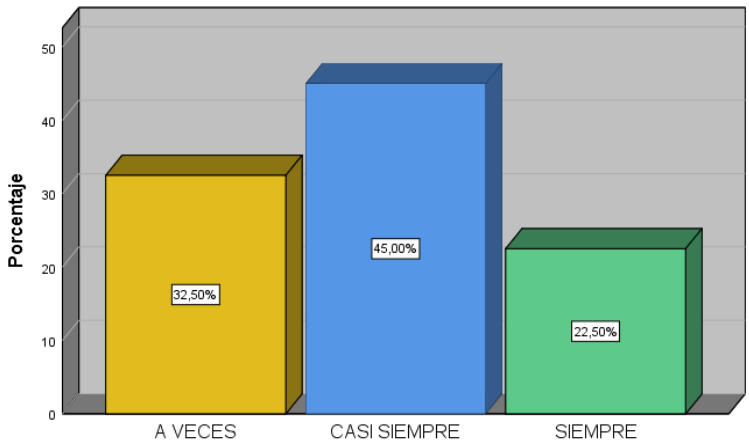
Tabla 4.

Análisis de la pregunta 2. ¿Considera Ud. que las capacitaciones brindadas potencian su desarrollo profesional?

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	A VECES	26	32,5	32,5	32,5
	CASI SIEMPRE	36	45,0	45,0	77,5
	SIEMPRE	18	22,5	22,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota. Describe la distribución de frecuencias de la pregunta N°2.

Gráfico 2. *Pregunta 2*



Nota. Presenta gráficamente la distribución de frecuencias de la pregunta N°2.

De acuerdo con la tabla 4 y el gráfico 2, se muestra que el 67.5% de los trabajadores considera que casi siempre y siempre las capacitaciones brindadas potencian su desarrollo como profesional, mientras que el 32.5% considera que solo a veces. Lo cual nos permite reconocer que es un aspecto clave para que se sientan valorados y recompensados dentro de la organización y de esta manera podrán desempeñarse de forma satisfactoria.

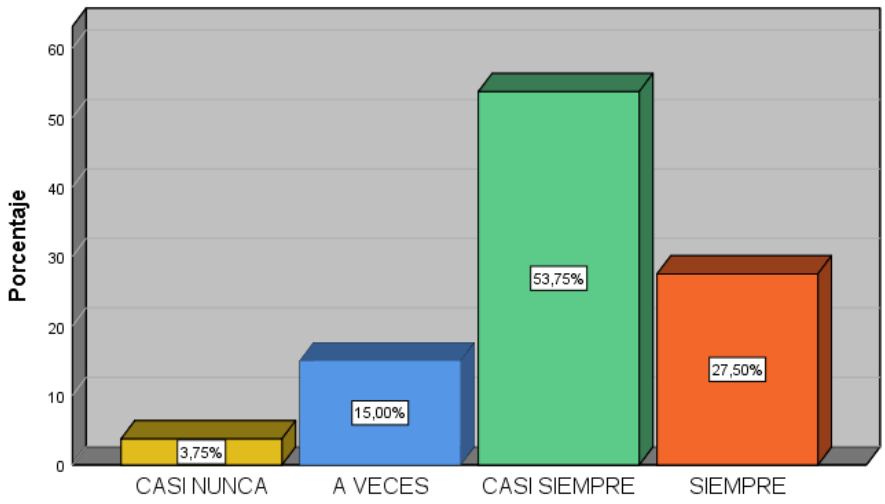
Tabla 5.

Análisis de la pregunta 3. ¿Considera Ud. haber establecido un vínculo afectivo con la organización?

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	CASI NUNCA	3	3,8	3,8	3,8
	A VECES	12	15,0	15,0	18,8
	CASI SIEMPRE	43	53,8	53,8	72,5
	SIEMPRE	22	27,5	27,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota. Describe la distribución de frecuencias de la pregunta N°3.

Gráfico 3. *Pregunta 3*



Nota. Presenta gráficamente la distribución de frecuencias de la pregunta N°3.

De acuerdo con la tabla 5 y el gráfico 3, se muestra que el 81.25% de los trabajadores encuestados considera casi siempre y siempre haber establecido un vínculo con la organización. Del mismo modo, el 15% indica a veces haber sentido ese vínculo y el 3.33% considera casi nunca se ha sentido identificado, lo cual se debe analizar para plantear mejoras.

Dimensión Compromiso de continuidad

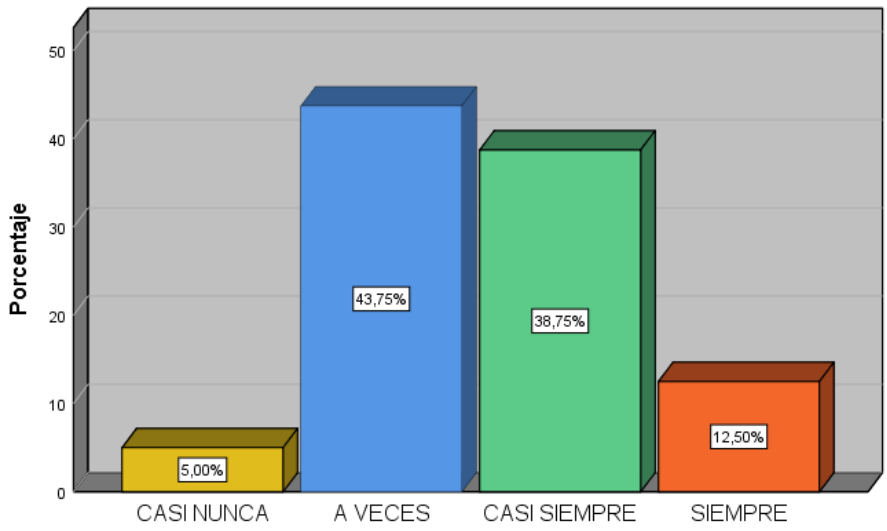
Tabla 6.

Análisis de la pregunta 4. ¿Considera Ud. que los beneficios obtenidos por parte de la organización le permiten satisfacer sus necesidades?

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	CASI NUNCA	4	5,0	5,0	5,0
	A VECES	35	43,8	43,8	48,8
	CASI SIEMPRE	31	38,8	38,8	87,5
	SIEMPRE	10	12,5	12,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota. Describe la distribución de frecuencias de la pregunta N°4.

Gráfico 4. *Pregunta 4*



Nota. Presenta gráficamente la distribución de frecuencias de la pregunta N°4.

De acuerdo con la tabla 6 y el gráfico 4, se muestra que el 51.25% de los trabajadores considera que casi siempre y siempre los beneficios obtenidos le permiten satisfacer sus necesidades. Mientras que un 43.75% y 5% considera que a veces y casi nunca respectivamente, dichos beneficios le permiten satisfacer sus necesidades, esto depende en gran medida de la productividad y el cumplimiento de metas de cada trabajador.

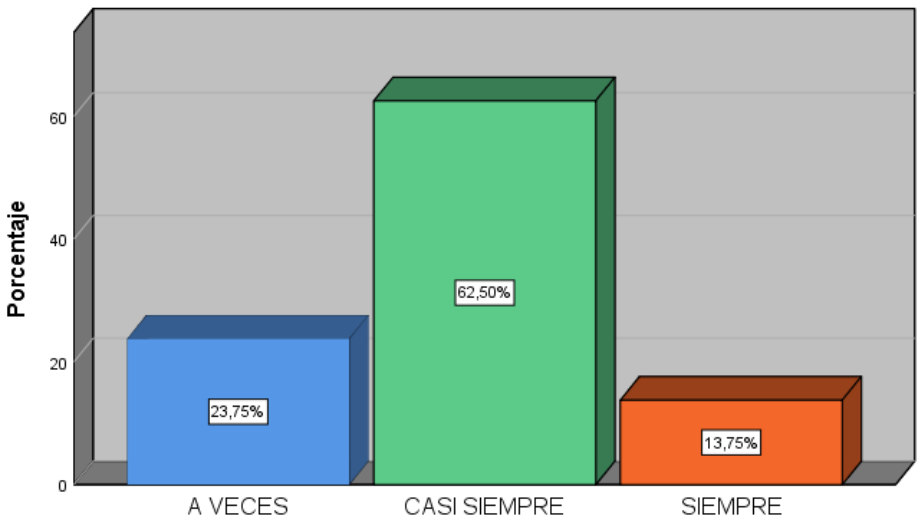
Tabla 7.

Análisis de la pregunta 5. ¿Considera Ud. que la organización promueve su desarrollo personal?

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	A VECES	19	23,8	23,8	23,8
	CASI SIEMPRE	50	62,5	62,5	86,3
	SIEMPRE	11	13,8	13,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota. Describe la distribución de frecuencias de la pregunta N°5.

Gráfico 5. *Pregunta 5*



Nota. Presenta gráficamente la distribución de frecuencias de la pregunta N°5.

De acuerdo con la tabla 7 y el gráfico 5, se muestra que el 76.25% de los trabajadores considera que casi siempre y siempre la organización promueve su desarrollo personal. Del mismo modo, el 23.75% considera que a veces se promueve su desarrollo, lo cual es algo a mejorar ya que lo que buscan las organizaciones actualmente es que su talento se siente motivado.

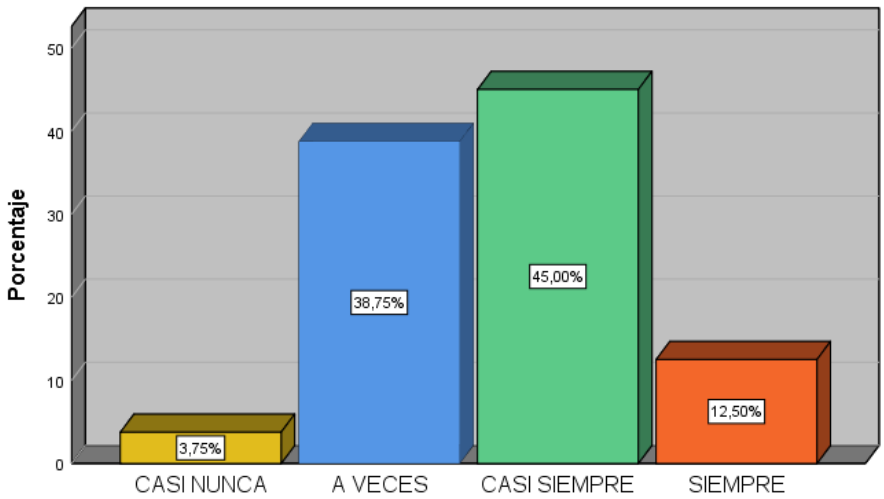
Tabla 8.

Análisis de la pregunta 6. ¿Considera Ud. que se encuentra capacitado para tomar decisiones que lleven a la empresa al logro de objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	CASI NUNCA	3	3,8	3,8	3,8
	A VECES	31	38,8	38,8	42,5
	CASI SIEMPRE	36	45,0	45,0	87,5
	SIEMPRE	10	12,5	12,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota. Describe la distribución de frecuencias de la pregunta N°6.

Gráfico 6. *Pregunta 6*



Nota. Presenta gráficamente la distribución de frecuencias de la pregunta N°6.

De acuerdo con la tabla 8 y el gráfico 6, se muestra que el 57.5% de los trabajadores encuestados indica que casi siempre y siempre se siente capacitado para tomar decisiones que lleven al logro de objetivos dentro de la organización. Asimismo, el 38.75% y el 3.75% considera a veces y casi nunca se siente capacitado para tomar dichas decisiones, lo cual debe ser analizado para poder identificar los aspectos que los hacen no sentirse preparados.

Dimensión Compromiso normativo

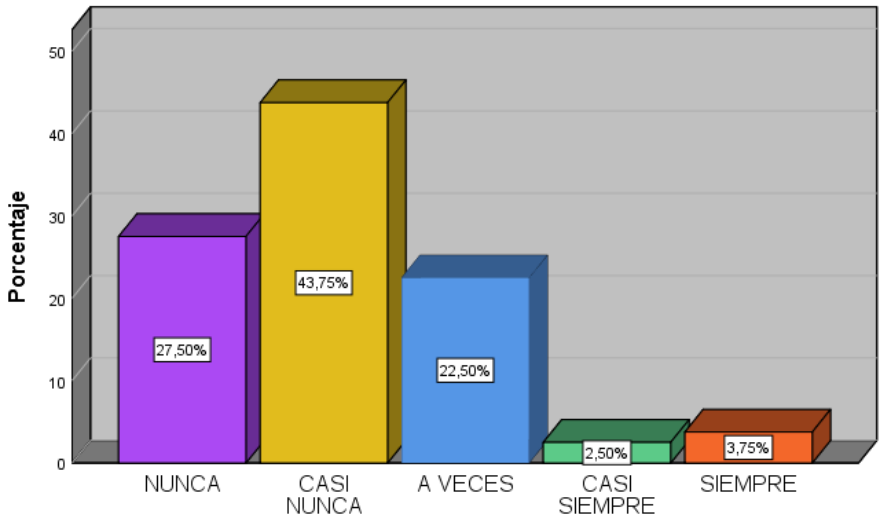
Tabla 9.

Análisis de la pregunta 7. ¿Se considera Ud. presionado reglamentariamente a mantenerse en la organización?

