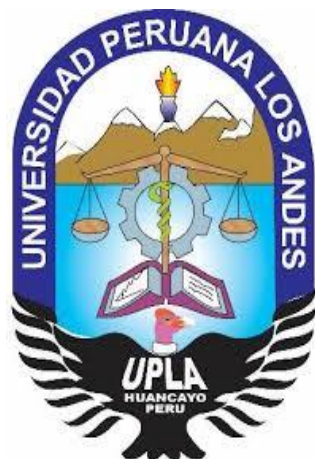


UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Administración y Sistemas



TESIS

**Trabajo en Equipo y Su Relación con la Calidad de Servicio
del Departamento de Contratos y Recuperaciones de la
Oficina Principal de CMAC Huancayo en el Año 2017**

Para Optar : Título Profesional de Licenciado en Administración

Autor(es) : Bach. de la Cruz Ascona Gladys Yolanda
Bach. Garcia Berrocal Yulibeth

Asesor : Mg. Gomez Chavez Amanda Luzmila

Línea de Investigación

Institucional : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos

Fecha de Inicio y

Culminación : 23.03.2019 – 22.03.2020

Huancayo – Perú
2022

HOJA DE APROBACIÓN DE JURADOS

**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

TESIS:

**TRABAJO EN EQUIPO Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE
SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE CONTRATOS Y
RECUPERACIONES DE LA OFICINA PRINCIPAL DE CMAC HUANCAYO
EN EL AÑO 2017**

PRESENTADA POR:

**Bach. Yulibeth GARCIA BERROCAL
Bach. Gladys Yolanda DE LA CRUZ ASCONA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO DE: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS**

APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

PRESIDENTE

PRIMER MIEMBRO:

SEGUNDO MIEMBRO:

TERCER MIEMBRO:

Huancayo, 2 de febrero del 2022

ASESOR

Mg Amanda Luzmila Gómez Chávez

DEDICATORIA

A Dios, por su infinita bondad y amor.

A nuestros Padres, por habernos apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante y por su amor.

A nuestros esposos, por creer en nuestra capacidad, y por brindarnos su comprensión, cariño y amor.

A nuestros hijos e hijas, por ser fuente de motivación e inspiración para podernos superar cada día más.

Gladys y Yulibeth

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a la universidad, sus docentes y nuestra asesora por su invaluable colaboración para la culminación de este trabajo.

Asimismo, agradecemos al personal de la CMAC Huancayo por su participación en el desarrollo de las encuestas.

Las autoras

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado Dictaminador de Tesis

En cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, pongo a vuestra consideración la Tesis titulada “TRABAJO EN EQUIPO Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE CONTRATOS Y RECUPERACIONES DE LA OFICINA PRINCIPAL DE CMAC HUANCAYO EN EL AÑO 2017”, con el objeto de optar al título profesional de Licenciado en Administración.

Esta tesis es importante pues describe el trabajo en equipo en una organización financiera, lo cual finalmente amplía el conocimiento científico y puede ser utilizado para próximos trabajos de investigación y como sustento para la toma de decisiones en mejoras de gestión del trabajo en equipo.

Para el desarrollo de este trabajo se aplicaron los procedimientos científicos establecidos por diferentes autores, así como el conocimiento adquirido en la etapa de estudiante de la Escuela Profesional de Administración y Sistemas.

Esperando cumplir con los requerimientos para su aprobación.

Atentamente,

Las Autoras

CONTENIDO

ASESOR	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
PRESENTACIÓN	6
CONTENIDO	7
CONTENIDO DE TABLAS	13
CONTENIDO DE GRÁFICOS	19
CONTENIDO DE FIGURAS	24
RESUMEN	25
ABSTRACT	26
INTRODUCCIÓN	27
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	29
1.1. Descripción del Problema	29
1.2. Delimitación del problema	31
1.2.1. Delimitación espacial	31
1.2.2. Delimitación temporal	32
1.2.3. Delimitación económica	32
1.3. Formulación del problema	32
1.3.1. Problema general	32
1.3.2. Problemas específicos	32
1.3.3. Justificación social	34
1.3.4. Justificación teórica	34
1.3.5. Justificación metodológica	34
1.3.6. Justificación práctica	34

1.4.	Objetivos.....	35
1.4.1.	Objetivo general.....	35
1.4.2.	Objetivos específicos	35
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO		37
2.1.	Antecedentes.....	37
2.1.1.	Antecedentes Internacionales	37
2.1.2.	Antecedentes Nacionales y Locales.....	42
2.2.	Bases teóricas o científicas	46
2.2.1.	Trabajo en Equipo.....	46
A.	Definiciones	46
B.	Características y ventajas.....	47
C.	Las decisiones y el rol del equipo.....	49
2.2.2.	Las dimensiones del trabajo de equipo	50
A.	Complementariedad.....	51
B.	Compromiso.....	53
C.	Comunicación	54
D.	Confianza.....	57
E.	Coordinación.....	59
2.2.3.	Calidad de Servicio	60
A.	Conceptualización.....	60
B.	Gestión de la calidad.....	62
2.2.4.	Las dimensiones de la calidad de servicio	66
A.	Elementos tangibles	68
B.	Fiabilidad	71
C.	Capacidad de respuesta.....	74

D. Seguridad	77
E. Empatía	81
2.3. Marco conceptual.....	83
CAPÍTULO III HIPÓTESIS.....	87
3.1. Hipótesis general.....	87
3.2. Hipótesis específicas.....	87
3.3. Variables	88
3.3.1. Definición conceptual de variables.....	88
A. Variable Calidad de Servicio	88
B. Variable Trabajo en Equipo.....	89
3.3.2. Definición operacional de variables	90
A. Variable Calidad de Servicio	90
B. Variable Trabajo en Equipo.....	92
CAPÍTULO IV METODOLOGÍA.....	97
4.1. Método de Investigación.....	97
4.2. Tipo de investigación.....	97
4.3. Nivel de la investigación.....	97
4.4. Diseño de la investigación	98
4.5. Población y muestra.....	98
4.5.1. Población de estudio	98
4.5.2. Muestra	99
Criterios de inclusión y exclusión.....	99
4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	99
4.6.1. Técnicas de recolección de datos.....	99
4.6.2. Instrumentos para la recolección de datos	100

	10
4.6.3. Fiabilidad del instrumento	100
4.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	101
4.7.1. Procedimientos estadísticos descriptivos	101
4.7.2. Procedimientos estadísticos diferenciales.....	101
4.8. Aspectos éticos de la investigación	101
CAPÍTULO V RESULTADOS	102
5.1. Descripción de Resultados.....	102
5.1.1. Resultados de la Variable Trabajo en Equipo y sus dimensiones	102
5.1.2. Resultados de los Ítems del cuestionario para la Variable Trabajo en Equipo	109
5.1.3. Resultados de la Variable Calidad de Servicio y sus dimensiones	136
5.1.4. Resultados de los Ítems del cuestionario para la Variable Calidad de Servicio	144
5.2. Contraste de Hipótesis	175
5.2.1. Prueba de hipótesis general.....	175
Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman.....	176
5.2.2. Prueba de hipótesis específica 1	176
Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman.....	177
5.2.3. Prueba de hipótesis específica 2	178
Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman.....	178
5.2.4. Prueba de hipótesis específica 3	179
Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman.....	179
5.2.5. Prueba de hipótesis específica 4	180
Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman.....	180

5.2.6. Prueba de hipótesis específica 5	181
Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman.....	181
5.2.7. Prueba de hipótesis específica 6	182
Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman.....	182
5.2.8. Prueba de hipótesis específica 7	183
Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman.....	184
5.2.9. Prueba de hipótesis específica 8	184
Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman.....	185
5.2.10. Prueba de hipótesis específica 9.....	185
Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman.....	186
5.2.11. Prueba de hipótesis específica 10.....	187
Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman.....	187
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	189
CONCLUSIONES	198
RECOMENDACIONES.....	202
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	204
ANEXOS	210
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	210
Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables	215
A. Operacionalización de la Variable Trabajo en Equipo	215
B. Operacionalización de la Variable Calidad de Servicio	216
C. Operacionalización del Instrumento para la Variable Trabajo en Equipo	218
D. Operacionalización del Instrumento para la Variable Calidad de servicio	220

Anexo 3: Instrumentos utilizados	223
Anexo 4: Instrumento por opinión de expertos.....	227
A. Resultados de la prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach para el cuestionario de Trabajo en Equipo	231
B. Resultados de la prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach para el cuestionario de Calidad de Servicio.....	231
Anexo 5: Data de procesamiento de datos	232
A. Hoja de datos de variable Trabajo en Equipo	232
B. Hoja de datos de Variable Calidad de Servicio	236
Anexo 6: Consentimiento informado.....	241
Anexo 7: Fotos de la aplicación del instrumento	242

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las dimensiones de Calidad de Servicio.....	90
Tabla 2 Operacionalización de las dimensiones de Trabajo en Equipo.....	93
Tabla 3 Alfa de Cronbach para Ítems del cuestionario Trabajo de Equipo	100
Tabla 4 Alfa de Cronbach para Ítems del cuestionario de Calidad de Servicio.....	101
Tabla 3 <i>Tabla de frecuencias de la Variable Trabajo en Equipo</i>	102
Tabla 4 Tabla de frecuencias de la Dimensión Complementariedad.....	103
Tabla 5 Tabla de frecuencias de la Dimensión Compromiso	105
Tabla 6 Tabla de frecuencias de la Dimensión Comunicación.....	106
Tabla 7 Tabla de frecuencias de la Dimensión Confianza.....	107
Tabla 8 Tabla de frecuencias de la Dimensión Coordinación	108
Tabla 9 Tabla de frecuencias del Ítem: El trabajo distribuido se efectúa en el tiempo definido.....	110
Tabla 10 Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que las competencias y virtudes de sus compañeros influyen en el rendimiento del equipo.	111
Tabla 11 Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que las experiencias y la formación académica de sus compañeros influyen en el rendimiento del equipo.	112
Tabla 12 Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que todos unen fuerzas para realizar las labores diarias.....	114
Tabla 13 Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros actúan antes que se produzcan problemas en la oficina	115

Tabla 14 Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros cumplen sus tareas por encima de los intereses personales.	116
Tabla 15 Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que las metas son compartidas por dos o más compañeros.	118
Tabla 16 Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que se asocian esfuerzos para mejorar las labores aún en situaciones difíciles.	119
Tabla 17 Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que los trabajadores de la empresa expresan de forma clara sus puntos de vista.	120
Tabla 18 Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros de trabajo escuchan sus opiniones	122
Tabla 19 Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que el trabajo de sus compañeros es honesto.	123
Tabla 20 Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros actúan con cordialidad hacia los clientes	124
Tabla 21 Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros actúan con rigor y seriedad de acuerdo a lo acordado.	126
Tabla 22 Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que en la empresa se pueden expresar opiniones con libertad.	127
Tabla 23 Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que existe confianza entre compañeros para delegar labores diarias.	128
Tabla 24 Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que sus opiniones son escuchadas y aplicadas por los demás.	130

Tabla 25 Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que en el equipo de trabajo existe un compañero que motive el logro de las tareas.	131
Tabla 26 Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que en la empresa están definidas claramente las funciones de cada trabajador.	132
Tabla 27 Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros admiten rápidamente el cambio.	134
Tabla 28 Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que la organización de la empresa posibilita el trabajo equitativo y equilibrado.	135
Tabla 29 Tabla de frecuencias de la Variable V. Calidad de Servicio.	136
Tabla 30 Tabla de frecuencias de la Dimensión Elementos Tangibles	138
Tabla 31 Tabla de frecuencias de la Dimensión Factibilidad	139
Tabla 32 Tabla de frecuencias de la Dimensión Capacidad de Respuesta	140
Tabla 33 Tabla de frecuencias de la Dimensión Seguridad	141
Tabla 34 Tabla de frecuencias de la Dimensión Empatía	142
Tabla 35 Tabla de frecuencias del Ítem: Están en buen estado los equipos y mobiliarios de la empresa	144
Tabla 36 Tabla de frecuencias del Ítem: Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas.	145
Tabla 37 Tabla de frecuencias del Ítem: La empresa cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesita.	147
Tabla 38 Tabla de frecuencias del Ítem: Como trabajadores administrativos presentan una apariencia limpia y agradable.	148

Tabla 39 Tabla de frecuencias del Ítem: Están cómodas y limpias las instalaciones de la empresa	149
Tabla 40 Tabla de frecuencias del Ítem: Cuando la empresa promete hacer algo en un determinado tiempo, lo cumple	151
Tabla 41 Tabla de frecuencias del Ítem: La empresa muestra un sincero interés en resolver cualquier problema que tenga el cliente.....	152
Tabla 42 Tabla de frecuencias del Ítem: La empresa desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez.....	153
Tabla 43 Tabla de frecuencias del Ítem: La empresa proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo.....	155
Tabla 44 Tabla de frecuencias del Ítem: Como personal, es capaz de prestar el servicio sin mayores inconvenientes	156
Tabla 45 Tabla de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar el servicio.	157
Tabla 46 Tabla de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa brindan el servicio con prontitud a los clientes.....	159
Tabla 47 Tabla de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa coopera con los clientes.....	160
Tabla 48 Tabla de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa, su comportamiento inspira confianza en los clientes.	161
Tabla 49 Tabla de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa demuestra respeto hacia el cliente	163

Tabla 50 Tabla de frecuencias del Ítem: La empresa cumple con las normas técnicas de seguridad	164
Tabla 51 Tabla de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa tratan a los clientes con cortesía.	165
Tabla 52 Tabla de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa demuestra profesionalismo en su trabajo.	167
Tabla 53 Tabla de frecuencias del Ítem: La empresa brinda atención individual a los clientes.	168
Tabla 54 Tabla de frecuencias del Ítem: Los horarios de actividades de la empresa son convenientes.	169
Tabla 55 Tabla de frecuencias del Ítem: La empresa cuenta con empleados que brindan atención personalizada.	171
Tabla 56 Tabla de frecuencias del Ítem: La empresa se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes.	172
Tabla 57 Tabla de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa entienden sus necesidades específicas.	173
Tabla 58 Clasificación de la fuerza de la correlación	175
Tabla 59 Resultado de la prueba de hipótesis general	176
Tabla 60 Resultado de la prueba de hipótesis específica 1	177
Tabla 61 Resultado de la prueba de hipótesis específica 2	178
Tabla 62 Resultado de la prueba de hipótesis específica 3	179
Tabla 63 Resultado de la prueba de hipótesis específica 4	180

Tabla 64	Resultado de la prueba de hipótesis específica 5	181
Tabla 65	Resultado de la prueba de hipótesis específica 5	183
Tabla 66	Resultado de la prueba de hipótesis específica 5	184
Tabla 67	Resultado de la prueba de hipótesis específica 5	185
Tabla 68	Resultado de la prueba de hipótesis específica 5	186
Tabla 69	Resultado de la prueba de hipótesis específica 5	187
Tabla 70	Alfa de Cronbach para Items de Variable Trabajo de Equipo	231
Tabla 71	Alfa de Cronbach para Items de Variable Calidad de Servicio	231

CONTENIDO DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Gráfico de barras de frecuencias de la Variable Trabajo en Equipo	103
Gráfico 2	Gráfico de barras de frecuencias de la Dimensión Complementariedad	104
Gráfico 3	Gráfico de barras de frecuencias de la Dimensión Compromiso	105
Gráfico 4	Gráfico de barras de frecuencias de la Dimensión Comunicación	106
Gráfico 5	Gráfico de barras de frecuencias de la Dimensión Confianza	107
Gráfico 6	Gráfico de barras de frecuencias de la Dimensión Coordinación.....	109
Gráfico 7	Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: El trabajo distribuido se efectúa en el tiempo definido	110
Gráfico 8	Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que las competencias y virtudes de sus compañeros influyen en el rendimiento del equipo.	111
Gráfico 9	Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que las experiencias y la formación académica de sus compañeros influyen en el rendimiento del equipo.	113
Gráfico 10	Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que todos unen fuerzas para realizar las labores diarias.	114
Gráfico 11	Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros actúan antes que se produzcan problemas en la oficina.....	115
Gráfico 12	Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros cumplen sus tareas por encima de los intereses personales.	117
Gráfico 13	Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que las metas son compartidas por dos o más compañeros.	118

- Gráfico 14** Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que los trabajadores de la empresa expresan de forma clara sus puntos de vista. 121
- Gráfico 15** Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros de trabajo escuchan sus opiniones 122
- Gráfico 16** Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que el trabajo de sus compañeros es honesto. 123
- Gráfico 17** Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros actúan con cordialidad hacia los clientes 125
- Gráfico 18** Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros actúan con rigor y seriedad de acuerdo a lo acordado. 126
- Gráfico 19** Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que en la empresa se pueden expresar opiniones con libertad. 127
- Gráfico 20** Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que existe confianza entre compañeros para delegar labores diarias. 129
- Gráfico 21** Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que sus opiniones son escuchadas y aplicadas por los demás. 130
- Gráfico 22** Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que en el equipo de trabajo existe un compañero que motive el logro de las tareas. 131
- Gráfico 23** Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que en la empresa están definidas claramente las funciones de cada trabajador. 133
- Gráfico 24** Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros admiten rápidamente el cambio. 134

Gráfico 25 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que la organización de la empresa posibilita el trabajo equitativo y equilibrado.	135
Gráfico 26 Gráfico de barras de frecuencias de la Variable V. Calidad de Servicio	137
Gráfico 27 Gráfico de barras de frecuencias de la Dimensión Elementos Tangibles	138
Gráfico 28 Gráfico de barras de frecuencias de la Dimensión Factibilidad	139
Gráfico 29 Gráfico de barras de frecuencias de la Dimensión Capacidad de Respuesta	140
Gráfico 30 Gráfico de barras de frecuencias de la Dimensión Seguridad	142
Gráfico 31 Gráfico de barras de frecuencias de la Dimensión Empatía	143
Gráfico 32 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Están en buen estado los equipos y mobiliarios de la empresa.....	144
Gráfico 33 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas.	146
Gráfico 34 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: La empresa cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesita.	147
Gráfico 35 Gráfico de barras de frecuencias del Item: Como trabajadores administrativos presentan una apariencia limpia y agradable.	148
Gráfico 36 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Cuando la empresa promete hacer algo en un determinado tiempo, lo cumple	151
Gráfico 37 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: La empresa muestra un sincero interés en resolver cualquier problema que tenga el cliente	152

Gráfico 38 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: La empresa desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez.....	154
Gráfico 39 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: La empresa proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo.....	155
Gráfico 40 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Como personal, es capaz de prestar el servicio sin mayores inconvenientes.....	156
Gráfico 41 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar el servicio.....	158
Gráfico 42 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa brindan el servicio con prontitud a los clientes.....	159
Gráfico 43 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa coopera con los clientes.	160
Gráfico 44 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa, su comportamiento inspira confianza en los clientes.....	162
Gráfico 45 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa demuestra respeto hacia el cliente	163
Gráfico 46 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: La empresa cumple con las normas técnicas de seguridad	164
Gráfico 47 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa tratan a los clientes con cortesía.	166
Gráfico 48 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa demuestra profesionalismo en su trabajo.....	167

Gráfico 49 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: La empresa brinda atención individual a los clientes.....	168
Gráfico 50 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Los horarios de actividades de la empresa son convenientes.....	170
Gráfico 51 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: La empresa cuenta con empleados que brindan atención personalizada.....	171
Gráfico 52 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: La empresa se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes.....	172
Gráfico 53 Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa entienden sus necesidades específicas.	174

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1 Evolución de trabajo en equipo	47
Figura 2 Evolución de trabajo en equipo	51

RESUMEN

El problema general fue: ¿Cómo se correlaciona el trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017? Esta deriva en el planteamiento del objetivo general: Evaluar la correlación entre el trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. Para ello, se puso a prueba la hipótesis general: Existe una correlación entre el trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. Para este fin, se midió la variable independiente Trabajo en Equipo, cuyas dimensiones fueron: complementariedad, compromiso, comunicación, confianza y coordinación; y la variable independiente Calidad de Servicio, cuyas dimensiones fueron: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

El método de investigación fue el método científico, con un enfoque cuantitativo. El tipo de investigación fue básica. El método de investigación fue correlacional. El diseño fue no experimental transaccional. La población de estudio estuvo constituida por 37 colaboradores administrativos del Departamento de Contratos y Recuperaciones de la Oficina Principal de CMAC-Huancayo; siendo la muestra no probabilística, censal. Se utilizó la prueba de Rho de Spearman con un $r_s=.468$, $p=.003$, $N =37$, demostrando la correlación de ambas variables, pero identificando debilidades de gestión que debilitan la correlación.

Palabras Clave: Trabajo en equipo, calidad de servicio, métrica de calidad, caja financiera municipal.

ABSTRACT

The general problem was: how does teamwork and service quality correlate in the Contracts and Recoveries Department of the main office of CMAC-Huancayo in 2017? This derives in the statement of the general objective: To evaluate the correlation between teamwork and service quality in the Department of contracts and recoveries of the main office of CMAC-Huancayo in the year 2017. To do so, the general hypothesis was tested: There is a correlation between teamwork and service quality in the Contracts and Recoveries Department of the main office of CMAC-Huancayo in 2017. For this purpose, the independent variable Teamwork was measured, whose dimensions were: complementarity, commitment, communication, trust and coordination; and the independent variable Service Quality, whose dimensions were: tangible elements, reliability, responsiveness, security and empathy.

The research method was the scientific method, with a quantitative approach. The type of research was basic. The research method was correlational. The design was non-experimental transactional. The study population consisted of 37 administrative collaborators of the Department of Contracts and Recoveries of the Main Office of CMAC-Huancayo; the sample was non-probabilistic, census. Spearman's Rho test was used with an $r_s=.468$, $p=.003$, $N =37$, demonstrating the correlation of both variables but identifying management weaknesses that weaken the correlation.

Key words: Teamwork, service quality, quality metrics, municipal bank.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación, titulado “Trabajo en equipo y su relación con la calidad de servicio del departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC Huancayo en el año 2017”, cuyo objetivo de investigación es “Evaluar la correlación entre el trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017”,

El trabajo en equipo, componente esencial del desarrollo de tareas de atención a cantidades masivas de clientes es uno de los atributos más relevantes de las instituciones financieras. Su pobre aplicación puede provocar dificultades en la implementación de un sistema de atención al cliente y, por ende, reducir su satisfacción. La calidad de servicio está directamente relacionada a la gestión del equipo de trabajo y es particularmente relevante en entidades financieras.

En la CMAC-Huancayo existen indicios que identifican problemas en el desarrollo de tareas en equipo, las cuales afectan la forma de respuesta en la atención de los clientes, especialmente en tareas relacionadas a cambios o aclaraciones a los mismos. Al ser una entidad micro financiera, CMAC Huancayo ofrece una gran diversidad de paquetes de ahorro y crédito, lo que complejiza procesos al no ser atendidos de forma rápida, homogénea y coherente.

La investigación aborda esta problemática desde las funciones del departamento de contratos y recuperaciones en la oficina principal de la micro financiera. A través de la aplicación de cuestionarios y las comparativas con publicaciones existentes se identifican las relaciones entre las variables que requieren atención. El presente informe se organiza de la siguiente forma:

El Capítulo I Planteamiento del Problema: Se presenta la información referente al planteamiento del problema, su delimitación, su formulación, los objetivos y los aspectos de justificación.

El Capítulo II Marco Teórico: Se presenta los antecedentes de la investigación, internacionales y nacionales relacionados, las bases teóricas mostrando la conceptualización de las variables y de las dimensiones utilizadas para justificar el trabajo de investigación y el marco conceptual sustentado en definiciones claras.

El Capítulo III Hipótesis: Se presenta la hipótesis general y las hipótesis específicas, así como la operacionalización de las variables y sus indicadores.

El Capítulo IV Metodología: Se presenta el método de estudio, su enfoque, el tipo de investigación, la población y la muestra, los medios de recolección de datos y de análisis de datos.

El Capítulo V Resultados: Se presenta los resultados estadísticos de forma detallada, organizada por variable y dimensiones. Se culmina con la presentación de las pruebas de hipótesis.

El Análisis de Resultados: Presenta el análisis y contraste con los antecedentes de investigación y otras investigaciones complementarias.

Las Conclusiones y Recomendaciones, suman y sintetizan los resultados, su análisis y los alinean a los objetivos planteados.

Por último, se presentan las referencias bibliográficas y los anexos correspondientes.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del Problema

En la teoría de gestión se ha planteado que la calidad es un estímulo que se produce de forma natural en nuestro entorno (Ferrel & Hartline, 2012). Cada vez que encontramos un producto o servicio, nos conectamos con este estímulo a nivel emocional. Nuestra primera impresión de la calidad del artículo o el momento real de interacción con el producto o servicio se denomina calidad percibida (Camisón & Tomás Gonzáles, 2006). Nuestra posterior capacidad para describir la calidad del producto o servicio en términos mensurables se denomina calidad objetiva (Ferrel & Hartline, 2012). Este aspecto de la calidad se refiere a la excelencia técnica del producto o servicio y está estrechamente vinculado a la forma en que se presta dicho producto o servicio (Cubillos Rodríguez & Rozo Rodríguez, 2009; Kotler & Keller, 2016).

Cada vez que una empresa concibe un producto o presta un servicio, crea un artefacto que interactuará con otros con la esperanza de estimular su satisfacción (Camisón & Tomás Gonzáles, 2006). Cuando esta interacción estimula una fuerte percepción de bienestar, se describe como calidad. Ese proceso no lo produce un individuo, sino un grupo, por lo que requiere un alto desempeño en el trabajo en equipo (Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009). La calidad es un concepto multidimensional; como tal, no resulta fácil definirla o medirla (Arraut Camargo, 2010). La importancia de la capacidad de una empresa para producir y ofrecer calidad no radica tanto en la mejora de la gestión de la empresa o de sus procesos, sino en la medición y realización de mejoras centradas en la calidad de los productos o servicios

(Atencio Cárdenas & González Pertuz, 2007). Cuando se hacen correctamente, estas mejoras deberían incrementar el rendimiento de la competitividad general del equipo de la empresa como parte del proceso de gestión (Ferrel & Hartline, 2012).

Nuestro entendimiento de la calidad se ha desarrollado a lo largo de tres temas distintos: teoría y práctica, la caracterización, y la medición y el análisis. Una gran parte de nuestros conocimientos sobre la gestión de la calidad se ha enfocado en el área de la medición y el análisis (Arraut Camargo, 2010). Lo que aún falta es un vínculo claro entre estas métricas de rendimiento y las diversas dimensiones de la calidad, como el trabajo en equipo y sus dimensiones, como "complementariedad, compromiso, comunicación, confianza y coordinación" (Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009). Como paso esencial en la construcción de equipos sanos y productivos. Otra labor ubicua en el trabajo en equipo es la toma de decisiones. Para ayudar a dominar este complejo reto, es necesario observar algunas viñetas de situaciones de toma de decisiones con o en equipo, y reflexionar sobre ellas, con el objetivo de facilitar el descubrimiento de experiencias (Kotler & Keller, 2016).

Para emplear un instrumento validado para medir la calidad es útil un modelo de encuesta estandarizado como SERVQUAL. El modelo SERVQUAL se basa en la premisa de que la calidad del de servicio se puede medir entre la diferencia que existe entre lo que el cliente espera y lo que ha percibido que ha recibido (Ferrel & Hartline, 2012). Incorpora las dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Muchas de las prácticas utilizadas para regular la calidad miden solo algunas de las dimensiones que la definen (Camisón & Tomás Gonzáles, 2006). De hecho, la mayoría de las empresas y los sistemas de control siguen tratando la calidad como un constructo unidimensional, en el que una única medida lo define todo, sin tener en cuenta siquiera el trabajo en equipo (Robbins, Cruz &

González, 2013). En realidad, la calidad es un fenómeno multidimensional que exige varias métricas para medir adecuadamente su efecto y que requiere incorporar el trabajo en equipo en sus mediciones e identificar su vínculo con la calidad (Kotler & Keller, 2016).

En el Perú, muchas de las instituciones se encuentran en un proceso de aprendizaje para comprender como el trabajo de equipo y la calidad de servicio ofrecido (Forsyth, 2010). Esta carencia de entendimiento e identificación de las dimensiones subyacentes no permiten la intervención puntual de los procesos en la empresa. En el mundo financiero se tiene una mayor experiencia en cuanto al trabajo de equipo y la calidad de servicio (Cervantes, Muñoz & Inda, 2020). Esta experiencia permite medir la correlación entre el desarrollo logrado en ambos aspectos (Kotler & Keller, 2016).

La empresa financiera Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo (CMAC Huancayo) es una entidad financiera con amplia experiencia en la ciudad de Huancayo, pero que se ha desarrollado con la experiencia adquirida por la práctica de sus actividades. Es por ello que requiere estudiar las relaciones existentes dentro de sus procesos. De esa forma y específicamente, en su departamento de Contratos y Recuperaciones, requiere establecer adecuadamente la correlación entre el trabajo en equipo que valora sobre el personal contratado y la calidad de servicio brindada al cliente. Este estudio permite establecer dichas relaciones, que posteriormente dirigirán la aplicación de prácticas efectivas de mejora en dichas dimensiones.

1.2. Delimitación del problema

1.2.1. Delimitación espacial

La investigación se desarrolló en el Departamento de Contratos y Recuperaciones de la empresa financiera Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo (CMAC Huancayo) en la oficina central ubicada en la ciudad de Huancayo.

1.2.2. Delimitación temporal

La investigación se desarrolló durante el último trimestre del año 2017. Las encuestas fueron realizadas a los mismos colaboradores, con el objetivo de emparejar los resultados y generar una correlación.

1.2.3. Delimitación económica

El presupuesto destinado para el desarrollo de la tesis fue financiado por recursos propios de las investigadoras y no mantiene tipo alguno de conflicto de intereses.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

El problema general de la investigación es:

¿Cómo se correlaciona el trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?

1.3.2. Problemas específicos

Los problemas específicos encontrados son:

- i. ¿Cómo se correlaciona la complementariedad del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?

- ii. ¿Cómo se correlaciona el compromiso del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?
- iii. ¿Cómo se correlaciona la comunicación del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?
- iv. ¿Cómo se correlaciona la confianza del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?
- v. ¿Cómo se correlaciona la coordinación del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?
- vi. ¿Cómo se correlaciona el trabajo en equipo y los elementos tangibles de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?
- vii. ¿Cómo se correlaciona el trabajo en equipo y la fiabilidad de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?
- viii. ¿Cómo se correlaciona el trabajo en equipo y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?
- ix. ¿Cómo se correlaciona el trabajo en equipo y la seguridad de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?

- x. ¿Cómo se correlaciona el trabajo en equipo y la empatía de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?

1.3.3. Justificación social

La presente investigación se centra en la correlación de la calidad objetiva con el trabajo en equipo en una institución financiera (Forsyth, 2010). Al desarrollarse un estudio sobre la interacción entre los colaboradores de trabajo, las mejoras en la capacidad del equipo se derivan en un beneficio inherente y directo para los miembros del equipo y los clientes (Ferrel & Hartline, 2012).

1.3.4. Justificación teórica

Los expertos en investigación han cuestionado el uso del paradigma de la inconfirmación, así como la utilidad de utilizar puntuaciones de desfase o diferencia para operacionalizar la calidad del servicio por sí sola (Cervantes, Muñoz & Inda, 2020). La investigación incorpora una correlación con la variable trabajo en equipo que ha sido poco explorada en nuestro medio.

1.3.5. Justificación metodológica

Dado que el modelo SERVQUAL mide la calidad del servicio, es necesario correlacionarlo con otros indicadores. Para establecer con certeza que el trabajo en equipo y la calidad de servicio estarán positivamente correlacionados en la puntuación de la diferencia, dado el hecho de que las dos mediciones que determinan la puntuación provienen del mismo encuestado permitirán escalear su relación en la CMAC-Huancayo.

1.3.6. Justificación práctica

La pertinencia de esta investigación, se apoya en la idea de proporcionar a la gerencia evidencia suficiente del problema, que les permita identificar la afectación actual de la percepción de los clientes sobre el servicio que reciben de parte de la CMAC Huancayo y desarrollar un enfoque centrado en la persona y en el trabajo en equipo.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

El objetivo general es:

Evaluar la correlación entre el trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

1.4.2. Objetivos específicos

Los objetivos específicos son:

- i. Determinar la correlación entre la complementariedad del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.
- ii. Determinar la correlación entre el compromiso del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.
- iii. Determinar la correlación entre la comunicación del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

- iv. Determinar la correlación entre la confianza del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.
- v. Determinar la correlación entre la coordinación del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.
- vi. Determinar la correlación entre el trabajo en equipo y los elementos tangibles de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.
- vii. Determinar la correlación entre el trabajo en equipo y la fiabilidad de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.
- viii. Determinar la correlación entre el trabajo en equipo y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.
- ix. Determinar la correlación entre el trabajo en equipo y la seguridad de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.
- x. Determinar la correlación entre el trabajo en equipo y la empatía de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

2. CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Aguilar Enríquez (2016), en su tesis de pregrado “Trabajo en equipo y clima organizacional: Estudio realizado en colaboradores del Hotel del Campo de Quetzaltenango”, aborda el objetivo de determinar la relación que existe entre el trabajo en equipo y el desarrollo de un clima organizacional que promueva una mejora de la calidad del trabajo. La investigación desarrolló la aplicación de cuestionarios a la población de colaboradores del hotel, que eran 30 en total, sobre las que se establecieron correlaciones no paramétricas. La investigación concluye que un balanceado trabajo en equipo, promueve un mejor clima laboral, lo que al mismo tiempo puede mejorar la presencia de la organización y su posición frente al cliente y resulta mas saludable para los colaboradores.

Montoya Agudelo & Boyero Saavedra (2016), en su investigación titulada “El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional”, tuvo como objetivo desarrollar un meta-análisis de múltiples investigaciones que soportan la idea de que el trabajo en equipo soporta una mejor gestión de la calidad de servicio y promueve una sana competitividad organizacional con competidores externos y los colaboradores internos. La investigación concluye que la aplicación de sistemas estandarizados de calidad requiere una organización de equipos en la empresa con adecuado liderazgo y altas capacidades comunicacionales para lograr los objetivos estratégicos de mejora continua.

González Peláez & Ospina Nieto (2015) en su tesis titulada “Trabajo en equipo en el clima organizacional de las empresas, en el área específica del talento humano”, atienden la problemática de como el liderazgo, la comunicación, y la cultura de trabajo en equipo en las áreas de gestión humana desempeñan un rol estratégico en la forma de trabajo y rendimiento de la organización. Se desarrolla una comparativa bibliográfica que recopila los aportes más importantes referentes a talento humano para elaborar un marco de competencias necesarias para fortalecer y desarrollar el equipo de trabajo y la gestión de talento humano. Se concluye que existe suficiente evidencia para indicar que el talento humano adecuadamente balanceado en los equipos de trabajo y con un liderazgo adecuado pueden dar un giro importante en las organizaciones, mejorando su rendimiento.