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	NUNCA	22	27,5	27,5	27,5
	CASI NUNCA	35	43,8	43,8	71,3
	A VECES	18	22,5	22,5	93,8
	CASI SIEMPRE	2	2,5	2,5	96,3
	SIEMPRE	3	3,8	3,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota. Describe la distribución de frecuencias de la pregunta N°7.

Gráfico 7. *Pregunta 7*



Nota. Presenta gráficamente la distribución de frecuencias de la pregunta N°7.

De acuerdo con la tabla 9 y el gráfico 7, se muestra que el 71.25% de los trabajadores casi nunca y nunca se sienten presionados reglamentariamente a mantenerse en la organización. Por otro lado, el 22.5% considera que a veces se siente presionado y el 6.25% considera que siempre y casi siempre se siente presionado reglamentariamente.

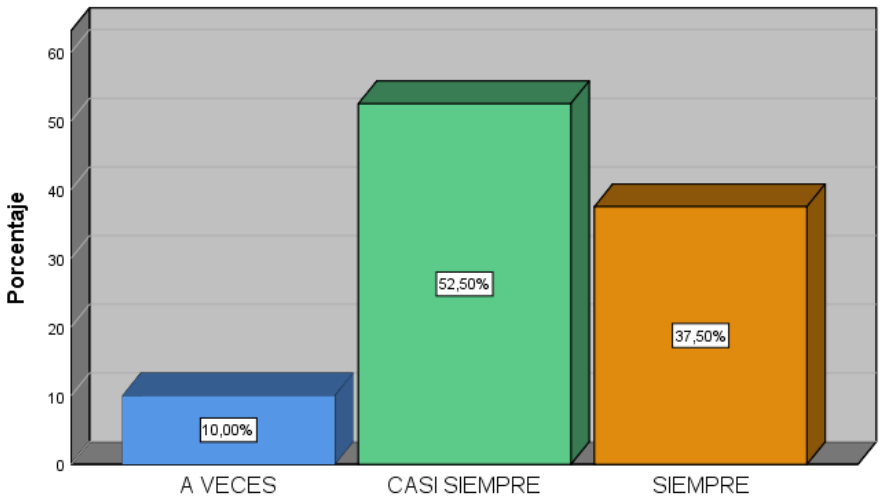
Tabla 10.

Análisis de la pregunta 8. ¿Considera Ud. que es capaz de asumir responsablemente las consecuencias de sus actos y buscar soluciones?

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	A VECES	8	10,0	10,0	10,0
	CASI SIEMPRE	42	52,5	52,5	62,5
	SIEMPRE	30	37,5	37,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota. Describe la distribución de frecuencias de la pregunta N°8.

Gráfico 8. *Pregunta 8*



Nota. Presenta gráficamente la distribución de frecuencias de la pregunta N°8.

De acuerdo con la tabla 10 y el gráfico 8, se muestra que el 90% de los trabajadores considera casi siempre y siempre se siente capaz de asumir responsablemente las consecuencias de sus actos y buscar soluciones. Por otro lado, el 10% considera solo a veces sentirse capaz, aspecto que se debe mejorar ya que la organización siempre buscará brindar un servicio de calidad.

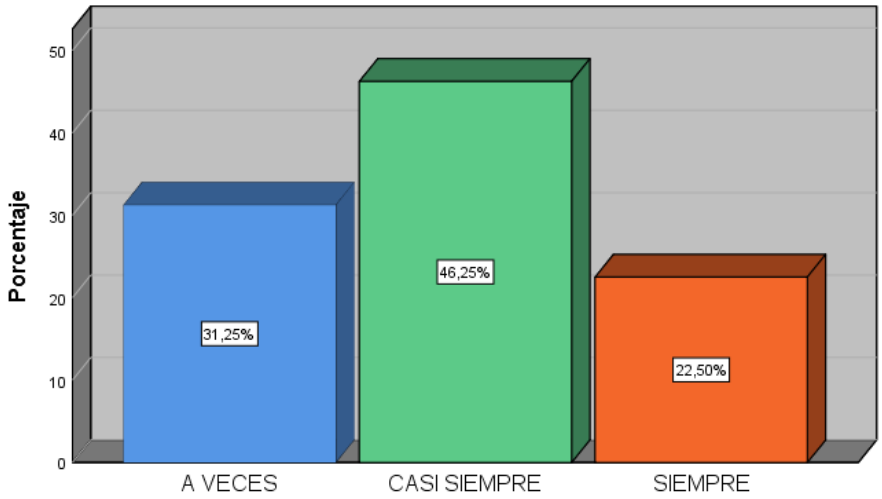
Tabla 11.

Análisis de la pregunta 9. ¿Considera Ud. que se encuentra informado respecto a las actividades específicas que debe realizar en la organización?

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	A VECES	25	31,3	31,3	31,3
	CASI SIEMPRE	37	46,3	46,3	77,5
	SIEMPRE	18	22,5	22,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota. Describe la distribución de frecuencias de la pregunta N°9.

Gráfico 9. *Pregunta 9*



Nota. Presenta gráficamente la distribución de frecuencias de la pregunta N°9.

De acuerdo con la tabla 11 y el gráfico 9, se muestra que el 46.25% de los trabajadores considera que casi siempre se encuentra informado respecto a las actividades que debe realizar, mientras que el 22.5% considera siempre que se encuentra informado. Por otro lado, el 31.25% considera solo a veces encontrarse informado, aspecto que se debe mejorar, ya que, si no conocen las actividades que deben realizar no brindaran un servicio de calidad.

Variable Calidad de Servicio

Dimensión. Elementos tangibles

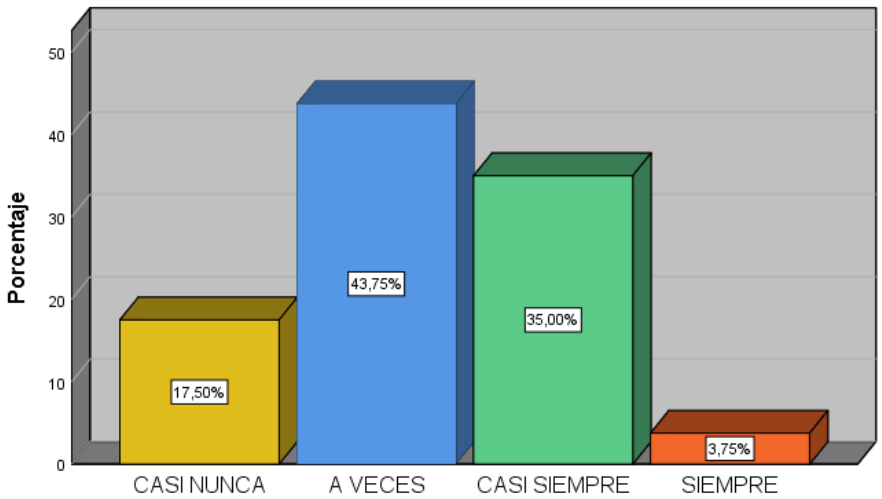
Tabla 12.

Análisis de la pregunta 10. ¿Considera Ud. que los equipos tecnológicos con los que realiza sus actividades son modernos?

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	CASI NUNCA	14	17,5	17,5	17,5
	A VECES	35	43,8	43,8	61,3
	CASI SIEMPRE	28	35,0	35,0	96,3
	SIEMPRE	3	3,8	3,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota. Describe la distribución de frecuencias de la pregunta N°10.

Gráfico 10. *Pregunta 10*



Nota. Presenta gráficamente la distribución de frecuencias de la pregunta N°10.

De acuerdo con la tabla 12 y el gráfico 10, se muestra que el 43.75% de los trabajadores considera a veces que los equipos tecnológicos son modernos, mientras que el 35% considera casi siempre que son modernos. Asimismo, el 17.5% considera casi nunca que dichos equipos son modernos, lo cual se debe mejorar, ya que, sin equipos modernos y de calidad no desempeñaran sus labores con eficazmente y solo el 3.75% siempre considera contar con equipo modernos.

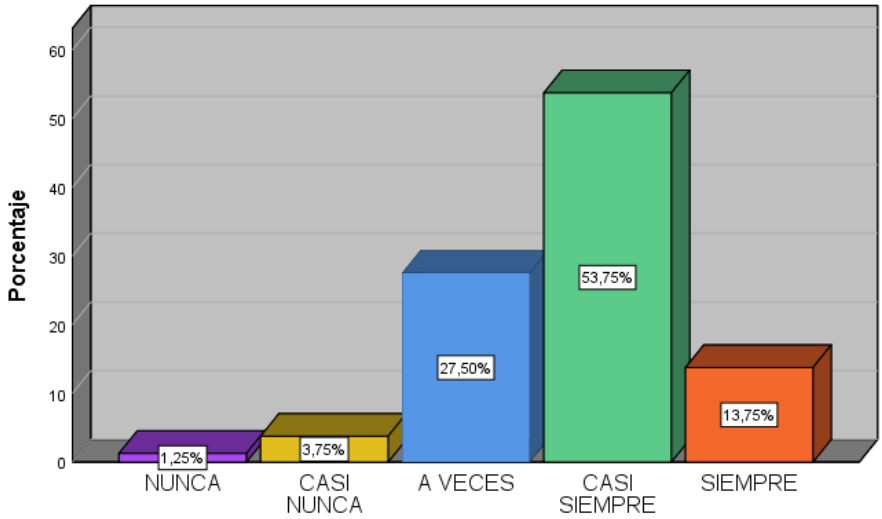
Tabla 13.

Análisis de la pregunta 11. ¿Considera Ud. que los espacios destinados para realizar sus actividades son cómodos?

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	NUNCA	1	1,3	1,3	1,3
	CASI NUNCA	3	3,8	3,8	5,0
	A VECES	22	27,5	27,5	32,5
	CASI SIEMPRE	43	53,8	53,8	86,3
	SIEMPRE	11	13,8	13,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota. Describe la distribución de frecuencias de la pregunta N°11.

Gráfico 11. *Pregunta 11*



Nota. Presenta gráficamente la distribución de frecuencias de la pregunta N°11.

De acuerdo con la tabla 13 y el gráfico 11, se muestra que el 67.5 % de los trabajadores considera casi siempre y siempre que los espacios destinados para realizar sus labores son cómodos, mientras que un 27.5% considera a veces que los espacios son cómodos. Por otro lado, el 5% nunca y casi nunca se siente cómodo en dichos espacios, aspecto que se debe analizar y mejorar.

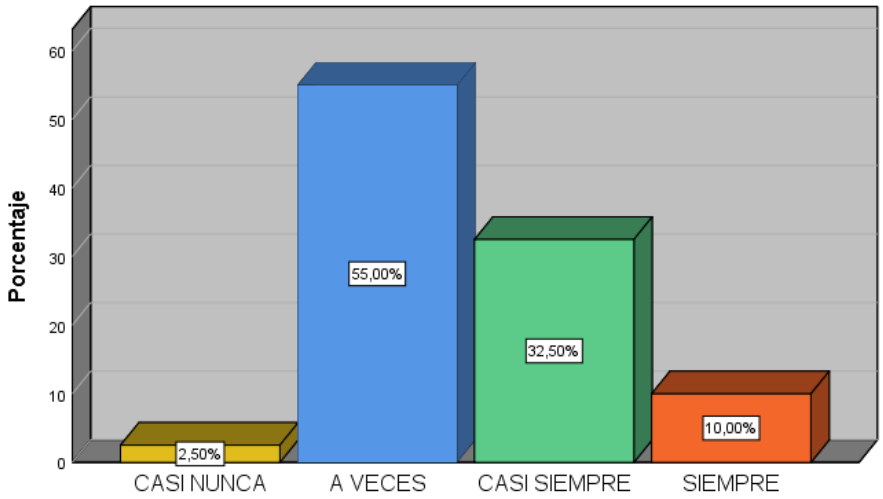
Tabla 14.

Análisis de la pregunta 12. ¿Considera Ud. que los materiales brindados para desempeñar su labor se encuentran en óptimas condiciones?

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	CASI NUNCA	2	2,5	2,5	2,5
	A VECES	44	55,0	55,0	57,5
	CASI SIEMPRE	26	32,5	32,5	90,0
	SIEMPRE	8	10,0	10,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota. Describe la distribución de frecuencias de la pregunta N°12.

Gráfico 12. *Pregunta 12*



Nota. Presenta gráficamente la distribución de frecuencias de la pregunta N°12.

De acuerdo con la tabla 14 y el gráfico 12, se muestra que el 55% de los trabajadores considera a veces que los materiales brindados se encuentran en óptimas condiciones, mientras que el 42.5% considera casi siempre y siempre que se encuentran en óptimas condiciones. Por otro lado, el 2.5% considera que casi nunca dichos materiales se encuentran en óptimas condiciones.