McEwan et al. (2017) en su investigación meta-analítica conjunta titulada “The Effectiveness of Teamwork Training on Teamwork Behaviors and Team Performance: A Systematic Review and Meta-Analysis of Controlled Interventions”, tuvo como objetivo realizar una revisión sistemática de las intervenciones de trabajo en equipo que se llevaron a cabo con el propósito de mejorar el rendimiento utilizando diseños experimentales controlados. Se realizó el análisis de 51 investigaciones, que comprendían 72 intervenciones únicas, 194 tamaños de efecto y 8439 participantes, utilizando un modelo de efectos aleatorios. Se encontraron efectos positivos y significativos de tamaño medio para las intervenciones de trabajo en equipo tanto en el trabajo en equipo como en el rendimiento del equipo. También se realizaron análisis de moderadores, que en general revelaron efectos positivos y significativos con respecto a varias características de la muestra, la intervención y la medición. Se concluye que las intervenciones parecen ser especialmente eficaces cuando se dirigen a múltiples dimensiones del trabajo en equipo e incluyen actividades experienciales

para que los miembros del equipo aprendan activamente, practiquen y desarrollen continuamente tareas conjuntas.

Foltyn, P. (2016) en su tesis titulada “Do job satisfaction, teamwork and organizational identification have a positive impact on sales performance?” presentada en la Universidad de New York. El estudio se centra en los factores que influyen en el rendimiento de las ventas, que considera la calidad como un aspecto fundamental. Se centra principalmente en los factores que influyen en los vendedores para mejorar el rendimiento de las ventas. Se realizó una prueba de inventario de escaneo de estado a los vendedores para conocer sus puntuaciones en satisfacción laboral, identificación organizativa y trabajo en equipo, y los resultados se compararon con los ingresos de 16 tiendas. En este estudio participaron 49 vendedores de las 23 tiendas elegidas. Se encontró un efecto estadísticamente significativo del trabajo en equipo sobre el rendimiento de las ventas. Se concluye que una mayor satisfacción en el trabajo aumenta el rendimiento de las ventas, un mayor trabajo en equipo aumenta el rendimiento de las ventas y una mayor identificación organizativa aumenta el rendimiento de las ventas.

La tesis doctoral de Shedid (2019), titulada “*Employee empowerment and customer satisfaction: an investigation from a UAE banking-sector perspective*”, explora múltiples variables en el despliegue de las actividades de la gestión de los empleados de entidades bancarias, su impacto sobre los procesos de desarrollo de calidad total en la industria, así como la calidad del servicio y la satisfacción alcanzada. El ámbito de estudio se desarrolla en la industria bancaria de los Emiratos Árabes Unidos. La tesis concluye que el desarrollo de actividades relacionadas con el personal que labora en los bancos está estrechamente vinculada a la cultura local y que es necesario generar modelos que se adecúen a las realidades locales y que estos pueden

diferir de preconcepciones. En este contexto, son los lineamientos legales los que moldean y limitan el actuar de las entidades financieras y que el mercado responde en medida a los mismos. Además, indica que las entidades financieras suelen contar con una reducida transparencia en que limita la forma de medición de sus condiciones y que esta se relaciona con sus funciones propias, limitando el actuar del empleado que en ellas labora.

La investigación del Dr. Adhikari (2020), titulada “Impact of Teamwork on Organizational Productivity in Nepalese Commercial Banks”, desarrollada en la escuela de posgrado de la Universidad de Tribhuvan, revisa la problemática de la implementación del trabajo en equipo en entidades financieras y mide la productividad desde una perspectiva de tiempo, mejora de procesos y calidad de servicio. Para ello, aplicaron cuestionarios estructurados a 500 encuestados de 27 bancos comerciales. Se utilizó un diseño de investigación casual para determinar la relación de la productividad organizativa con las variables trabajo en equipo, confianza en el equipo, ambiente de trabajo, formación y desarrollo, y espíritu de cuerpo. Concluye que los beneficios del trabajo en equipo suelen ser abstractos y difíciles de distinguir, lo que puede obstaculizar la productividad de la organización. En particular, la confianza en el equipo, la formación y el desarrollo, el ambiente de trabajo y el espíritu de cuerpo afectan a la organización. De estos factores, el ambiente de trabajo es el factor más importante. Se identifica una correlación positiva con la calidad de la prestación del servicio. Por ende, un mejor ambiente de trabajo y un adecuado trabajo en equipo aumentan la productividad.

La investigación de Abdulle & Aydintan (2019), titulada “*The Effect of Teamwork on Employee Performance in Some Selected Private Banks in Mogadishu-Somalia*” fue publicada en el repositorio científico “Journal of Business Research-

Turk”. Este estudio tuvo la intención de examinar los efectos del trabajo en equipo sobre el rendimiento de los empleados en algunos de los bancos seleccionados de Mogadishu. Se priorizó el estudio de la dimensión de confianza y espíritu de cooperación para medir el rendimiento de los empleados.

El estudio de Abdulle & Aydintan (2019), utilizó una población de 500 trabajadores bancarios de los cuales se obtuvo una muestra de 222. Además, se utilizaron encuestas estructuradas tipo cuestionario para poder recolectar los datos de los mismos. La prueba estadística de la hipótesis utilizada fue ANOVA. Se concluyó que las medidas como la confianza, la cohesión, el espíritu y el conocimiento compartido entre los miembros de un equipo pueden ser determinantes sobre las variables dependientes como el rendimiento del empleado. Se consideró necesaria la asistencia del trabajo en equipo para mejorar la capacidad del mismo y ofrecer un mejor servicio al cliente. La medición de la perspectiva del mismo empleado sobre la calidad de servicio que el mismo ofrece se vuelve también una dimensión poco explorada pero relevante.

La investigación de Terán Ayay, et al. (2021), titulada “Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica” fue publicada en el repositorio científico “Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar”. Esta investigación tuvo como propósito medir el efecto del trabajo en equipo sobre la calidad de servicio a los clientes y cómo está repercute sobre su percepción de la empresa. Se realizó un cuestionario basado en los estándares existentes y que permite identificar las fallas específicas en los procesos del departamento de ventas y atención al cliente. Se usa una muestra de 60 trabajadores activos a los que se dice hacer seguimiento en su desempeño, su capacidad de servicio y la calidad percibida. Se concluye que la calidad de servicio se ve afectada directamente por el desempeño de trabajo de equipo y qué

existe la necesidad de poder vincular el rendimiento de los miembros del equipo de forma en como estos ofrecen servicio.

La investigación de Sanyal & Hisam (2018), titulada “*The Impact of Teamwork on Work Performance of Employees: A Study of Faculty Members in Dhofar University*” fue publicada en el repositorio científico “*Journal of Business and Managemen*”. El objetivo de esta investigación fue el de examinar los factores asociados con los conceptos de trabajo en equipo y el entorno de trabajo. La investigación se enfoca en analizar el impacto de un trabajo de equipo en los empleados de la Universidad de Dhofar, considerando varios factores relacionados al rendimiento de los equipos entre estos se consideraron un clima de confianza, liderazgo, estructura, evaluación del rendimiento, evaluación de la recompensa y evaluación de los miembros de la facultad de la universidad. La muestra de estudio fue de 100 participantes miembros de la facultad de la universidad a los que se le suministro un cuestionario con una escala ordinal para su medición. Se concluyó que todas las dimensiones serán significativas y que especialmente la proporción referida al liderazgo marcaba la mayor significancia obteniendo un coeficiente r de 0.8 23.

2.1.2. Antecedentes Nacionales y Locales

Liza & Siancas (2016), en su tesis de posgrado titulada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una entidad bancaria de Trujillo, 2016”, presentada en la Universidad Privada del Norte, aborda el objetivo de identificar la relación la entrega de un servicio de calidad y la satisfacción del cliente en una entidad financiera y como esta limita la habilidad del equipo de gerencia de tomar decisiones. La investigación recopila los datos a través del uso de encuestas y el estudio de medios documentales. Ambos basados en el modelo de cuestionario SERVQUAL y la teoría de satisfacción de clientes. La prueba de hipótesis utilizada fue la de correlación de Spearman. La

investigación concluye que la satisfacción del cliente es afectada por la calidad de servicio de forma significativa y que esta relación es positiva.

La investigación de Flores Ponce (2017), titulada “La calidad de servicio y su relación en las ventas en el Área de Créditos de CMAC - Huancayo S.A Agencia Chilca 2017”, tesis de pregrado sustentada en la Universidad Peruana Los Andes. Esta investigación tuvo como objetivo el identificar la relación que existe entre la calidad de servicio y las ventas generadas en la agencia financiera de la Caja Municipal Huancayo del distrito de chilca. La investigación se enfoca en la satisfacción percibida por los clientes que asisten a la agencia del distrito. Analizando así las 5 dimensiones de calidad. La población estuvo compuesta de 4780 clientes y se realizó una muestra de 356 estudiantes. Se pretendió identificar como variable dependiente la calidad de servicio y como variable independiente las ventas. Se utilizó el cuestionario como instrumento para la recolección de datos y se puso también el coeficiente de correlación de Pearson para medir la correlación lineal entre las variables. Se concluyó que existe una relación positiva entre las variables y que a mayor calidad de servicio mayores son la gente generadas en la agencia.

La investigación de Salazar Aguirre y Suarez Dulanto (2020), titulada “La gestión administrativa y su relación con la satisfacción del cliente en una cooperativa de ahorro y crédito de Lima durante el periodo 2019”. tesis de pregrado explora la problemática de adopción del trabajo en equipo para alcanzar un mayor nivel de calidad de servicio y, por ende, una mayor satisfacción en el contexto de la cooperativa de ahorro y crédito de Lima. Se usó una muestra de 300 trabajadores de una población de 1200 colaboradores de la empresa. La tesis concluye que existe una relación significativa entre las variables y sus dimensiones: organización, control y dirección

del equipo de trabajo y la variable satisfacción del cliente. Para ello se utilizó la correlación de Pearson.

La investigación de Ramírez Asís, Maguiña Palma & Huerta Soto (2020), titulada “Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las Cajas Municipales del Perú” fue publicada en el repositorio científico “Revista de Ciencias de la Administración y Economía”. El propósito de esta investigación fue poder diseñar un método para medir la actitud la satisfacción y relacionarlos con la lealtad de los clientes en instituciones microfinancieras en el Perú. Esta investigación utiliza también una extensión del modelo SERVQUAL, a la cual adiciona una dimensión las de actitud del cliente esto con el propósito de medir la calidad de servicio Investigar la influencia de la satisfacción y la lealtad de los clientes en las cajas municipales a los sectores microfinancieros. Usa una muestra de 391 clientes en la región de Ancash, distribuidos entre las diferentes cajas que en esta región tienen participación. Se utilizó los análisis de mínimo cuadrado parcial y ecuaciones estructurales para poder identificar los coeficientes de satisfacción y lealtad del cliente los cuales fueron de 0.637 y 0.510 correspondientemente.

La investigación de Zapata Silupu (2019), titulada “La influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes de Caja Piura Agencia Castilla” tesis de pregrado desarrollada en la Universidad Nacional de Piura. Este trabajo tuvo como objetivo identificar el grado de influencia de la calidad de servicios sobre la satisfacción de los clientes en la micro financiera en cuestión. Se utilizó como modelo base el SERVQUAL con una reducción de las dimensiones para poder medir la calidad de servicio percibida por los clientes. El trabajo tuvo un diseño no experimental transaccional y una muestra de 178 clientes con una medición de solamente dos dimensiones. Se utilizó un coeficiente de correlación para identificar que existe una

relación directa positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente. Se concluyó que existen relaciones de Gran fuerza entre la satisfacción del cliente y la calidad de servicio en todas las dimensiones siendo de estas la más relevante la capacidad de respuesta.

El trabajo de Ramírez Asís, Maguiña Palma & Huerta Soto (2020), concluye que existen muchas métricas para poder medir la calidad del servicio y que el cuestionario SERVQUAL puede ser modificado y debe adecuarse a las necesidades del estudio la medición de la calidad fiabilidad garantía sinceridad personalización formalidad y capacidad de respuesta pueden derivarse en muchos más y te más o menos ítems dependiendo A quién estén dirigidos. Además, identifican que existe una actitud del cliente que sugiere que las cajas municipales deben implementar módulos de protección al consumidor y que requieren recolectar las necesidades de los mismos y dar una mejor respuesta. Esta es una carencia que las microfinancieras deben afrontar lo antes posible.

La investigación de Sánchez Rodríguez & Moreto García (2020), titulada “Compromiso laboral y su relación con la productividad de los trabajadores en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Maynas, Tarapoto, primer semestre 2019”, tesis de pregrado sustentada en la Universidad Nacional de San Martín. El objetivo de esta tesis fue la evaluación del compromiso laboral del equipo y la productividad de los trabajadores en la micro financiera. El estudio se realizó en una población de 60 trabajadores a los que se encuestó a través del uso de un cuestionario. De investigación uso el coeficiente de correlación de Spearman a través del cual obtuvo un valor de 0.773. Se concluyó que el compromiso laboral del equipo y la productividad de los trabajadores estaban significativamente asociadas.

2.2. Bases teóricas o científicas

2.2.1. Trabajo en Equipo

A. Definiciones

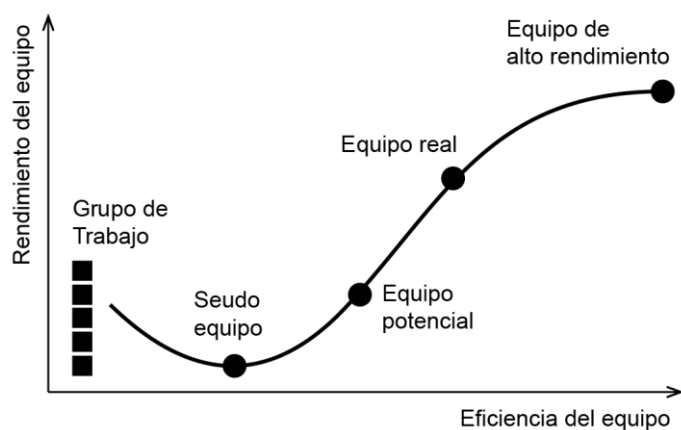
Se puede considerarse que el trabajo en equipo se desarrolla a un nivel específico de la tarea y a un nivel básico centrado en las personas. Ambas son interdependientes y están estrechamente interrelacionadas. Sin embargo, las habilidades requeridas para la tarea o el trabajo son cubiertas por los integrantes del equipo de tal manera que se proporcionan en el equipo como un todo y permiten que el equipo maneje competentemente la tarea en cuestión (Cervantes, Muñoz & Inda, 2020). Esto significa que este nivel orientado a la tarea es más evidente que el orientado a las personas, que a menudo queda oculto pero que no se puede ignorar si el equipo ha de asumir alguna responsabilidad. El nivel orientado a las personas o la agenda en un equipo proporciona energía e impulsos a todo el equipo y a sus integrantes para estimularse mutuamente y actuar de forma concertada (Ferrel & Hartline, 2012).

Una vez que el equipo enumera los objetivos y discute a fondo cada uno de ellos, es el momento de dividir el trabajo. A medida que el equipo divide el trabajo, se ofrezcan a hacer un trabajo extra para ayudar a otros integrantes cuyas agendas están copadas (Cervantes, Muñoz & Inda, 2020). El momento de anticiparse a los problemas es antes del comienzo. Un equipo tiene que estar listo para reaccionar ante los imprevistos. A medida que cada uno de ustedes se dirija en diferentes direcciones, planeen reunirse regularmente como equipo para marcar su progreso. Si alguien encuentra dificultades o trabaja más

despacio que el resto del grupo, ofrézcase a ayudar en lugar de criticar el rendimiento de esa persona (Ferrel & Hartline, 2012).

Figura 1

Evolución de trabajo en equipo



Adaptado de Kotler & Keller, (2016)

Como se muestra en la Figura 1, los equipos de alto rendimiento o desempeño son una de las etapas finales y requieren un significativo esfuerzo y tiempo para su formación. Los equipos de alto desempeño cuyos integrantes disfrutan de su equipo pueden proporcionar las condiciones necesarias para que cada uno de sus integrantes se haga plenamente presente a sí mismo y a los demás, surge la capacidad de autoorganización del grupo y cuando los individuos también comienzan a sintonizar con el funcionamiento del conjunto y a reflexionar sobre él (Robbins, Cruz & Gonzáles, 2013). En esta fase, el grupo puede llegar a ser capaz de una acción colectiva sumamente creativa, responsable y sabia, que va mucho más allá de la de cualquiera de los individuos, más allá de cualquiera de los participantes individuales del equipo (Robbins, Cruz & Gonzáles, 2013).

B. Características y ventajas

Al reconocer que los equipos que funcionan bien son una realidad, resulta tentador preguntarse: los integrantes del equipo, incluido el líder, en particular, están tan abiertos como sea posible a su experiencia y a la de los demás (Camisón & Tomás Gonzáles, 2006). Acogen la experiencia como una fuente de crecimiento y la fomentan adecuadamente abriéndose a la experiencia propia y ajena (Cervantes, Muñoz & Inda, 2020). Además, los integrantes del equipo muestran las siguientes características:

- Muestran un interés activo y genuino por el proyecto, por los demás y por las relaciones resultantes. Esto se expresa en un intercambio abierto de ideas, significados, sentimientos, objetivos, trabajo, reacciones, etc., siempre que se considere oportuno.
- Se empeñan en comprender los mensajes de los demás de la manera más completa y exhaustiva posible y se expresan de forma que faciliten la comprensión de los demás.
- Tienen tendencia a colaborar o competir de forma amistosa y lúdica en lugar de alimentar la rivalidad destructiva, la distorsión o la ignorancia en su relación.
- Equilibran de forma dinámica su necesidad de autonomía, así como de relación y coherencia con los objetivos del proyecto.
- Son conscientes de su propia necesidad de actualizarse a sí mismos, así como de la tendencia de la relación a formarse como un todo mayor, más complejo y dinámicamente ordenado, del vínculo que crea, de la capacidad de influencia que ejerce sobre los socios y compañeros de equipo, y de los efectos que recibe y transmite al interactuar con el entorno.

- Apreciar que los objetivos, las directrices y las opiniones contradictorias tienden a crear situaciones de tensión.

Si consiguen abordar los problemas de forma cooperativa, eso puede incluso reforzar su relación o conducir a alguna transformación que ayude a todos los socios (Camisón & Tomás Gonzáles, 2006). Por tanto, a que los integrantes del equipo experimenten:

- Reducir el estrés nocivo y transformarlo en tensión creativa. Esto puede ocurrir al realizar la autonomía y la autoaceptación al tiempo que se respeta a los demás y al entorno.
- Promover el desarrollo del otro, así como de uno mismo y de la relación. Esto se logra incluyendo a los demás y procurando proporcionarles espacio y oportunidades para que estén presentes, contribuyan y faciliten o cooperen a su manera. Ello permitirá que los miembros de la relación se sientan más aceptados.

C. Las decisiones y el rol del equipo

La toma de decisiones es una función crucial a la que se enfrenta diariamente todo líder, directivo y, de hecho, toda persona de un equipo. Supone elegir qué potenciales realizar y cuáles descartar y, por tanto, cómo proceder en el presente y en el futuro (Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009). Debido a la importancia vital de la toma de decisiones para todas las áreas, los integrantes del equipo deben aplicarlas a su trabajo. Por ello, esta sección hace hincapié en la dinámica de la comunicación evolutiva en la toma de decisiones en equipo. La hipótesis de que la comunicación desempeña un papel decisivo en la calidad de las decisiones de un equipo está confirmada por

la evidencia (Camisón & Tomás Gonzáles, 2006). Los resultados significativos de la investigación se refieren a los beneficios de la participación del equipo en la toma de decisiones (Ferrel & Hartline, 2012). La participación de los integrantes del equipo en las decisiones que conciernen al grupo/equipo aporta los siguientes beneficios:

- En primer lugar, la calidad de una decisión puede potenciarse utilizando los recursos de cada integrante. En particular, los integrantes a cargo de la ejecución de la decisión deben ser los que más saben sobre lo que debe ser la decisión. En este sentido, ser capaz de expresar la información de forma transparente y de manera que los demás la entiendan es un gran beneficio.
- En segundo lugar, el interés de los miembros por aplicar la decisión aumenta al formar parte del proceso.

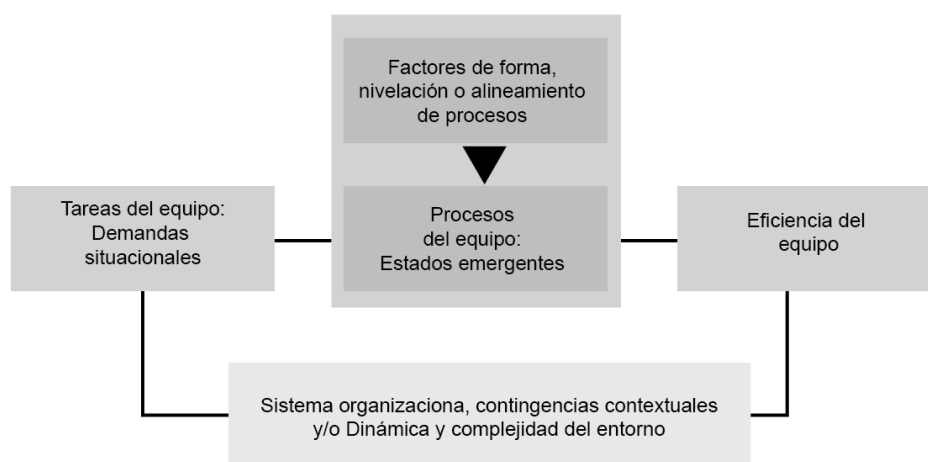
La capacidad de decisión aumenta al tomar parte en el proceso que conduce a la misma. En La lealtad de los integrantes al equipo tiende a aumentar significativamente cuando participan en la toma de decisiones y lo mismo ocurre con sus resultados (Robbins, Cruz & Gonzáles, 2013). Además, el hecho de poder determinar la dirección del equipo en lugar de que se imponga desde el exterior está más en consonancia con el proceso de actualización de cada persona y, por tanto, con su motivación intrínseca, una fuente de energía motivacional muy poderosa (Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009).

2.2.2. Las dimensiones del trabajo de equipo

Con respecto al trabajo en equipo, este tiene un rol esencial en su visión multidimensional. Lo primero que se debe considerar es que, tal como se muestra en la Figura 2 es que la concepción misma del trabajo en equipo es la alinear los objetivos individuales y los de la organización con los del equipo.

Figura 2

Evolución de trabajo en equipo



Fuente: Adaptado de Kozlowski & Ilgen (2006).

Si bien muchas de las condiciones externas delimitan la acción del equipo, muchas de las acciones del mismo se originan en su interior, en su concepción y las tareas de las cuales es responsable dentro del proceso (Kozlowski & Ilgen, 2006). Las dimensiones de complementariedad, compromiso, comunicación, confianza son elementos internos del equipo de trabajo que definen la forma en como el equipo en general desarrolla las tareas críticas como los procesos relacionados a la atención del cliente y la calidad de servicio (Robbins, Cruz & Gonzáles, 2013).

A. Complementariedad.

La idea básica del concepto de complementariedad es sencilla. Significa que, en cada momento, una persona puede integrar las actitudes con los objetivos del equipo y de la organización (Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009). En otras palabras, un integrante del equipo consigue seguir dos agendas de manera que los aspectos personales y los del equipo sean coherentes entre sí, resuenen o encajen. Esto puede crear una sinergia entre el florecimiento de las personas y el avance de la organización (Robbins, Cruz & Gonzáles, 2013).

Sin embargo, al igual que con la congruencia, la complementariedad debe restablecerse una y otra vez. Es un proceso en el que se aborda la coherencia. Ya que las personas pueden volverse incongruentes/estresadas en su trabajo. Además, pueden confundirse y dejar de funcionar sin problemas debido a alguna incompatibilidad. Este es un problema interno en cualquier equipo (Paul & Olson, 2005).

Otro escenario se refiere a las causas externas de disonancia o ataques a la coherencia. Trasladado a cuestiones que causan incoherencia, un escenario comparable es el de la organización amenazada por nuevas exigencias gubernamentales. Todas estas razones pueden causar incoherencia, y es evidente que es necesario restablecer la coherencia si los empleados y la organización van a trabajar conociendo las necesidades que deben complementarse (Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009).

Una vez que nos ocupamos de las personas en el contexto de su trabajo, las condiciones socioambientales de crecimiento personal deben complementarse con su vinculación a los objetivos de la organización para que la persona, como tal y como parte de la organización, pueda desenvolverse

psicológicamente y contribuir positivamente a los objetivos organizativos, que cambian de forma dinámica (Paul & Olson, 2005).

Aunque pueden ser adquiridos de múltiples formas complementarias, un camino probado para lograr una mayor congruencia es la relación directa e interpersonal con alguien que represente un alto nivel de congruencia, aceptación y comprensión empática (Paul & Olson, 2005). Esto se debe a que estas aptitudes se expresan a través de una compleja mezcla de palabras, sentimientos y acciones. Si podemos dirigir nuestras actitudes centradas en la persona para que sean coherentes con los objetivos de la organización o del equipo, se alcanza el estado de coherencia, que es, en nuestra opinión, la mejor condición previa de motivación para la acción consciente en el trabajo (Pérez Vilar & Azzollini, 2013).

B. Compromiso

Al admitir esto ante uno mismo, podemos transmitir más fácilmente a otro que hay algo que se interpone entre nosotros y que necesita atención, siempre que sea el momento adecuado (Pérez Vilar & Azzollini, 2013). Al mismo tiempo que admitimos ante nosotros mismos la diferencia en esta cuestión concreta, sería importante también hacer hincapié en la cooperación y la sana relación por lo demás. Posiblemente, consultar con otras personas y exponerles detenidamente cada una de las posturas podría ayudar a superar este único reto (Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009). O que los dos se aparten de sus posiciones y exploren el interés que hay detrás de ellas podría ayudar a restablecer cierta fluidez en este ámbito.

El compromiso requiere escuchar para comprender en profundidad la perspectiva del otro, lo cual sería prioritario. Cuál es la lógica de la perspectiva del otro desde ese marco de referencia, dejando a un lado los propios valores y prejuicios, al menos temporalmente, para que el otro se sienta plenamente comprendido, incluye hacer todas las preguntas que uno necesite para sentirse totalmente satisfecho de que comprende plenamente esa perspectiva, recordando mantener nuestros propios valores bajo control (Abdulle & Aydintan, 2019).

Habiendo comprendido plenamente la perspectiva del otro, es una postura mucho más cómoda para avanzar en la colaboración sin dejarnos atascar en la diferencia percibida. Al sentirse plenamente acogido, e incluso en la diferencia, el otro será mucho más receptivo a escuchar nuestro punto de vista y a mirar si hay algún compromiso que pueda hacerse o alguna tercera alternativa que pueda tomarse (Pérez Vilar & Azzollini, 2013). En opinión de los expertos, este tipo de situaciones se pueden convertir en otras llenas de aprendizaje significativo, crecimiento personal y soluciones innovadoras (Paul & Olson, 2005).

C. Comunicación

Un enfoque centrado en la persona para la comunicación en general y el liderazgo en particular implica una conciencia de la dinámica emocional entre el líder y los colaboradores, así como entre los múltiples individuos en equipos, comités, juntas, etc (Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009). Cómo las emociones nos encienden, energizan o bloquean y cómo nos afectamos mutuamente en el contexto del trabajo. Esta idea pretende ayudar a comprender

mejor cómo opera la comunicación a nivel afectivo y cómo puede transformarse para que sea más eficaz a nivel interpersonal y de tareas para los integrantes de un equipo (Ros Guasch, 2006). La forma de entender el enfoque centrado en la persona, con fundamento neurocientífico, contribuye a transformar la comunicación en el lugar de trabajo y en las funciones de liderazgo (Paul & Olson, 2005).

Para entender cómo se siente alguien, es necesario identificar sus emociones. Sin embargo, se sabe que las emociones son extremadamente complejas y diversas (Ros Guasch, 2006). La ciencia reduce dicha complejidad a relativamente pocas emociones básicas. La clasificación de las emociones las descompone en 6 emociones básicas: felicidad, tristeza, ira, miedo, asco y sorpresa (Paul & Olson, 2005). Para la mayoría de nuestras necesidades, podemos descartar el asco y la sorpresa, e incluso la felicidad, ya que esta última emoción apenas supone un problema, y nos quedan 3 emociones básicas con las que lidiar: la tristeza, la ira y el miedo, todas ellas formadas en el sistema límbico, y posteriormente reconocidas e identificadas como tales en la corteza frontal pensante (Camisón & Tomás Gonzáles, 2006).

A la hora de tratar los conflictos es enormemente importante tener en cuenta los sentimientos personales en los asuntos administrativos. A menudo, las personas pasan horas discutiendo sobre alguna trivialidad, hasta que un integrante perspicaz del equipo percibe y manifiesta los sentimientos, como la animosidad, la competencia o la inseguridad, que subyacen en la cuestión. Una vez que se expresan los sentimientos y se escucha realmente a una persona, el asunto se resuelve rápidamente (Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009). Cada vez que el equipo mantiene una comunicación abierta, incluso los

asuntos más espinosos, como la asignación del presupuesto o la adopción de una nueva política, se resuelven en pocos minutos (Paul & Olson, 2005).

El equipo desarrolló formas eficaces de afrontar las crisis. Cuando la amenaza o cuando la amenaza o el ataque provienen del exterior, por ejemplo de otro departamento, el equipo tiende a unirse y delegar toda la autoridad a los integrantes o a un integrante para hacer frente a las crisis (Ros Guasch, 2006). Cuando las crisis son internas, un conflicto entre los integrantes del equipo o cuestiones sobre la ética de las acciones de un integrante (Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009). La tendencia es convocar reuniones especiales de todo el equipo para facilitar algún tipo de solución interpersonal aceptable (Robbins, Cruz & Gonzáles, 2013).

Una reunión de equipo es un lugar o espacio en el que puede ocurrir cualquier cosa y en el que cualquier asunto puede ser incluso por los integrantes más recientes. La reunión de equipo siempre es emocionante porque uno nunca sabe lo que puede surgir. Es un proceso muy poco estructurado y muy provechoso. El proceso es en gran medida lo contrario de lo que ocurre en una organización jerárquica (Paul & Olson, 2005). Esta organización supone un grado de compromiso increíble. Un rasgo indicativo del buen rendimiento de un equipo es que las personas puedan crecer más allá de lo que inicialmente están capacitadas para hacer. Las historias de éxito son indicativas del crecimiento de las personas en el ambiente centrado en la persona que una persona y su equipo crean y cultivan en su lugar de trabajo. La comunicación es un proceso multidimensional (Pérez Vilar & Azzollini, 2013).

Una enorme cantidad de comunicación por correo electrónico en la junta directiva, en particular, es una forma pobre de realizar las actitudes centrales

centradas en la persona. Las personas se comunican fundamentalmente de forma no verbal. Las personas, que a veces se consideran expertas en escuchar, hacen un mal trabajo de escucha en este contexto de correo electrónico (Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009). Y una vez que se produce esa mala escucha, la solución de conflictos a través del correo electrónico es aún más difícil. Los equipos tienen que reunirse regularmente en persona y por vídeo, en parte para aumentar la probabilidad de una comunicación centrada en la persona (Robbins, Cruz & Gonzáles, 2013).

D. Confianza

La confianza sólo puede crearse como resultado de las asociaciones entre los integrantes del equipo. Un buen líder de equipo dirige al conectar más eficazmente con sus sentimientos y, en consecuencia, también con los de nuestros colaboradores (Cervantes, Muñoz & Inda, 2020). Entrar en el aspecto implícito y comunicarlo más profundamente para que la compenetración lograda pueda conducir a una mayor confianza, lealtad y devoción al resultado final por parte de los colaboradores con los que podemos conectar de esta manera (Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009). Al comprometerse con este proceso, cada integrante del equipo y el líder deben:

- Identificar la emoción del otro y elegir algún recuerdo del pasado para traer una reacción similar en nosotros mismos.
- Permitir que esta reacción traiga consigo una mayor conciencia emocional e intelectual.

- Permitir que el córtex frontal y el sistema límbico trabajen conjuntamente para crear sensaciones corporales, afectando a nuestro lenguaje facial y corporal.

Estas serían precisamente las mejores condiciones para que nuestro colaborador se sienta comprendido, apreciado y valorado. Lo más seguro es que esto se traduzca en alguien que se sienta más realizado y, por lo tanto, más preparado para dedicar sus energías a los retos que tiene por delante (Paul & Olson, 2005; Vallejo Ruiz, 2012).

Así que, para mantener la confianza, hay que aprender a retirarse y dejar que el otro gane un poco. La necesidad de reciprocidad y de ceder en ocasiones es esencial. Y, cuando se trata de un liderazgo eficaz, es claramente importante ganarse la confianza y el respeto de los dirigidos (Ferrel & Hartline, 2012). Este contrato social implícito se basa en la recíproca del sistema de atención y entrega. Los integrantes del equipo deben aportar a los demás lo que necesitan para sentirse seguros y sobresalir (Robbins, Cruz & Gonzáles, 2013).

Los directivos conocen la importancia de la cohesión del equipo. Y ello se consigue fomentando un espíritu de confianza, por el que los integrantes de un gran equipo de trabajo comparten la oportunidad de interactuar en entornos más íntimos y relajados. Este tipo de interacción lúdica cimenta los vínculos sociales que son importantes para la solidaridad de la plantilla (Cervantes, Muñoz & Inda, 2020). Este proceso refleja el principio de reciprocidad de la consideración positiva incondicional (Vallejo Ruiz, 2012).

La principal mecánica entre los líderes eficaces y sus compañeros de equipo es el nivel de confianza (Cervantes, Muñoz & Inda, 2020). Y es

fascinante que esta mecánica crucial sea el resultado de las diferentes emociones primarias en el funcionamiento primario de nuestro cerebro: búsqueda de más información sobre su entorno de trabajo; miedo cuando debemos tomar decisiones sin tener suficiente información para garantizar nuestro éxito; rabia cuando las cosas no salen como esperábamos; interesarnos por nuestros compañeros de trabajo y por el éxito general que y el juego, por lo que conocemos él toma y capacidad de la reciprocidad, tan necesaria en el trabajo en equipo (Forrellat Barrios, 2014).

E. Coordinación

La coordinación de un equipo debe hacerse de forma verdaderamente democrática, en la que todo el poder esté en manos del equipo total. El equipo debe estar realmente centrado en la persona, un caso real de dirección participativa. Las personas son responsables de su tarea, y se supone que los integrantes del equipo se encargarán de todos los casos que sean capaces de manejar (Forrellat Barrios, 2014). Si alguien necesita tiempo para realizar una investigación, es una decisión compartida. Cuando el esfuerzo se distribuye, no es fácil ser el coordinador (Pérez Vilar & Azzollini, 2013).

Una característica distintiva de un equipo es su carácter igualitario. Todos los integrantes del equipo son iguales y nunca tienen que fingir. Tenemos que acercarnos a la gente como iguales, porque aprendemos mucho de la gente en una disposición horizontal (Vallejo Ruiz, 2012). Esta actitud igualitaria es realmente esperada. Una compleja red de diferentes organizaciones de respuesta se involucra en la respuesta a cualquier emergencia o problema (Cervantes, Muñoz & Inda, 2020). Durante una

respuesta, los encargados de la misma necesitan coordinar y compartir la información de calidad entre ellos para asegurarse de que tienen una comprensión compartida de la situación para alinear sus acciones (Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009).

Los coordinadores están de acuerdo en que, para cumplir los objetivos y las tareas, todos los integrantes del equipo están en su mayoría dispersos espacialmente en el lugar de los hechos y comparten mucha información entre otros equipos de respuesta. El hecho de compartir datos les ayuda a tomar conciencia de la situación y a coordinarse (Forrellat Barrios, 2014). Deben tener la posibilidad de acceder a información precisa, de calidad y requerida. Por otra parte, tener acceso a la información de la calidad en una situación caótica, sin embargo, es también una tarea difícil, ya que implica incertidumbres y el intercambio de información altamente volátil. Por lo tanto, el propósito del intercambio de información es proporcionar la información correcta a la persona adecuada en el momento adecuado (Robbins, Cruz & Gonzáles, 2013).