Dimensión Seguridad

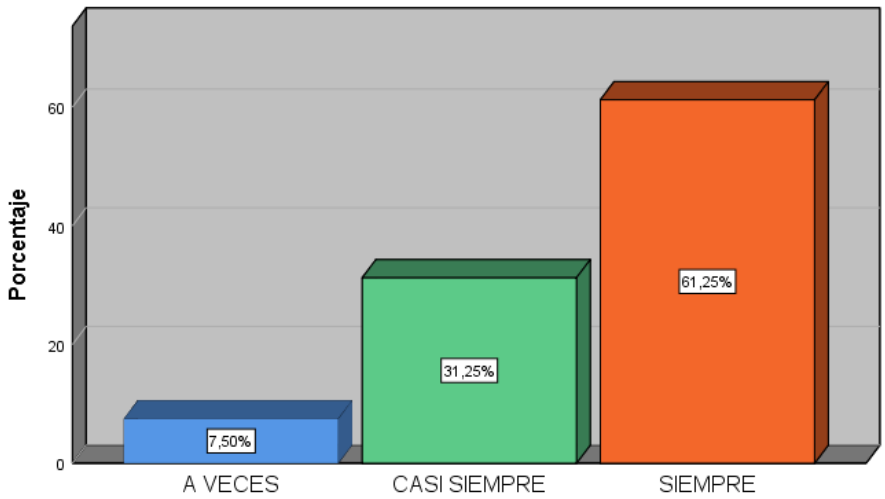
Tabla 15.

Análisis de la pregunta 13. ¿Considera Ud. que demuestra comportamientos que brindan confianza al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	A VECES	6	7,5	7,5	7,5
	CASI SIEMPRE	25	31,3	31,3	38,8
	SIEMPRE	49	61,3	61,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota. Describe la distribución de frecuencias de la pregunta N°13.

Gráfico 13. *Pregunta 13*



Nota. Presenta gráficamente la distribución de frecuencias de la pregunta N°13.

De acuerdo con la tabla 15 y el gráfico 13, se muestra que el 92.5% de los trabajadores considera que siempre y casi siempre demuestra comportamientos que brindan confianza al cliente. Por otro lado, el 7.5% considera que solo a veces demuestra ese tipo de comportamientos, lo cual se debe mejorar ya que en este sector es fundamental que los clientes se sientan seguros con quien los atiende.

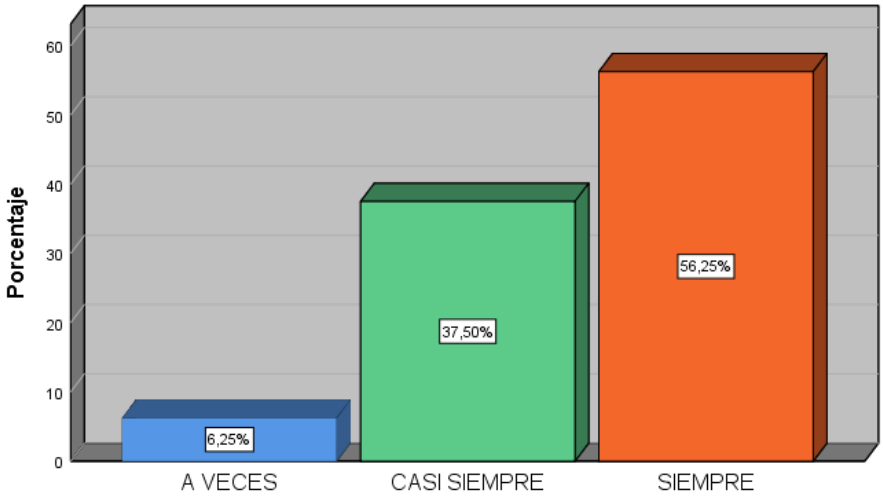
Tabla 16.

Análisis de la pregunta 14. ¿Considera Ud. que se encuentra capacitado para brindar un trato amable y justo?

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	A VECES	5	6,3	6,3	6,3
	CASI SIEMPRE	30	37,5	37,5	43,8
	SIEMPRE	45	56,3	56,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota. Describe la distribución de frecuencias de la pregunta N°14.

Gráfico 14. *Pregunta 14*



Nota. Presenta gráficamente la distribución de frecuencias de la pregunta N°14.

De acuerdo con la tabla 16 y el gráfico 14, se muestra que el 93.75% de los trabajadores se considera siempre y casi siempre capacitado para brindar un trato amable y justo. Por otro lado, el 6.25% considera que solo a veces se siente capacitado para brindar ese trato a los clientes, es importante que se analicen los factores por los que no se sienten capacitados para que se puedan tomar las medidas necesarias, a fin de que se brinde un trato de calidad al cliente.

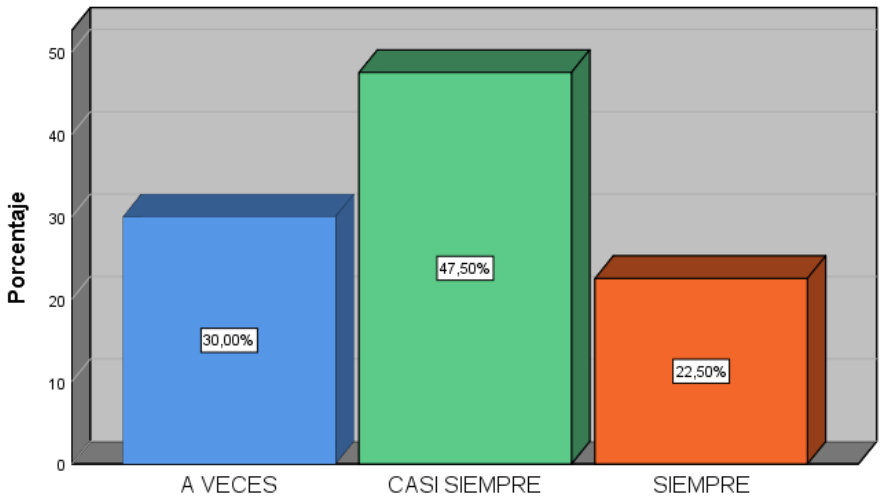
Tabla 17.

Análisis de la pregunta 15. ¿Considera Ud. que cuenta con la información precisa sobre las actividades de la organización?

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	A VECES	24	30,0	30,0	30,0
	CASI SIEMPRE	38	47,5	47,5	77,5
	SIEMPRE	18	22,5	22,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota. Describe la distribución de frecuencias de la pregunta N°15.

Gráfico 15. *Pregunta 15*



Nota. Presenta gráficamente la distribución de frecuencias de la pregunta N°15.

De acuerdo con la tabla 17 y el gráfico 15, se muestra que el 70% de los trabajadores considera de casi siempre y siempre cuenta con información precisa sobre las actividades de la organización. Por otro lado, el 30% considera a veces que cuenta con información precisa sobre las actividades de la organización, lo cual es un aspecto a mejorar debido a que si no se tiene este conocimiento pueden surgir problemas con los clientes por el mal manejo o desconocimiento de información.

Dimensión Empatía

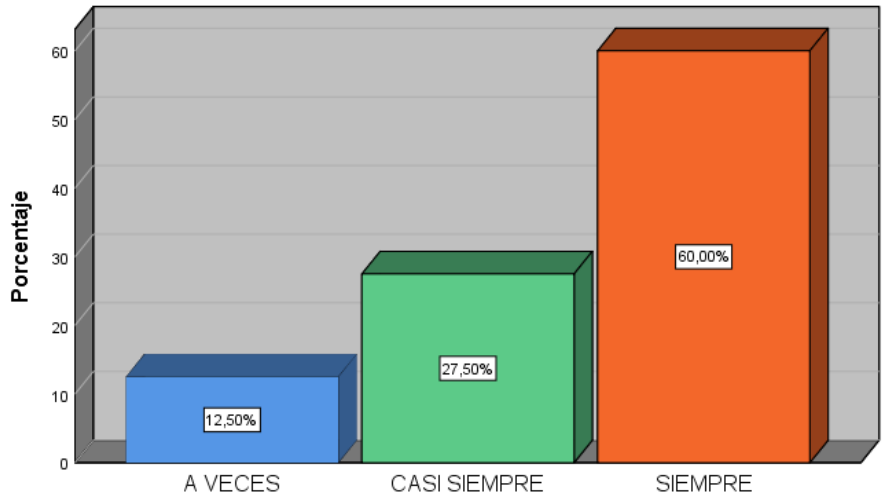
Tabla 18.

Análisis de la pregunta 16. ¿Considera Ud. que se encuentra comprometido con satisfacer las necesidades del cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	A VECES	10	12,5	12,5	12,5
	CASI SIEMPRE	22	27,5	27,5	40,0
	SIEMPRE	48	60,0	60,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota. Describe la distribución de frecuencias de la pregunta N° 16.

Gráfico 16. *Pregunta 16*



Nota. Presenta gráficamente la distribución de frecuencias de la pregunta N°16.

De acuerdo con la tabla 18 y el gráfico 16, se muestra que el 60% de los trabajadores considera que siempre se encuentra comprometido con satisfacer las necesidades del cliente, mientras que un 27.5% casi siempre se encuentra comprometido. Asimismo, un 12.5% considera solo a veces sentirse comprometido con satisfacer al cliente con el servicio brindado.

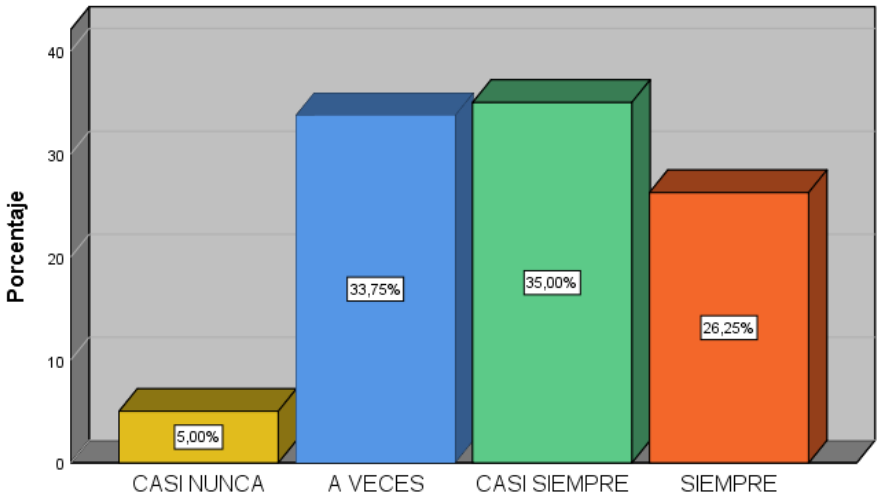
Tabla 19.

Análisis de la pregunta 17. ¿Considera Ud. que la organización le brinda facilidades y apoyo cuando lo necesita?

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	CASI NUNCA	4	5,0	5,0	5,0
	A VECES	27	33,8	33,8	38,8
	CASI SIEMPRE	28	35,0	35,0	73,8
	SIEMPRE	21	26,3	26,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota. Describe la distribución de frecuencias de la pregunta N°17.

Gráfico 17. *Pregunta 17*



Nota. Presenta gráficamente la distribución de frecuencias de la pregunta N°17.

De acuerdo con la tabla 19 y el gráfico 17, se muestra que el 61.25% de los trabajadores indica que casi siempre y siempre la organización le brinda facilidades y apoyo cuando es requerido. Por otro lado, el 33.75% considera solo a veces contar con estas facilidades y un 5% menciona que casi nunca se le han brindado dichas facilidades.

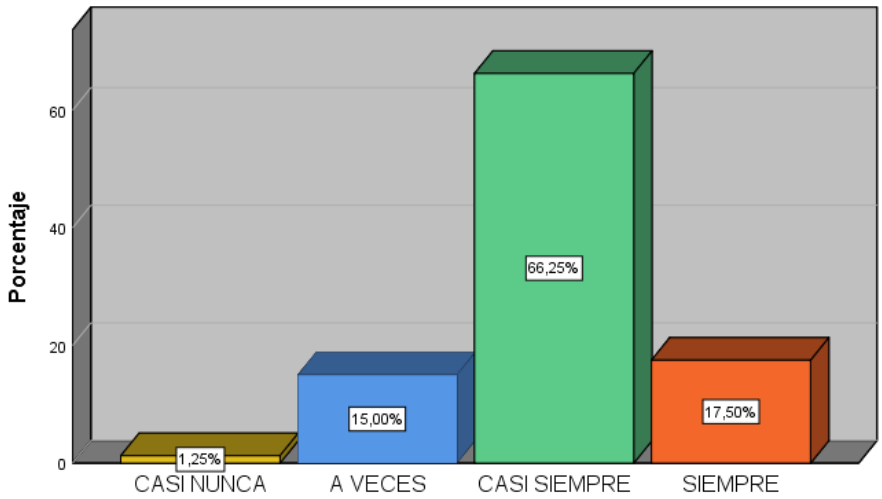
Tabla 20.

Análisis de la pregunta 18. ¿Considera Ud. que se prepara y anticipa a imprevistos que se presente en la organización y con los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	CASI NUNCA	1	1,3	1,3	1,3
	A VECES	12	15,0	15,0	16,3
	CASI SIEMPRE	53	66,3	66,3	82,5
	SIEMPRE	14	17,5	17,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota. Describe la distribución de frecuencias de la pregunta N°18.

Gráfico 18. *Pregunta 18*



Nota. Presenta gráficamente la distribución de frecuencias de la pregunta N°18.