2.2.3. Calidad de Servicio

A. Conceptualización

El propósito de cualquier negocio es generar ingresos. La razón de este objetivo es que, sin recursos financieros disponibles, la organización no puede crecer ni mantener sus activos, ni desarrollar nuevos productos o servicios, ni contratar y pagar a sus empleados, ni ninguna otra actividad que la sociedad considere necesaria o valiosa (Cubillos Rodríguez & Rozo Rodríguez, 2009). Lamentablemente, la creación coherente de valor no es sencilla (Camisón &

Tomás Gonzáles, 2006). Debido a que los intereses de estos cuatro conjuntos de partes interesadas están inextricablemente vinculados, el valor sostenido sólo puede producirse cuando se crea valor para los cuatro grupos simultáneamente (Cubillos Rodríguez & Rozo Rodríguez, 2009).

Para el cliente, el valor implica que la empresa desarrolle productos y servicios que le resulten útiles o beneficiosos de forma constante. Para el empleado, el valor se genera a través del trato respetuoso, la participación en la toma de decisiones, la realización de un trabajo significativo y la formación continua y otras actividades de desarrollo (Arraut Camargo, 2010). Para el inversor, el valor se obtiene cuando la empresa ofrece un alto rendimiento constante de sus inversiones. Para la sociedad, el valor se crea cuando hay un aumento de la actividad económica que no va acompañado de acciones medioambientales y/o sociales perjudiciales (Camisón & Tomás Gonzáles, 2006).

Para crear valor de forma constante para los clientes, los empleados, los inversores y la sociedad, las empresas deben adoptar una filosofía de calidad total y abordar el cambio desde una perspectiva holística (Cubillos Rodríguez & Rozo Rodríguez, 2009). Para ser un creador de valor de categoría mundial, tendrán que llevar la gestión de la calidad más allá de la comprensión tradicional. En otras palabras, el compromiso con la calidad debe manifestarse de forma inherente en todo el proceso creativo, desde el diseño hasta la entrega final al cliente (Arraut Camargo, 2010).

Una visión realista de la calidad es una medida de la capacidad de un producto para cumplir las expectativas del consumidor medio sobre él. Este enfoque de la definición de calidad está relacionado con el concepto de valor.

Para crear calidad y valor, debe haber un equilibrio entre los beneficios proporcionados por el producto o servicio y los costes derivados del consumo del servicio o de la utilización del producto durante su vida útil (Camisón & Tomás Gonzáles, 2006; Treviño Alanis & Abreu, 2017). Hay que destacar que todos los costes en los que incurre el cliente pueden no ser monetarios (Cubillos Rodríguez & Rozo Rodríguez, 2009). Por tanto, junto a los costes monetarios, el tiempo y la comodidad también entran en la ecuación del valor. La opinión del cliente sobre la calidad de un producto también puede cambiar con el tiempo (Arraut Camargo, 2010; Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009).

El punto de partida de un debate sobre la calidad debe empezar necesariamente por comprender sus diferentes dimensiones y cómo se perciben (O'Cass & Grace, 2004). Estas dimensiones se manifiestan a través de los distintos aspectos de la interacción del consumidor con un proveedor y sus productos o servicios. Los estudiosos han identificado cinco definiciones básicas de la calidad, dependiendo del punto en el que se considere dentro del ciclo concepción-creación-entrega-experiencia (Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009).

B. Gestión de la calidad

Con el entendimiento de la calidad, se pueden diseñar productos y servicios con las características y la funcionalidad necesarias para satisfacer y superar las expectativas del consumidor (Arraut Camargo, 2010). Para asegurar que la funcionalidad de los productos funcione correctamente o que los servicios ofrecidos se traduzcan en beneficios, deben desarrollarse los procesos

de transformación apropiados para producir las características pertinentes (O'Casey & Grace, 2004). Además, los productos y servicios deben ser entregados al cliente en las cantidades requeridas, en los lugares especificados, en el momento designado y en las condiciones esperadas para asegurar que el cliente no pierda su satisfacción (Kotler & Keller, 2016). Hay que establecer y mantener los procesos adecuados de asistencia y seguimiento posventa. Muy pocas de estas actividades son visibles para el consumidor (Abdulle & Aydintan, 2019).

Siendo realistas, a los clientes externos no les preocupa mucho los mecanismos internos, pero les gustaría tener la seguridad de que los productos o servicios entregados funcionan como se espera (Abdulle & Aydintan, 2019; Atencio Cárdenas & González Pertuz, 2007). Con relación a los dos principales grupos de clientes, los esfuerzos de mejora de la calidad de la empresa

En términos de los dos principales grupos de clientes, los esfuerzos de mejora de la calidad de la empresa pueden dividirse en dos áreas principales de influencia: la gestión de la calidad y los resultados de la calidad (Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009). Las cuales se definen así:

- Las áreas de la gestión de la calidad comprenden la calidad de la cadena de suministro, la calidad del proceso de transformación y la calidad de la organización.
- Las áreas de resultados de calidad consisten en la calidad del propio producto y la calidad del servicio. En cada una de estas áreas, los aspectos se componen de múltiples dimensiones.

La combinación de las distintas dimensiones y las interacciones entre ellas definen la calidad esencial inherente a la experiencia del producto o del servicio. De acuerdo con la perspectiva del cliente sobre la calidad de un producto o servicio, o la capacidad de la empresa para producir calidad en general, suele basarse en una síntesis de varios aspectos de la calidad (Arraut Camargo, 2010).

Los aspectos de la calidad relativos a su gestión son la calidad organizativa, la calidad del proceso de transformación y la calidad de la cadena de suministro. En el actual entorno de mercado, los clientes se interesan cada vez más por la infraestructura de las empresas (Kotler & Keller, 2016). Debido al aumento de la competencia en prácticamente todos los mercados, la decisión de hacer o no hacer negocios con una empresa se refiere cada vez más a algo más que a la calidad de sus productos o de su oferta de servicios (Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009). Dos tendencias emergentes se están desarrollando en todos los mercados como resultado de la globalización:

- Los clientes se interesan cada vez más por las ventajas asociadas a la relación global entre ellos y sus proveedores.
- Las organizaciones se dan cuenta de que cada vez es más difícil diferenciarse de la competencia.

Como resultado de este comportamiento, el mejor método para crear una ventaja competitiva vendrá a través de los efectos potenciadores de la inversión en las relaciones e interacciones con los clientes. Al desarrollar o mejorar la relación con los clientes, junto con la entrega de productos y servicios de calidad, la probabilidad de crear una lealtad a largo plazo entre ambas partes aumenta significativamente (Robbins, Cruz & Gonzáles, 2013). A la hora de

desarrollar el valor inherente a las relaciones entre proveedores y clientes, hay que entender cuatro características básicas inherentes a este tipo de relaciones:

- El valor es subjetivo.
- El valor se ve como un equilibrio entre beneficios y sacrificios.
- Los beneficios y los sacrificios son construcciones multifacéticas.
- La percepción del valor es relativa a las ofertas de la competencia y a las experiencias anteriores.

Los clientes también perciben el valor de la red de procesos más allá de la relación diádica proveedor-cliente. Hay cinco dimensiones que definen el valor de la relación: los productos, los servicios, los beneficios de la relación, el precio y el coste asociado al mantenimiento de la relación. Así, las dimensiones de producto, servicio y beneficios en la relación se asocian a los beneficios para el cliente, mientras que las dimensiones de precio y coste de la relación se asocian a los sacrificios realizados por el cliente (Treviño Alanis & Abreu, 2017).

La ventaja competitiva es el alma de toda organización. Sin una ventaja comercial, es casi imposible atraer y retener a los clientes de forma sostenible. Sin una clientela estable, la empresa no puede obtener beneficios de forma constante. Sin beneficios suficientes, la empresa no puede renovar o sustituir sus activos a medida que se desgastan. Con las presiones cada vez mayores de la globalización, las empresas luchan por mantener sus ventajas competitivas.

Con el gran aumento de la capacidad de conexión asociado al avance de las tecnologías de telecomunicación que están impulsando la globalización, las barreras económicas de entrada que tradicionalmente protegían los mercados,

ya no son efectivas. Ante tales factores, las empresas deben desarrollar continuamente nuevos productos y servicios que aprovechen sus ventajas competitivas (Treviño Alanis & Abreu, 2017).

Una visión centrada en la reducción de costes a través de la mejora de la calidad destaca que tanto los productos de alta gama como los de baja gama pueden tener altos niveles de calidad (Forrellat Barrios, 2014). Esta filosofía hace énfasis en:

- La calidad significa conformidad con los requisitos.
- No existen los problemas de calidad.
- No existe la rentabilidad de la calidad; hacer el trabajo bien a la primera siempre resulta más barato.
- La única medida del desempeño es el coste de la calidad, que es el gasto de la no conformidad.
- La única norma de rendimiento es "Cero defectos".

2.2.4. Las dimensiones de la calidad de servicio

Los servicios tienen tres características que los distinguen de los bienes físicos: intangibilidad, heterogeneidad e inseparabilidad. A causa de la intangibilidad, los servicios no pueden tocarse ni medirse de forma alguna antes de su compra por parte del cliente (Forrellat Barrios, 2014). Además, las organizaciones suelen tener dificultades para relacionar la percepción que tienen los clientes de su servicio con la calidad real del mismo. La naturaleza intangible de los servicios también dificulta su valoración debido a la inconsistencia del proceder del personal del servicio y al papel activo del consumidor en el consumo del producto.

La forma en que se presta el servicio, así como los resultados, influyen en la percepción de la calidad por parte de los clientes. de la forma en que se presta el servicio, así como por los resultados. Un tercer factor que influye significativamente en la percepción del cliente son los aspectos físicos del servicio, como el equipamiento, las instalaciones y la imagen de marca de la empresa. Es a través de las interacciones de estos factores con el cliente como se desarrollan las percepciones de calidad. Dado que existe una diferencia tremenda entre los clientes individuales e incluso con el mismo cliente de un punto de contacto a otro, es importante que los proveedores de servicios respondan a las necesidades de cada cliente.

SERVQUAL es una estructura de encuestas que representa cinco dimensiones, o factores, de la calidad del servicio:

- Tangibles: Instalaciones físicas, equipamiento y apariencia del personal
- Fiabilidad: Capacidad para prestar el servicio prometido de forma fiable y precisa.
- Capacidad de respuesta: Disposición para ayudar a los clientes y prestar un rápido servicio.
- Garantía: Conocimiento y cortesía de los empleados y su capacidad para inspirar confianza
- Empatía: La atención individualizada que la empresa ofrece a sus clientes.

Este instrumento fue diseñado para ser utilizado por una variedad de organizaciones de servicios diferentes con una buena fiabilidad. Los investigadores sostienen que su escala de ítems y las cinco dimensiones de la

calidad de los servicios proporcionan un modelo básico para la investigación de la calidad de los servicios. Además de su capacidad para ser utilizado por una amplia variedad de disciplinas organizativas, los investigadores han propuesto numerosas aplicaciones diferentes para el instrumento (Arraut Camargo, 2010)..

Hace poco más de una década propusieron que la calidad del servicio era una función de las expectativas del cliente antes de la compra, la calidad percibida del proceso y la calidad percibida del producto. Definieron la calidad del servicio como la diferencia entre las expectativas de los clientes sobre el servicio y sus percepciones de la experiencia del servicio, derivando en última instancia la encuesta de múltiples ítems SERVQUAL, ahora estándar (Arraut Camargo, 2010).

A. Elementos tangibles

Si el diseño del producto, o del servicio, satisface los requisitos y las especificaciones del cliente, entonces los procesos de transformación y entrega correctamente diseñados garantizarán la obtención de los beneficios funcionales previstos. La cuestión es si el cliente considera que los beneficios satisfacen sus expectativas. Cuando se produce el valor, el producto se convierte en algo real. Si lo hace, el cliente percibirá que el producto o servicio es de buena calidad y estará satisfecho.

Con independencia de la originalidad o el carácter innovador del propósito y del hecho de que puedan existir numerosos métodos para producir los mismos resultados, sólo existe un método óptimo para cumplir un objetivo determinado. Un método óptimo producirá los resultados deseados con mayor

eficacia que cualquier otro método, lo que supondrá una ventaja competitiva. La mejor de las estrategias para crear una ventaja competitiva es ofrecer productos y servicios de calidad a un precio competitivo, pero esto no es siempre suficiente. Los productos o servicios deben ser considerados de mayor calidad que las alternativas (Arraut Camargo, 2010).

Estos productos y servicios también deben ser considerados como capaces de satisfacer sus necesidades. Asumir que la calidad es reconocida igual por todos no es real, por lo que la tangibilidad es subjetiva. La estrategia de la diferenciación consiste en crear productos o servicios que presenten a los clientes una propuesta de mayor valor que otros productos o servicios del mercado (Arraut Camargo, 2010). Esta estrategia suele funcionar mejor en los mercados en los que el cliente no es sensible al precio, o en los que el mercado es competitivo o está muy saturado, o en los que los clientes tienen requisitos específicos y la empresa dispone de recursos o capacidades únicas que le permiten satisfacer esos requisitos de forma difícil de copiar.

Nuestra evaluación general de la utilidad del producto sobre la tangibilidad se basa en nuestra apreciación de lo que se recibe y lo que se da. A esta apreciación la denominamos valor. Aunque el concepto de valor ha cambiado más allá de su definición original, sigue estando inextricablemente ligado a los conceptos de calidad y satisfacción. Se ha comprobado que los valores personales están significativamente vinculados a los atributos y las expectativas de los productos en industrias que van desde la automoción hasta la alimentación, pasando por las decisiones de viaje, las preferencias de los medios de comunicación y el uso de los medios de comunicación de masas. Además, las relaciones entre los valores y las creencias, preferencias y

posiciones de los consumidores sobre cuestiones de índole social fueron significativamente diferentes.

También se ha comprobado que los constructos de valor del cliente explican sus conductas de consumo. Estos comportamientos van desde la elección de productos, la intención de compra y la repetición de la compra. Desde el punto de vista empresarial, los valores de los clientes pueden utilizarse para segmentar los mercados. Los valores y las expectativas personales sobre los beneficios de una transacción desempeñan un papel importante en el comportamiento del consumidor (Arraut Camargo, 2010). Para diseñar y gestionar productos y servicios que impulsen la motivación y la fidelidad de los clientes, es acentuado entender las dimensiones con las que los clientes miden el valor y las variables psicográficas básicas que componen estas dimensiones. Los atributos son diversos:

- Una gama de productos abarca el rango y la profundidad de las ofertas de productos y servicios que forman parte de la experiencia de servicio.
- La cartera de productos abarca la gama y la amplitud de la oferta de productos y servicios que forman parte de la experiencia de servicio.
- Los clientes que realizan transacciones en línea suelen buscar productos o servicios que no están disponibles en los puntos de venta locales. Por tanto, una selección limitada de productos o una información obsoleta sobre las ofertas afectarán negativamente a la satisfacción del cliente.
- Las instalaciones deberían representar de forma positiva los elementos intangibles del servicio con respecto a su aspecto físico y su ambiente.
- El personal debe ir adecuadamente vestido.

- Las herramientas y los equipos no sólo tienen que ser capaces de realizar las tareas requeridas para la prestación del servicio, sino que también deben estar correctamente mantenidos y lógicamente organizados.
- Los artefactos son las representaciones físicas del servicio, como los extractos y las tarjetas de crédito. Es fundamental que transmitan elementos del tema del servicio, así como que sean adecuados para la tarea o función para la que se utilizan.
- La clientela tiene un gran impacto en el entorno del servicio. Pueden ejercer un efecto positivo o negativo en la opinión de los demás clientes sobre la seguridad y la inclusión al recibir el servicio.

B. Fiabilidad

La teoría económica nos indica que a medida que aumenta la competencia en un mercado dado, disminuirán los beneficios en ese mercado. Esto ocurre porque, al aumentar las presiones competitivas, las empresas disminuirán los precios, esforzándose por generar más ventas. Para contrarrestar este efecto, las empresas deben introducir continuamente nuevos productos y servicios, reajustando así la curva de precios (Ferrel & Hartline, 2012). El problema viene con las demandas de los clientes. Cada vez que una empresa introduce un nuevo producto o servicio, tiene que volver a excitar al cliente, pero al hacerlo, la empresa vuelve a poner el listón de lo que el cliente esperará la próxima vez (Arraut Camargo, 2010).

Si las prestaciones del nuevo producto o los beneficios del nuevo servicio no son lo suficientemente diferentes, y mejores, que el modelo anterior, el cliente percibirá el engaño y abandonará la empresa. Si las características del

nuevo producto o servicio son lo suficientemente diferentes, y mejores, que el modelo anterior, el cliente exigirá aún más con la próxima oferta de productos o servicios. Además, si el sector en su conjunto introduce demasiados productos o servicios en un corto periodo de tiempo, el cliente empezará a sufrir fatiga (Abdulle & Aydintan, 2019).

La teoría de la expectativa sostiene que una persona se comportará o actuará de una manera determinada porque está motivada para seleccionar un comportamiento específico debido a lo que esperan que sea el resultado de ese comportamiento (Ferrel & Hartline, 2012). Las motivaciones de un individuo se derivan de un proceso que rige las elecciones entre las actividades alternativas que compiten entre sí. Estas elecciones se basan en las estimaciones del individuo sobre cómo los resultados esperados de un determinado comportamiento se corresponden con los resultados deseados. Según la teoría de las expectativas, los empleados se esforzarán más si consideran que el esfuerzo se traducirá en un alto nivel de rendimiento, y que un mayor rendimiento dará lugar a resultados valiosos (Arraut Camargo, 2010). Por lo tanto, si los altos niveles de rendimiento en el trabajo conducen, en última instancia, a resultados deseables, los empleados deberían estar más satisfechos con sus trabajos cuando rinden bien y son recompensados por ello.

Las expectativas crean lo que se denomina un conjunto perceptivo. Estos conjuntos perceptivos pueden ser a largo plazo, como una sensibilidad especial para oír el propio nombre, incluso en una sala ruidosa, o pueden ser a corto plazo, como notar los olores de la comida cuando se tiene hambre. Las razones de una persona también crean conjuntos perceptivos (Arraut Camargo, 2010). A menudo, las personas interpretan información o figuras contradictorias para

ver u oír también lo que quieren. Los conjuntos perceptivos suelen reflejar los rasgos de personalidad del individuo. A menudo, lo que la gente observa en los demás son las características que consideran como puntos fuertes o débiles en ellos mismos. La teoría sostiene que las percepciones no se desarrollan simplemente dentro de un proceso ascendente, sino que el cerebro utiliza lo que se denomina codificación predictiva (Ferrel & Hartline, 2012). Este proceso comienza con un amplio estado de limitaciones, o expectativas, y a medida que esas expectativas son validadas por la experiencia, se añaden más detalles a nuestra codificación perceptiva, dando forma a nuestras creencias, lo que nos permite formar predicciones (Kotler & Keller, 2016).

Si el cliente tiene una primera experiencia satisfactoria con un sistema de servicio es posible que decida recurrir de nuevo a ese servicio en el futuro. Incluso si el cliente. Aunque el cliente decida volver a visitar el servicio, no hay garantías de que vaya a seguir o vuelva a frecuentar el servicio (Ferrel & Hartline, 2012). Con cada encuentro sucesivo, se formarán las expectativas del cliente para el siguiente encuentro. Cuanto más coherente sea el sistema de prestación de servicios y respuesta, más confiará el cliente en la fiabilidad del servicio. La respuesta eficaz en la comunicación se establece mediante lo siguiente:

- El uso de un lenguaje con el que el cliente se sienta cómodo y la escucha de sus preocupaciones.
- La capacidad de explicar el servicio en sí, incluidos los costes y beneficios asociados al mismo.
- La capacidad de explicar las compensaciones entre el servicio y los costes.

- La capacidad de asegurar a los clientes que los problemas se están tratando.

Asimismo, cuanto más fiable sea el sistema de servicio percibido, más reducidas serán las expectativas del cliente para el siguiente encuentro. Para agravar este problema, los clientes llegarán a esperar el mismo nivel de servicio a lo largo del tiempo y con cada encuentro sucesivo que no esté a la altura o supere la expectativa anterior, mayor será la posibilidad de deserción. Por ello, los proveedores de servicios deben mejorar progresivamente la oferta de servicios, no sólo para mantener a los clientes leales, sino también para que los puntos de diferencia con los competidores sean pequeños.

C. Capacidad de respuesta

La teoría de campo asume que el comportamiento está determinado por la totalidad de las circunstancias del individuo. En esta teoría, el campo se define como el conjunto de hechos coexistentes que se conciben como mutuamente interdependientes (Cervantes, Muñoz & Inda, 2020). Los individuos se comportan de manera acorde con la forma en que se procesaron internamente sus tensiones (la escala de la necesidad) entre sus percepciones del yo y del entorno. Por tanto, la fuerza motivacional para la acción viene determinada por la magnitud de la necesidad del individuo (tensión), su objetivo (valencia) y la distancia psicológica percibida entre él mismo y su objetivo (Cubillos Rodríguez & Rozo Rodríguez, 2009). La diversidad de necesidades y las motivaciones exigen una diversidad de respuestas. Los equipos deben ser capaces de responder a estas expectativas de necesidad (Arraut Camargo, 2010).

El campo de la persona se encuentra en un estado de tensión cuando existe una necesidad. La valencia positiva o negativa es la atracción o la repulsión que una región del entorno psicológico ejerce sobre el individuo; la valencia positiva existe cuando la persona cree que la región reducirá la tensión al satisfacer sus necesidades. La valencia negativa se produce cuando la persona cree que la región aumentará la tensión o amenaza con causar un daño. Un vector es una fuente de energía que surge de una necesidad que actúa sobre la persona y determina la dirección en la que se mueve (Cubillos Rodríguez & Rozo Rodríguez, 2009).

Por otro lado, la aplicación de la teoría de la reacción en cadena implica dos conjuntos básicos de reacciones (Atencio Cárdenas & González Pertuz, 2007). La primera reacción es que, a medida que la empresa mejore la calidad de sus procesos de transformación, el trabajo se realizará cada vez más correctamente en la primera pasada, lo que se traducirá en una reducción de los costes debido a la disminución de los desechos, de las repeticiones y de los costes de garantía, así como en un menor número de retrasos e inconvenientes en los flujos de materiales, y en un mejor uso general del tiempo y de los materiales (Arraut Camargo, 2010). Esto, a su vez, se traduciría en un aumento de la productividad y más recursos para atender las necesidades del cliente, reduciendo su tensión (Atencio Cárdenas & González Pertuz, 2007).

La segunda reacción es que, a medida que la empresa mejorara la calidad de sus productos y servicios, sus clientes percibirían una propuesta de valor mayor que aumentaría la demanda del mercado, lo que permitiría a la empresa aumentar sus precios, o incrementar los volúmenes de ventas, o ambas cosas; de este modo, aumentarían los ingresos. Ambos factores conducirían a una

mayor participación en el mercado. Pero al mismo tiempo, las expectativas del cliente aumentan. Por lo tanto, se requiere un mejor tiempo de respuesta, y la calidad del servicio aumenta su valencia.

La primera impresión del cliente con el proveedor de servicios, ya sea en la tienda o a través de una llamada telefónica o una visita a la página web, suele ser el punto de contacto más importante porque crea la impresión de base del sistema de servicio al validar o invalidar la credibilidad con la experiencia real. Si la impresión comparativa es negativa, lo más probable es que el cliente se resista o aumente su tensión sobre el servicio (Atencio Cárdenas & González Pertuz, 2007). Esta impresión comparativa desfavorable también modificará la credibilidad y a menudo será la última impresión del cliente sobre el servicio. Así, la respuesta recibida en el primer contacto será el único punto en la repartición teórica de todos los momentos de la verdad, ya que el cliente normalmente no optará por evaluar de nuevo al proveedor del servicio, y puede transmitir las críticas negativas a otros clientes potenciales, es importante entender este encuentro fallido (Cubillos Rodríguez & Rozo Rodríguez, 2009). Durante la fase de experiencia de la impresión del cliente sobre una oferta de servicio, los atributos de la calidad del servicio se agrupan en tres categorías:

- -La primera agrupación de los factores incluye los atributos que miden la capacidad de la respuesta u oferta de servicio para satisfacer las necesidades básicas del cliente en cuanto al servicio
- La segunda agrupación de factores incluye atributos que suelen incrementar la satisfacción del cliente con el servicio.
- La tercera agrupación de factores de los atributos de la calidad son los tangibles que describen o definen el servicio.

Cuando se produce un evento traumático, es importante que el proveedor del servicio haga todo lo posible por atenuar la experiencia negativa del consumidor. De este modo, se responde de acuerdo con las circunstancias (Ferrel & Hartline, 2012). Otra posibilidad es que el momento traumático se produzca debido a circunstancias que escapan al control del proveedor. Las respuestas a estos momentos traumáticos de verdad por parte del proveedor pueden a menudo borrar parcialmente unos malos recuerdos del consumidor. El esfuerzo adicional del proveedor puede infundir una sensación de lealtad en el consumidor debido a un sentimiento de gratitud por los servicios prestados en circunstancias difíciles.

A medida que la presión de la competencia aumenta en el mercado, los proveedores de servicios deben mejorar su respuesta y su oferta para proporcionar a los clientes beneficios iguales o mayores (Ferrel & Hartline, 2012). Si el ritmo en la mejora de una oferta de servicios se retrasa, se producirán puntos de diferencia en el mercado. Simultáneamente, dada su credibilidad por las experiencias previas y la información adicional del mercado, las expectativas de los clientes se reducirán en previsión de lo mejores que serán las prestaciones del servicio en el siguiente intercambio. Mientras las prestaciones del servicio y el rendimiento general cumplan o superen las expectativas del cliente, éste quedará satisfecho y habrá una gran probabilidad de que vuelva a visitarlo. Por el contrario, si las expectativas del cliente se estrechan más rápido de lo que el rendimiento del servicio puede mejorar, el resultado final será la insatisfacción del cliente y la posterior deserción.

D. Seguridad

Cuando una organización se centra en las necesidades y deseos básicos de su mercado objetivo, debe esforzarse por considerar todos los factores que entran en la interacción entre el producto y el cliente (Ferrel & Hartline, 2012). En muchos casos, algunos de estos factores pueden no parecer relacionados con las necesidades y deseos básicos. Mientras que se espera que algunos atributos, como la calidad de la comida y el servicio de un establecimiento, sigan siendo esenciales para el cliente a lo largo del tiempo, otros atributos, como la provisión de plazas de aparcamiento adicionales o la seguridad extra, podrían aumentar su importancia. O la gestión del dinero, en la que la seguridad física es muy importante (Abdulle & Aydintan, 2019).

En algunos casos, como ocurre con los teléfonos inteligentes, nuevas características como la posibilidad de enviar mensajes de texto y la disponibilidad de múltiples aplicaciones (apps) pueden llegar a ser tan importantes como la calidad original básica de hacer y recibir llamadas telefónicas. Por ello, todos los productos o servicios deben ser objeto de una revisión periódica para asegurarse de que los elementos actuales de su diseño siguen desempeñando un papel en la elección del consumidor y son seguros de usar (Abdulle & Aydintan, 2019). Esta comprensión del panorama de la demanda es el primer paso en el intento de obtener ventaja competitiva. Aquí, el criterio importante es la importancia relativa de cada atributo y su interacción con los demás.

La seguridad es un tipo de valor motivador, y se define por la seguridad, la armonía y la estabilidad relacional y social personal, por lo que tiene los mismos objetivos motivacionales. Cada uno de estos factores estimulará una impresión de valor en sí mismo (Abdulle & Aydintan, 2019). La combinación

de los motivadores de logro y poder puede conducir a un énfasis en la superioridad social y la estima; el éxito así como el hedonismo pueden conducir al narcisismo; la estimulación y la autodirección son motivadores intrínsecos de dominio y apertura al cambio. Del mismo modo, se pueden obtener resultados negativos mediante la combinación de factores (Karim, 2020).

Se puede observar que los clientes tienden a pensar en las dimensiones de calidad del producto a lo largo de dos vías específicas: la aceptabilidad del producto para realizar las tareas deseadas y el grado de satisfacción que se recibirá del rendimiento del producto (Ferrel & Hartline, 2012). Cuanto mayor sea el grado en que se crea que la capacidad de un producto ofrece beneficios que acentúan las dimensiones de calidad de estética, conformidad, comodidad, creatividad, durabilidad, ergonomía y prestaciones, más probable será que el cliente dependa del producto para su uso. Las dimensiones de rendimiento, fiabilidad, seguridad y capacidad de servicio crean la percepción de satisfacción del cliente con el producto en los servicios. La seguridad está relacionada con el grado de riesgo vinculado a las transacciones durante la prestación del servicio. Uno de los principales problemas de la seguridad en línea es la percepción de la ausencia de instrumentos que garanticen el intercambio de datos.

Con demasiada frecuencia, los factores que llevan a los consumidores a no volver a visitar un servicio son el resultado de no haber satisfecho las necesidades elementales del cliente o de haber tenido un encuentro insatisfactorio con el personal del servicio (Ferrel & Hartline, 2012). Hay dos factores principales que pueden hacer que un cliente no vuelva a frecuentar un servicio:

- La falta de crédito con las afirmaciones de las capacidades del proveedor debido a las señales tangibles de los servicios.
- El servicio promueve una falta de seguridad que hace que el cliente no se sienta cómodo con el entorno de la transacción

La capacidad del proveedor de servicios para transmitir confianza a los clientes se denomina garantía. El grado en que el empleado del servicio puede transmitir dichas cualidades en los puntos de contacto con los clientes es fundamental para la calidad del servicio. Tanto la formación apropiada como las campañas de promoción eficaces ayudan a desarrollar esta dimensión. En un esfuerzo por mejorar la garantía del servicio, las empresas han empezado a adoptar prácticas como:

- Gestión de fallas y eventos.
- Gestión del desempeño.
- Supervisión de sondas.
- Gestión de la calidad del servicio.
- Pruebas de la red y del servicio.
- Gestión del flujo de la red.
- Gestión de la experiencia del cliente.
- Supervisión de los contratos de nivel de servicio.
- Gestión de tickets de incidencias.

La seguridad también se refiere al grado de riesgo asociado a las transacciones durante la prestación del servicio. Uno de los principales problemas de la seguridad en línea es la falta de seguridad que se considera en los dominios públicos y el hecho de que muchos clientes desean conservar

cierto nivel de privacidad y anonimato (Ferrel & Hartline, 2012). Estas dificultades obligan a las empresas a ser muy responsables tanto con la actividad de las transacciones de los clientes como con su información personal. Los tres aspectos principales se centran en la seguridad física, la seguridad financiera y la confidencialidad.

E. Empatía

La investigación ha descubierto que los precedentes y el entorno influyen en nuestras percepciones. La cultura también influye en cómo seleccionamos y ordenamos la información y los datos sensoriales. Se ha sugerido que, si bien nuestra educación cultural constituye la base de nuestra percepción, la exposición prolongada a una nueva cultura puede modificar nuestras sensaciones y procesos cognitivos (Cubillos Rodríguez & Rozo Rodríguez, 2009). En el primer paso de la percepción, se ha sugerido que no vemos conscientemente ningún objeto a menos que lo necesitemos, o tengamos un interés en él, o simplemente lo queramos. En esos casos, es más probable que lo percibamos de entre todos los estímulos que compiten en nuestro entorno. Cuando este estímulo proviene de una persona, está directamente influenciado por su nivel de empatía (Abdulle & Aydintan, 2019).

La forma en que clasificamos los estímulos está influida por nuestro bagaje cultural. Este paso proporciona un significado a la información que hemos recogido de nuestro entorno mediante la descifrado de los datos percibidos. Los datos que provienen de un colaborador, gerente, vendedor u otra persona. Las personas emiten constantemente juicios sobre la edad, la estatura, el estatus social, la educación y otras características. Los valores

asociados a los indicios que usamos para hacer estos juicios suelen estar centrados en la cultura y dirigen la forma en que nos comportamos con los demás (Abdulle & Aydintan, 2019).

Las personas suelen tomar decisiones basándose en información y en una serie de conocimientos limitados. A través de la lección, la observación, la experiencia y su sentido de la empatía, recopilamos información sobre algunas de las características y beneficios asociados a los productos y servicios que se van a comprar. En el mercado, los consumidores utilizan con frecuencia características específicas de los productos o atributos de los servicios u otros indicios para formarse una opinión sobre los beneficios de otros productos o servicios.

Las propiedades de la experiencia son aquellas características del producto, o atributos del servicio, que sólo se pueden evaluar durante y después de la compra del producto, o del consumo real del servicio. Aunque haya información disponible que explique el producto o el servicio, los clientes acabarán dándose cuenta de que deben experimentar el producto o el servicio para poder evaluarlos.

La predisposición del proveedor de servicios a ver la interacción del servicio desde los ojos del cliente y diseñar un servicio que se adapte a las necesidades de cada persona se engloba en la dimensión de la empatía (Cubillos Rodríguez & Rozo Rodríguez, 2009). A menudo, la empatía depende del conocimiento intuitivo que poseen algunas empresas sobre las necesidades y deseos reales de sus clientes. La comprensión implica hacer un esfuerzo por descubrir quiénes son los clientes habituales, aprender qué requisitos específicos tiene cada cliente y proporcionarles una atención individualizada.

La empatía y la cortesía se miden por el grado en que el personal de servicio es educado, respetuoso, atento y amable con los clientes y entre sí. Esto incluye ser considerado con la propiedad de otras personas y ser limpio y ordenado en su apariencia personal. La conveniencia está fuertemente correlacionada con la empatía, ya que implica el tiempo empleado en obtener el servicio desde el momento en que se entra en el sistema de servicio hasta el momento en que se sale. Los factores que colaboran con la conveniencia son:

- El grado de participación personal en el proceso de prestación del servicio.
- La cantidad de tiempo necesaria para obtener el servicio.
- Las actividades de transacción necesarias para asegurar el servicio, como los procedimientos de calificación, la tramitación del préstamo, las salidas o los procesos de pago.

Combinando las expectativas de calidad con las de credibilidad, tenemos ahora desarrollado nuestras propias características de búsqueda estimadas. Esas características nos llevarán a la idea de lo que estamos esperando encontrar cuando empezamos nuestra búsqueda del producto. Además, ahora desarrollaremos una expectativa de calidad, que influirá en la calidad real experimentada.

2.3. Marco conceptual

Calidad: Rasgos y características de un producto comparados con normas definidas. La calidad de un producto, como un material producido en un proceso de fabricación o un diseño de ingeniería detallado, se mide en términos de cumplimiento de normas y especificaciones predeterminadas (Chávez Carrillo, 2015).

Calidad de Servicio: Capacidad de un servicio o producto de estar configurado para cubrir de forma general u específica las expectativas de su uso y aplicación, formando una parte importante de la experiencia del cliente (Kotler & Keller, 2016).

Capacidad de respuesta: Dimensión de la calidad de servicio que se refiere a la disposición que tienen los empleados para ayudar y prestar un servicio rápido (Kotler & Keller, 2016).

Complementariedad: Dimensión del trabajo en equipo, es una habilidad de equipo que se refiere a la capacidad de sus miembros de suplir las debilidades y reforzar las fortalezas entre ellos (Vallejo Ruiz, 2012).