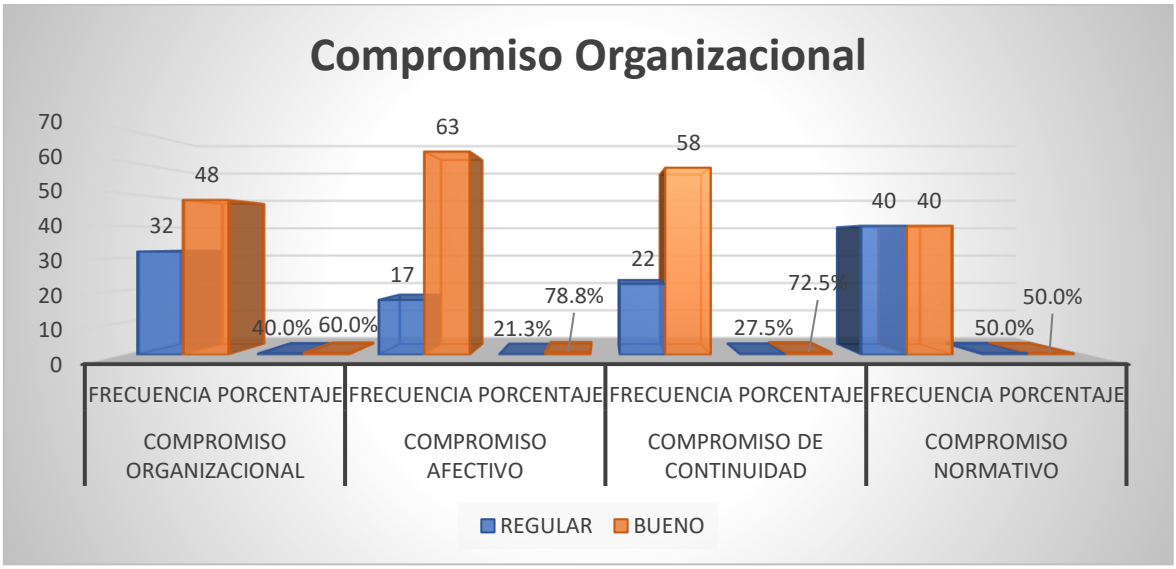
De acuerdo con la tabla 20 y el gráfico 18, se muestra que el 66.25% de los trabajadores considera que casi siempre se prepara y anticipa a imprevistos que se presenten, mientras que un 17.5% siempre se encuentra preparado ante dichos imprevistos. Por otro lado, el 15% considera que solo a veces se prepara y un 1.25% casi nunca se prepara ante los imprevistos que puedan presentarse.

Tabla 21. *Variable Compromiso organizacional y dimensiones*

		COMPROMISO ORGANIZACIONAL		COMPROMISO AFECTIVO		COMPROMISO DE CONTINUIDAD		COMPROMISO NORMATIVO	
		Fe	%	Fe	%	Fe	%	Fe	%
Válido	REGULAR	32	40.0%	17	21.3%	22	27.5%	40	50.0%
	BUENO	48	60.0%	63	78.8%	58	72.5%	40	50.0%
	Total	80	100.0%	80	100.0%	80	100.0%	80	100.0%

Nota. Frecuencias de la variable Compromiso organizacional y sus dimensiones

Gráfico 19. *Variable Compromiso organizacional y dimensiones*



Nota. Gráfica de la variable Compromiso organizacional y sus dimensiones.

Interpretación:

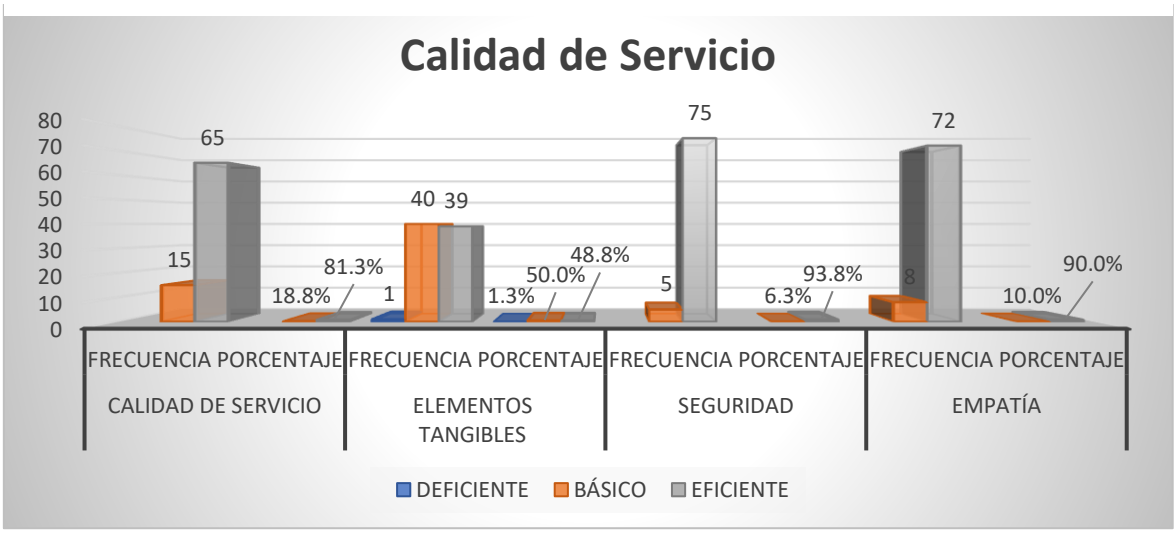
Se puede observar que un 60% de los encuestados manifestaron que el compromiso organizacional es bueno, mientras que el 40% manifestó que es regular; por otro lado, un 78.8% considera que el compromiso afectivo es bueno y el 21.3% lo considera regular; un 72.5% considera el compromiso de continuidad bueno, mientras que el 27.5% lo considera regular; finalmente, un 50% considera al compromiso normativo bueno y el 50% lo considera regular.

Tabla 22. *Variable Calidad de servicio y sus dimensiones*

		CALIDAD DE SERVICIO		ELEMENTOS TANGIBLES		SEGURIDAD		EMPATÍA	
		Fe	%	Fe	%	Fe	%	Fe	%
Válido	DEFICIENTE			1	1.3%				
	REGULAR	15	18.8%	40	50.0%	5	6.3%	8	10.0%
	BUENO	65	81.3%	39	48.8%	75	93.8%	72	90.0%
	Total	80	100.0%	80	100.0%	80	100.0%	80	100.0%

Nota. Frecuencias de la variable Calidad de servicio y sus dimensiones.

Gráfico 20. *Variable Calidad de Servicio y sus dimensiones*



Nota. Gráfica de la variable Calidad de servicio y sus dimensiones.

Interpretación:

Se puede observar que un 81.3% de los encuestados manifestaron que la calidad de servicio es eficiente, mientras que el 18.8% manifestó que es básica; por otro lado, un 48.8% considera que los elementos tangibles son eficientes, un 50% lo considera básico y el 1.3% lo considera deficiente; un 93.8% considera que la seguridad es eficiente, mientras que el 6.3% la considera básica; finalmente, un 90% considera que la variable empatía es eficiente y el 10% la considera básica.

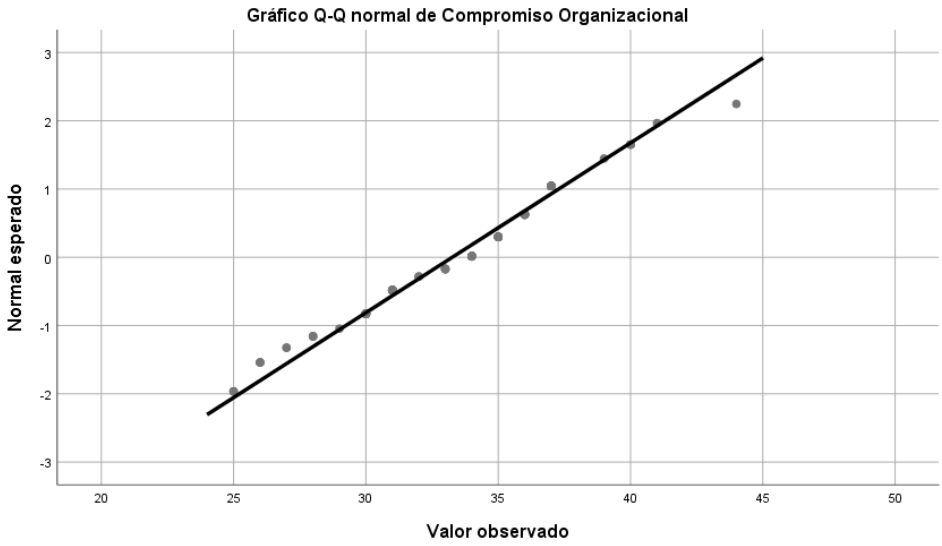
Pruebas de normalidad

Tabla 23. *Pruebas de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov[a]		
	Estadístico	gl	Sig.
COMPROMISO ORGANIZACIONAL	,117	80	,009
CALIDAD DE SERVICIO	,115	80	,011
COMPROMISO AFECTIVO	,141	80	,000
CALIDAD DE SERVICIO	,115	80	,011
COMPROMISO DE CONTINUIDAD	,254	80	,000
CALIDAD DE SERVICIO	,115	80	,011
COMPROMISO NORMATIVO	,199	80	,000
CALIDAD DE SERVICIO	,115	80	,011

a. Corrección de significación de Lilliefors

Gráfico 21. *Pruebas de normalidad*



De acuerdo a la tabla 23, considerando una muestra de 80 participantes, se realizó la prueba de normalidad contrastando ambas variables y las dimensiones de la primera variable con la segunda variable a través del estadístico Kolmogorov-Smirnov. Los resultados obtenidos, señalan que no es una distribución normal, ya que cuando al menos uno de los resultados del valor sig= 0.000 o menor a 0.05 no es considerada una distribución normal (Flores y Flores, 2021).

5.2 Resultados inferenciales

En este análisis se contrastaron las hipótesis planteadas, por medio del estadístico SPSS versión 25.

Hipótesis general

H0: El Compromiso Organizacional no se relaciona significativamente con la Calidad de Servicio de los colaboradores de diversas entidades financieras de Chincha, 2024.

Hg: El Compromiso Organizacional se relaciona significativamente con la Calidad de Servicio de los colaboradores de diversas entidades financieras de Chincha, 2024.

Tabla 24. *Coeficiente de correlación: Compromiso organizacional y Calidad de servicio.*

			COMPROMISO ORGANIZACIONAL	CALIDAD DE SERVICIO
Rho de Spearman	COMPROMISO ORGANIZACIONAL	Coeficiente de correlación	1,000	,641**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	CALIDAD DE SERVICIO	Coeficiente de correlación	,641**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

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

Interpretación:

De acuerdo con la tabla 24, el coeficiente fue de 0.641, lo que Martínez et al. (2009) consideran como una correlación positiva moderada. Asimismo, se aplicó la prueba no paramétrica rho de Spearman teniendo en cuenta que el nivel de significancia fue de 0.000 menor a 0.05 por lo cual se acepta que el Compromiso Organizacional se relaciona significativamente con la Calidad de Servicio de los colaboradores de diversas entidades financieras de Chincha y se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis específica 1

H0: El Compromiso afectivo no se relaciona significativamente con la Calidad de Servicio de los colaboradores de diversas entidades financieras de Chincha, 2024.

Hg: El Compromiso afectivo se relaciona significativamente con la Calidad de Servicio de los colaboradores de diversas entidades financieras de Chincha, 2024.

Tabla 25. *Coeficiente de correlación: Compromiso afectivo y Calidad de servicio.*

			COMPROMISO AFECTIVO	CALIDAD DE SERVICIO
Rho de Spearman	COMPROMISO AFECTIVO	Coeficiente de correlación	1,000	,426**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	CALIDAD DE SERVICIO	Coeficiente de correlación	,426**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

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

Interpretación:

De acuerdo con la tabla 25, el coeficiente fue de 0.426 como una correlación positiva moderada. Asimismo, se aplicó la prueba no paramétrica rho de Spearman teniendo en cuenta que el nivel de significancia fue de 0.000 menor a 0.05 por lo cual se acepta que el compromiso afectivo se relaciona significativamente con la Calidad de Servicio de los colaboradores de diversas entidades financieras de Chincha y se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis específica 2

H0: El Compromiso de continuidad no se relaciona significativamente con la Calidad de Servicio de los colaboradores de diversas entidades financieras de Chincha, 2024.

Hg: El Compromiso de continuidad se relaciona significativamente con la Calidad de Servicio de los colaboradores de diversas entidades financieras de Chincha, 2024.

Tabla 26. Coeficiente de correlación: Compromiso de continuidad y Calidad de servicio.

Tabla 26. Coeficiente de correlación: Compromiso de continuidad y Calidad de servicio.

			COMPROMISO DE CONTINUIDAD	CALIDAD DE SERVICIO
Rho de Spearman	COMPROMISO DE CONTINUIDAD	Coeficiente de correlación	1,000	,635**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	CALIDAD DE SERVICIO	Coeficiente de correlación	,635**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

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

Interpretación:

De acuerdo con la tabla 26, el coeficiente fue de 0.635, lo que Martínez et al. (2009) consideran como una correlación positiva moderada. De igual manera, se aplicó la prueba no paramétrica rho de Spearman teniendo en cuenta que el nivel de significancia fue de 0.000 menor a 0.05 por lo cual se acepta que el compromiso de continuidad se relaciona significativamente con la Calidad de Servicio de los colaboradores de diversas entidades financieras de Chincha y se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis específica 3

H0: El Compromiso normativo no se relaciona significativamente con la Calidad de Servicio de los colaboradores de diversas entidades financieras de Chincha, 2024.