Compromiso: Dimensión del trabajo en equipo que se define como la capacidad de los miembros del equipo para estar comprometidos emocionalmente con las labores compartidas y mantener objetivos claros individuales y conjuntos (Vallejo Ruiz, 2012).

Comunicación en equipo: Dimensión del trabajo en equipo que se define como la capacidad que los miembros del equipo tienen para comunicar y darse a escuchar, evitando la confusión y promoviendo la solución de problemas (Vallejo Ruiz, 2012).

Confianza: Dimensión del trabajo en equipo que es la capacidad que tienen los miembros del equipo para cumplir las especificaciones dadas para una tarea (Vallejo Ruiz, 2012).

Elementos tangibles: Dimensión de la calidad de servicio que se define como la configuración de los aspectos físicos, refiriendo a la sensibilidad real de los servicios, incluyendo el aspecto visual de las instalaciones, el uso de equipos (Kotler & Keller, 2016).

Empatía: Dimensión de la calidad de servicio que refiere a la atención personal que el prestador de servicios da a los clientes para estar dispuesto a comprender las necesidades de otros (Kotler & Keller, 2016).

Equipo: Unidad social que tiene una estructura, organización y patrón de comunicación relativamente rígidos. La tarea de cada miembro de un equipo suele estar bien definida, y el éxito del funcionamiento del equipo depende de la participación coordinada de todos o varios miembros del equipo (Chávez Carrillo, 2015).

Fiabilidad: Dimensión de la calidad de servicio que define el aseguramiento de la entrega del producto o servicio y a cubrir las expectativas de prestación prometida al cliente (Kotler & Keller, 2016).

Liderazgo: El proceso de dirigir a otros. Se trata de un término controvertido con una amplia gama de teorías y modelos diferentes. El liderazgo puede asociarse a la orientación, el control y la facilitación. Los enfoques contemporáneos se centran en el proceso de liderazgo, como los conductuales y de estilo. Es una forma de desarrollo de la tarea deseada (Ferrel & Hartline, 2012).

Microfinanzas: Sector financiero que atiende a hombres, mujeres, y personas jurídicas como instituciones, ofreciéndoles opciones de préstamo y otros productos financieros de ahorro e inversión (Chávez Carrillo, 2015).

Seguridad: Dimensión de la calidad de servicio que se define como la capacidad del proveedor de servicios para transmitir confianza y proporcionar un entorno seguro (Kotler & Keller, 2016).

Servicio: Un bien económico que consiste en un valor en forma de trabajo, asesoramiento, capacidad de gestión, etc., en lugar de una mercancía. Los servicios al comercio incluyen la banca, los seguros, el transporte, etc.

Sistema: Conjunto de partes interdependientes que interactúan. Un sistema es un conjunto de elementos interdependientes (a menudo incluye personas, máquinas, herramientas, tecnologías edificios, información y políticas) que se unen para cumplir un objetivo definido (Chávez Carrillo, 2015).

Trabajo en Equipo: Desde un enfoque centrado en la persona, se define como una tarea colaborativa de nivel básico, en la que los miembros poseen tareas interdependientes; siendo esta interrelación la que permite que el equipo trabaje como una unidad en busca de un objetivo compartido (Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009; Vallejo Ruiz, 2012).

Valor objetivo: Valor final deseado para el intercambio de un producto. Muchas empresas diseñan un producto, estiman el coste real y luego añaden el margen para fijar el precio. En contraste con esta práctica, la percepción del usuario define el valor real (Chávez Carrillo, 2015).

3. CAPÍTULO III

HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis general

La hipótesis general es:

Existe una relación directa y significativa entre Trabajo en equipo y la Calidad de Servicio del Departamento de Contratos y Recuperaciones de la Oficina Principal de CMAC Huancayo en el año 2017.

3.2. Hipótesis específicas

Las hipótesis específicas son:

- i. Existe una relación directa y significativa entre Calidad de Servicio y complementariedad del Departamento de Contratos y Recuperaciones de la Oficina Principal de CMAC Huancayo de Huancayo en el 2017.
- ii. Existe una relación directa y significativa entre Calidad de Servicio y Compromiso del Departamento de Contratos y Recuperaciones de la Oficina Principal de CMAC Huancayo de Huancayo en el 2017.
- iii. Existe una relación directa y significativa entre Calidad de Servicio y Comunicación del Departamento de Contratos y Recuperaciones de la Oficina Principal de CMAC Huancayo de Huancayo en el 2017.
- iv. Existe una relación directa y significativa entre Calidad de Servicio y Confianza del Departamento de Contratos y Recuperaciones de la Oficina Principal de CMAC Huancayo de Huancayo en el 2017.

- v. Existe una relación directa y significativa entre Calidad de Servicio y Coordinación del Departamento de Contratos y Recuperaciones de la Oficina Principal de CMAC Huancayo de Huancayo en el 2017

3.3. Variables

3.3.1. Definición conceptual de variables

A. Variable Calidad de Servicio

Las dimensiones que definen la calidad se recogen en los distintos atributos o características que se diseñan en el producto o servicio. Cuando se observan en conjunto, las percepciones del desempeño de estos atributos constituyen la base sobre la cual se forma una opinión general del producto y se configuran las expectativas para artículos similares (Kotler & Keller, 2016). También hay que tener en cuenta que existe un grado de interdependencia entre las distintas dimensiones. Por tanto, cualquier opinión o percepción que se forme sin tener en cuenta todas las dimensiones aplicables de un artículo será deficiente. Este informe se ha centrado en las cinco dimensiones de calidad más conocidas. Las dimensiones son:

- Dimensión elementos tangibles: Esta dimensión se refiere a la sensibilidad real de los servicios, incluyendo el aspecto visual de las instalaciones, el uso de equipos.
- Dimensión fiabilidad: Esta dimensión se refiere a la fiabilidad de un servicio y a su capacidad para prestar el servicio prometido.
- Dimensión capacidad de respuesta: Esta dimensión se refiere a la disposición que tienen los empleados para ayudar y prestar un servicio rápido.

- Dimensión de seguridad: Esta dimensión se refiere a la capacidad del proveedor de servicios para transmitir confianza y proporcionar un entorno seguro.
- Dimensión de empatía: Esta dimensión se refiere a la atención personal que el prestador de servicios da a los clientes para estar dispuesto a comprender las necesidades de otros.

B. Variable Trabajo en Equipo

El trabajo de equipo, con un enfoque centrado en la persona, define a esta como una tarea colaborativa de nivel básico, en la que los miembros son personas cuyas tareas son interdependientes; siendo esta interrelación la que permite que el equipo trabaje como una unidad en busca de un objetivo compartido (Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009; Vallejo Ruiz, 2012). Esta investigación ha abordado las cinco dimensiones de trabajo en equipo definidas. Las dimensiones son:

- Dimensión complementariedad: Esta dimensión se refiere a la capacidad de los miembros del equipo de suplir las debilidades y reforzar las fortalezas entre ellos.
- Dimensión compromiso: Esta dimensión se refiere a la capacidad de los miembros del equipo para estar comprometidos emocionalmente y compartir objetivos claros.
- Dimensión comunicación: Esta dimensión se refiere a la capacidad de los miembros del equipo por comunicar y darse a escuchar para evitar la confusión y solucionar problemas.

- Dimensión confianza: Esta dimensión se refiere a la capacidad de los miembros del equipo para cumplir las especificaciones dadas para una tarea.

3.3.2. Definición operacional de variables

A. Variable Calidad de Servicio

Esta es una variable independiente cualitativa cuya medición se considerará en la escala ordinal a través de la moda o mediana de las dimensiones calculadas. Siendo la escala: (1) Muy en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Neutro, (2) De acuerdo y (5) Muy de acuerdo.

Tabla 1

Operacionalización de las dimensiones de Calidad de Servicio

Dimensiones	Indicador	Items o reactivos	Escala de medición
Elementos tangibles	Estado de mobiliario	Están en buen estado los equipos y mobiliarios de la empresa	Escala de medición ordinal. Aplica escala de Likert: (1) Muy en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Neutro, (2) De acuerdo y (5) Muy de acuerdo.
	Estado de infraestructura	Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas.	
	Estado de servicios	La empresa cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesita.	
	Apariencia del ambiente	Como trabajadores administrativos presentan una apariencia limpia y agradable.	
	Limpieza en el ambiente	Están cómodas y limpias las instalaciones de la empresa	

Fiabilidad	Cumplimiento de plazos	Cuando la empresa promete hacer algo en un determinado tiempo, lo cumple
	Interés en atención	La empresa muestra un sincero interés en resolver cualquier problema que tenga el cliente
	Primer desempeño	La empresa desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez
	Cumplimiento de compromiso	La empresa proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo
	Eficiencia de personal	Como personal, es capaz de prestar el servicio sin mayores inconvenientes
Capacidad de Respuesta	Capacidad de informar	Como personal de la empresa mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar el servicio.
	Seguimiento de cliente	Como personal de la empresa brindan el servicio con prontitud a los clientes
	Cooperación con cliente	Como personal de la empresa coopera con los clientes.
Seguridad	Generación de confianza	Como personal de la empresa, su

		comportamiento inspira confianza en los clientes.
	Respeto impartido	Como personal de la empresa demuestra respeto hacia el cliente
	Cumplimiento normativo	La empresa cumple con las normas técnicas de seguridad
	Trato cortés	Como personal de la empresa tratan a los clientes con cortesía.
	Imagen profesional	Como personal de la empresa demuestra profesionalismo en su trabajo.
Empatía	Atención individualizada	La empresa brinda atención individual a los clientes.
	Horarios definidos	Los horarios de actividades de la empresa son convenientes.
	Atención personalizada	La empresa cuenta con empleados que brindan atención personalizada.
	Salvaguarda de intereses	La empresa se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes.
	Determinación de necesidades	Como personal de la empresa entienden sus necesidades específicas.

B. Variable Trabajo en Equipo

Esta es una variable independiente cualitativa cuya medición se considerará en la escala ordinal a través de la moda o mediana de las

dimensiones calculadas. Siendo la escala: (1) Muy en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Neutro, (4) De acuerdo y (5) Muy de acuerdo.

Tabla 2

Operacionalización de las dimensiones de Trabajo en Equipo

Dimensiones	Indicador	Items o reactivos	Escala de medición
Complementariedad	Trabajo distribuido	El trabajo distribuido se efectúa en el tiempo definido	Escala de medición ordinal. Aplica escala de
Competencias de equipo	Considera que las competencias y virtudes de sus compañeros influyen en el rendimiento del equipo.	Considera que las competencias y virtudes de sus compañeros influyen en el rendimiento del equipo.	Likert: (1) Muy en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Neutro, (4) De acuerdo y (5) Muy de acuerdo.
Experiencias de equipo	Considera que las experiencias y la formación académica de sus compañeros influyen en el rendimiento del equipo.	Considera que las experiencias y la formación académica de sus compañeros influyen en el rendimiento del equipo.	Likert: (1) Muy en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Neutro, (4) De acuerdo y (5) Muy de acuerdo.
Colaboración de equipo	Considera que todos unen fuerzas para realizar las labores diarias.	Considera que todos unen fuerzas para realizar las labores diarias.	Likert: (1) Muy en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Neutro, (4) De acuerdo y (5) Muy de acuerdo.

Compromiso	Actuación en el equipo	Considera que sus compañeros actúan antes que se produzcan problemas en la oficina
	Cumplimiento en equipo	Considera que sus compañeros cumplen sus tareas por encima de los intereses personales.
	Metas de equipo	Considera que las metas son compartidas por dos o más compañeros.
	Esfuerzo de equipo	Considera que se asocian esfuerzos para mejorar las labores aún en situaciones difíciles.
Comunicación	Expresión de equipo	Considera que los trabajadores de la empresa expresan de forma clara sus puntos de vista.
	Escucha de equipo	Considera que sus compañeros de trabajo escuchan sus opiniones

	Honestidad en equipo	Considera que el trabajo de sus compañeros es honesto.
	Cordialidad en el equipo	Considera que sus compañeros actúan con cordialidad hacia los clientes
Confianza	Objetividad en equipo	Considera que sus compañeros actúan con rigor y seriedad de acuerdo a lo acordado.
	Libre expresión en equipo	Considera que en la empresa se pueden expresar opiniones con libertad.
	Confianza en equipo	Considera que existe confianza entre compañeros para delegar labores diarias.
	Oponibilidad en equipo	Considera que sus opiniones son escuchadas y aplicadas por los demás.
Coordinación	Liderazgo en equipo	Considera que en el equipo de trabajo existe

un compañero que
motive el logro de las
tareas.

Funciones en equipo Considera que en la
empresa están definidas
claramente las
funciones de cada
trabajador.

Adaptabilidad del equipo Considera que sus
compañeros admiten
rápidamente el cambio.

Equidad en equipo Considera que la
organización de la
empresa posibilita el
trabajo equitativo y
equilibrado.

4. CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Método de Investigación

El método general es el científico. Se usa el enfoque cuantitativo. (Hernández et al, 2014). Este enfoque permite el uso de pruebas de hipótesis después de la ejecución de mediciones objetivas de las variables e indicadores.

4.2. Tipo de investigación

La investigación es de tipo básica (Hernández et al, 2014). Esta investigación ha medido la correlación entre variables, sin generar productos de solución, pero presentando objetivamente el estado real de la relación entre el trabajo en equipo y la calidad de servicio.

La presente investigación aporta nuevo conocimiento en la industria microfinanciera en la ciudad de Huancayo y contribuye al entendimiento de un caso de estudio, el de la CMAC Huancayo, de la relación entre el trabajo de equipo y la calidad de servicio.

4.3. Nivel de la investigación

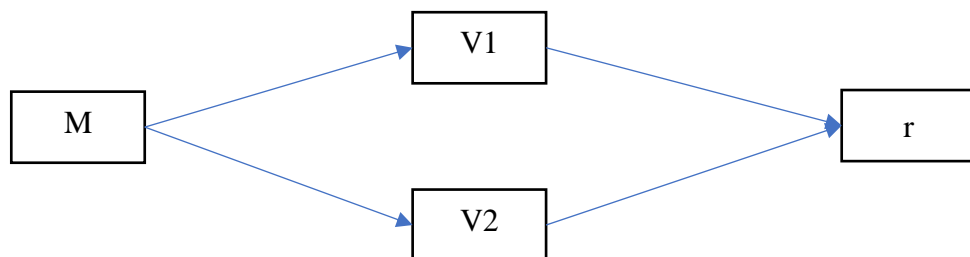
La investigación tiene un nivel correlacional. Este nivel de investigación corresponde a los estudios que exploran la relación o asociación entre dos variables sin necesariamente definir causalidad (Hernández et al, 2014).

La correlación numérica se estudia entre la variable trabajo de equipo y la calidad de servicio. Dicha medición se realiza usando una escala de medición ordinal. Por ello se usa una prueba no paramétrica para la correlación de las variables independientes.

4.4. Diseño de la investigación

El diseño es no experimental transversal. Este tipo de diseños estudia un fenómeno en un corte o periodo específico de tiempo sin realizar alteraciones sobre las variables de estudio (Hernández et al, 2014).

Gráficamente se denota:



Donde:

M: Muestra

V1: Variable calidad de servicio

V2: Variable Trabajo en equipo

r: Correlación estadística entre las variables

4.5. Población y muestra

4.5.1. Población de estudio

La población está constituida por 37 colaboradores administrativos del Departamento de Contratos y Recuperaciones de la Oficina Principal de CMAC-Huancayo.

4.5.2. Muestra

La muestra comprenderá a todos los elementos de la población, por lo que se define como no probabilística, o denominada censo. Este tipo de muestras abarca toda la población definida (Hernández et al, 2014).

El estudio consideró la totalidad de los integrantes del Departamento de Contratos y Recuperaciones de la Oficina Principal de CMAC-Huancayo. Debido a que el trabajo se desarrolló con la intención de medir la relación entre el trabajo en equipo y la calidad de servicio percibida, y el reducido tamaño de la población, fue por opinión experta que se consideró una aplicación censal de los instrumentos, es decir, se consideraron todos los miembros de la población.

Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión: Se han incluido a todos los colaboradores de la empresa que trabajan directamente en la Departamento de Contratos y Recuperaciones, que se encontraban laborando al momento de la realización de la investigación.

Criterios de exclusión: Colaboradores de otras áreas o que trabajaban en oficinas distintas a la oficina principal de CMAC Huancayo.

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.6.1. Técnicas de recolección de datos

Las técnicas para la recolección de datos utilizadas fue la encuesta. Para Hernández et al (2014), esta permite la recolección de datos de las variables de estudio a

través del uso de preguntas estructuradas bien definidas y que permite transformar los datos fácilmente para su posterior tratamiento estadístico.

4.6.2. Instrumentos para la recolección de datos

Los instrumentos utilizados para la recolección de datos fueron cuestionario para empleados. Los cuestionarios permiten el uso de preguntas cerradas bajo medición ordinal que minimizan la subjetividad de las respuestas de los usuarios (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

La recopilación de datos del grupo de colaboradores de la CMAC Huancayo requería ser objetiva, por esta razón no se consideraron entrevistas estructuradas y se elaboró un cuestionario estandarizado válido utilizado en investigaciones de similar naturaleza, siendo este la mejor forma de captura de datos.

4.6.3. Fiabilidad del instrumento

Los instrumentos fueron validados por profesionales expertos, cuyas calificaciones se encuentran en el Anexo 4. Por otro lado los resultados de la medición del alfa de Cronbach resultante de ambos cuestionarios se presentan a continuación:

Tabla 3

Alfa de Cronbach para Ítems del cuestionario Trabajo de Equipo

Registros	Alfa de Cronbach	Ítems
37	0.761	20

Elaboración propia basado en resultados de SPSS v26.0

Para los ítems del cuestionario que mide la variable Trabajo de Equipo, se obtuvo un coeficiente de Alfa de Cronbach 0.761, que puede ser clasificado como adecuado, por lo que se valida la confiabilidad entre las respuestas.

Tabla 4

Alfa de Cronbach para Ítems del cuestionario de Calidad de Servicio

Registros	Alfa de Cronbach	Ítems
37	0.811	23

Elaboración propia basado en resultados de SPSS v26.0

Para el cuestionario que mide la Calidad de Servicio, se obtuvo un coeficiente de Alfa de Cronbach 0.811, que puede ser clasificado como alto, por lo que se valida la confiabilidad entre las respuestas.

4.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

4.7.1. Procedimientos estadísticos descriptivos

Las medidas de tendencia central utilizadas para el estudio fueron la mediana y la moda. Hernández, Fernández & Baptista (2014) recomienda estas dos medidas debido a que las variables a procesar son categóricas u ordinales. Además, se utilizaron tablas de frecuencias para la presentación de los datos así como gráficos de barras.

4.7.2. Procedimientos estadísticos diferenciales

Se utilizó la prueba de correlación de Spearman, prueba estadística para correlación de variables ordinales. Hernández, Fernández & Baptista (2014) mencionan que esta prueba es de naturaleza no paramétrica usada en variables de medición ordinal.

4.8. Aspectos éticos de la investigación

La totalidad de la investigación ha mantenido las identidades de los participantes anónimamente y reporta que no se han dado conflictos de interés en su desarrollo.

5. CAPÍTULO V

RESULTADOS

5.1. Descripción de Resultados

La sabana de datos fue procesada usando el software IBM SPSS versión 26.0. Los resultados, tablas y gráficos de frecuencia, se detallan en esta sección agrupados presentados por variable, dimensiones e ítems correspondientes a cada unos de los cuestionarios aplicados.

5.1.1. Resultados de la Variable Trabajo en Equipo y sus dimensiones

Tabla 5

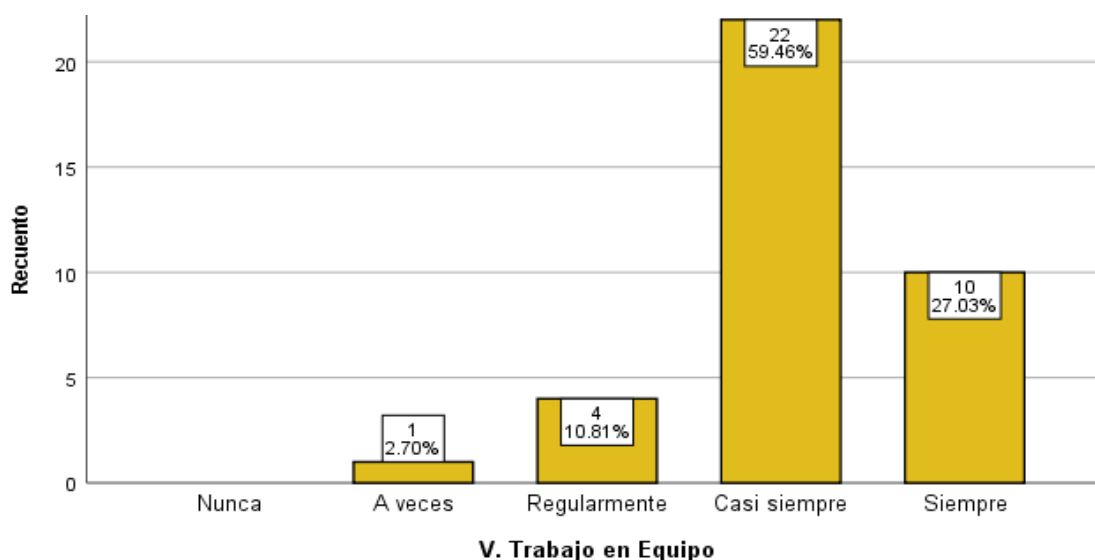
Tabla de frecuencias de la Variable Trabajo en Equipo

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	0	0	0%	0%
A veces	1	1	3%	3%
Regularmente	4	5	11%	14%
Casi siempre	22	27	59%	73%
Siempre	10	37	27%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 1

Gráfico de barras de frecuencias de la Variable Trabajo en Equipo



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia de la Variable "Trabajo en Equipo". Para el 0% de los trabajadores, 0 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 11% de los trabajadores, 4 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 59% de los trabajadores, 22 de 37, consideran que casi siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 6

Tabla de frecuencias de la Dimensión Complementariedad

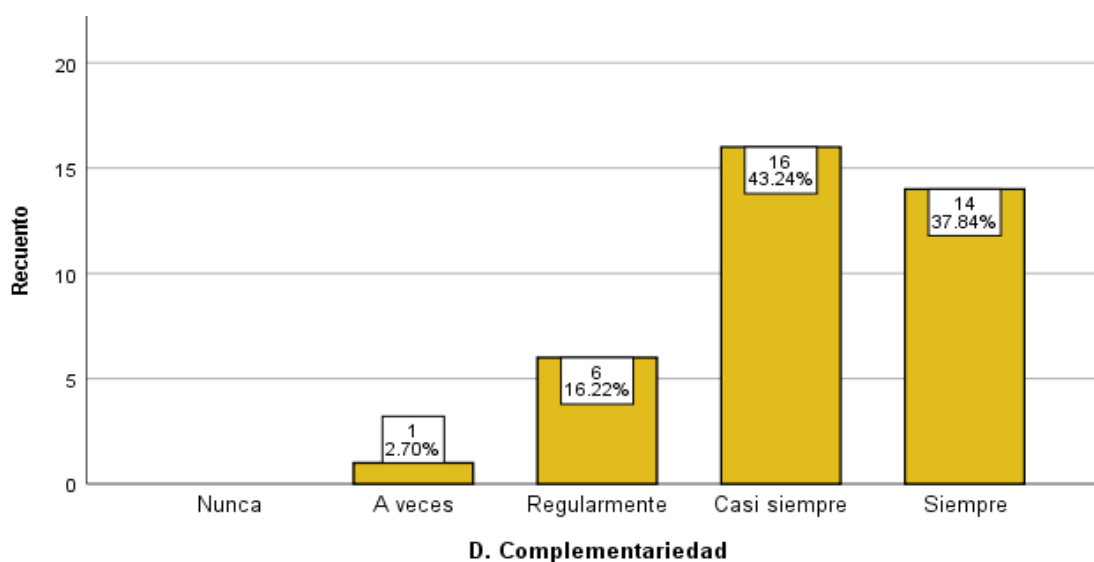
Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	0	0	0%	0%
A veces	1	1	3%	3%

Regularmente	6	7	16%	19%
Casi siempre	16	23	43%	62%
Siempre	14	37	38%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 2

Gráfico de barras de frecuencias de la Dimensión Complementariedad



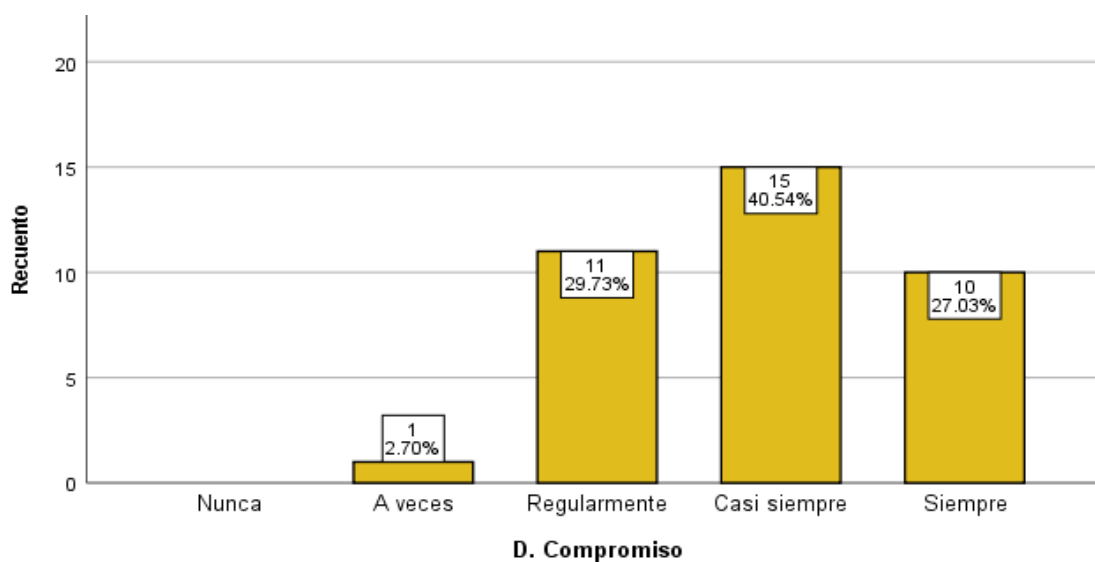
Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia de la Dimensión "Complementariedad". Para el 0% de los trabajadores, 0 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 16% de los trabajadores, 6 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 43% de los trabajadores, 16 de 37, consideran que casi siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 38% de los trabajadores, 14 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 7*Tabla de frecuencias de la Dimensión Compromiso*

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	0	0	0%	0%
A veces	1	1	3%	3%
Regularmente	11	12	30%	32%
Casi siempre	15	27	41%	73%
Siempre	10	37	27%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 3*Gráfico de barras de frecuencias de la Dimensión Compromiso*

Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia de la Dimensión "Compromiso". Para el 0% de los trabajadores, 0 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 30% de

los trabajadores, 11 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 41% de los trabajadores, 15 de 37, consideran que casi siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 8

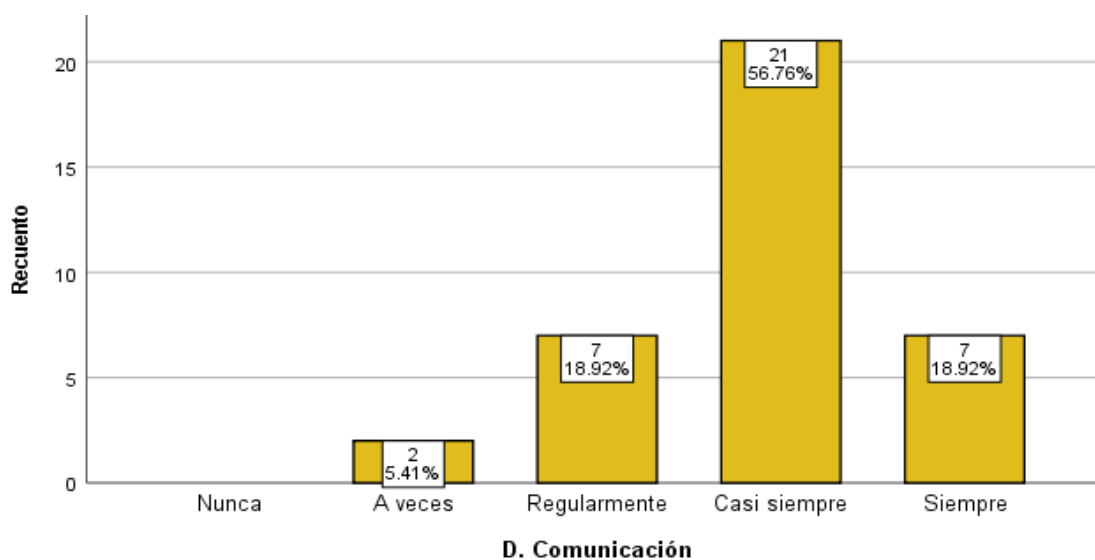
Tabla de frecuencias de la Dimensión Comunicación

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	0	0	0%	0%
A veces	2	2	5%	5%
Regularmente	7	9	19%	24%
Casi siempre	21	30	57%	81%
Siempre	7	37	19%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 4

Gráfico de barras de frecuencias de la Dimensión Comunicación



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia de la Dimensión "Comunicación". Para el 0% de los trabajadores, 0 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 5% de los trabajadores, 2 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 19% de los trabajadores, 7 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 57% de los trabajadores, 21 de 37, consideran que casi siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 19% de los trabajadores, 7 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 9

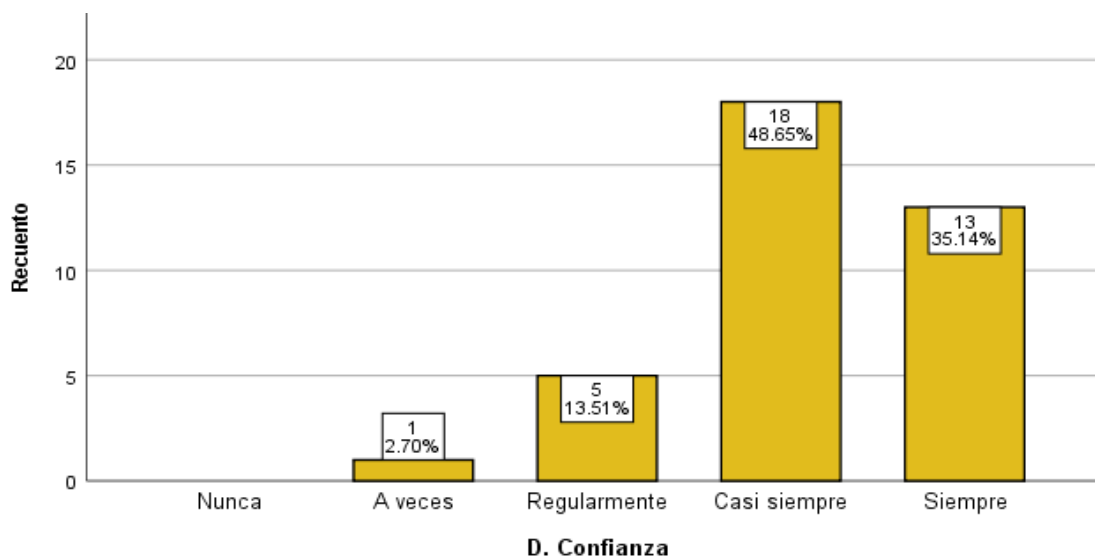
Tabla de frecuencias de la Dimensión Confianza

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	0	0	0%	0%
A veces	1	1	3%	3%
Regularmente	5	6	14%	16%
Casi siempre	18	24	49%	65%
Siempre	13	37	35%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 5

Gráfico de barras de frecuencias de la Dimensión Confianza



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia de la Dimensión "Confianza". Para el 0% de los trabajadores, 0 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 14% de los trabajadores, 5 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 49% de los trabajadores, 18 de 37, consideran que casi siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 35% de los trabajadores, 13 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 10

Tabla de frecuencias de la Dimensión Coordinación

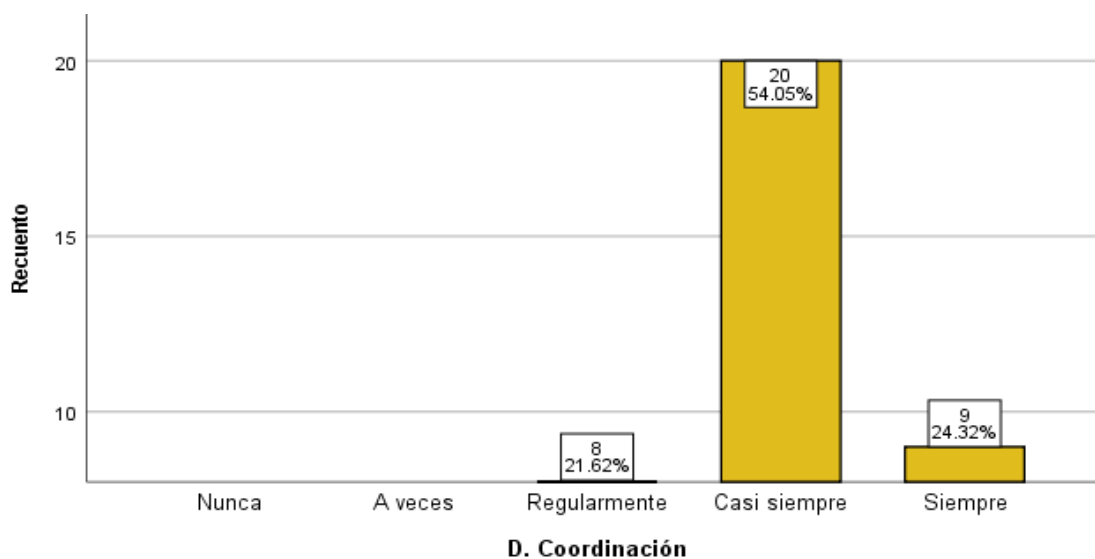
Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	0	0	0%	0%
A veces	0	0	0%	0%
Regularmente	8	8	22%	22%
Casi siempre	20	28	54%	76%

Siempre	9	37	24%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 6

Gráfico de barras de frecuencias de la Dimensión Coordinación



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia de la Dimensión "Coordinación". Para el 0% de los trabajadores, 0 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 0% de los trabajadores, 0 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 54% de los trabajadores, 20 de 37, consideran que casi siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 24% de los trabajadores, 9 de 37, consideran que siempre ocurre.

5.1.2. Resultados de los Ítems del cuestionario para la Variable Trabajo en Equipo

Tabla 11

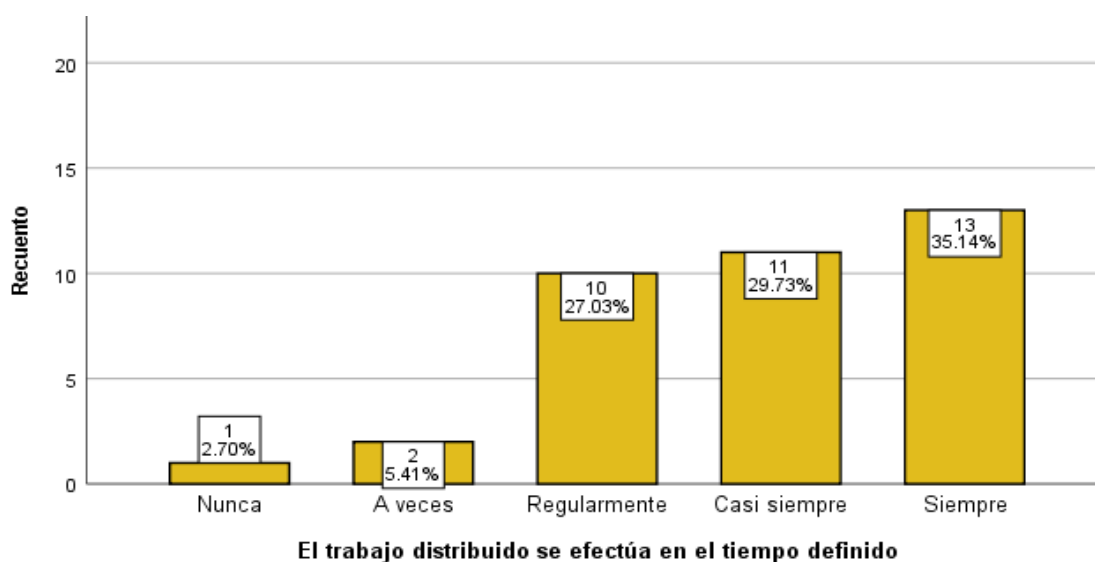
Tabla de frecuencias del Ítem: El trabajo distribuido se efectúa en el tiempo definido

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	1	1	3%	3%
A veces	2	3	5%	8%
Regularmente	10	13	27%	35%
Casi siempre	11	24	30%	65%
Siempre	13	37	35%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 7

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: El trabajo distribuido se efectúa en el tiempo definido



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "El trabajo distribuido se efectúa en el tiempo definido". Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37,

consideran que nunca ocurre. Para el 5% de los trabajadores, 2 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 35% de los trabajadores, 13 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 12

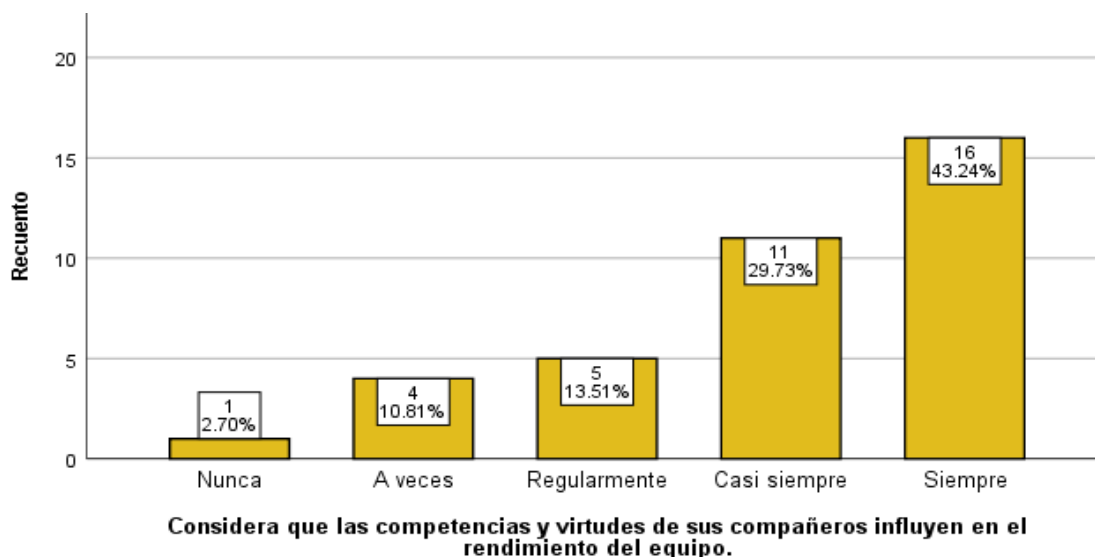
Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que las competencias y virtudes de sus compañeros influyen en el rendimiento del equipo.

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	1	1	3%	3%
A veces	4	5	11%	14%
Regularmente	5	10	14%	27%
Casi siempre	11	21	30%	57%
Siempre	16	37	43%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 8

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que las competencias y virtudes de sus compañeros influyen en el rendimiento del equipo.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Considera que las competencias y virtudes de sus compañeros influyen en el rendimiento del equipo". Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 11% de los trabajadores, 4 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 14% de los trabajadores, 5 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 43% de los trabajadores, 16 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 13

Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que las experiencias y la formación académica de sus compañeros influyen en el rendimiento del equipo.

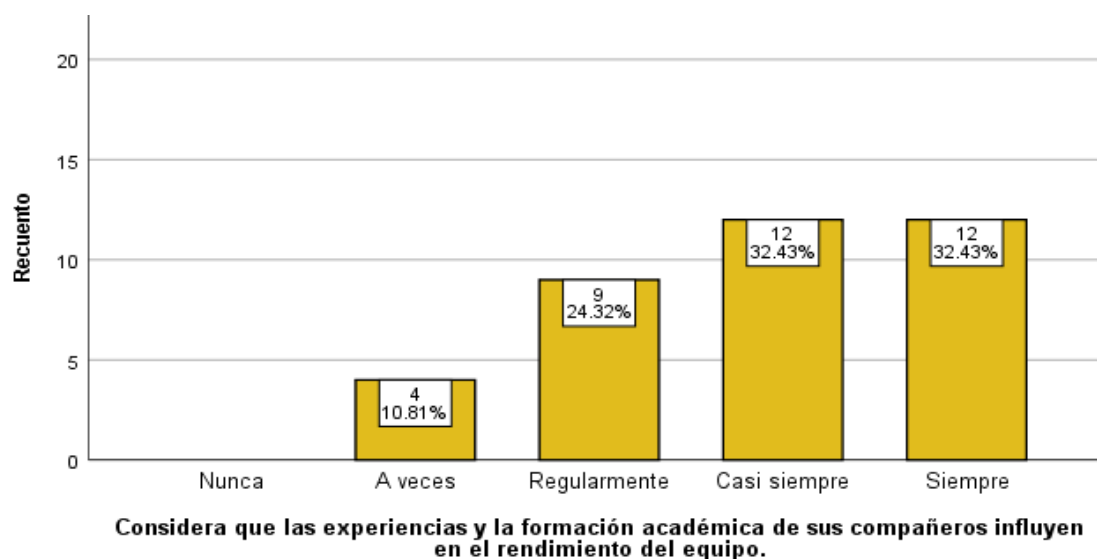
Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	0	0	0%	0%
A veces	4	4	11%	11%
Regularmente	9	13	24%	35%

Casi siempre	12	25	32%	68%
Siempre	12	37	32%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 9

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que las experiencias y la formación académica de sus compañeros influyen en el rendimiento del equipo.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Considera que las experiencias y la formación académica de sus compañeros influyen en el rendimiento del equipo". Para el 0% de los trabajadores, 0 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 11% de los trabajadores, 4 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 24% de los trabajadores, 9 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 32% de los trabajadores, 12 de 37, consideran que casi siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 32% de los trabajadores, 12 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 14

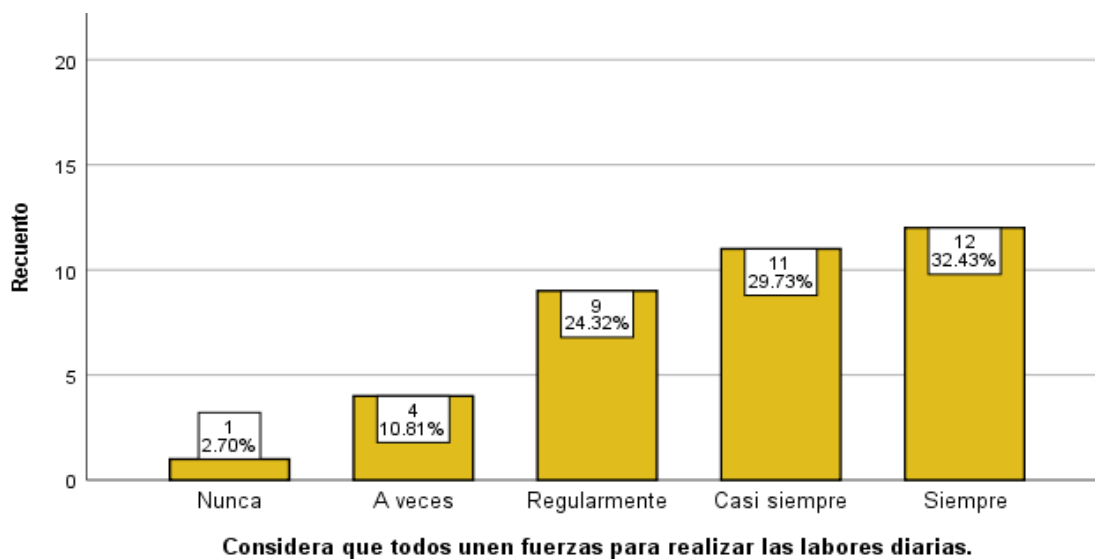
Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que todos unen fuerzas para realizar las labores diarias.

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	1	1	3%	3%
A veces	4	5	11%	14%
Regularmente	9	14	24%	38%
Casi siempre	11	25	30%	68%
Siempre	12	37	32%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 10

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que todos unen fuerzas para realizar las labores diarias.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Considera que todos unen fuerzas para realizar las labores diarias". Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 11% de los trabajadores, 4 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 24% de los trabajadores, 9 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 32% de los trabajadores, 12 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 15

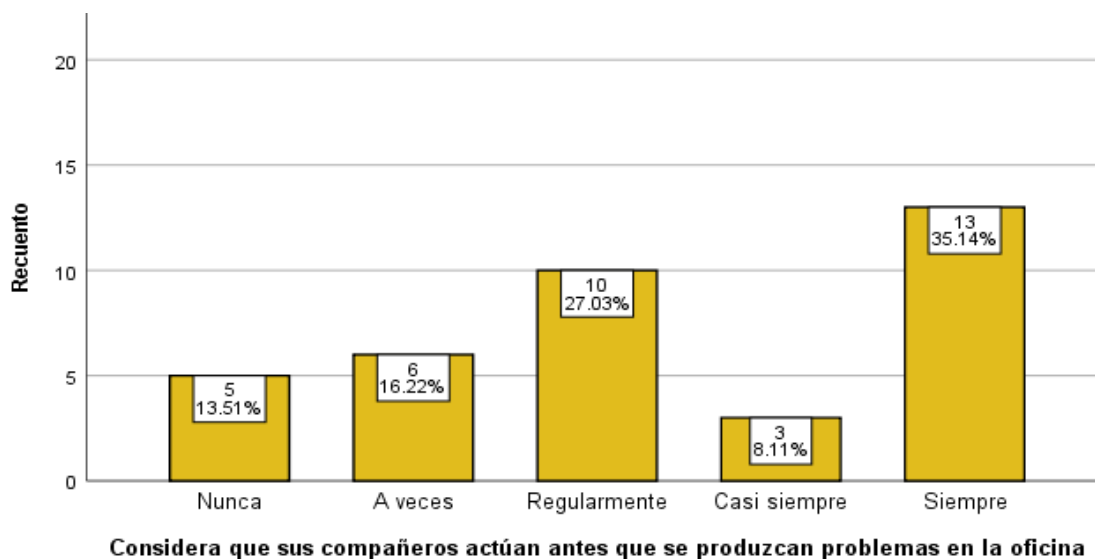
Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros actúan antes que se produzcan problemas en la oficina

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	5	5	14%	14%
A veces	6	11	16%	30%
Regularmente	10	21	27%	57%
Casi siempre	3	24	8%	65%
Siempre	13	37	35%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 11

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros actúan antes que se produzcan problemas en la oficina



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Considera que sus compañeros actúan antes que se produzcan problemas en la oficina". Para el 14% de los trabajadores, 5 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 16% de los trabajadores, 6 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 8% de los trabajadores, 3 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 35% de los trabajadores, 13 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 16

Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros cumplen sus tareas por encima de los intereses personales.

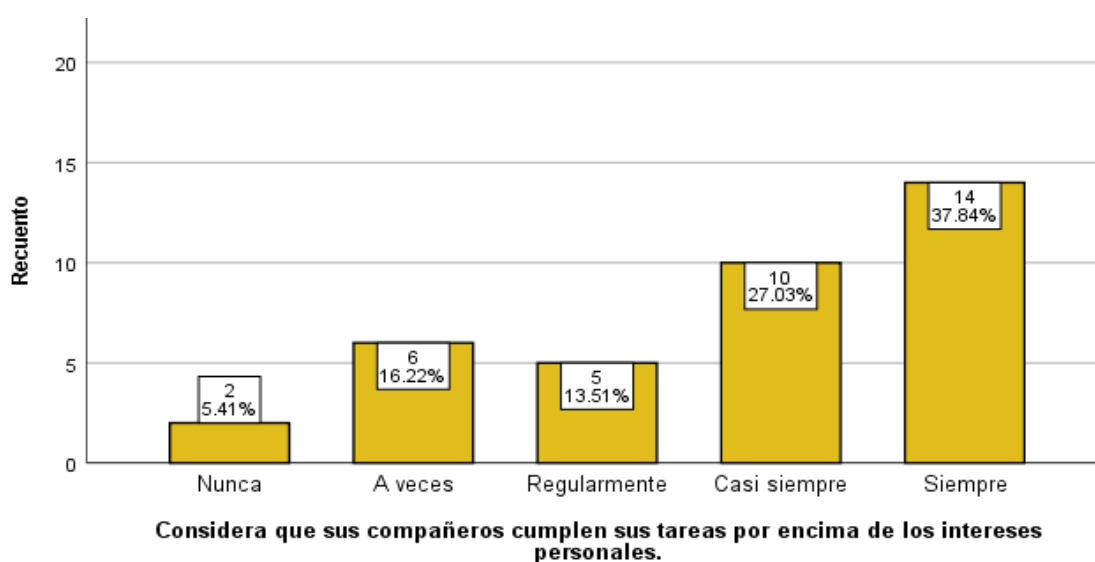
Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	2	2	5%	5%
A veces	6	8	16%	22%
Regularmente	5	13	14%	35%

Casi siempre	10	23	27%	62%
Siempre	14	37	38%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 12

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros cumplen sus tareas por encima de los intereses personales.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Considera que sus compañeros cumplen sus tareas por encima de los intereses personales". Para el 5% de los trabajadores, 2 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 16% de los trabajadores, 6 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 14% de los trabajadores, 5 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 38% de los trabajadores, 14 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 17

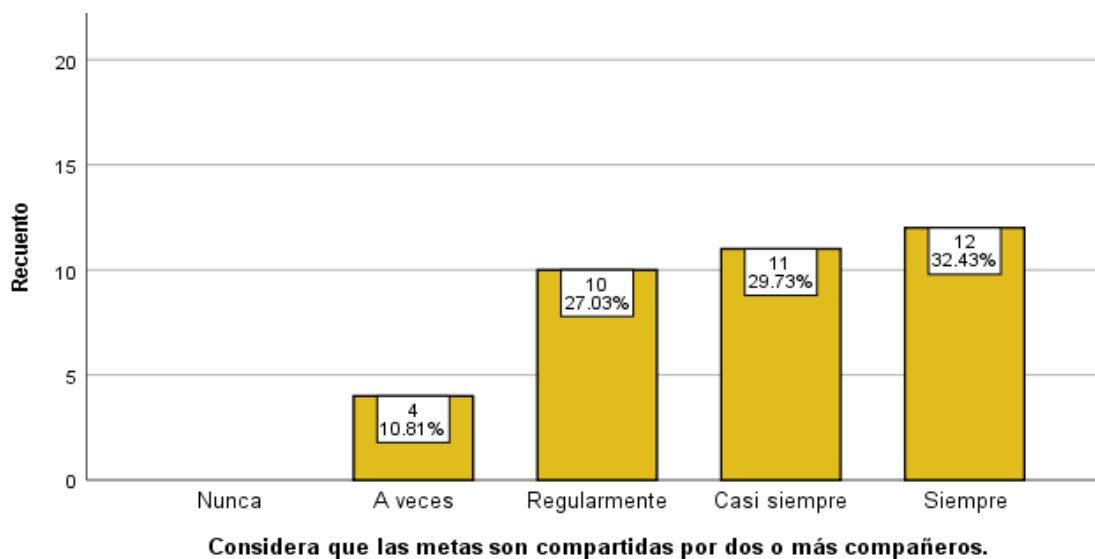
Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que las metas son compartidas por dos o más compañeros.

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	0	0	0%	0%
A veces	4	4	11%	11%
Regularmente	10	14	27%	38%
Casi siempre	11	25	30%	68%
Siempre	12	37	32%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 13

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que las metas son compartidas por dos o más compañeros.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Considera que las metas son compartidas por dos o más compañeros". Para el 0% de los trabajadores, 0 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 11% de los trabajadores, 4 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 32% de los trabajadores, 12 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

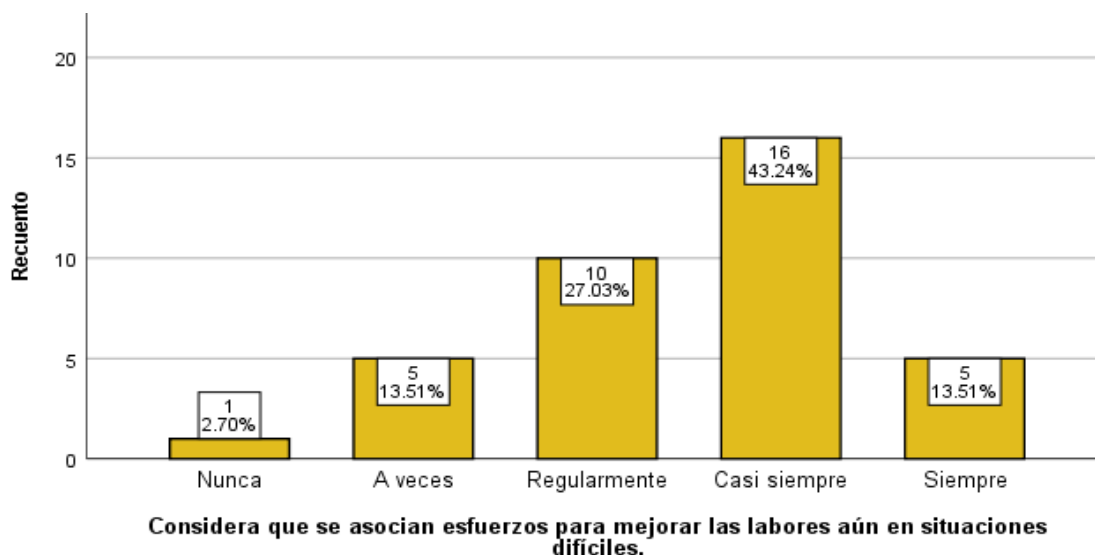
Tabla 18

Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que se asocian esfuerzos para mejorar las labores aún en situaciones difíciles.

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	1	1	3%	3%
A veces	5	6	14%	16%
Regularmente	10	16	27%	43%
Casi siempre	16	32	43%	86%
Siempre	5	37	14%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que se asocian esfuerzos para mejorar las labores aún en situaciones difíciles.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Considera que se asocian esfuerzos para mejorar las labores aún en situaciones difíciles". Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 14% de los trabajadores, 5 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 43% de los trabajadores, 16 de 37, consideran que casi siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 14% de los trabajadores, 5 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 19

Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que los trabajadores de la empresa expresan de forma clara sus puntos de vista.

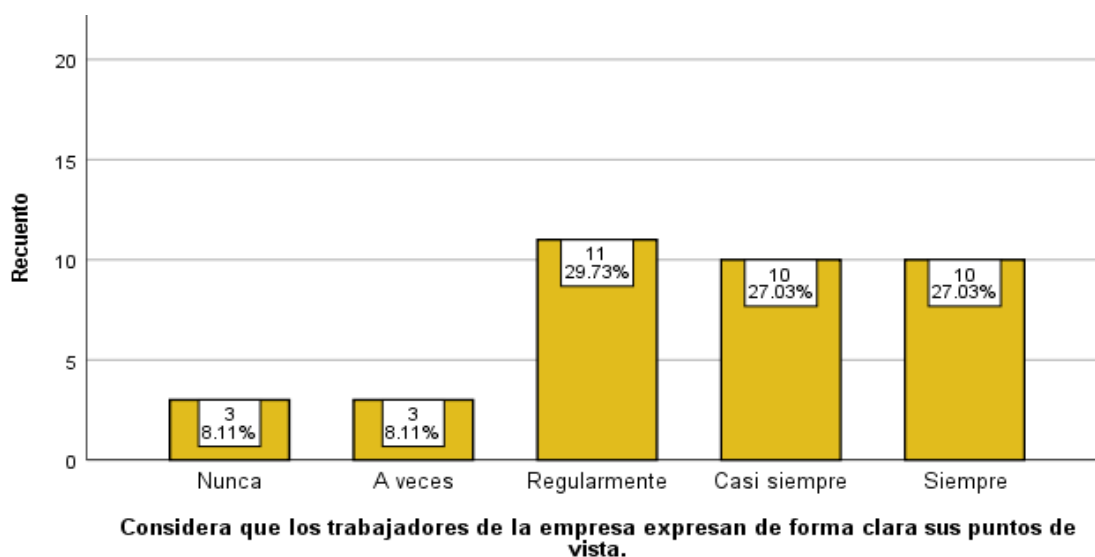
Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	3	3	8%	8%
A veces	3	6	8%	16%
Regularmente	11	17	30%	46%

Casi siempre	10	27	27%	73%
Siempre	10	37	27%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 14

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que los trabajadores de la empresa expresan de forma clara sus puntos de vista.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Considera que los trabajadores de la empresa expresan de forma clara sus puntos de vista". Para el 8% de los trabajadores, 3 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 8% de los trabajadores, 3 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que regularmente ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 20

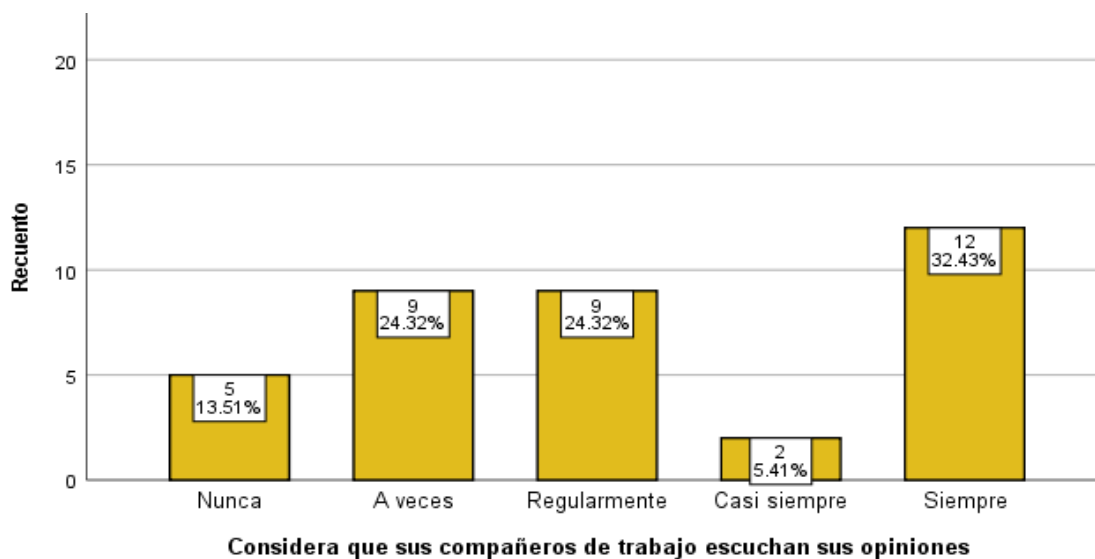
Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros de trabajo escuchan sus opiniones

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	5	5	14%	14%
A veces	9	14	24%	38%
Regularmente	9	23	24%	62%
Casi siempre	2	25	5%	68%
Siempre	12	37	32%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 15

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros de trabajo escuchan sus opiniones



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Considera que sus compañeros de trabajo escuchan sus opiniones". Para el 14% de los trabajadores, 5 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 24% de los trabajadores, 9 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 24% de los trabajadores, 9 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 5% de los trabajadores, 2 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 32% de los trabajadores, 12 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 21

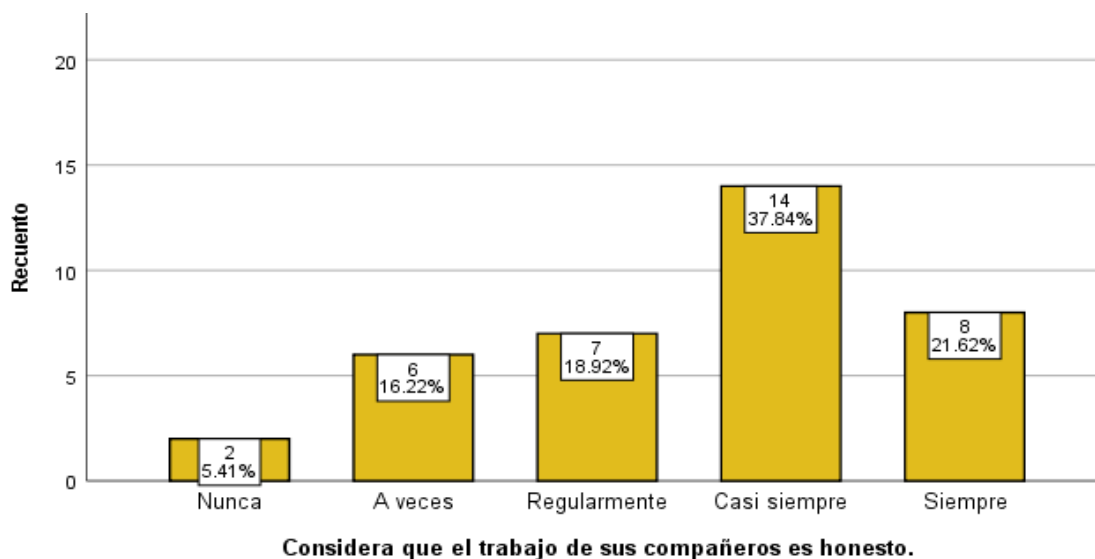
Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que el trabajo de sus compañeros es honesto.

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	2	2	5%	5%
A veces	6	8	16%	22%
Regularmente	7	15	19%	41%
Casi siempre	14	29	38%	78%
Siempre	8	37	22%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 16

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que el trabajo de sus compañeros es honesto.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Considera que el trabajo de sus compañeros es honesto". Para el 5% de los trabajadores, 2 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 16% de los trabajadores, 6 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 19% de los trabajadores, 7 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 38% de los trabajadores, 14 de 37, consideran que casi siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 22

Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros actúan con cordialidad hacia los clientes

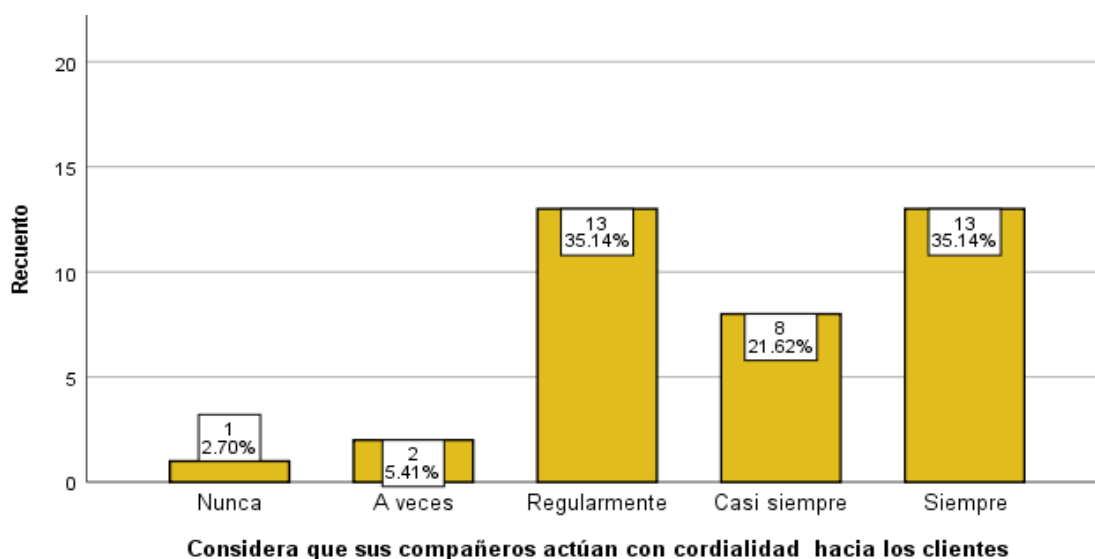
Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	1	1	3%	3%
A veces	2	3	5%	8%
Regularmente	13	16	35%	43%

Casi siempre	8	24	22%	65%
Siempre	13	37	35%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 17

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros actúan con cordialidad hacia los clientes



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Considera que sus compañeros actúan con cordialidad hacia los clientes". Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 5% de los trabajadores, 2 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 35% de los trabajadores, 13 de 37, consideran que regularmente ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 35% de los trabajadores, 13 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 23

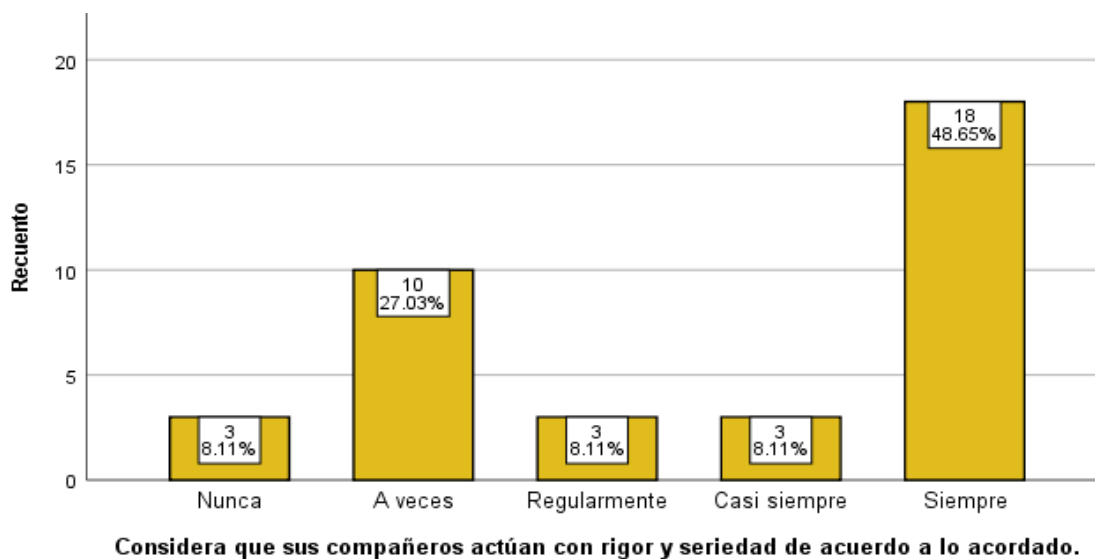
Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros actúan con rigor y seriedad de acuerdo a lo acordado.

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	3	3	8%	8%
A veces	10	13	27%	35%
Regularmente	3	16	8%	43%
Casi siempre	3	19	8%	51%
Siempre	18	37	49%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 18

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros actúan con rigor y seriedad de acuerdo a lo acordado.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Considera que sus compañeros actúan con rigor y seriedad de acuerdo a lo acordado". Para el 8% de los trabajadores, 3 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 8% de los trabajadores, 3 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 8% de los trabajadores, 3 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 8% de los trabajadores, 3 de 37, consideran que siempre ocurre. Para el 49% de los trabajadores, 18 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 24

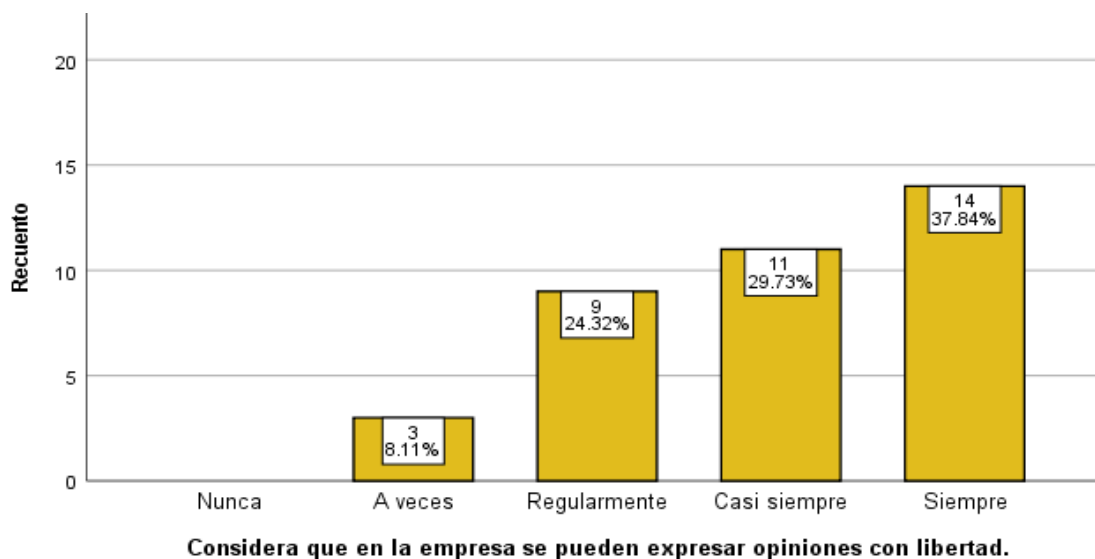
Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que en la empresa se pueden expresar opiniones con libertad.

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	0	0	0%	0%
A veces	3	3	8%	8%
Regularmente	9	12	24%	32%
Casi siempre	11	23	30%	62%
Siempre	14	37	38%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 19

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que en la empresa se pueden expresar opiniones con libertad.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Considera que en la empresa se pueden expresar opiniones con libertad". Para el 0% de los trabajadores, 0 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 8% de los trabajadores, 3 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 24% de los trabajadores, 9 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 38% de los trabajadores, 14 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 25

Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que existe confianza entre compañeros para delegar labores diarias.