Hg: El Compromiso normativo se relaciona significativamente con la Calidad de Servicio de los colaboradores de diversas entidades financieras de Chincha, 2024.

Tabla 27. *Coeficiente de correlación: Compromiso normativo y Calidad de servicio.*

			COMPROMISO NORMATIVO	CALIDAD DE SERVICIO
Rho de Spearman	COMPROMISO NORMATIVO	Coeficiente de correlación	1,000	,509**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	CALIDAD DE SERVICIO	Coeficiente de correlación	,509**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

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

Interpretación:

De acuerdo con la tabla 27, cuyo coeficiente fue de 0.509 considerado como una correlación positiva moderada, se aplicó la prueba no paramétrica rho de Spearman teniendo en cuenta que el nivel de significancia fue de 0.000 menor a 0.05 por lo cual se acepta que el compromiso normativo se relaciona significativamente con la Calidad de Servicio de los colaboradores de diversas entidades financieras de Chincha y se rechaza la hipótesis nula.

VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Habiendo planteado el objetivo general: analizar de qué manera el Compromiso Organizacional se relaciona con la Calidad de Servicio de los colaboradores de las entidades financieras de Chincha - 2024, se desarrolló la investigación y se obtuvo como resultados estadísticos inferenciales un nivel de significancia menor que p valor 0.000, menor que 0.05 que obliga a aceptar la hipótesis planteada y rechazar la hipótesis nula, quiere decir que en base a los resultados del coeficiente Rho Spearman 0.641 existe una correlación positiva moderada entre las variables en estudio. Contrastando los resultados con la investigación realizada por Gave (2022), quien planteó determinar la relación de las variables estudiadas, se obtuvo como resultado de correlación rho de Spearman 0.980 demostrando así una correlación positiva y de nivel muy fuerte, dichos resultados nos permiten contrastar la relación planteada en la hipótesis general, quiere decir que existe una relación vinculante entre la variable compromiso organizacional y la calidad de servicio. Del mismo modo, García (2022) permite corroborar dichos resultados al contrastarlos con su investigación que buscaba establecer la relación entre las variables de estudio, cuyo resultado se refleja en el coeficiente de correlación rho Spearman de 0.803, permitiendo de esta forma confirmar la hipótesis planteada.

Estas investigaciones nos han permitido reconocer que el identificarse con la organización tanto de forma personal como profesional permitirá con el tiempo asumir un compromiso, cuyo fruto según menciona Edel et al. (2007) será que los colaboradores se sientan cómodos en su centro de trabajo. De esta forma se acepta que, si se potencia y se establecen medidas para fortalecer el compromiso organizacional en sus tres aspectos al 100%, obtendremos como resultado una calidad de servicio que permita satisfacer las exigencias del cliente.

Asimismo, el objetivo específico 1 planteó analizar de qué manera el Compromiso afectivo se relaciona con la Calidad de Servicio de los colaboradores de las entidades financieras de Chincha - 2024, se desarrolló la investigación y se obtuvo como resultados estadísticos inferenciales un nivel de significancia menor que p valor 0.000, menor que 0.05 que obliga a aceptar la hipótesis planteada y rechazar la hipótesis nula, quiere decir que en base a los resultados del coeficiente Rho Spearman 0.426 existe una correlación positiva moderada entre las variables compromiso afectivo y calidad de servicio. Comparando los resultados con la investigación realizada por Moreno (2023) quien planteó determinar la relación de las variables antes mencionadas, se obtuvo como resultado de correlación rho de Spearman 0.839 demostrando así una correlación positiva alta aceptando su hipótesis

alterna, dichos resultados nos permiten contrastar la relación planteada en la hipótesis específica 1, donde se menciona que existe un vínculo entre las variables. A su vez, se contrasta la investigación de Loyaga y Rebaza (2022) quienes buscaban establecer la relación entre las variables, se corroboró dicha relación, cuyo resultado se refleja en el coeficiente de correlación rho Spearman que fue 0.398 lo cual refleja una correlación positiva baja, permitiendo de esta forma confirmar la hipotesis planteada, pero reconociendo que aún existen aspectos por mejorar, quiere decir que existe una relación vinculante entre la variable compromiso afectivo y la calidad de servicio.

Las investigaciones antes mencionadas nos permiten reconocer que mientras más fuerte sea el vínculo que los trabajadores tengan con la organización, mejor será el desempeño de los mismo y se verá reflejado en la calidad del servicio que brindarán, sin embargo, para la investigación este es un tema que aún se debe mejorar, la relación que se estable es moderada, por lo tanto, es preciso estudiar qué aspectos están influyendo en que esta relación no sea fuerte.

Del mismo modo, el objetivo específico 2 planteó analizar de qué manera el Compromiso de continuidad se relaciona con la Calidad de Servicio de los colaboradores de las entidades financieras de Chincha - 2024, se desarrolló la investigación y se obtuvo como resultados estadísticos inferenciales un nivel de significancia menor que p valor 0.000, menor que 0.05 que obliga a aceptar la hipótesis planteada y rechazar la hipótesis nula, quiere decir que en base a los resultados del coeficiente Rho Spearman 0.635 existe una correlación positiva moderada entre las variables compromiso de continuidad y calidad de servicio. Contrastando los resultados con la investigación realizada por Ipanaqué (2024) quien planteó determinar la relación de las variables antes mencionadas, se obtuvo como resultado de correlación rho de Spearman 0.628 demostrando así una correlación positiva media aceptando así la hipótesis alterna, dichos resultados nos permiten contrastar la relación planteada en la hipótesis específica 2, donde se menciona que existe un vínculo entre las variables. Asimismo, se contrasta la investigación de Gave (2022) quien tuvo como propósito establecer la relación entre las variables, luego de analizar los resultados se corroboró dicha relación, cuyo resultado se refleja en el coeficiente de correlación rho Spearman que fue 0.856 reflejandose asi una correlación positiva alta, permitiendo de esta forma confirmar la hipotesis planteada en la investigación, lo cual quiere decir que existe una relación significativa entre la variable compromiso de continuidad y la calidad de servicio.

Los estudios tomados como antecedentes nos permiten reconocer que mientras más

alto sea el nivel de compromiso que tengan los trabajadores de permanecer en la organización y mientras reconozcan el impacto que tiene en sus vidas el seguir formando parte de la entidad, mejor será el servicio que brindarán, esto se puede reconocer en base a los indicadores que se trabajaron los cuales evalúan de qué manera cambiaría el estilo de vida del trabajador si decide dejar su puesto.

Por último, el objetivo específico 3 planteó analizar de qué manera el Compromiso normativo se relaciona con la Calidad de Servicio de los colaboradores de las entidades financieras de Chincha - 2024, se desarrolló la investigación y se obtuvo como resultados estadísticos inferenciales un nivel de significancia menor que p valor 0.000, menor que 0.05 que obliga a aceptar la hipótesis planteada y rechazar la hipótesis nula, quiere decir que en base a los resultados del coeficiente Rho Spearman que fue 0.509, se acepta que existe una correlación positiva moderada entre las variables compromiso normativo y calidad de servicio. Comparando los resultados con la investigación realizada por Gonzales (2022) quien planteó determinar la relación de las variables anteriormente mencionadas, se obtuvo como resultado de correlación rho de Spearman 0.398 demostrando así una correlación positiva baja aceptando la hipótesis alterna, dichos resultados nos permiten contrastar la relación planteada en la hipótesis específica 3, donde se menciona que existe un vínculo entre las variables. Del mismo modo, se contrasta la investigación de Zavaleta (2021) quien tuvo como propósito establecer la relación entre el compromiso normativo y la satisfacción que este genera en los docentes, luego de analizar los resultados se refleja el coeficiente de correlación rho Spearman que fue 0.712 reflejándose así una correlación positiva alta, directa y significativa, que permite confirmar la hipótesis planteada en la investigación, lo cual quiere decir que existe una relación significativa entre la variable compromiso de continuidad y la calidad de servicio.

Luego de realizar el análisis pudimos reconocer que, aunque en el último caso, no se utilizó la misma variable, se puede establecer una relación ya que si el colaborador se encuentra motiva ofrecerá un servicio de calidad. Por otro lado, el nivel de correlación de estudio si bien es positiva, se debe mejorar ya que en ella se refleja la lealtad del trabajador con la organización y de ello depende su desenvolvimiento en sus actividades.

VII. CONCLUSIONES

Se concluye que, el compromiso organizacional se relaciona con la calidad de servicio de los colaboradores de las entidades financieras de Chincha – 2024, gracias a los resultados estadísticos descriptivos e inferenciales que arrojaron un nivel de significancia menor a 0.05 y una correlación Rho Spearman positiva moderada.

Se concluye que, el compromiso afectivo se relaciona con la calidad de servicio de los colaboradores de las entidades financieras de Chincha – 2024, gracias a los resultados estadísticos descriptivos e inferenciales que arrojaron un nivel de significancia menor a 0.05 y una correlación Rho Spearman positiva moderada.

Se concluye que, el compromiso de continuidad se relaciona con la calidad de servicio de los colaboradores de las entidades financieras de Chincha – 2024, gracias a los resultados estadísticos descriptivos e inferenciales que arrojaron un nivel de significancia menor a 0.05 y una correlación Rho Spearman positiva moderada.

Se concluye que, el compromiso normativo se relaciona con la calidad de servicio de los colaboradores de las entidades financieras de Chincha – 2024, gracias a los resultados estadísticos descriptivos e inferenciales que arrojaron un nivel de significancia menor a 0.05 y una correlación Rho Spearman positiva moderada.

VIII. RECOMENDACIONES

Se recomienda a los responsables de las áreas planificar actividades que mantengan motivado al colaborador, no solo motivaciones monetarias sino también reconocimientos por sus logros dentro de la empresa.

Se recomienda a los responsables de las áreas respectivas plantear estrategias que permitan al colaborador establecer un vínculo afectivo con la organización, para que se sientan parte de ella y puedan alinear sus objetivos a fin de brindar un servicio de calidad.

Se recomienda a los responsables de las áreas reconocer qué factores influyen en la decisión del colaborador de mantenerse en la empresa y potenciar dichos factores para mantener al personal satisfecho.

Se recomienda identificar qué aspectos son los permiten mantener la lealtad del colaborador, ya sea por el reconocimiento, beneficios u oportunidades de desarrollo profesional, para que se puedan potenciar y fidelizar al personal.

IX. **REFERENCIAS**

Amato, C. (2014). Redefinición del concepto de desempeño y sus dimensiones en el marco de la sustentabilidad organizacional. *Técnica administrativa, 13*(2), 1-8. https://doi.org/https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/33972/CONICET_Digital_Nro.94125261-19bc-492e-b4f2-5fbf2d3e5bfb_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Barragán, C., García, J., & Medina, N. (2021). Análisis de la calidad del servicio en IES a través del modelo SERVQUAL. *Redalyc, 11*(30), 1-12. https://www.redalyc.org/journal/6379/637969396001/

Becerra, C. (2020). *Satisfacción de clientes: un modelo conceptual para la atención personalizada en aplicaciones de transporte [tesis de maestría, Universidad del Desarrollo].* Respositorio UDD: https://repositorio.udd.cl/server/api/core/bitstreams/ffe6bcd1-3356-4815-b1b9-6ee43c80285d/content

Bernal, A. (2009). El concepto de «Autorrealización» como identidad personal. Una revisión crítica. *Revista De Ciencias De La Educación*(16), 12-22. https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación científica* (3ra edición ed.). Pearson. https://doi.org/https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf

Buitrón, K. (2020). *Compromiso organizacional y satisfacción laboral, en un grupo de docentes de una universidad del sector educativo en Lima [tesis de maestría, Universidad San Martín de Porres].* Repositorio institucional USMP: https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/6962/BUITRON_CK.pdf;jsessionid=377E0252550C6BEE3912897CB3DBD53E?sequence=1

Cambra, J., Fuster, A., Polo, Y., & López, M. (2010). Preocupación por el cliente: ¿ética, responsabilidad o simplemente negocio? *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales INNOVAR, 20*(37), 47-57. https://doi.org/https://www.redalyc.org/pdf/818/81818989005.pdf

Camps, V. (2011). *El gobierno de las emociones.* Herder Editorial. https://doi.org/https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=gAmIDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=que+son+las+emociones&ots=bhqI2l9_ub&sig=FjDnV

MfXs-vGIyQX7h8HTDN-Krk&redir_esc=y#v=onepage&q=que%20son%20las%20emociones&f=false

Cancharí, M. (2023). *Complejidades del ambiente laboral. Impacto en la felicidad y el compromiso de empleados en la industria pesquera.* Religación Press. https://doi.org/https://www.google.com.pe/books/edition/Complejidades_del_ambiente_laboral_Impac/mF3rEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=0&kptab=overview

Carrasco, S. (2005). *Metodología de la investigación científica* (1era ed.). San Marcos. https://drive.google.com/file/d/1GTWMTyAZDmzE0hJbUKSxsR-QJWsYugBV/view