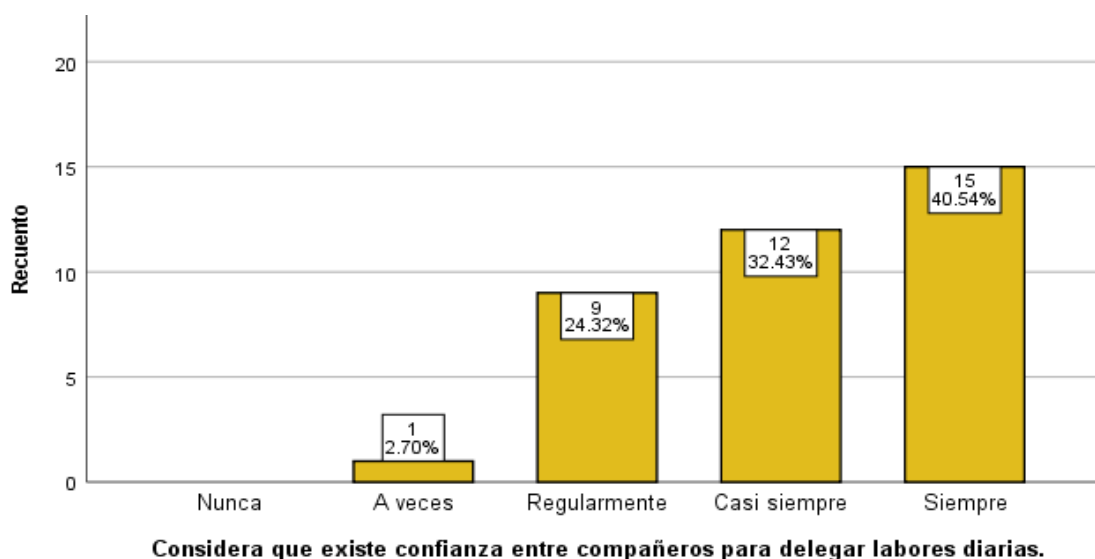
Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	0	0	0%	0%
A veces	1	1	3%	3%
Regularmente	9	10	24%	27%

Casi siempre	12	22	32%	59%
Siempre	15	37	41%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 20

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que existe confianza entre compañeros para delegar labores diarias.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Considera que existe confianza entre compañeros para delegar labores diarias". Para el 0% de los trabajadores, 0 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 24% de los trabajadores, 9 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 32% de los trabajadores, 12 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 41% de los trabajadores, 15 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 26

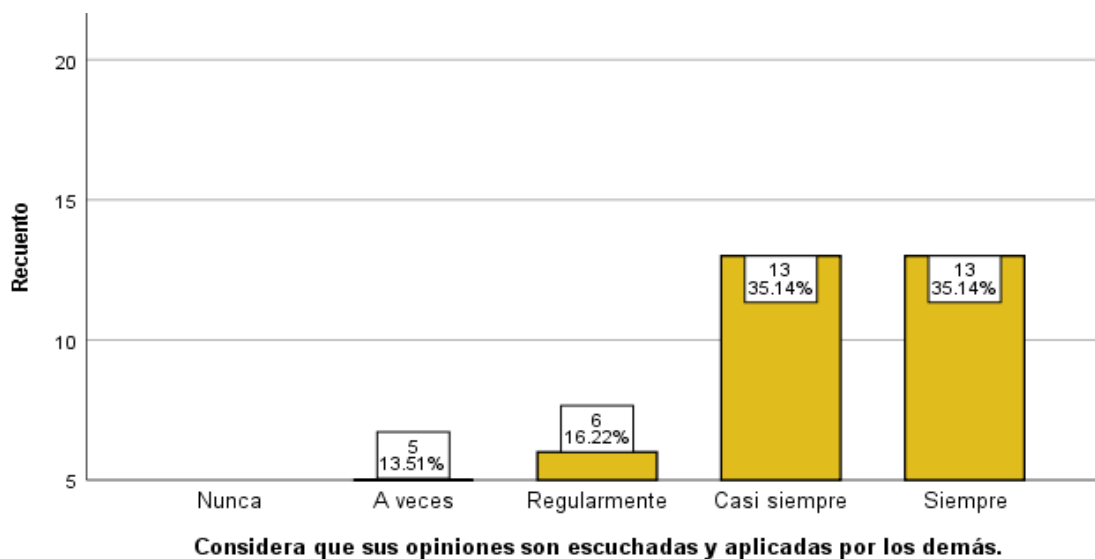
Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que sus opiniones son escuchadas y aplicadas por los demás.

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	0	0	0%	0%
A veces	5	5	14%	14%
Regularmente	6	11	16%	30%
Casi siempre	13	24	35%	65%
Siempre	13	37	35%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 21

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que sus opiniones son escuchadas y aplicadas por los demás.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Considera que sus opiniones son escuchadas y aplicadas por los demás". Para el 0% de los trabajadores, 0 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 14% de los trabajadores, 5 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 16% de los trabajadores, 6 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 35% de los trabajadores, 13 de 37, consideran que casi siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 35% de los trabajadores, 13 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 27

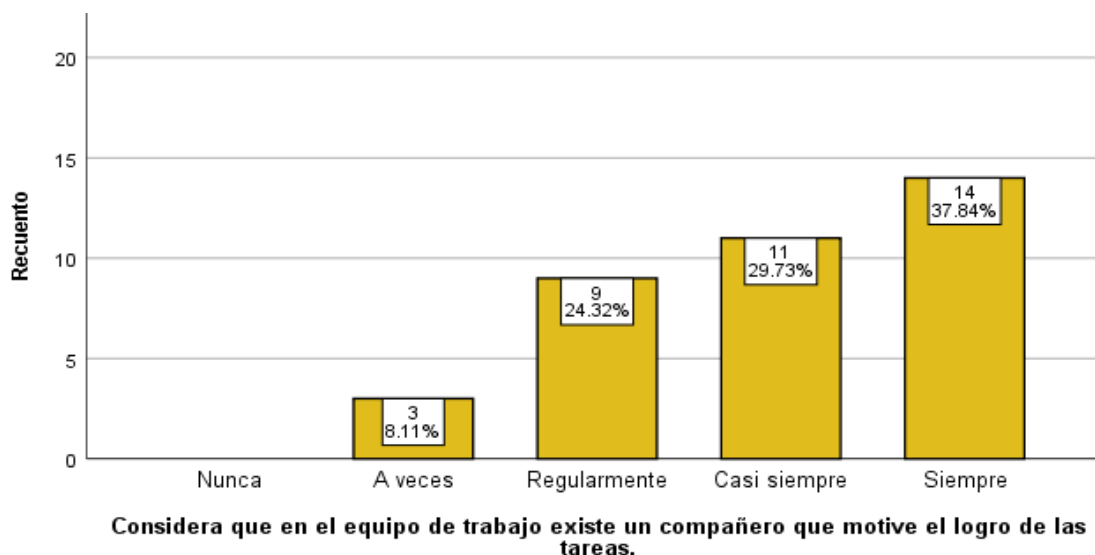
Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que en el equipo de trabajo existe un compañero que motive el logro de las tareas.

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	0	0	0%	0%
A veces	3	3	8%	8%
Regularmente	9	12	24%	32%
Casi siempre	11	23	30%	62%
Siempre	14	37	38%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 22

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que en el equipo de trabajo existe un compañero que motive el logro de las tareas.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Considera que en el equipo de trabajo existe un compañero que motive el logro de las tareas". Para el 0% de los trabajadores, 0 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 8% de los trabajadores, 3 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 24% de los trabajadores, 9 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 38% de los trabajadores, 14 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 28

Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que en la empresa están definidas claramente las funciones de cada trabajador.

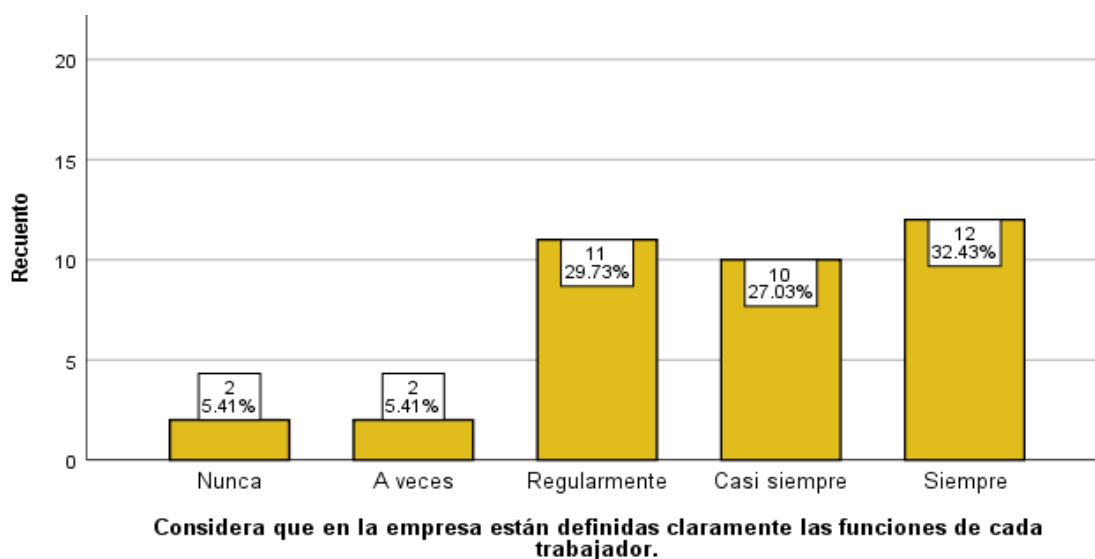
Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	2	2	5%	5%
A veces	2	4	5%	11%
Regularmente	11	15	30%	41%

Casi siempre	10	25	27%	68%
Siempre	12	37	32%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 23

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que en la empresa están definidas claramente las funciones de cada trabajador.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Considera que en la empresa están definidas claramente las funciones de cada trabajador". Para el 5% de los trabajadores, 2 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 5% de los trabajadores, 2 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 32% de los trabajadores, 12 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 29

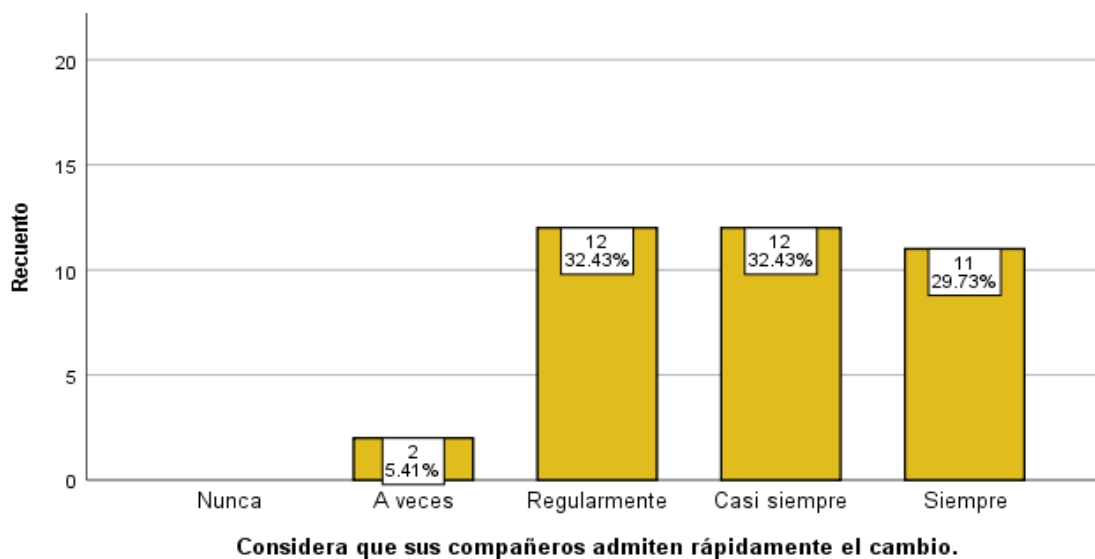
Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros admiten rápidamente el cambio.

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	0	0	0%	0%
A veces	2	2	5%	5%
Regularmente	12	14	32%	38%
Casi siempre	12	26	32%	70%
Siempre	11	37	30%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 24

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que sus compañeros admiten rápidamente el cambio.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Considera que sus compañeros admiten rápidamente el cambio". Para el 0% de los trabajadores, 0 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 5% de los trabajadores, 2 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 32% de los trabajadores, 12 de 37, consideran que regularmente ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 32% de los trabajadores, 12 de 37, consideran que casi siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 30

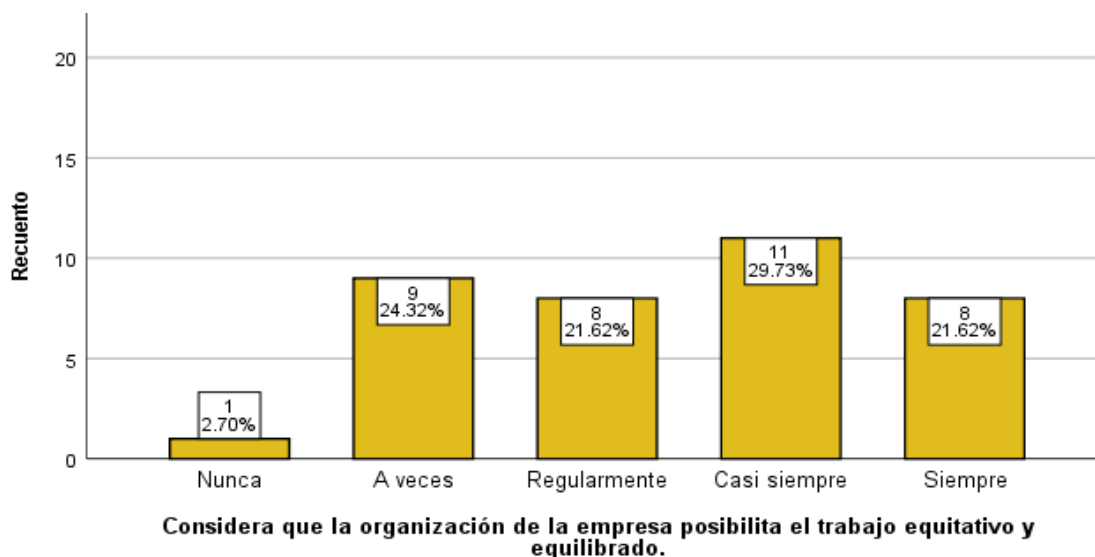
Tabla de frecuencias del Ítem: Considera que la organización de la empresa posibilita el trabajo equitativo y equilibrado.

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	1	1	3%	3%
A veces	9	10	24%	27%
Regularmente	8	18	22%	49%
Casi siempre	11	29	30%	78%
Siempre	8	37	22%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 25

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Considera que la organización de la empresa posibilita el trabajo equitativo y equilibrado.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Considera que la organización de la empresa posibilita el trabajo equitativo y equilibrado". Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 24% de los trabajadores, 9 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que casi siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que siempre ocurre.

5.1.3. Resultados de la Variable Calidad de Servicio y sus dimensiones

Tabla 31

Tabla de frecuencias de la Variable V. Calidad de Servicio

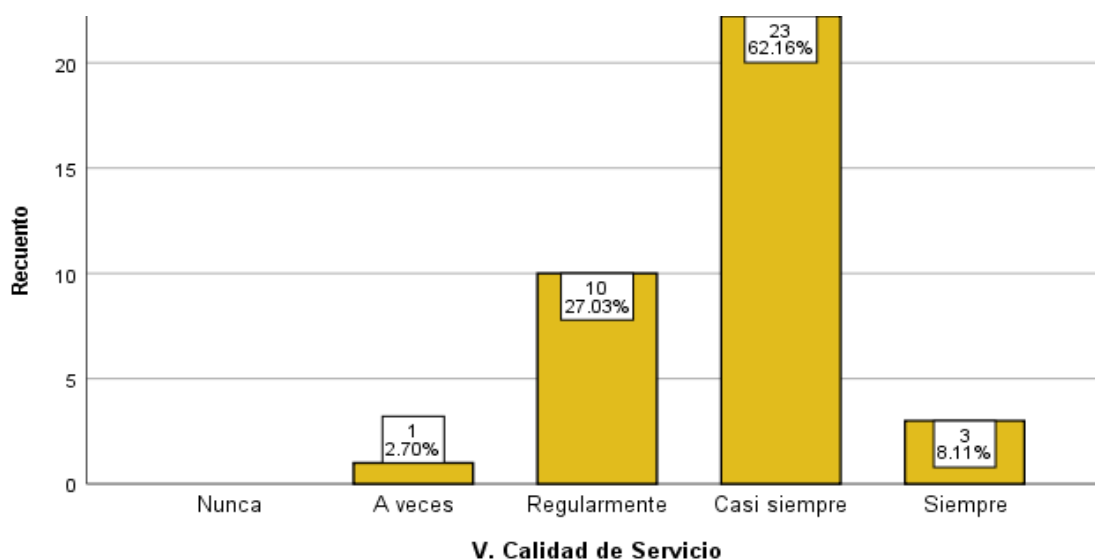
Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	0	0	0%	0%

A veces	1	1	3%	3%
Regularmente	10	11	27%	30%
Casi siempre	23	34	62%	92%
Siempre	3	37	8%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 26

Gráfico de barras de frecuencias de la Variable V. Calidad de Servicio



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia de la Variable "V. Calidad de Servicio". Para el 0% de los trabajadores, 0 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 62% de los trabajadores, 23 de 37, consideran que casi siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 8% de los trabajadores, 3 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 32

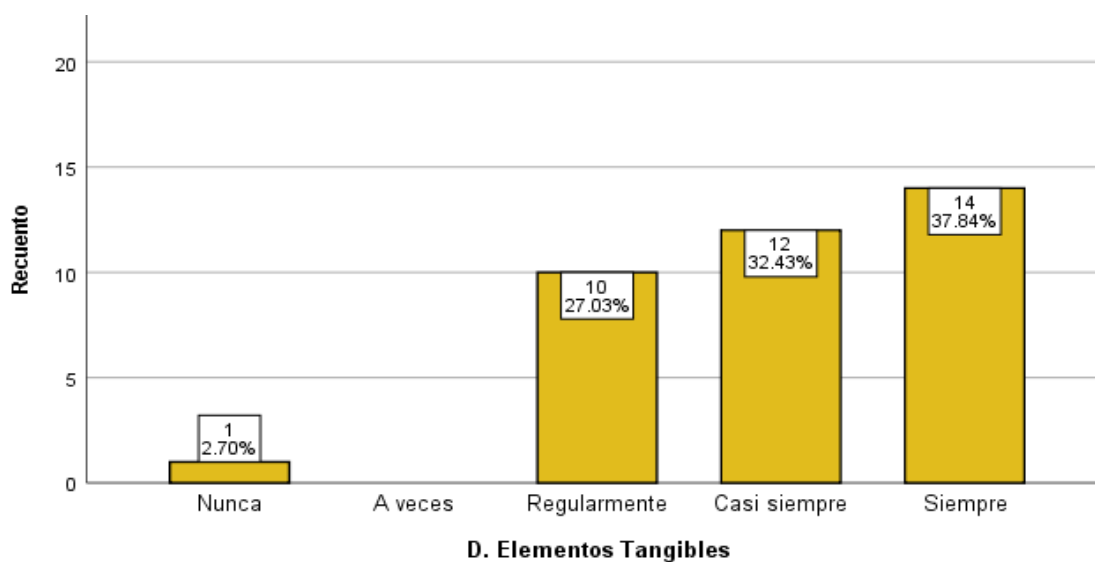
Tabla de frecuencias de la Dimensión Elementos Tangibles

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	1	1	3%	3%
A veces	0	1	0%	3%
Regularmente	10	11	27%	30%
Casi siempre	12	23	32%	62%
Siempre	14	37	38%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 27

Gráfico de barras de frecuencias de la Dimensión Elementos Tangibles



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia de la Dimensión "Elementos Tangibles". Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 0% de los trabajadores, 0 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el

27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 32% de los trabajadores, 12 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 38% de los trabajadores, 14 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 33

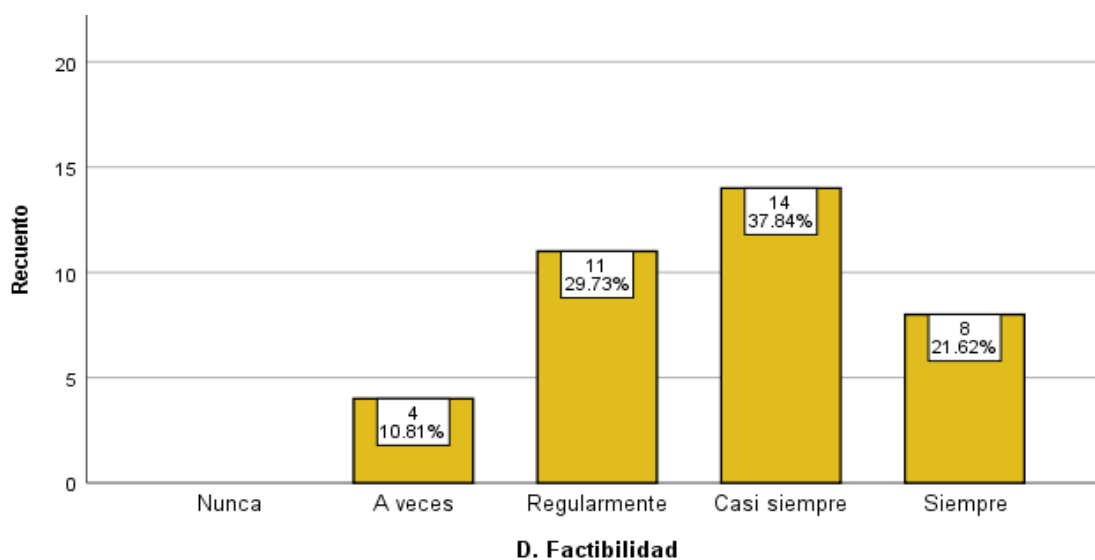
Tabla de frecuencias de la Dimensión Factibilidad

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	0	0	0%	0%
A veces	4	4	11%	11%
Regularmente	11	15	30%	41%
Casi siempre	14	29	38%	78%
Siempre	8	37	22%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 28

Gráfico de barras de frecuencias de la Dimensión Factibilidad



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia de la Dimensión "Factibilidad". Para el 0% de los trabajadores, 0 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 11% de los trabajadores, 4 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 38% de los trabajadores, 14 de 37, consideran que casi siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 34

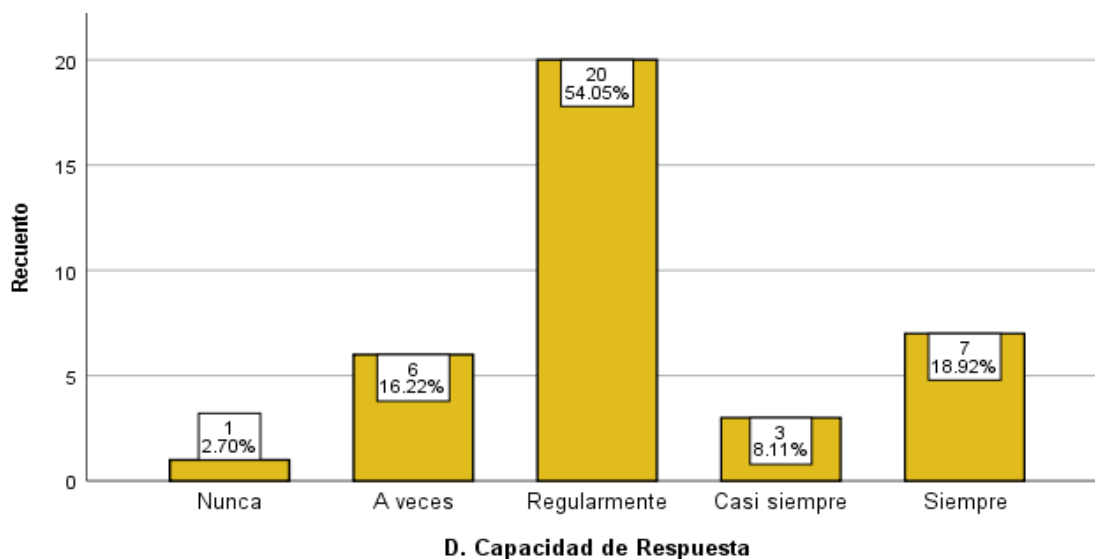
Tabla de frecuencias de la Dimensión Capacidad de Respuesta

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	1	1	3%	3%
A veces	6	7	16%	19%
Regularmente	20	27	54%	73%
Casi siempre	3	30	8%	81%
Siempre	7	37	19%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 29

Gráfico de barras de frecuencias de la Dimensión Capacidad de Respuesta



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia de la Dimensión "Capacidad de Respuesta". Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 16% de los trabajadores, 6 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 54% de los trabajadores, 20 de 37, consideran que regularmente ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 8% de los trabajadores, 3 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 19% de los trabajadores, 7 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 35

Tabla de frecuencias de la Dimensión Seguridad

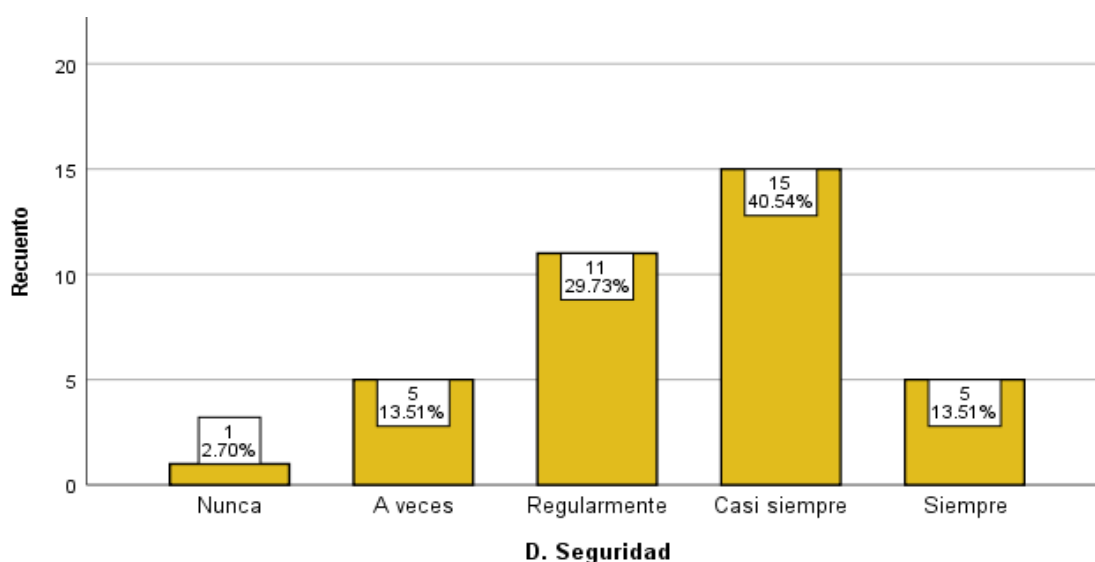
Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	1	1	3%	3%
A veces	5	6	14%	16%
Regularmente	11	17	30%	46%
Casi siempre	15	32	41%	86%

Siempre	5	37	14%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 30

Gráfico de barras de frecuencias de la Dimensión Seguridad



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia de la Dimensión "Seguridad". Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 14% de los trabajadores, 5 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 41% de los trabajadores, 15 de 37, consideran que casi siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 14% de los trabajadores, 5 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 36

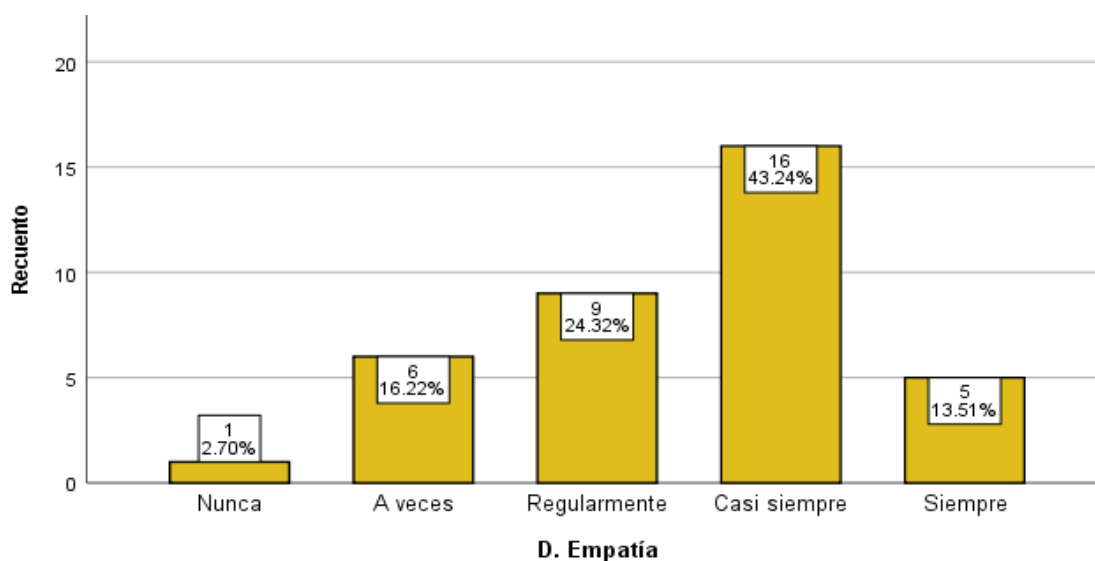
Tabla de frecuencias de la Dimensión Empatía

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	1	1	3%	3%
A veces	6	7	16%	19%
Regularmente	9	16	24%	43%
Casi siempre	16	32	43%	86%
Siempre	5	37	14%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 31

Gráfico de barras de frecuencias de la Dimensión Empatía



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia de la Dimensión "Empatía". Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 16% de los trabajadores, 6 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 24% de los trabajadores, 9 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 43% de los trabajadores, 16 de 37, consideran que casi siempre ocurre; siendo la categoría con la

mayor frecuencia. Para el 14% de los trabajadores, 5 de 37, consideran que siempre ocurre.

5.1.4. Resultados de los Ítems del cuestionario para la Variable Calidad de Servicio

Tabla 37

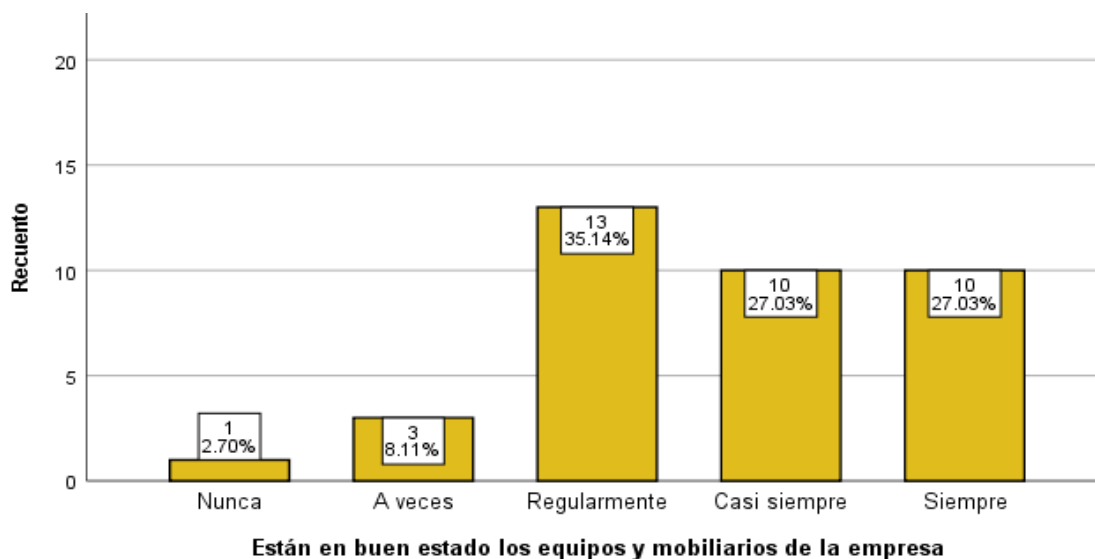
Tabla de frecuencias del Ítem: Están en buen estado los equipos y mobiliarios de la empresa

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	1	1	3%	3%
A veces	3	4	8%	11%
Regularmente	13	17	35%	46%
Casi siempre	10	27	27%	73%
Siempre	10	37	27%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 32

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Están en buen estado los equipos y mobiliarios de la empresa



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Están en buen estado los equipos y mobiliarios de la empresa". Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 8% de los trabajadores, 3 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 35% de los trabajadores, 13 de 37, consideran que regularmente ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 38

Tabla de frecuencias del Ítem: Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas.

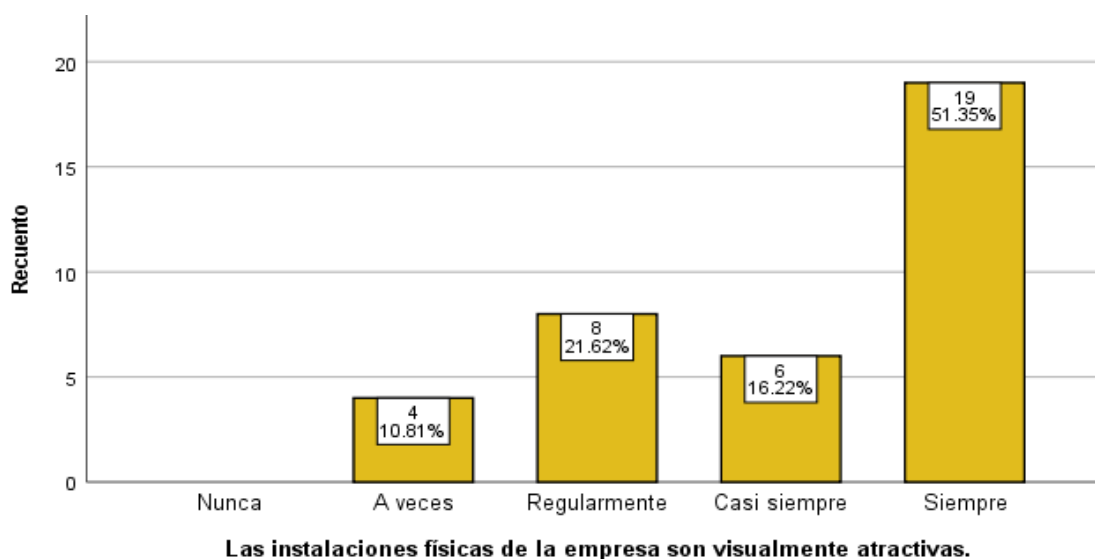
Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	0	0	0%	0%
A veces	4	4	11%	11%
Regularmente	8	12	22%	32%

Casi siempre	6	18	16%	49%
Siempre	19	37	51%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 33

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: *Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas.*



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas". Para el 0% de los trabajadores, 0 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 11% de los trabajadores, 4 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 16% de los trabajadores, 6 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 51% de los trabajadores, 19 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 39

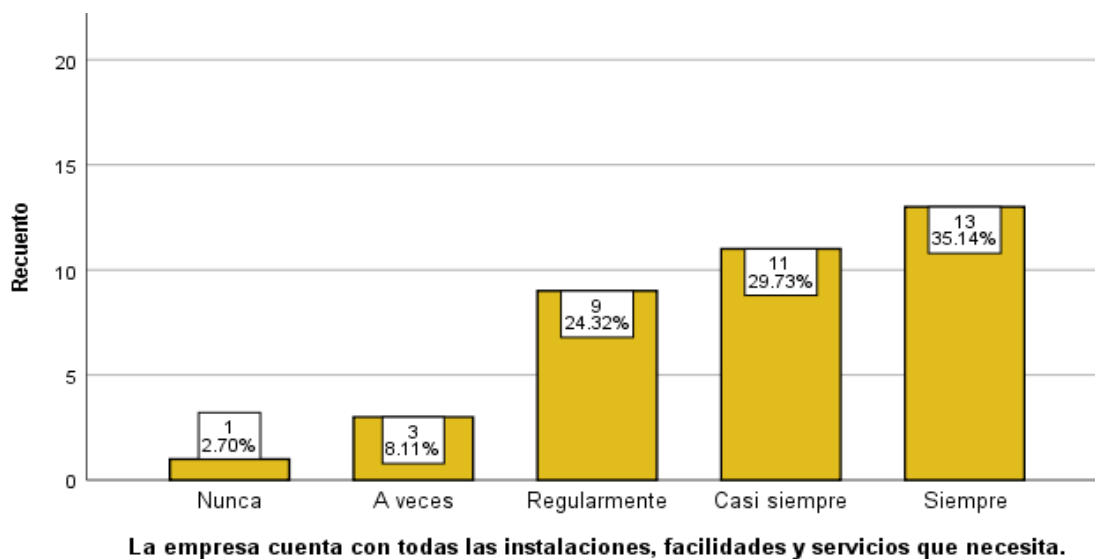
Tabla de frecuencias del Ítem: La empresa cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesita.