Cernas, D., Mercado, P., & León, F. (2018). Satisfacción laboral y compromiso organizacional: prueba de equivalencia de medición entre México y Estados Unidos. *Contaduría y administración, 63*(2), 1-23. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.986

Cienfuegos, A. (2021). *Inflencia del compromiso organizacional y la calidad del servicio de los trabajadores del Instituto Tecnológico Privado San Luis de la ciudad de Trujillo - 2020 [tesis de licenciatura, Universidad Alas Peruana].* Repositorio Institucional UAP: https://repositorio.uap.edu.pe/jspui/bitstream/20.500.12990/10240/1/Tesis_CompromisoOrganizacional_Calidad.Servicio_InstitutoT.P.San%20Luis_Trujillo.pdf

Edel, R., García, A., & Fernando, G. (2007). *Clima y compromiso organizacional* (Vol. II). Edición electrónica. https://www.calameo.com/books/0003831798c6735554928

Fernández, A., & Domínguez, J. (2016). *El concepto de responsabilidad.* Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/57748999/el_concepto_de_responsabilidad-libre.pdf?1542038112=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEL_CONCEPTO_DE_RESPONSABILIDAD.pdf&Expires=1714070756&Signature=Gcqi2mMo8mHXqTXaVrpk0oYeVNsjdZxbu4HGZgWim

Fernández, Y., & Torres, M. (2010). Servicios y equipamientos sustentables para la ciudad competitiva. Antecedentes y retos para la ciudad de Mérida, Yucatán. *Redalyc, 12*(1), 26-37. https://doi.org/https://www.redalyc.org/pdf/401/40113202003.pdf

Flores, C., & Flores, K. (2021). Pruebas para comprobar la normalidad de datos en procesos productivos: Anderson-Darling, Ryan-Joiner, Shapiro-Wilk y Kolmogorov-Smirnov. *Societas, 23*(2), 83-106.

https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Flores-Tapia/publication/371337094_Pruebas_para_comprobar_la_normalidad_de_los_datos_en_procesos_productivos_Anderson-Darling_Ryan-Joiner_Shapiro-Wilk_y_Kolmogorov-Smirnov/links/647f577b2cad460a1bf9fda4/Pruebas-

Fuentes, D., Toscano, A., Malvaceda, E., Diaz, J., & Díaz, L. (2020). *Metodología de la investigación: Conceptos, herramientas y ejercicios prácticos en las ciencias administrativas y contables.* Universidad Pontificia Bolivariana. https://doi.org/http://doi.org/10.18566/978-958-764-879-9

García, L. (2022). *Compromiso organizacional y calidad de servicio del personal asistencial en un establecimiento de salud de Guanacaste, Costa Rica 2022 [tesis de maestria, Universidad César Vallejo].* Repositorio institucional UCV: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/96618/Garcia_GLE-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Gave, J. (2022). *Compromiso organizacional y la calidad de servicios de la financiera Crediscotia en agencia Huancayo - 2021 [tesis de maestría, Universidad Continental].* Repositorio institucional Continental: https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/11210/1/IV_PG_MRHGO_TE_Gave_Parraga_2022.pdf

Gonzales, J. (2022). *Compromiso organizacional y calidad de atención de los colaboradores en el centro de Salud de Morales, 2022. [tesis de maestría. Universidad César Vallejo].* https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/95103/Gonz%c3%a1les_RJJ-SD.pdf?sequence=7&isAllowed=y

Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios.* Díaz de Santos. https://doi.org/https://www.google.com.pe/books/edition/Marketing_y_gesti%C3%B3n_de_servicios/rKAGC6DkiVAC?hl=es&gbpv=0

Guevara, D. (2012). *Satisfacción con la comunicación y el compromiso organizacional.* Editorial Académica Española. https://doi.org/https://google.com.pe/books/edition/Satisfacci%C3%B3n_con_la_comunicaci%C3%B3n_y_el/R_XFkQEACAAJ?hl=es

Gutiérrez, M. (2020). *Compromiso organizacional y calidad del servicio interno en la Municipalidad de Lima [tesis de maestría, Universidad César Vallejo].* https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47629/Guti%c3%a9rrez_FMFP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hayes, B. (1999). *Cómo medir la satisfacción del cliente : diseño de encuestas, uso y métodos de análisis estadístico* (2da ed.). Alfaomega : Oxford University Press. https://civ.uap.edu.pe/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=9770&shelfbrowse_itemnumber=17594#holdings

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación.* Mc Graw Hill educación. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64591365/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n._Rutas_cuantitativa__cualitativa_y_mixta-libre.pdf?1601784484=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMETODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_LAS_RUTA.pdf&Expires=

Herrera, S. (2020). *Compromiso organizacional y calidad de servicio al personal del área de tomografía del hospital "Daniel Alcides Carrión", Huancayo - 2020 [tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo].* https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/58654/Herrera_ESS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ipanaqué, J. (2024). *Compromiso organizacional y su incidencia en la calidad de servicio, Municipalidad distrital de Vice, provincia de Sechura, Piura, 2023. [tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Tumbes].* https://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/65020/TESIS%20-%20IPANAQU%C3%89%20BAYONA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Jáimez, M. (2012). *El Compromiso Organizacional en Empresas Españolas.* Editorial Académica Española. https://doi.org/https://www.google.com.pe/books/edition/El_Compromiso_Organizacional_en_Empresas/_RqJngEACAAJ?hl=es

Keith, D. (2001). *Calidad en el servicio a los clientes.* Diaz de Santos, S.A. https://doi.org/https://books.google.com.pe/books?id=y3yWnHrzW-0C&printsec=frontcover&dq=libro+pdf+gratis+calidad+de+servicio&hl=es-419&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwiv9cup4dKBAxXruJUCHYCpC7EQ6AF6BAgJEAI#v=onepage&q&f=false

Lizano, M. (2022). *El compromiso organizacional y su relación con la calidad de servicio en una tienda por conveniencia, Lima 2021 [tesis de licenciatura, Universidad Peruana de las Américas].* Repositorio Institucional Ulasaméricas:

http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3456/1%20TESIS%20LIZANO%20UMBO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Loyaga, M., & Rebaza, D. (2022). *Compromiso Organizacional y Calidad de Servicio de los colaboradores, Empresa Miranda S.A.C., Trujillo, 2022 [tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo].* Repositorio Institucional UCV: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/108122/Loyaga_CMG-Rebaza_RDA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Martínez, R., Tuya, L., Martínez, M., Pérez, A., & Cánovas, A. (2009). El coeficiente de correlación de los rangos de Spearman. *Revista Habanera de Ciencias Médicas, 8*(2). http://scielo.sld.cu/pdf/rhcm/v8n2/rhcm17209.pdf

Meyer, J., & Allen, N. (1991). *A three-component conceptualization of organizational commiment* (Vol. 1). Human Resource Management Review. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/1053-4822(91)90011-Z

Molina, L., Briones, Í., & Arteaga, H. (2016). El comportamiento organizacional y su importancia para la administración de empresas. *Dominio De Las Ciencias, 2*(4), 498-510. https://doi.org/https://doi.org/10.23857/dc.v2i4.275

Montserrat, J. (2014). Estabilidad laboral y flexiseguridad. *Observatorio Laboral Revista Venezolana, 7*(14), 51-68. https://doi.org/https://www.redalyc.org/pdf/2190/219040849004.pdf

Mora, D. (2017). Horarios flexibles como estrategia para mejorar la productividad y reducir la rotación. *Academo (Asunción), 4*(2), 55-62. https://doi.org/https://doi.org/10.30545/academo.2017.jul-dic.8

Mora, Y., Romero, C., Muñoz, I., & Sierra, J. (2021). Compromiso organizacional y factores demográficos que propician el ausentismo laboral en franquicias de Barranquilla - Colombia. *Revista de Ciencias Sociales, XXVII*(2), 163-179. https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/8424/35905-Texto%20del%20art%c3%adculo-62353-2-10-20210604.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Morales, D., & Paredes, V. (octubre de 2020). *Gestión administrativa y calidad de servicio que brindan las Instituciones de Educación Superior Públicas [tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato].* Repositorio Institucional UTA: http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31522/1/05%20ADP.pdf

Olivares, G., Silva, M., & Carlos, C. (2012). *El Compromiso Organizacional y La Satisfaccion Laboral.* Eae Editorial Academia Espanola.

https://books.google.com.pe/books/about/El_Compromiso_Organizacional_Y_la_Satisf.html?id=e5KcuAAACAAJ&redir_esc=y

Palacios, L. (2015). *Estrategias de creación empresarial.* ECOE. https://doi.org/https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=dva2DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=instalaciones+adecuadas+para+realizar+las+actividades+empresariales&ots=mjV3OdhQcu&sig=SW4gLSPQpXImPNSonfl0FyyoKgA&redir_esc=y#v=onepage&q=instalaciones%20adecuadas%20para%20real

Paniagua, F., & Condori, P. (2018). *Investigación científica en educación.* EDISUR. https://www.aacademica.org/cporfirio/5.pdf

Parra, C., & Rodríguez, F. (2015). La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones. *Revista de investigación desarrollo e innovación , 6*(2), 131-143. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.19053/20278306.4602

Peña, M., Chávez, A., & Alarcón, M. (2016). El Compromiso Organizacional De Los Trabajadores En Pequeñas Empresas. *Revista Internacional Administración & Finanzas, 9*(7), 109-119. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2916862

Puma, M., & Estrada, E. (2020). La motivación laboral y el compromiso organizacional. *Ciencia y Desarrollo UAP, 23*(3), 46-53. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21503/cyd.v23i3.2141

Ramírez, T. (2010). *Cómo hacer un proyecto de investigación.* Panapo. http://librodigital.sangregorio.edu.ec/librosusgp/B0049.pdf

Rodríguez, R., Uribe, J., & Rey de Castro, D. (2023). La calidad de servicio del cliente interno basado en el modelo SERVQUAL y su relación con la satisfacción laboral en una empresa de transporte de carga pesada de Lima Metropolitana, 2021. *Industrial Data, 26*(1), 179-202. https://doi.org/https://dx.doi.org/10.15381/idata.v26i1.24243

Romero, G., & Romero, J. (2006). Satisfacción de clientes externos de las empresas aseguradoras en el municipio Maracaibo. *Revista de Ciencias Sociales , 12*(3), 581-591. https://doi.org/https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1315-95182006000300011&script=sci_abstract&tlng=en

Rubio, F. (2001). Los deberes constitucionales. *Revista Española de Derecho Constitucional*(62), 11-56. https://doi.org/http://www.jstor.org/stable/24883745

Ruiz, C., & Valenzuela, M. (2022). *Metodología de la investigación.* Fondo Editorial. https://doi.org/https://fondoeditorial.unat.edu.pe/index.php/EdiUnat/catalog/view/4/5/13

Ruiz, D. (2021). Clima Laboral en Empresas Públicas y Privadas de Asunción. *Rev. Int. Investigando. Ciencia. Soc., 17*(2), 245-256. https://doi.org/ https://doi.org/10.18004/riics.2021.diciembre.245 .

Salvador, C. (2008). *Calidad de servicios: el camino hacia la fidelidad del consumidor.* Universidad de Almería. https://books.google.com.pe/books?id=CoNuAIj2X3oC&printsec=frontcover&dq=libro+pdf+gratis+calidad+de+servicio&hl=es-419&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwit-pmz29KBAxWbrpUCHZp0AA4Q6AF6BAgLEAI#v=onepage&q&f=false

Serang, S., Ramlawati, R., Suriyantí, S., Junaidi, J., & Ris, N. (2024). The role of ethical leadership on employees' behaviours and commitment to the organisation. *Revista SA de Gestión de Recursos Humanos, 22*, 50-62. https://doi.org/10.4102/sajhrm.v22i0.2373

Silva, J., Macías, B., Tello, E., & Delgado, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT, 15*(2), 85-101. https://doi.org/https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369

SISTEINDUSTRIAL SAC. (Febrero de 2020). *Reglamento interno de trabajo.* Google académico: https://sisteindustrial.com/wp-content/uploads/2023/04/REGLAMENTO_INTERNO_DE_TRABAJO-2020-1.pdf

Sojo, A., & Hopenhayn, M. (2011). *Sentido de pertenencia en sociedades fragmentadas: América Latina desde una perspectiva global.* siglo veintiuno . https://hdl.handle.net/11362/2027

Timana, C. (2022). *El compromiso organizacional y su influencia en la calidad de la atención de los trabajadores de la financiera Efectiva - Piura, 2021. [tesis de licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego].* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego] Repositorio UPAO: https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/9354/1/REP_CRISTIAN.TIMANA_EL.COMPROMISO.ORGANIZACIONAL.pdf

Tortoleo, R., & Carreón, A. (2022). El compromiso organizacional y su relación con el liderazgo de los docentes de una Universidad de Durando México. *Dialnet, 13*(39), 1-17. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8539136

Viloria, O. (2006). Una geometría del beneficio económico. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura, XII*(1), 125-178. https://doi.org/https://www.redalyc.org/pdf/364/36412107.pdf

Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios.* Díaz de Santos. https://doi.org/https://www.google.com.pe/books/edition/Calidad_total_en_la_gesti%C3%B3n_de_servicio/apHbsjHxroEC?hl=es

ANEXOS

10.1 Anexo 1. Matriz de consistencia

Compromiso Organizacional y Calidad de Servicio de los colaboradores de diversas entidades Financieras de Chincha, 2024

PROBLEMAS

GENERAL

¿De qué manera el Compromiso Organizacional se relaciona con la Calidad de Servicio de los colaboradores de la financiera CrediScotia agencia Chincha, 2023?