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	1	1	3%	3%
A veces	3	4	8%	11%
Regularmente	9	13	24%	35%
Casi siempre	11	24	30%	65%
Siempre	13	37	35%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 34

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: La empresa cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesita.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "La empresa cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesita". Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 8% de los trabajadores, 3 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 24% de los trabajadores, 9 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 35% de los trabajadores, 13 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 40

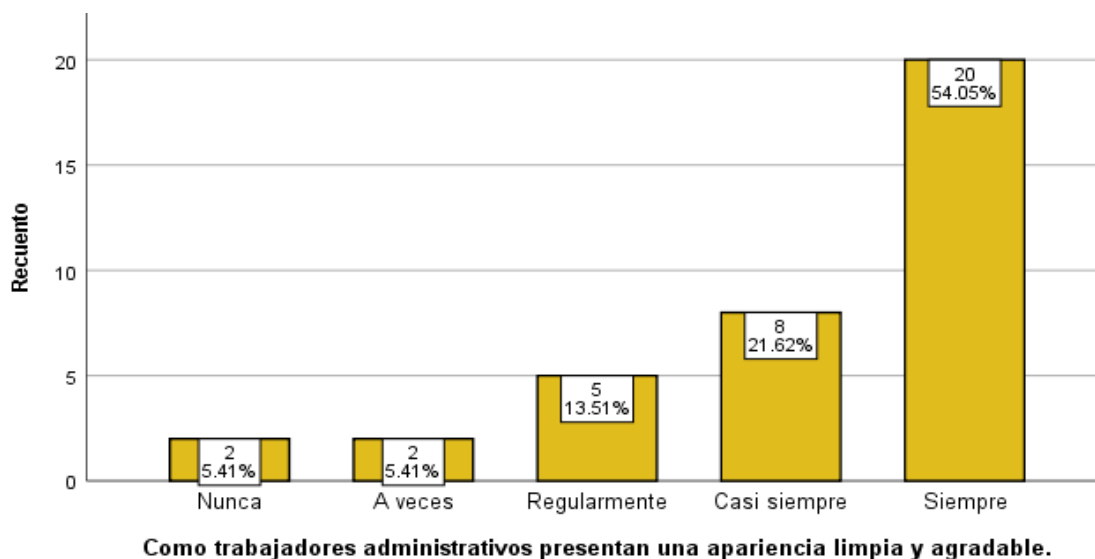
Tabla de frecuencias del Ítem: Como trabajadores administrativos presentan una apariencia limpia y agradable.

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	2	2	5%	5%
A veces	2	4	5%	11%
Regularmente	5	9	14%	24%
Casi siempre	8	17	22%	46%
Siempre	20	37	54%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 35

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Como trabajadores administrativos presentan una apariencia limpia y agradable.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia de la "Como trabajadores administrativos presentan una apariencia limpia y agradable". Para el 5% de los trabajadores, 2 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 5% de los trabajadores, 2 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 14% de los trabajadores, 5 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 54% de los trabajadores, 20 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 41

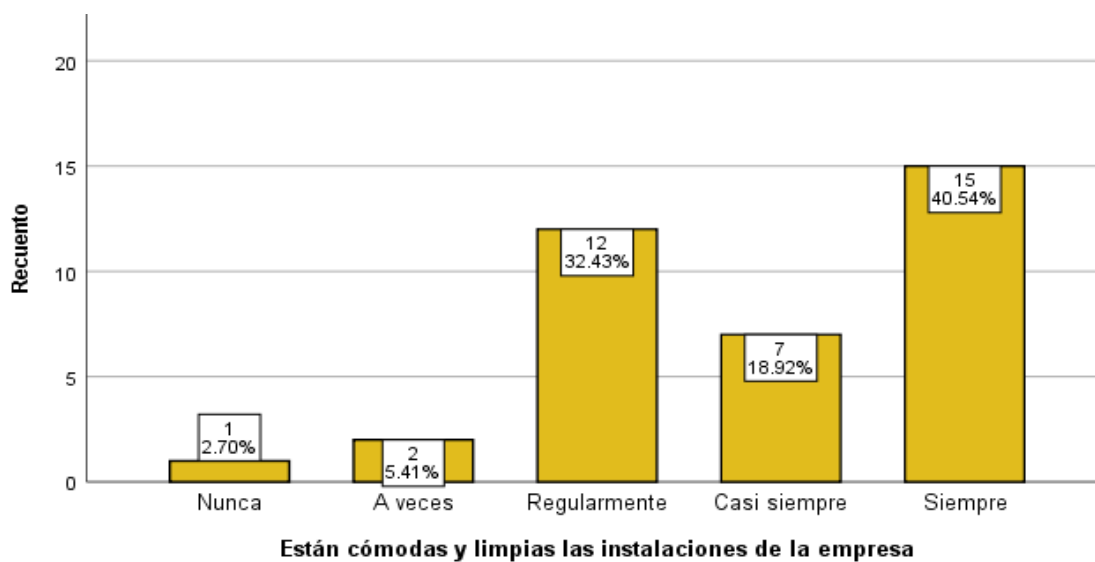
Tabla de frecuencias del Ítem: Están cómodas y limpias las instalaciones de la empresa

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	1	1	3%	3%
A veces	2	3	5%	8%
Regularmente	12	15	32%	41%
Casi siempre	7	22	19%	59%

Siempre	15	37	41%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Están cómodas y limpias las instalaciones de la empresa



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Están cómodas y limpias las instalaciones de la empresa". Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 5% de los trabajadores, 2 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 32% de los trabajadores, 12 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 19% de los trabajadores, 7 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 41% de los trabajadores, 15 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 42

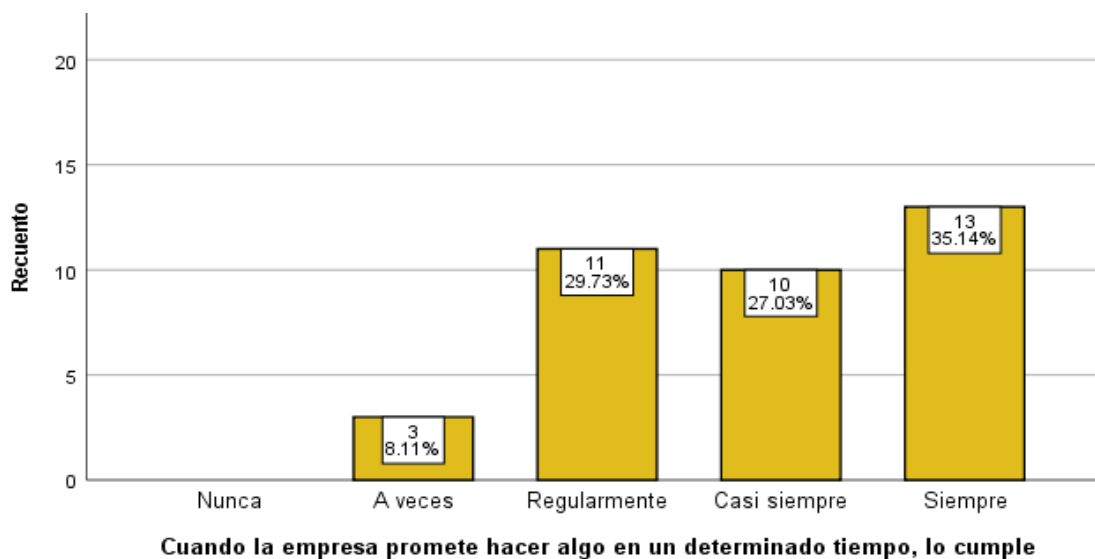
Tabla de frecuencias del Ítem: Cuando la empresa promete hacer algo en un determinado tiempo, lo cumple

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	0	0	0%	0%
A veces	3	3	8%	8%
Regularmente	11	14	30%	38%
Casi siempre	10	24	27%	65%
Siempre	13	37	35%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 36

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Cuando la empresa promete hacer algo en un determinado tiempo, lo cumple



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Cuando la empresa promete hacer algo en un determinado tiempo, lo cumple". Para el 0% de los trabajadores, 0 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 8% de los trabajadores, 3 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 35% de los trabajadores, 13 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 43

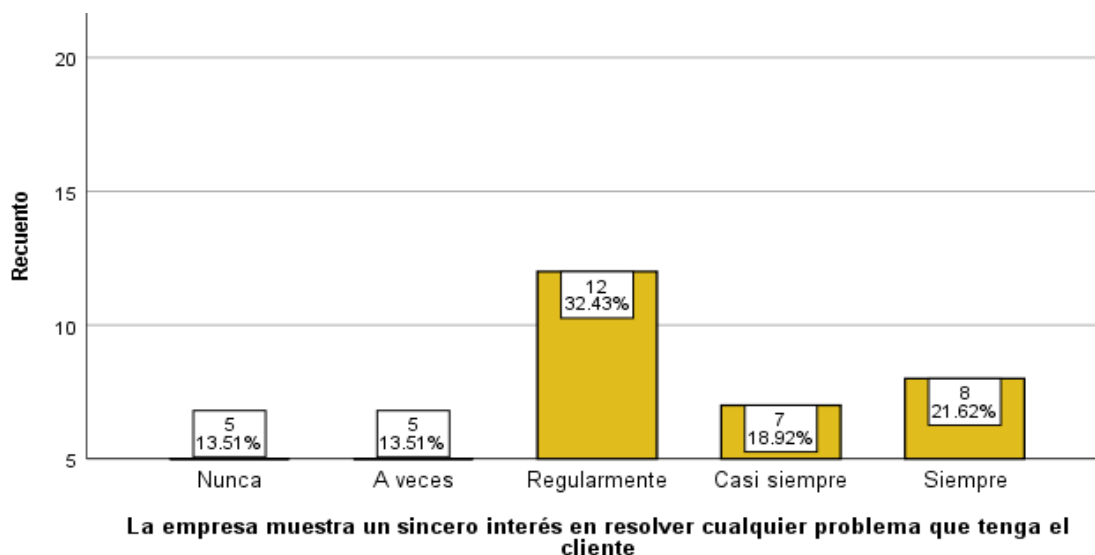
Tabla de frecuencias del Ítem: La empresa muestra un sincero interés en resolver cualquier problema que tenga el cliente

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	5	5	14%	14%
A veces	5	10	14%	27%
Regularmente	12	22	32%	59%
Casi siempre	7	29	19%	78%
Siempre	8	37	22%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 37

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: La empresa muestra un sincero interés en resolver cualquier problema que tenga el cliente



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "La empresa muestra un sincero interés en resolver cualquier problema que tenga el cliente". Para el 14% de los trabajadores, 5 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 14% de los trabajadores, 5 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 32% de los trabajadores, 12 de 37, consideran que regularmente ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 19% de los trabajadores, 7 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 44

Tabla de frecuencias del Ítem: La empresa desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez

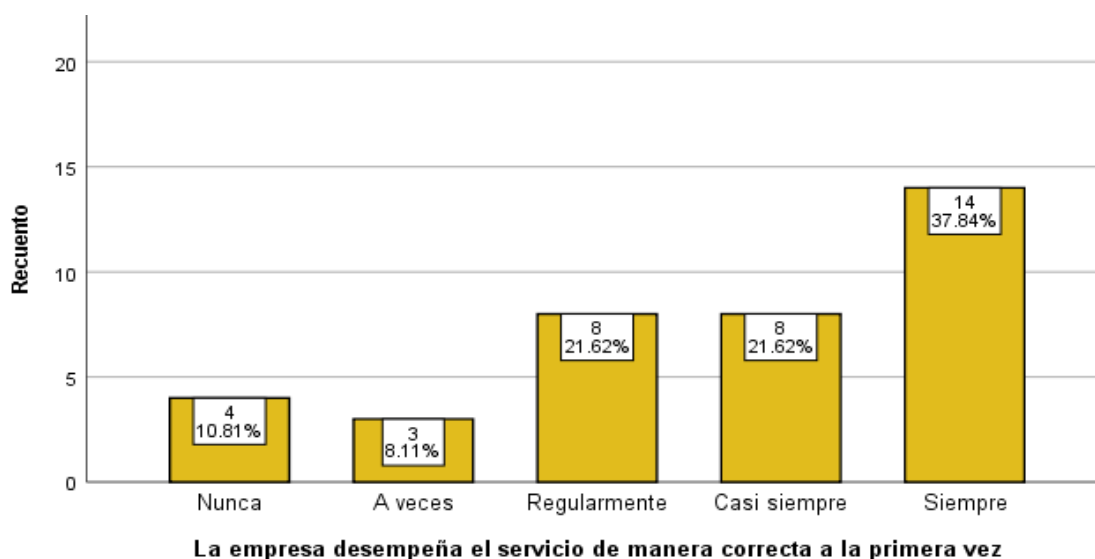
Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	4	4	11%	11%
A veces	3	7	8%	19%
Regularmente	8	15	22%	41%

Casi siempre	8	23	22%	62%
Siempre	14	37	38%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 38

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: La empresa desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "La empresa desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez". Para el 11% de los trabajadores, 4 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 8% de los trabajadores, 3 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 38% de los trabajadores, 14 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 45

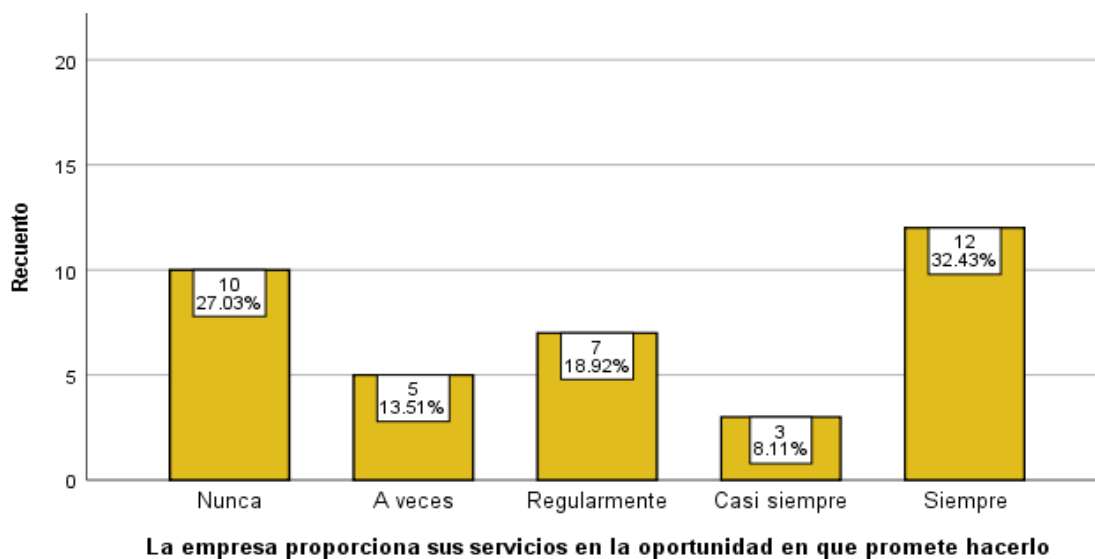
Tabla de frecuencias del Ítem: La empresa proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	10	10	27%	27%
A veces	5	15	14%	41%
Regularmente	7	22	19%	59%
Casi siempre	3	25	8%	68%
Siempre	12	37	32%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 39

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: La empresa proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "La empresa proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo". Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 14% de los trabajadores, 5 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 19% de los trabajadores, 7 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 8% de los trabajadores, 3 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 32% de los trabajadores, 12 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 46

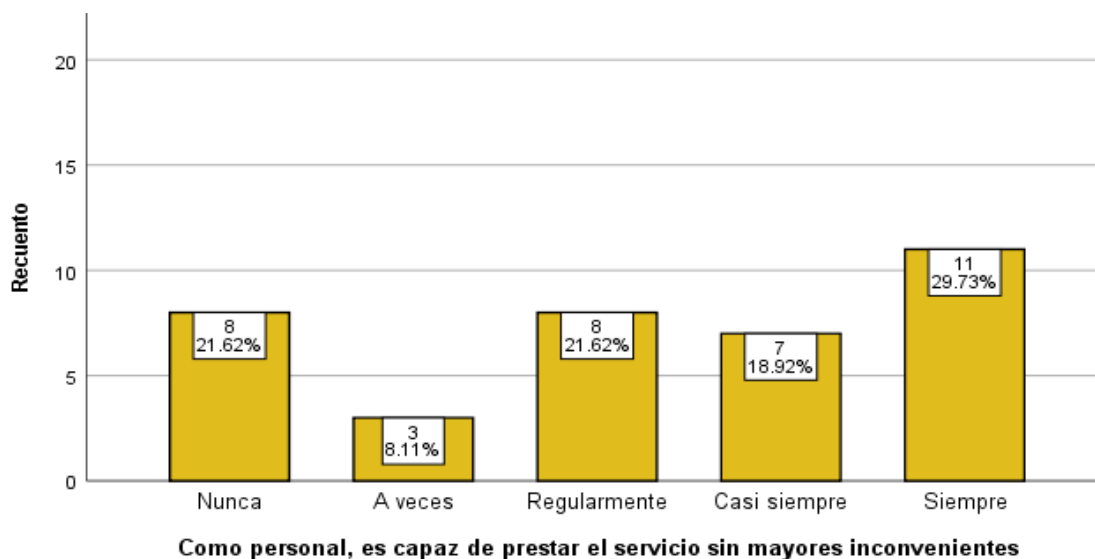
Tabla de frecuencias del Ítem: Como personal, es capaz de prestar el servicio sin mayores inconvenientes

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	8	8	22%	22%
A veces	3	11	8%	30%
Regularmente	8	19	22%	51%
Casi siempre	7	26	19%	70%
Siempre	11	37	30%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 40

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Como personal, es capaz de prestar el servicio sin mayores inconvenientes



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Como personal, es capaz de prestar el servicio sin mayores inconvenientes". Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 8% de los trabajadores, 3 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 19% de los trabajadores, 7 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 47

Tabla de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar el servicio.

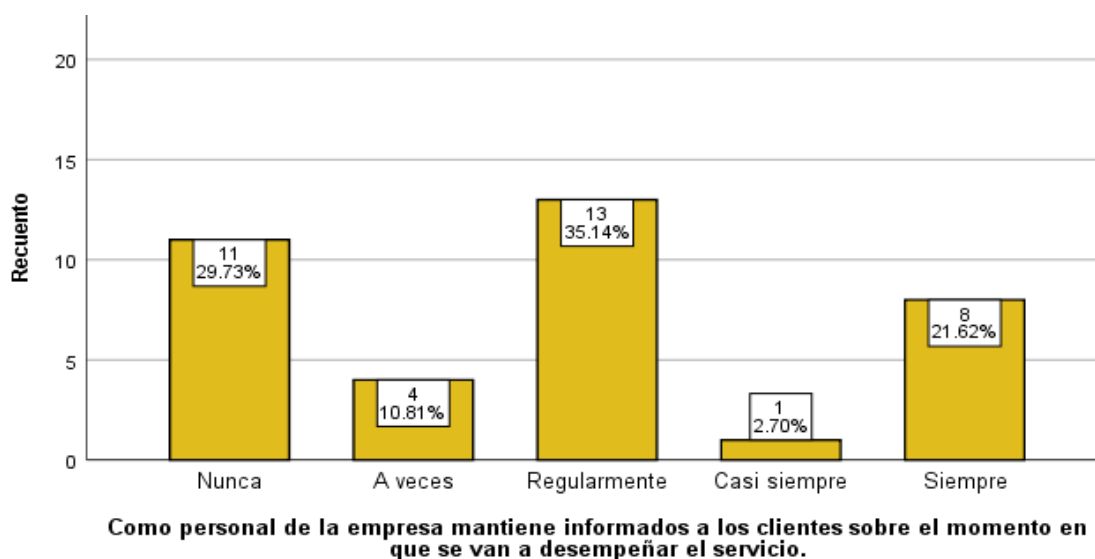
Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	11	11	30%	30%
A veces	4	15	11%	41%
Regularmente	13	28	35%	76%

Casi siempre	1	29	3%	78%
Siempre	8	37	22%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 41

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar el servicio.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Como personal de la empresa mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar el servicio". Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 11% de los trabajadores, 4 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 35% de los trabajadores, 13 de 37, consideran que regularmente ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 48

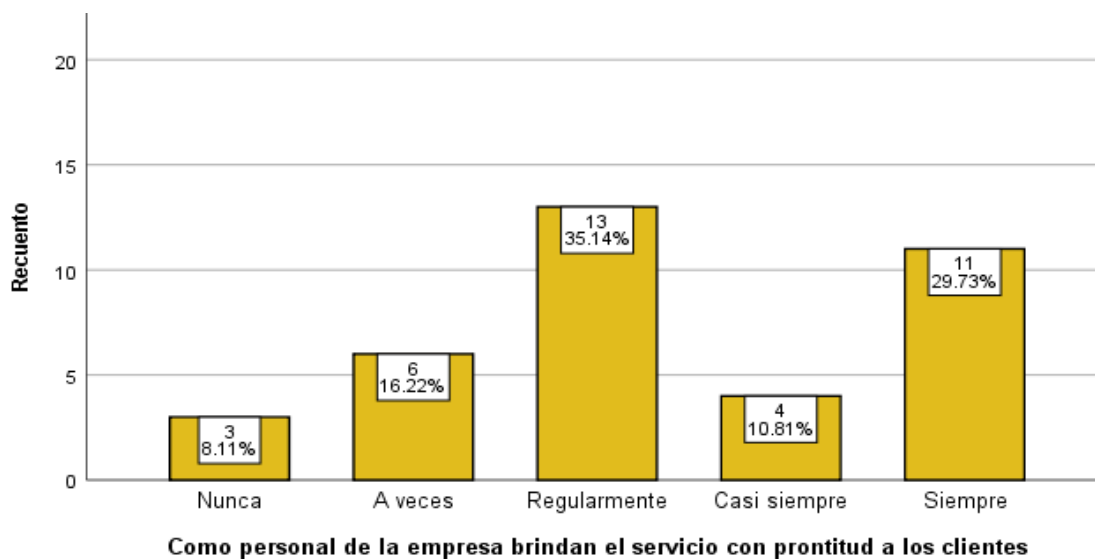
Tabla de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa brindan el servicio con prontitud a los clientes

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	3	3	8%	8%
A veces	6	9	16%	24%
Regularmente	13	22	35%	59%
Casi siempre	4	26	11%	70%
Siempre	11	37	30%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 42

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa brindan el servicio con prontitud a los clientes



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Como personal de la empresa brindan el servicio con prontitud a los clientes". Para el 8% de los trabajadores, 3 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 16% de los trabajadores, 6 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 35% de los trabajadores, 13 de 37, consideran que regularmente ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 11% de los trabajadores, 4 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 49

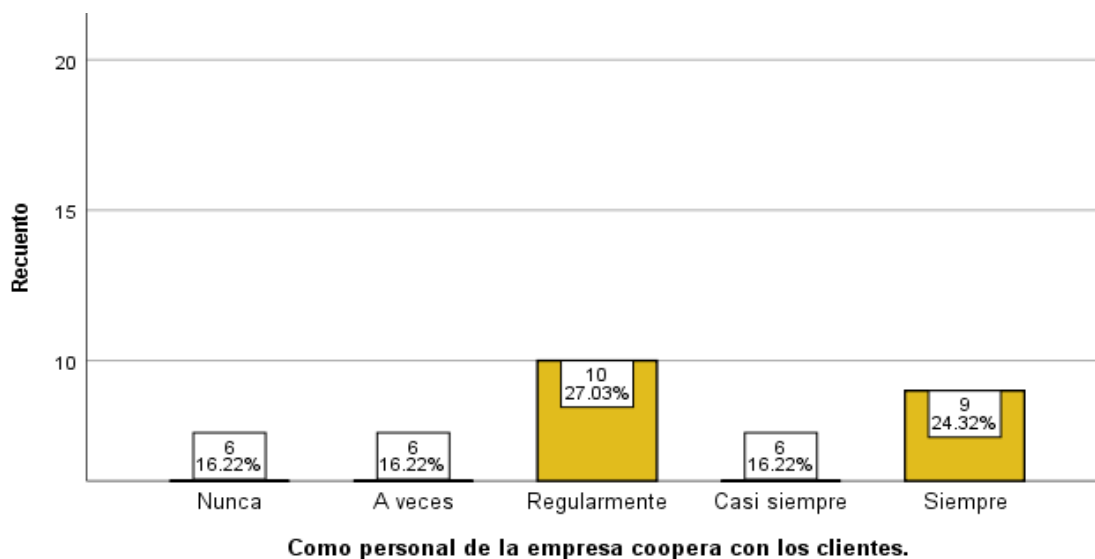
Tabla de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa coopera con los clientes.

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	6	6	16%	16%
A veces	6	12	16%	32%
Regularmente	10	22	27%	59%
Casi siempre	6	28	16%	76%
Siempre	9	37	24%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 43

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa coopera con los clientes.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Como personal de la empresa coopera con los clientes". Para el 16% de los trabajadores, 6 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 16% de los trabajadores, 6 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que regularmente ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 16% de los trabajadores, 6 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 24% de los trabajadores, 9 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 50

Tabla de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa, su comportamiento inspira confianza en los clientes.

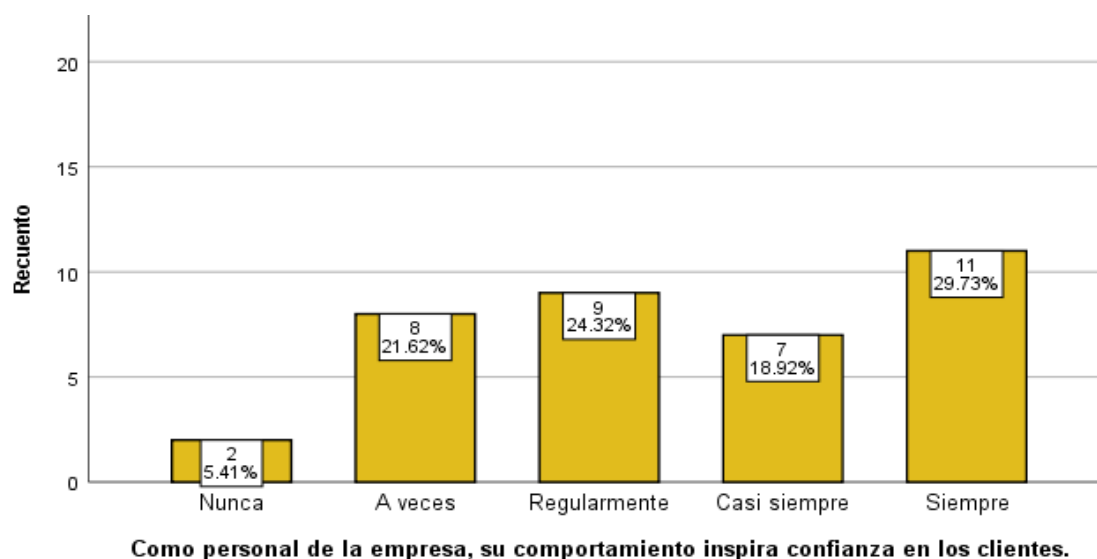
Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	2	2	5%	5%
A veces	8	10	22%	27%
Regularmente	9	19	24%	51%

Casi siempre	7	26	19%	70%
Siempre	11	37	30%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 44

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa, su comportamiento inspira confianza en los clientes.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Como personal de la empresa, su comportamiento inspira confianza en los clientes". Para el 5% de los trabajadores, 2 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 24% de los trabajadores, 9 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 19% de los trabajadores, 7 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 51

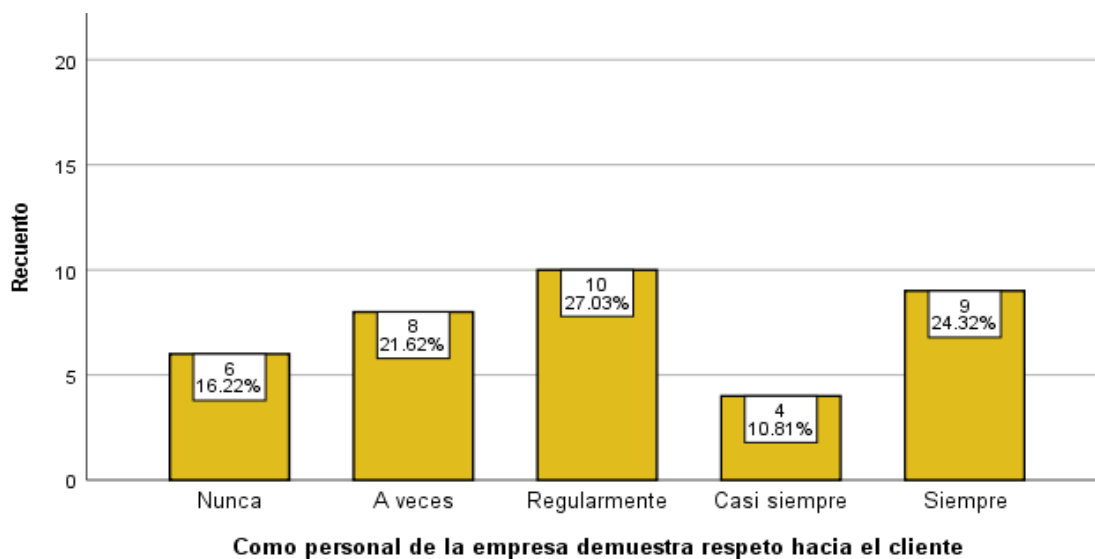
Tabla de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa demuestra respeto hacia el cliente

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	6	6	16%	16%
A veces	8	14	22%	38%
Regularmente	10	24	27%	65%
Casi siempre	4	28	11%	76%
Siempre	9	37	24%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 45

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa demuestra respeto hacia el cliente



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Como personal de la empresa demuestra respeto hacia el cliente". Para el 16% de los trabajadores, 6 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que regularmente ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 11% de los trabajadores, 4 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 24% de los trabajadores, 9 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 52

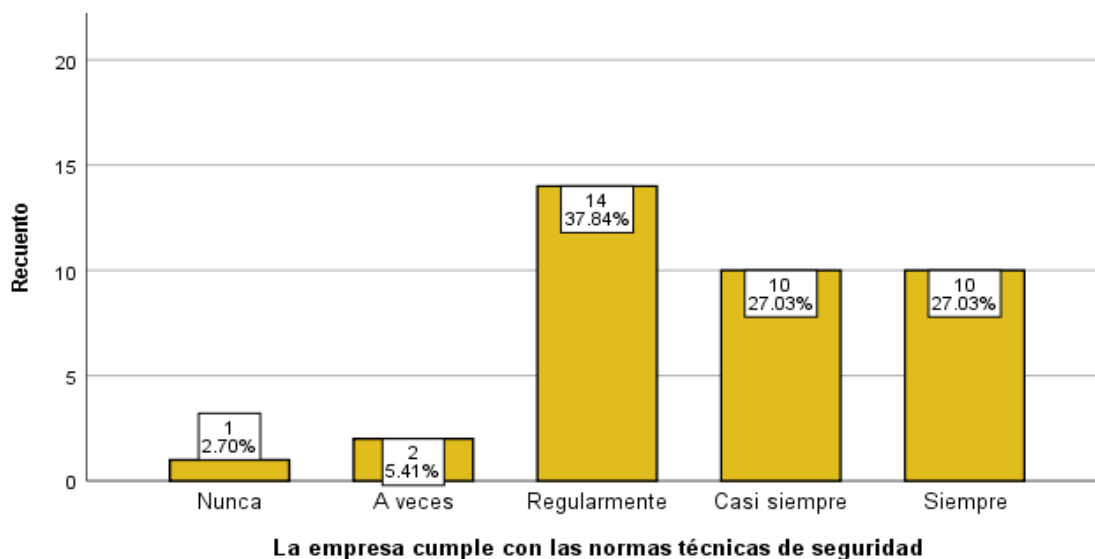
Tabla de frecuencias del Ítem: La empresa cumple con las normas técnicas de seguridad

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	1	1	3%	3%
A veces	2	3	5%	8%
Regularmente	14	17	38%	46%
Casi siempre	10	27	27%	73%
Siempre	10	37	27%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 46

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: La empresa cumple con las normas técnicas de seguridad



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "La empresa cumple con las normas técnicas de seguridad". Para el 3% de los trabajadores, 1 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 5% de los trabajadores, 2 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 38% de los trabajadores, 14 de 37, consideran que regularmente ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 53

Tabla de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa tratan a los clientes con cortesía.

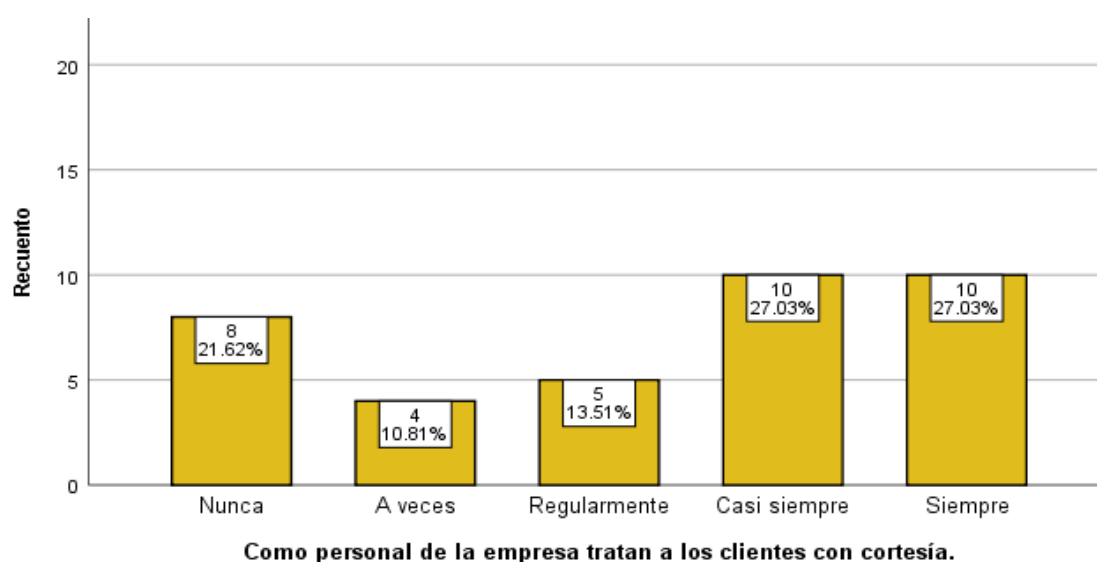
Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	8	8	22%	22%
A veces	4	12	11%	32%
Regularmente	5	17	14%	46%

Casi siempre	10	27	27%	73%
Siempre	10	37	27%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 47

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa tratan a los clientes con cortesía.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Como personal de la empresa tratan a los clientes con cortesía". Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 11% de los trabajadores, 4 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 14% de los trabajadores, 5 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que casi siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 54

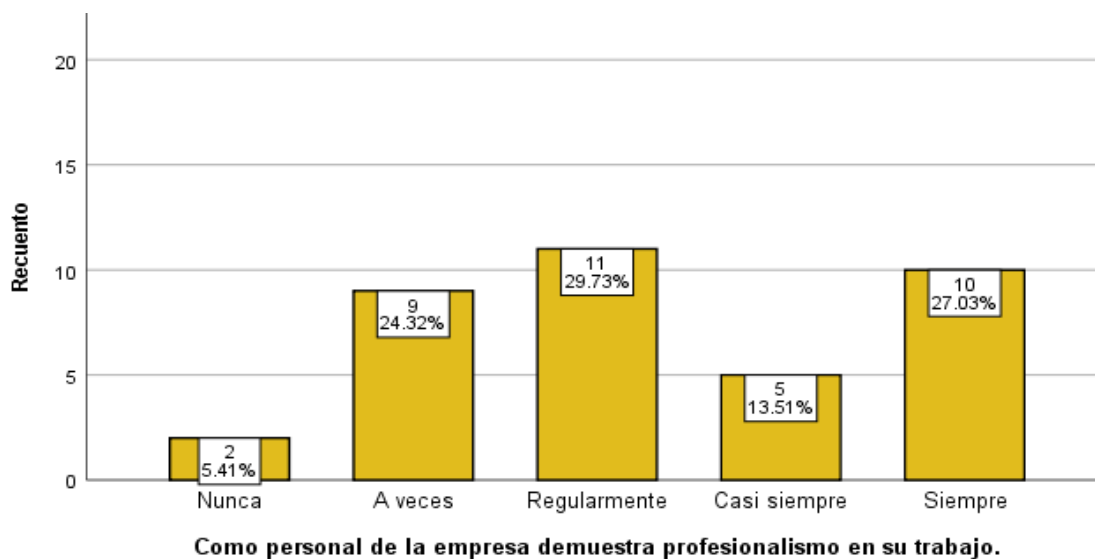
Tabla de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa demuestra profesionalismo en su trabajo.