Problemas específicos

¿De qué manera el Compromiso afectivo se relaciona con la calidad de servicio de los colaboradores de la financiera CrediScotia agencia Chincha, 2023?

¿De qué manera el Compromiso normativo se relaciona con la calidad de servicio de los colaboradores de la financiera CrediScotia agencia Chincha, 2023?

¿De qué manera el Compromiso de continuidad se relaciona con la calidad de servicio de los colaboradores de la financiera CrediScotia agencia Chincha, 2023?

OBJETIVOS

GENERAL

Analizar de qué manera el Compromiso Organizacional se relaciona con la Calidad de Servicio de los colaboradores de la financiera CrediScotia agencia Chincha, 2023.

Objetivos específicos

Analizar de qué manera el Compromiso afectivo se relaciona con la Calidad de Servicio de los colaboradores de la financiera CrediScotia agencia Chincha, 2023.

Analizar de qué manera el Compromiso normativo se relaciona con la Calidad de Servicio de los colaboradores de la financiera CrediScotia agencia Chincha, 2023.

Analizar de qué manera el Compromiso de continuidad se relaciona con la Calidad de Servicio de los colaboradores de la financiera CrediScotia agencia Chincha, 2023.

HIPÓTESIS

GENERAL

Existe relación significativa entre el compromiso organizacional y la calidad de servicio de los colaboradores de la financiera CrediScotia agencia Chincha, 2023.

Hipótesis especificas

El Compromiso Afectivo se relaciona significativamente con la Calidad de Servicio de los colaboradores de diversas entidades financieras de Chincha, 2024.

El Compromiso de continuidad se relaciona significativamente con la Calidad de Servicio de los colaboradores de diversas entidades financieras de Chincha, 2024.

El Compromiso Normativo se relaciona significativamente con la Calidad de Servicio de los colaboradores de diversas entidades financieras de Chincha, 2024.

Variables e indicadores

Variable 1: Compromiso Organizacional

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores
Compromiso afectivo	Pertenencia Realización Emociones	1-9	**Escala ordinal** 1.Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
Compromiso de continuidad	Estabilidad Beneficio Desempeño		
Compromiso normativo	Reglamento Responsabilidad Deberes		

Variable 2: Calidad de Servicio

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores
Elementos tangibles	Modernidad de equipamiento Instalaciones adecuadas Elementos materiales adecuados	10-18	**Escala ordinal** 1.Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
Seguridad	Comportamiento confiable Amabilidad del trabajador Conocimientos del trabajador		
Empatía	Atención personalizada Horarios convenientes Preocupación por los clientes		

Metodología

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Básica, con enfoque cuantitativo.

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

No experimental, de corte transversal.

NIVEL

Correlacional

POBLACIÓN

60 colaboradores

MUESTRA:

Se trabajará el muestreo no probabilístico censal

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Técnicas:

Encuesta

Instrumento:

Cuestionario (contó con 18 ítems en la escala de Likert).

PROGRAMA ESTADÍSTICO

SPSS

10.2 Anexo 2. Instrumentos

Cuestionario de evaluación del Compromiso Organizacional y la calidad de servicio de los colaboradores de diversas entidades financieras de Chincha

Estimado colaborador, el presente cuestionario se expresará de manera confidencial de tal forma buscar determinar la relación existente entre el Compromiso Organizacional y la calidad de servicio de los colaboradores de diversas entidades financieras en Chincha, a fin de reconocer las dificultades y de esa manera proponer estrategias de mejora. Por lo cual solicitamos su contribución.

Lea detenidamente cada una de las preguntas y responda con sinceridad. Marque con X teniendo en cuenta la siguiente escala.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

N°	ÍTEMS	ESCALA				
		1	2	3	4	5
V1. Compromiso organizacional						
Compromiso afectivo						
1	¿Considera Ud. que se siente identificado con los logros de la organización?					
2	¿Considera Ud. que las capacitaciones brindadas potencian su desarrollo profesional?					
3	¿Considera Ud. haber establecido un vínculo afectivo con la organización?					
Compromiso de continuidad						
4	¿Considera Ud. que los beneficios obtenidos por parte de la organización le permiten satisfacer sus necesidades?					
5	¿Considera Ud. que la organización promueve su desarrollo personal?					
6	¿Considera Ud. que se encuentra capacitado para tomar decisiones que lleven a la empresa al logro de objetivos?					

Compromiso normativo						
7	¿Se considera Ud. presionado reglamentariamente a mantenerse en la organización?					
8	¿Considera Ud. que es capaz de asumir responsablemente las consecuencias de sus actos y buscar soluciones?					
9	¿Considera Ud. que se encuentra informado respecto a las actividades específicas que debe realizar en la organización?					
V2. Calidad de servicio						
Elementos tangibles						
10	¿Considera Ud. que los equipos tecnológicos con los que realiza sus actividades son modernos?					
11	¿Considera Ud. que los espacios destinados para realizar sus actividades son cómodos?					
12	¿Considera Ud. que los materiales brindados para desempeñar su labor se encuentran en óptimas condiciones?					
Seguridad						
13	¿Considera Ud. que demuestra comportamientos que brindan confianza al cliente?					
14	¿Considera Ud. que se encuentra capacitado para brindar un trato amable y justo?					
15	¿Considera Ud. que cuenta con la información precisa sobre las actividades de la organización?					
Empatía						
16	¿Considera Ud. que se encuentra comprometido con satisfacer las necesidades del cliente?					
17	¿Considera Ud. que la organización le brinda facilidades y apoyo cuando lo necesita?					
18	¿Considera Ud. que se prepara y anticipa a imprevistos que se presente en la organización y con los clientes?					

10.3 **Anexo 3. Validación de expertos**

CARTA DE PRESENTACIÓN

Mg. CAHUAS ANDRADE, FELIX

Presente.

Asunto: Validación de instrumentos a través de juicio de expertos

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle un saludo cordial y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la asignatura Seminario de Tesis de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, solicito validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de investigación. El título nombre del proyecto de investigación es: **Compromiso Organizacional y Calidad de Servicio de los colaboradores de diversas entidades Financieras de Chincha, 2024,** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Cuestionario de preguntas

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente:



DE LA CRUZ DE LA CRUZ, Grismar Azul

DNI: 74950670

2001080037@undc.edu.pe

Validación de expertos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: COMPROMISO ORGANIZACIONAL

N°	**Dimensiones / ítems**	**Pertinencia**		**Relevancia**		**Claridad**		**Sugerencias**
	Dimensión1: Compromiso afectivo	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1	¿Considera Ud. que se siente identificado con los logros de la organización?	X		X		X		
2	¿Considera Ud. que las capacitaciones brindadas potencian su desarrollo profesional?	X		X		X		
3	¿Considera Ud. haber establecido un vínculo afectivo con la organización?	X		X		X		
	Dimensión 2: Compromiso de continuidad	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
4	¿Considera Ud. que los beneficios obtenidos por parte de la organización le permiten satisfacer sus necesidades?	X		X		X		
5	¿Considera Ud. que la organización promueve su desarrollo personal?	X		X		X		
6	¿Considera Ud. que se encuentra capacitado para tomar decisiones que lleven a la empresa al logro de objetivos?	X		X		X		
	Dimensión 3: Compromiso normativo	Sí	No	Sí	No	Sí	No	

7	¿Se considera Ud. presionado reglamentariamente a mantenerse en la organización?	X		X		X		
8	¿Considera Ud. que es capaz de asumir responsablemente las consecuencias de sus actos y buscar soluciones?	X		X		X		
9	¿Considera Ud. que se encuentra informado respecto a las actividades específicas que debe realizar en la organización?	X		X		X		

Nota: Elaboración propia

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia en las preguntas planteadas.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

Apellidos y nombres de juez validador: CAHUAS ANDRADE, FELIX

DNI: 09271103

Especialidad del validador: MAESTRO EN GERENCIA DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA

*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión

*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso y directo.

*Nota: Suficiencia, cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del experto

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: CALIDAD DE SERVICIO

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
	Dimensión1: Tangibilidad	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1	¿Considera Ud. que los equipos tecnológicos con los que realiza sus actividades son modernos?	X		X		X		
2	¿Considera Ud. que los espacios destinados para realizar sus actividades son cómodos?	X		X		X		
3	¿Considera Ud. que los materiales brindados para desempeñar su labor se encuentran en óptimas condiciones?	X		X		X		
	Dimensión 2: Seguridad	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
4	¿Considera Ud. que demuestra comportamientos que brindan confianza al cliente?	X		X		X		
5	¿Considera Ud. que se encuentra capacitado para brindar un trato amable y justo?	X		X		X		
6	¿Considera Ud. que cuenta con la información precisa sobre las actividades de la organización?	X		X		X		
	Dimensión 3: Empatía	Sí	No	Sí	No	Sí	No	

7	¿Considera Ud. que se encuentra comprometido con satisfacer las necesidades del cliente?	X		X		X		
8	¿Considera Ud. que la organización le brinda facilidades y apoyo cuando lo necesita?	X		X		X		
9	¿Considera Ud. que se prepara y anticipa a imprevistos que se presente en la organización y con los clientes?	X		X		X		

Nota: Elaboración propia

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia en las preguntas planteadas.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

Apellidos y nombres de juez validador: CAHUAS ANDRADE, FELIX

DNI: 09271103

Especialidad del validador: MAESTRO EN GERENCIA DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA

*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión

*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso y directo.

*Nota: Suficiencia, cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del experto

Validación de expertos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: COMPROMISO ORGANIZACIONAL

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
	Dimensión1: Compromiso afectivo	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1	¿Considera Ud. que se siente identificado con los logros de la organización?	X		X		X		
2	¿Considera Ud. que las capacitaciones brindadas potencian su desarrollo profesional?	X		X		X		
3	¿Considera Ud. haber establecido un vínculo afectivo con la organización?	X		X		X		
	Dimensión 2: Compromiso de continuidad	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
4	¿Considera Ud. que los beneficios obtenidos por parte de la organización le permiten satisfacer sus necesidades?	X		X		X		
5	¿Considera Ud. que la organización promueve su desarrollo personal?	X		X		X		
6	¿Considera Ud. que se encuentra capacitado para tomar decisiones que lleven a la empresa al logro de objetivos?	X		X		X		
	Dimensión 3: Compromiso normativo	Sí	No	Sí	No	Sí	No	

7	¿Se considera Ud. presionado reglamentariamente a mantenerse en la organización?	X		X		X		
8	¿Considera Ud. que es capaz de asumir responsablemente las consecuencias de sus actos y buscar soluciones?	X		X		X		
9	¿Considera Ud. que se encuentra informado respecto a las actividades específicas que debe realizar en la organización?	X		X		X		

Nota: Elaboración propia

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

Apellidos y nombres de juez validador: WU MATTA, JULIO

DNI: 06767672

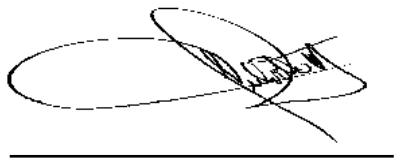
Especialidad del validador: Maestro en Ingeniería Industrial con mención en Gerencia de la Calidad y Productividad

*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión

*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso y directo.

*Nota: Suficiencia, cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del experto

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: CALIDAD DE SERVICIO

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
	Dimensión1: Tangibilidad	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1	¿Considera Ud. que los equipos tecnológicos con los que realiza sus actividades son modernos?	X		X		X		
2	¿Considera Ud. que los espacios destinados para realizar sus actividades son cómodos?	X		X		X		
3	¿Considera Ud. que los materiales brindados para desempeñar su labor se encuentran en óptimas condiciones?	X		X		X		
	Dimensión 2: Seguridad	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
4	¿Considera Ud. que demuestra comportamientos que brindan confianza al cliente?	X		X		X		
5	¿Considera Ud. que se encuentra capacitado para brindar un trato amable y justo?	X		X		X		
6	¿Considera Ud. que cuenta con la información precisa sobre las actividades de la organización?	X		X		X		
	Dimensión 3: Empatía	Sí	No	Sí	No	Sí	No	

7	¿Considera Ud. que se encuentra comprometido con satisfacer las necesidades del cliente?	X		X		X		
8	¿Considera Ud. que la organización le brinda facilidades y apoyo cuando lo necesita?	X		X		X		
9	¿Considera Ud. que se prepara y anticipa a imprevistos que se presente en la organización y con los clientes?	X		X		X		

Nota: Elaboración propia

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

Apellidos y nombres de juez validador: WU MATTA, JULIO

DNI: 06767672

Especialidad del validador: Maestro en Ingeniería Industrial con mención en Gerencia de la Calidad y Productividad

*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión

*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso y directo.

*Nota: Suficiencia, cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



Firma del experto

Validación de expertos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: COMPROMISO ORGANIZACIONAL

N°	**Dimensiones / ítems**	**Pertinencia**		**Relevancia**		**Claridad**		**Sugerencias**
	Dimensión1: Compromiso afectivo	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1	¿Considera Ud. que se siente identificado con los logros de la organización?	X		X		X		
2	¿Considera Ud. que las capacitaciones brindadas potencian su desarrollo profesional?	X		X		X		
3	¿Considera Ud. haber establecido un vínculo afectivo con la organización?	X		X		X		
	Dimensión 2: Compromiso de continuidad	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
4	¿Considera Ud. que los beneficios obtenidos por parte de la organización le permiten satisfacer sus necesidades?	X		X		X		
5	¿Considera Ud. que la organización promueve su desarrollo personal?	X		X		X		
6	¿Considera Ud. que se encuentra capacitado para tomar decisiones que lleven a la empresa al logro de objetivos?	X		X		X		
	Dimensión 3: Compromiso normativo	Sí	No	Sí	No	Sí	No	

7	¿Se considera Ud. presionado reglamentariamente a mantenerse en la organización?	X		X		X		
8	¿Considera Ud. que es capaz de asumir responsablemente las consecuencias de sus actos y buscar soluciones?	X		X		X		
9	¿Considera Ud. que se encuentra informado respecto a las actividades específicas que debe realizar en la organización?	X		X		X		

Nota: Elaboración propia

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia en las preguntas planteadas.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

Apellidos y nombres de juez validador: RIOS RIOS, SEGUNDO WALDEMAR

DNI: 06799562

Especialidad del validador: Doctor en Educación y Maestro en Administración.

*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión

*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso y directo.

*Nota: Suficiencia, cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del experto

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: CALIDAD DE SERVICIO

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
	Dimensión1: Tangibilidad	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1	¿Considera Ud. que los equipos tecnológicos con los que realiza sus actividades son modernos?	X		X		X		
2	¿Considera Ud. que los espacios destinados para realizar sus actividades son cómodos?	X		X		X		
3	¿Considera Ud. que los materiales brindados para desempeñar su labor se encuentran en óptimas condiciones?	X		X		X		
	Dimensión 2: Seguridad	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
4	¿Considera Ud. que demuestra comportamientos que brindan confianza al cliente?	X		X		X		
5	¿Considera Ud. que se encuentra capacitado para brindar un trato amable y justo?	X		X		X		
6	¿Considera Ud. que cuenta con la información precisa sobre las actividades de la organización?	X		X		X		
	Dimensión 3: Empatía	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
7	¿Considera Ud. que se encuentra comprometido con satisfacer las necesidades del cliente?	X		X		X		

8	¿Considera Ud. que la organización le brinda facilidades y apoyo cuando lo necesita?	X		X		X		
9	¿Considera Ud. que se prepara y anticipa a imprevistos que se presente en la organización y con los clientes?	X		X		X		

Nota: Elaboración propia

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia en las preguntas planteadas.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

Apellidos y nombres de juez validador: RIOS RIOS, SEGUNDO WALDEMAR

DNI: 06799562

Especialidad del validador: Doctor en Educación y Maestro en Administración.

*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión

*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso y directo.

*Nota: Suficiencia, cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del experto

10.4 **Anexo 4. Estadísticas de fiabilidad**

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,845	18

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Considera Ud. que se siente identificado con los logros de la organización?	64,67	46,713	,357	,842
¿Considera Ud. que las capacitaciones brindadas potencian su desarrollo profesional?	64,27	49,168	,176	,849
¿Considera Ud. haber establecido un vínculo afectivo con la organización?	64,37	44,171	,667	,826
¿Considera Ud. que los beneficios obtenidos por parte de la organización le permiten satisfacer sus necesidades?	64,73	45,513	,523	,833
¿Considera Ud. que la organización promueve su desarrollo personal?	64,53	46,464	,512	,834
¿Considera Ud. que se encuentra capacitado para tomar decisiones que lleven a la empresa al logro de objetivos?	64,73	48,409	,285	,844
¿Se considera Ud. presionado reglamentariamente a mantenerse en la organización?	66,17	48,144	,147	,859

¿Considera Ud. que es capaz de asumir responsablemente las consecuencias de sus actos y buscar soluciones?	64,17	46,695	,555	,834
¿Considera Ud. que se encuentra informado respecto a las actividades específicas que debe realizar en la organización?	64,40	44,041	,765	,823
¿Considera Ud. que los equipos tecnológicos con los que realiza sus actividades son modernos?	64,90	46,507	,454	,837
¿Considera Ud. que los espacios destinados para realizar sus actividades son cómodos?	64,63	47,482	,272	,847
¿Considera Ud. que los materiales brindados para desempeñar su labor se encuentran en óptimas condiciones?	64,83	46,557	,413	,839
¿Considera Ud. que demuestra comportamientos que brindan confianza al cliente?	63,93	45,306	,636	,829
¿Considera Ud. que se encuentra capacitado para brindar un trato amable y justo?	63,87	46,809	,504	,835
¿Considera Ud. que cuenta con la información precisa sobre las actividades de la organización?	64,43	44,875	,599	,830
¿Considera Ud. que se encuentra comprometido con satisfacer las necesidades del cliente?	64,03	44,792	,616	,829
¿Considera Ud. que la organización le brinda facilidades y apoyo cuando lo necesita?	64,53	45,637	,427	,838
¿Considera Ud. que se prepara y anticipa a imprevistos que se presente en la organización y con los clientes?	64,47	47,775	,388	,840

10.5 **Anexo 4. Evidencias**



Ilustración 1. Recolección de datos



Ilustración 2. Recolección de datos



Ilustración 3. Recolección de datos



Ilustración 4. Visita a la entidad financiera



Ilustración 5. Visita a la entidad financiera



Ilustración 6. Visita a la entidad financiera

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE

Ley de Creación Nº 29488
Licenciada según Resolución del Consejo Directivo N° 116-2018-SUNEDU/CD

"Año de la esperanza y el fortalecimiento de la democracia"

Código: F-M02.02-VRI-029 **Fecha de Aprobación:** 26/09/2025	**Versión:** 02

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Código Nº 004-2026

CONSTANCIA DE VERIFICACIÓN DE SIMILITUD Y ORIGINALIDAD

Yo, Dr. Julio Cesar Lujan Minaya, Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales, declaro que se ha realizado la verificación de similitud mediante el programa informático correspondiente, respecto al siguiente trabajo académico:

Título:

COMPROMISO ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DE SERVICIO DE LOS COLABORADORES DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS DE CHINCHA, 2024

Autor (es):

Grismar Azul De La Cruz De La Cruz

Para optar el grado académico y/o título profesional de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

El proceso de verificación de similitud determinó un porcentaje de 9%, cuyo resultado se encuentra respaldado en el reporte automatizado que se adjunta. En atención a ello, y conforme a lo establecido en el Reglamento de Similitud y Originalidad de la Universidad Nacional de Cañete, se deja constancia que el trabajo académico presentado cumple con los principios de integridad científica, así como con las disposiciones normativas vigentes en materia de citación y referenciación.
Asimismo, se adjunta el recibo digital correspondiente, a fin de garantizar la trazabilidad del proceso.

ORIGINALIDAD	SIMILITUD
91%	9%

Cañete, 02 de marzo de 2026

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: LUJAN MINAYA JULIO CESAR FIR 01221425 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 02/03/2026 21:19:13-0500

Firmado digitalmente
Dr. Julio Cesar Lujan Minaya
Director de la Unidad de Investigación
FCE - UNDC

Se adjunta:

- Resumen del reporte automatizado de similitud
- Recibo Digital

Informe final de tesis-bachiller Grismar Azul De la Cruz De la Cruz[FP].pdf

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%	11%	2%	6%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
2	repositorio.urp.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.upao.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.undc.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Nacional de Cañete Trabajo del estudiante	1%
7	web.undc.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	1%

turnitin

Recibo digital

Este recibo confirma quesu trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega:	Estudiante Usuario
Título del ejercicio:	XIV.ENVÍO PARA REVISIÓN
Título de la entrega:	Informe final de tesis-bachiller Grismar Azul De la Cruz De la C...
Nombre del archivo:	Informe_final_de_tesis-bachiller_Grismar_Azul_De_la_Cruz_De_...
Tamaño del archivo:	1.88M
Total páginas:	100
Total de palabras:	22,632
Total de caracteres:	134,211
Fecha de entrega:	26-feb-2026 11:26p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega:	2889643084



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Compromiso Organizacional y Calidad de Servicio de los colaboradores de las entidades Financieras de Chincha, 2024.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Autor:
BACH. DE LA CRUZ DE LA CRUZ, GRISMAR AZUL
ORCID: 0009-0005-3126-0948

Asesor:
DR. RIOS RIOS SEGUNDO WALDEMAR
ORCID: 0000-0003-1202-5523

Tipo de investigación:
Básica

Línea de investigación:
Organización y Gestión Empresarial

Cañete – Perú
2025

Derechos de autor 2026 Turnitin. Todos los derechos reservados.

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

N° 041-2025

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

En la ciudad de Cañete, en la sala de sustentaciones de la Facultad de Ciencias Empresariales, siendo las 15:00 horas, del día 29 de diciembre de 2025, se reunió el Jurado Evaluador, designados con DECRETO Nº 050-2025-UIFCE/FCE/UNDC.

Presidente (a) : Dr. Filiberto Fernando Ochoa Paredes.
Secretario (a) : Mg. Julio Wu Matta.
Vocal : Dr. Abel Alejandro Tasayco Jala.
Asesor(a) : Dr. Segundo Waldemar Rios Rios.

Para el acto de sustentación de la tesis titulada: **"COMPROMISO ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DE SERVICIO DE LOS COLABORADORES DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS DE CHINCHA, 2024"**, presentado por la Bachiller **Grismar Azul De La Cruz De La Cruz,** para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Después de concluido el acto de sustentación y luego de que el sustentante dio respuesta a las preguntas respectivas, el Jurado Evaluador calificó la sustentación o defensa de la investigación según los siguientes criterios, y promediando las notas del jurado se obtuvo:

Criterio	Desaprobado (menor de 14)	Regular (14 -15)	Bueno (16-17)	Muy bueno (18-19)	Excelente (20)	Puntaje
Claridad de la exposición			16			16
Dominio del tema			16			16
Visión holística del trabajo			16			16
Promedio						16

Establece como calificación FINAL: ..16.... (.....dieciseis.....)

- Aprobado, con nota Regular (...), Bueno (X), Muy Bueno (...), Excelente (...)
- Desaprobado (...)

Por tanto, el graduado se encuentra expedito(s) (X), impedido(s) ( ) para realizar los trámites que corresponden a la obtención del Título Profesional de Licenciado en Administración.

****Si fuera el caso, que de los dos sustentantes uno fuera aprobado y otro desaprobado, se tendrá que diferenciar quien queda expedito y quien impedido de seguir los trámites.**

Siendo las..... Horas se dio por terminado el acto de sustentación.

Mg. Julio Wu Matta **Secretario(a)**	Dr. Filiberto Fernando Ochoa Paredes **Presidente(a)**	Dr. Abel Alejandro Tasayco Jala **Vocal**	Dr. Segundo Waldemar Rios Rios **Asesor(a)**

UNIVERSIDAD NACIONAL
DE CAÑETE

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNDC

I INFORMACIÓN DEL DOCUMENTO

1.1 Título del documento:

Compromiso Organizacional y Calidad de Servicio de los colaboradores de las entidades Financieras de Chincha, 2024.

1.2 Descripción (Seleccionar)

Tesis de Pregrado	X	Libro	
Tesis de Maestría		Capítulo de libro	
Tesis de Doctorado		Monografía	
Trabajo de Investigación		Artículo	
Tesis de Segunda Especialidad		Conferencia	
Trabajo de Suficiencia Profesional		Programa informativo	
Trabajo académico		Datos	

1.3 Autores del documento

Apellidos completos	Nombres completos	Correo electrónico	DNI	ORCID
DE LA CRUZ DE LA CRUZ	GRISMAR AZUL	2001080037@undc.edu.pe	74950670	0009-0003-3126-0948

1.4 Asesor (es)

Apellidos completos	Nombres completos	Correo electrónico	DNI	ORCID
RIOS RIOS	SEGUNDO WALDEMAR	srios@undc.edu.pe	06799562	0000-0003-1202-5523

1.5 Centro de Investigación

Facultad	Ciencias Empresariales
Escuela Profesional	Administración

I. ORIGINALIDAD DEL TRABAJO PRESENTADO

Con la presentación de esta ficha, el(los) autor(es) señalan expresamente que la obra es original, ya que sus contenidos son producto de su directa contribución intelectual. Se reconoce también que todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están

Toda copia de este documento, sea del entorno virtual o del documento original en físico es considerada "copia no controlada".

debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal,

III. AUTORIZACIÓN DEL TRABAJO PRESENTADO

3.1 Por medio del presente documento, afirmo y garantizo(amos) ser el (los) legítimo (s), titular(es) de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los entregables, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos" que serán incluidos en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Cañete (en adelante, la "Universidad").

3.2 Autorizo a la Universidad a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional de la Universidad y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N* 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con su Repositorio Institucional. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

3.3 En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.



Firma

31 de Marzo del 2026

Fecha

Toda copia de este documento, sea del entorno virtual o del documento original en físico es considerada "copia no controlada".