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	2	2	5%	5%
A veces	9	11	24%	30%
Regularmente	11	22	30%	59%
Casi siempre	5	27	14%	73%
Siempre	10	37	27%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 48

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa demuestra profesionalismo en su trabajo.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Como personal de la empresa demuestra profesionalismo en su trabajo". Para el 5% de los trabajadores, 2 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 24% de los trabajadores, 9 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que regularmente ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 14% de los trabajadores, 5 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 55

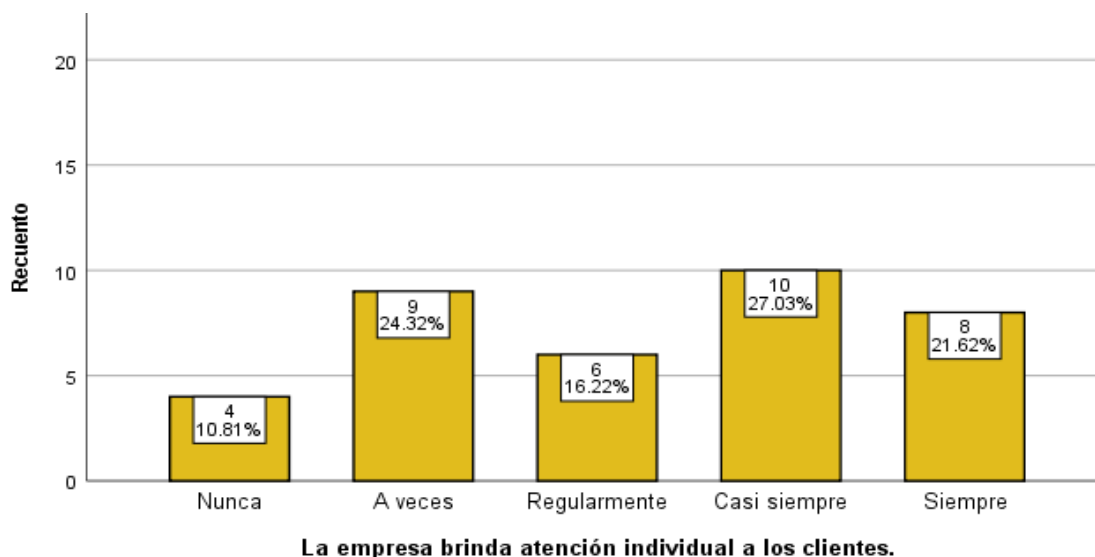
Tabla de frecuencias del Ítem: La empresa brinda atención individual a los clientes.

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	4	4	11%	11%
A veces	9	13	24%	35%
Regularmente	6	19	16%	51%
Casi siempre	10	29	27%	78%
Siempre	8	37	22%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 49

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: La empresa brinda atención individual a los clientes.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "La empresa brinda atención individual a los clientes". Para el 11% de los trabajadores, 4 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 24% de los trabajadores, 9 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 16% de los trabajadores, 6 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 27% de los trabajadores, 10 de 37, consideran que casi siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que siempre ocurre.

Tabla 56

Tabla de frecuencias del Ítem: Los horarios de actividades de la empresa son convenientes.

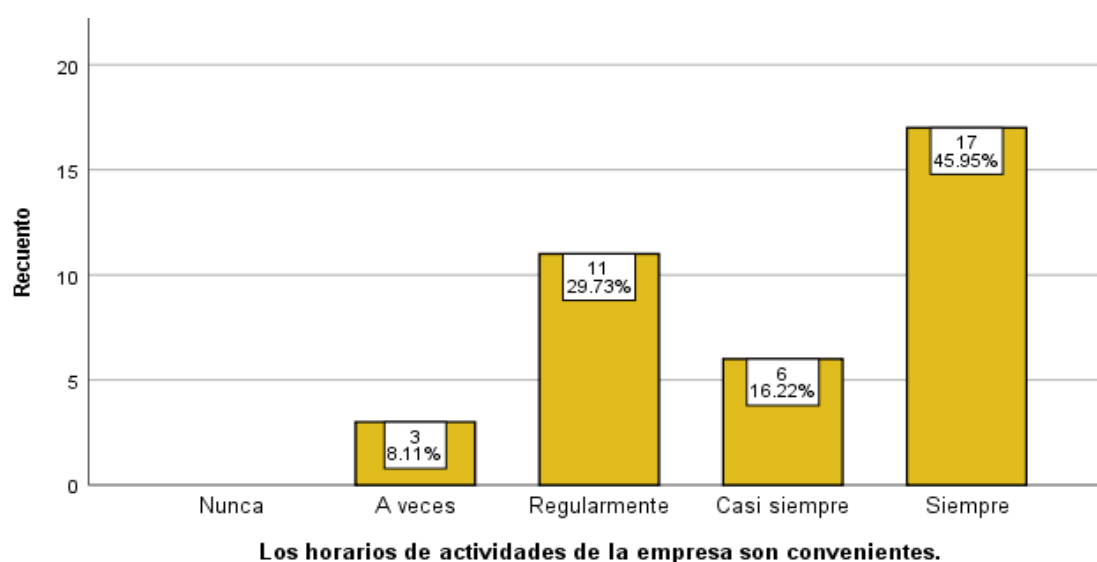
Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	0	0	0%	0%
A veces	3	3	8%	8%
Regularmente	11	14	30%	38%

Casi siempre	6	20	16%	54%
Siempre	17	37	46%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 50

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Los horarios de actividades de la empresa son convenientes.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Los horarios de actividades de la empresa son convenientes". Para el 0% de los trabajadores, 0 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 8% de los trabajadores, 3 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 16% de los trabajadores, 6 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 46% de los trabajadores, 17 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 57

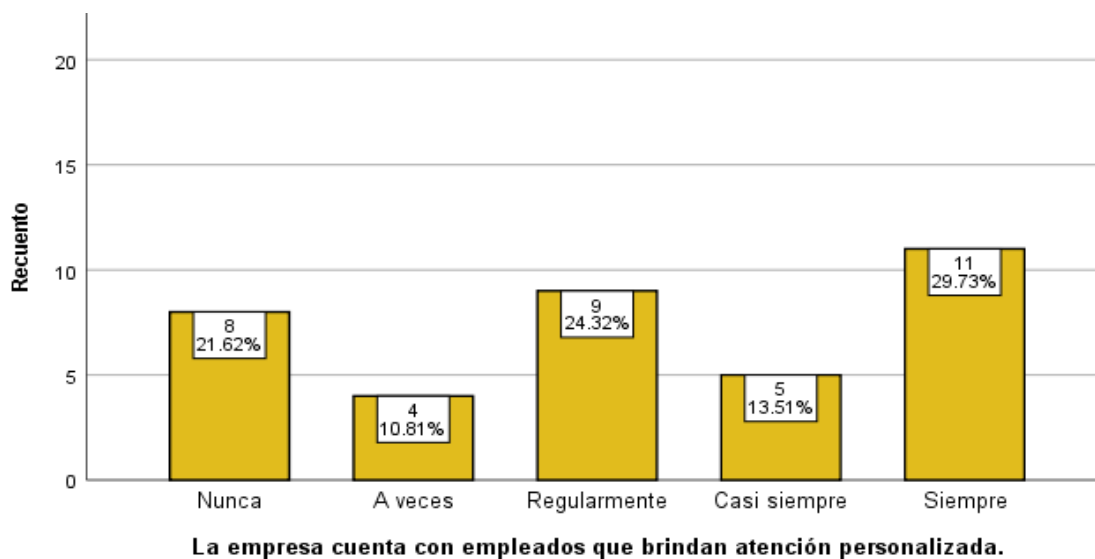
Tabla de frecuencias del Ítem: La empresa cuenta con empleados que brindan atención personalizada.

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	8	8	22%	22%
A veces	4	12	11%	32%
Regularmente	9	21	24%	57%
Casi siempre	5	26	14%	70%
Siempre	11	37	30%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 51

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: La empresa cuenta con empleados que brindan atención personalizada.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "La empresa cuenta con empleados que brindan atención personalizada". Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 11% de los trabajadores, 4 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 24% de los trabajadores, 9 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 14% de los trabajadores, 5 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 58

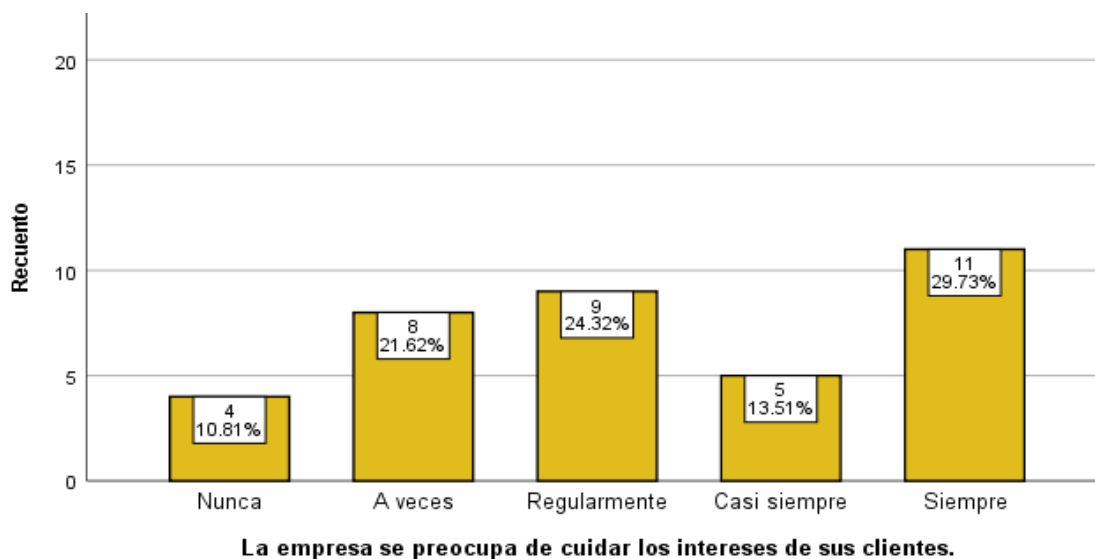
Tabla de frecuencias del Ítem: La empresa se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes.

Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	4	4	11%	11%
A veces	8	12	22%	32%
Regularmente	9	21	24%	57%
Casi siempre	5	26	14%	70%
Siempre	11	37	30%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 52

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: La empresa se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "La empresa se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes". Para el 11% de los trabajadores, 4 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 24% de los trabajadores, 9 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 14% de los trabajadores, 5 de 37, consideran que casi siempre ocurre. Para el 30% de los trabajadores, 11 de 37, consideran que siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia.

Tabla 59

Tabla de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa entienden sus necesidades específicas.

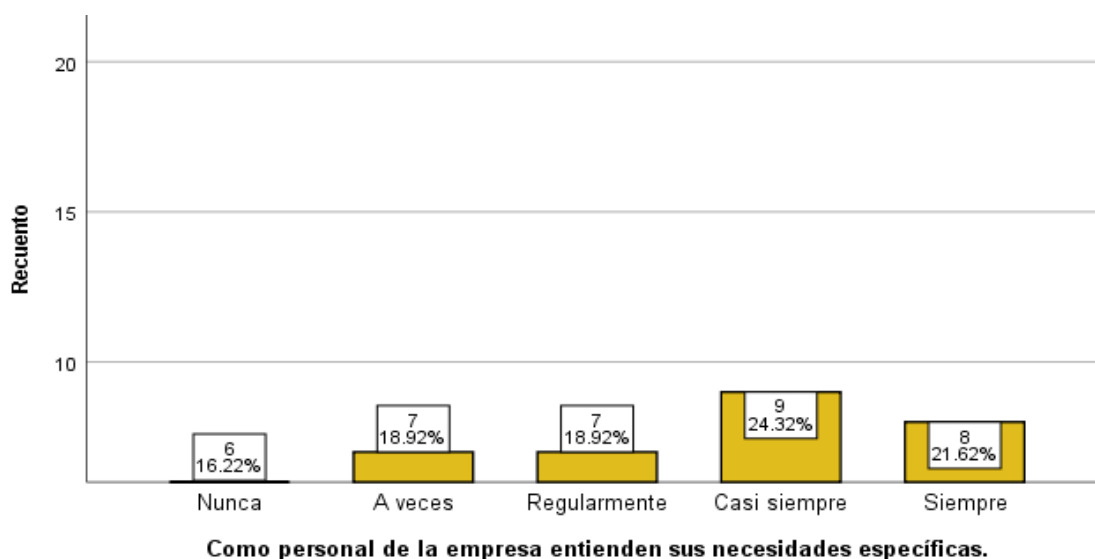
Categoría	Frecuencia	F Acumulado	Porcentaje	P. Acumulado
Nunca	6	6	16%	16%
A veces	7	13	19%	35%
Regularmente	7	20	19%	54%

Casi siempre	9	29	24%	78%
Siempre	8	37	22%	100%
Total	37		100%	

Elaboración propia, usando SPSS v26.

Gráfico 53

Gráfico de barras de frecuencias del Ítem: Como personal de la empresa entienden sus necesidades específicas.



Elaboración propia, usando SPSS v26.

La Tabla y el Gráfico precedentes muestran la frecuencia del Ítem "Como personal de la empresa entienden sus necesidades específicas". Para el 16% de los trabajadores, 6 de 37, consideran que nunca ocurre. Para el 19% de los trabajadores, 7 de 37, consideran que a veces ocurre. Para el 19% de los trabajadores, 7 de 37, consideran que regularmente ocurre. Para el 24% de los trabajadores, 9 de 37, consideran que casi siempre ocurre; siendo la categoría con la mayor frecuencia. Para el 22% de los trabajadores, 8 de 37, consideran que siempre ocurre.

5.2. Contraste de Hipótesis

Las pruebas de hipótesis se condujeron utilizando los algoritmos del software IBM SPSS v26.0, y los resultados mostrados en esta sección corresponden a lo extraído de los resultados obtenidos por dicha herramienta.

En cuanto a la determinación de la intensidad de la correlación del coeficiente Rho de Spearman, se utilizó la clasificación mostrada en la Tabla:

Tabla 60

Clasificación de la fuerza de la correlación

Valor de la correlación	Clasificación
± 0.90 a ± 1.00	Correlación positiva o negativa muy alta
± 0.70 a ± 0.90	Correlación positiva o negativa alta
± 0.50 a ± 0.70	Correlación positiva o negativa moderada
± 0.30 a ± 0.50	Correlación positiva o negativa baja
0.00 a ± 0.30	Correlación muy baja o ausente

5.2.1. Prueba de hipótesis general

La hipótesis de prueba es:

H_{general} : Existe una correlación entre el trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

H_{nula} : No existe una correlación entre el trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

Nivel de significancia del valor p para la aceptación de H_0 es $p \geq 5\%$.

Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman

Tabla 61

Resultado de la prueba de hipótesis general

	Indicadores	Variable: Calidad de Servicio	Variable: Trabajo en Equipo
Variable: Calidad de Servicio	Coefficiente de correlación Rho		.491
	Significancia p		.002
Variable: Trabajo en Equipo	Coefficiente de correlación Rho	.491	
	Significancia p	.002	

Elaboración propia basado en resultados de SPSS v26.0

Usando el coeficiente de correlación Rho de Spearman para evaluar la relación entre el trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. Se determino que existe una correlación significativa entre ambos, $r_s=.491$, $p=.002$, $N=37$. Por lo que la hipótesis nula es rechazada. Y se establece que existe una correlación de fuerza moderada.

5.2.2. Prueba de hipótesis específica 1

La hipótesis de prueba es:

H₁: Existe una correlación entre la complementariedad del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

H_{nula}: No existe una correlación entre la complementariedad del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

Nivel de significancia del valor p para la aceptación de H₀ es $p \geq 5\%$.

Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman

Tabla 62

Resultado de la prueba de hipótesis específica 1

	Indicadores	Variable: Calidad de Servicio	Dimensión: Complementariedad
Variable: Calidad de Servicio	Coeficiente de correlación Rho		.468
	Significancia p		.003
Dimensión: Complementariedad	Coeficiente de correlación Rho	.468	
	Significancia p	.003	

Elaboración propia basado en resultados de SPSS v26.0

Usando el coeficiente de correlación Rho de Spearman para evaluar la relación entre la complementariedad del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. Se determinó que existe una correlación significativa entre ambos, $r_s=.468$, $p=.003$, $N=37$. Por lo que la hipótesis nula es rechazada. Se establece que existe una correlación de fuerza moderada.

5.2.3. Prueba de hipótesis específica 2

La hipótesis de prueba es:

H₂: Existe una correlación entre el compromiso del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

H_{nula}: No existe una correlación entre el compromiso del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

Nivel de significancia del valor p para la aceptación de H₀ es $p \geq 5\%$.

Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman

Tabla 63

Resultado de la prueba de hipótesis específica 2

	Indicadores	Variable: Calidad de Servicio	Dimensión: Compromiso
Variable: Calidad de Servicio	Coefficiente de correlación Rho		.503
	Significancia p		.002
Dimensión: Compromiso	Coefficiente de correlación Rho	.503	
	Significancia p	.002	

Elaboración propia basado en resultados de SPSS v26.0

Usando el coeficiente de correlación Rho de Spearman para evaluar la relación entre el compromiso del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

Se determinó que existe una correlación significativa entre ambos, $r_s=.503$, $p=.002$, $N=37$. Por lo que la hipótesis nula es rechazada. Se establece que existe una correlación de fuerza alta.

5.2.4. Prueba de hipótesis específica 3

La hipótesis de prueba es:

H_3 : Existe una correlación entre la comunicación del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

H_{nula} : No existe una correlación entre la comunicación del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

Nivel de significancia del valor p para la aceptación de H_0 es $p \geq 5\%$.

Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman

Tabla 64

Resultado de la prueba de hipótesis específica 3

	Indicadores	Variable: Calidad de Servicio	Dimensión: Comunicación
Variable: Calidad de Servicio	Coeficiente de correlación Rho		.404
	Significancia p		.013
Dimensión: Comunicación	Coeficiente de correlación Rho	.404	
	Significancia p	.013	

Elaboración propia basado en resultados de SPSS v26.0

Usando el coeficiente de correlación Rho de Spearman para evaluar la relación entre la comunicación del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. Se determinó que existe una correlación significativa entre ambos, $r_s=.404$, $p=.013$, $N=37$. Por lo que la hipótesis nula es rechazada. Se establece que existe una correlación de fuerza moderada.

5.2.5. Prueba de hipótesis específica 4

La hipótesis de prueba es:

H_4 : Existe una correlación entre la confianza del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

H_{nula} : No existe una correlación entre la confianza del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

Nivel de significancia del valor p para la aceptación de H_0 es $p \geq 5\%$.

Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman

Tabla 65

Resultado de la prueba de hipótesis específica 4

	Indicadores	Variable: Calidad de Servicio	Dimensión: Confianza
Variable: Calidad de Servicio	Coeficiente de correlación Rho		.486
	Significancia p		.002

Dimensión: Confianza	Coefficiente de correlación Rho	.486
	Significancia p	.002

Elaboración propia basado en resultados de SPSS v26.0

Usando el coeficiente de correlación Rho de Spearman para evaluar la relación entre la confianza del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. Se determino que existe una correlación significativa entre ambos, $r_s=.486$, $p=.002$, $N=37$. Por lo que la hipótesis nula es rechazada. Se establece que existe una correlación de fuerza moderada.

5.2.6. Prueba de hipótesis específica 5

La hipótesis de prueba es:

H_5 : Existe una correlación entre la coordinación del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

H_{nula} : No existe una correlación entre la coordinación del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

Nivel de significancia del valor p para la aceptación de H_0 es $p \geq 5\%$.

Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman

Tabla 66

Resultado de la prueba de hipótesis específica 5

	Indicadores	Variable: Calidad de Servicio	Dimensión Coordinación
Variable: Calidad de Servicio	Coeficiente de correlación Rho		.455
	Significancia p		.005
Dimensión Coordinación	Coeficiente de correlación Rho	.455	
	Significancia p	.005	

Elaboración propia basado en resultados de SPSS v26.0

Usando el coeficiente de correlación Rho de Spearman para evaluar la relación entre la coordinación del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. Se determino que existe una correlación significativa entre ambos, $r_s=.455$, $p=.005$, $N=37$. Por lo que la hipótesis nula es rechazada. Se establece que existe una correlación de fuerza moderada.

5.2.7. Prueba de hipótesis específica 6

La hipótesis de prueba es:

H_6 : Existe una correlación entre el trabajo en equipo y los elementos tangibles de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

H_{nula} : No existe una correlación entre el trabajo en equipo y los elementos tangibles de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

Nivel de significancia del valor p para la aceptación de H_0 es $p \geq 5\%$.

Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman

Tabla 67*Resultado de la prueba de hipótesis específica 5*

	Indicadores	Variable: Trabajo en equipo	Dimensión: Elementos tangibles
Variable: Trabajo en equipo	Coefficiente de correlación Rho		.364
	Significancia p		.027
Dimensión: Elementos tangibles	Coefficiente de correlación Rho	.364	
	Significancia p	.027	

Elaboración propia basado en resultados de SPSS v26.0

Usando el coeficiente de correlación Rho de Spearman para evaluar la relación entre el trabajo en equipo y los elementos tangibles de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. Se determinó que existe una correlación significativa entre ambos, $r_s=.364$, $p=.027$, $N=37$. Por lo que la hipótesis nula es rechazada. Se establece que existe una correlación de fuerza baja.

5.2.8. Prueba de hipótesis específica 7

La hipótesis de prueba es:

H_7 : Existe una correlación entre el trabajo en equipo y la fiabilidad de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

H_{nula} : No existe una correlación entre el trabajo en equipo y la fiabilidad de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

Nivel de significancia del valor p para la aceptación de H_0 es $p \geq 5\%$.

Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman

Tabla 68

Resultado de la prueba de hipótesis específica 5

	Indicadores	Variable: Trabajo en equipo	Dimensión: Fiabilidad
Variable: Trabajo en equipo	Coefficiente de correlación Rho		.302
	Significancia p		.070
Dimensión: Fiabilidad	Coefficiente de correlación Rho	.302	
	Significancia p	.070	

Elaboración propia basado en resultados de SPSS v26.0

Usando el coeficiente de correlación Rho de Spearman para evaluar la relación entre el trabajo en equipo y la fiabilidad de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. Se determinó que no existe una correlación significativa entre ambos, $r_s = .302$, $p = .070$, $N = 37$. Por lo que la hipótesis nula es aceptada. Se establece que existe una correlación de fuerza baja.

5.2.9. Prueba de hipótesis específica 8

La hipótesis de prueba es:

H_8 : Existe una correlación entre el trabajo en equipo y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

H_{nula} : No existe una correlación entre el trabajo en equipo y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

Nivel de significancia del valor p para la aceptación de H_0 es $p \geq 5\%$.

Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman

Tabla 69

Resultado de la prueba de hipótesis específica 5

	Indicadores	Variable: Trabajo en equipo	Dimensión: Capacidad de respuesta
Variable: Trabajo en equipo	Coefficiente de correlación Rho		-.036
	Significancia p		.835
Dimensión: Capacidad de respuesta	Coefficiente de correlación Rho	-.036	
	Significancia p	.835	

Elaboración propia basado en resultados de SPSS v26.0

Usando el coeficiente de correlación Rho de Spearman para evaluar la relación entre el trabajo en equipo y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. Se determinó que no existe una correlación significativa entre ambos, $r_s = -.036$, $p = .835$, $N = 37$. Por lo que la hipótesis nula es aceptada. Se establece que existe una correlación de fuerza muy baja o no significativa.

5.2.10. Prueba de hipótesis específica 9

La hipótesis de prueba es:

H₉: Existe una correlación entre el trabajo en equipo y la seguridad de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

H_{nula}: No existe una correlación entre el trabajo en equipo y la seguridad de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

Nivel de significancia del valor p para la aceptación de H₀ es $p \geq 5\%$.

Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman

Tabla 70

Resultado de la prueba de hipótesis específica 5

	Indicadores	Variable: Trabajo en equipo	Dimensión: Seguridad
Variable: Trabajo en equipo	Coefficiente de correlación Rho		.449
	Significancia p		.005
Dimensión: Seguridad	Coefficiente de correlación Rho	.449	
	Significancia p	.005	

Elaboración propia basado en resultados de SPSS v26.0

Usando el coeficiente de correlación Rho de Spearman para evaluar la relación entre el trabajo en equipo y la seguridad de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. Se determinó que existe una correlación significativa entre ambos, $r_s = .449$, $p = .005$, $N = 37$. Por lo que la hipótesis nula es rechazada. Se establece que existe una correlación de fuerza moderada.

5.2.11. Prueba de hipótesis específica 10

La hipótesis de prueba es:

H_{10} : Existe una correlación entre el trabajo en equipo y la empatía de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

H_{nula} : No existe una correlación entre el trabajo en equipo y la empatía de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

Nivel de significancia del valor p para la aceptación de H_0 es $p \geq 5\%$.

Resultados de la prueba de correlación de rangos de Spearman

Tabla 71

Resultado de la prueba de hipótesis específica 5

	Indicadores	Variable: Trabajo en equipo	Dimensión: Empatía
Variable: Trabajo en equipo	Coefficiente de correlación Rho		.248
	Significancia p		.139
Dimensión: Empatía	Coefficiente de correlación Rho	.248	
	Significancia p	.139	

Elaboración propia basado en resultados de SPSS v26.0

Usando el coeficiente de correlación Rho de Spearman para evaluar la relación entre el trabajo en equipo y la empatía de la calidad de servicios en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

Se determino que no existe una correlación significativa entre ambos, $r_s=.248$, $p=.139$, $N=37$. Por lo que la hipótesis nula es aceptada. Se establece que existe una correlación de fuerza muy baja.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En general, la valuación la correlación entre el trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. Al menos el 73% de los trabajadores consideran que el trabajo de equipo se da casi siempre en las actividades diarias, sin embargo, el 59% solamente piensa que estas actividades se dan casi siempre, y solo un 27% de los trabajadores considera que siempre serán actividades en trabajo en equipo. Mientras que el trabajo en equipo en regular y bueno; la calidad de servicio que se expresa con una mejor calificación debido a factores externos como reglamentaciones notificaciones presión por parte de los jefes o supervisor es entre otros. En este caso el 62% de los trabajadores indica un servicio de calidad se de casi siempre mientras que el 27% dice que esté sea regularmente.

Al estudiar la productividad organizativa con un solo factor, el trabajo en equipo, se muestra que el 4,2% de la productividad organizativa se explica por el trabajo en equipo y el resto por otros factores (Adhikari, 2020). El ambiente de trabajo tiene el mayor impacto en la productividad organizacional entre todos los factores, explica el 31,8% de cambio en la productividad organizacional (Adhikari, 2020). Esta podría ser la razón por la que las correlaciones alcanzadas son moderadas o débiles en el presente estudio. Mientras que para Zapata Silupu (2019), el 63% de la satisfacción del cliente se determina por la calidad de servicio que la organización ofrece.

Al analizar la demanda de servicios, es importante tener en cuenta que las percepciones de los consumidores sobre la forma en que cada producto está a la altura de sus expectativas pueden ser muy diferentes (Sanyal & Hisam, 2018). Un mapa de mapa

de percepción de cada oferta de producto/servicio podría identificarse y relacionarse con la calidad del servicio y el trabajo en equipo. Aquí puede ser necesario dibujar una imagen perceptiva diferente para los distintos objetivos que puedan existir para el servicio (Treviño Alanis & Abreu, 2017). La imagen perceptiva debe basarse en técnicas analíticas como las correlaciones o el análisis factorial. La obtención de opiniones sobre qué dimensiones de la experiencia de compra son importantes y en qué medida el producto o servicio las satisface puede hacerse tanto mediante métodos de comunicación como de observación. Los métodos de comunicación abarcan cuestionarios y encuestas que preguntan las opiniones existentes sobre la calidad que se percibe y el rendimiento del equipo (Pérez Vilar, Azzollini, 2013).

En cuanto a la correlación entre la complementariedad del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. Con respecto a la dimensión de complementariedad menos del 62% considera que casi siempre se dan acciones complementarias entre los miembros del equipo, sin embargo de forma individual el 43% indica que casi siempre se dan acciones complementarias en el quehacer diario entre los miembros del equipo esto refleja también en sentimiento general frente al trabajo de equipo, pero existe algo muy preocupante ya que al menos el 19% considera que nunca a veces regularmente se realizan trabajos en equipo complementarios. Esto apoya la idea de que existen numerosas pruebas en la bibliografía que refuerzan la opinión de que las organizaciones sólo deben utilizar las puntuaciones de percepción para medir la calidad del servicio (Pérez Vilar, Azzollini, 2013). Las diferencias en las calificaciones

no proporcionan las organizaciones más información de lo que lo harían las puntuaciones de percepción por sí solas.

En cuanto a la correlación entre el compromiso del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. La dimensión compromiso también refleja la conducta de un equipo en el que casi siempre se distingue un compromiso de parte de los miembros en equipo. El 41% de los miembros dice que esto es así mientras que al menos el 73% de los miembros considera que es casi siempre o con menos frecuencia. Aquí es importante resaltar que el 33% de las personas considera que regularmente o a veces solamente se hace compromisos dentro del equipo.

Si bien la actitud frente al desarrollo de un trabajo de equipo no es negativo, existen algunos indicadores específicos que permiten dilucidar algunos problemas, por ejemplo el 30% de los trabajadores cree que casi siempre se realiza un trabajo en un tiempo definido pero el 35% cree que este tiempo regularmente no es bien definido. Por otro lado se hace una situación similar con respecto a la formación académica en la que el 35% cree que regularmente o a veces no se da esta formación mientras que solo el 32% cree que esta se da casi siempre esta situación se repite.

En cuanto a la correlación entre la comunicación del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. En cuanto es la comunicación de los miembros del equipo esta es la dimensión mejor valorada con el 57% de las personas que cree que casi siempre se realizan actividades con una comunicación adecuada y que el 19% piensa que

siempre se realizan este tipo de actividades y que solo el 24% considera que éstas se realizan regularmente o con menor frecuencia.

En cuanto a la correlación entre la confianza del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. En cuánto la confianza el 49% cree que casi siempre se realiza acciones que se pueden definir como generadoras de confianza entre los miembros de un equipo sin embargo el 16% considera que estos eran regularmente o con menor frecuencia. En contraste el 35% cree que está siempre se dan y esto convierte a la dimensión de confianza en uno de las dimensiones más importantes y con una calificación más positiva.

Al analizar el esfuerzo destinado para las labores diarias, el 38% cree que regularmente o a veces o nunca se considera el esfuerzo que se requiere para las labores diarias, mientras que el 30% indica que casi siempre es suficiente el esfuerzo. En cuanto a cómo actúan los compañeros antes de que se produzca un problema se encontró una diferencia en las opiniones debido a que el 27% indica que regularmente actúan con lentitud al menos el 57% indica que actúan regularmente con la lentitud o que simplemente no actúan y que casi siempre actúan solo un 8% mientras que siempre actúan fue considerado en el 35% de los casos. Por otro lado existe una tendencia marcada a identificar que los esfuerzos asociados regularmente son demasiados en el 27% y que casi siempre serán en el 43%.

En cuanto a la correlación entre la coordinación del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. La coordinación entre los miembros del equipo se cree

que se da casi siempre en el 54% de los trabajadores y siempre en el 24%. Mientras que el 22% cree que está será con regularmente en esta dimensión se tiene una calificación bastante positiva y no se han encontrado opiniones en las que se vea un extremo negativo. Por otro lado en el 30% de los trabajadores se indica que regularmente no pueden expresar su punto de vista y que solo el 27% lo puede hacer casi siempre y el otro 27% lo hace siempre. Lo que nos lleva a concluir que el 16% de los trabajadores a veces o nunca puede expresar su punto de vista.

Al examinar los estudios que se han realizado sobre el impacto organizacional de la calidad de los servicios, se puede apreciar fácilmente una tendencia en la comunicación del trabajo en equipo y la capacidad de atender para actuar conjuntamente. Se puede comprobar que el principal motivo para estudiar la calidad del servicio es medir la satisfacción con el servicio. Estudiar la calidad del servicio es la medición de la satisfacción con los servicios de una organización derivados del trabajo en equipo. Muchos de los instrumentos piden a los usuarios que califiquen su nivel de satisfacción o los elementos o atributos de calidad de servicio percibidos. Existe gran confusión a la hora de hacerlo (Ramírez Asis, Maguiña Palma & Huerta Soto, 2020).

Otra tendencia negativa es que el 62% indica que regularmente o nunca o a veces es escuchado mientras que solo el 32% siente que siempre es escuchado en estas una de. Los indicadores con la mayor variabilidad es qué creen que los compañeros actúan con rigor y seriedad solamente se da en el 49% siempre, pero la otra actitud se ve en el 27% en el que se indica que a veces eso no será. Y eso es un indicador bastante elevado.

Otro elemento importante se da en la consideración por la definición de funciones en aquí en 30% o será que regularmente está así se dan y que el 32% considera que

siempre se dan Mientras que el 27% considera que éstas se dan casi siempre, pero existe una opinión de minoría en la que al menos en un 8% indica que está se dan nunca o a veces y esto puede ser preocupante debido a que la definición de las funciones es una característica muy importante. Por otro lado, la posibilidad de que la empresa de trabajo equitativo y equilibrado entre los empleados es el indicador menos recibido ya que el 24% indica eso a veces solamente será que regularmente esa edad un 22% y de solo el 30% dice que casi siempre se da y un 22% dice que casi siempre se da.

En cuanto a la correlación entre el trabajo en equipo y los elementos tangibles de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. Con respecto a los elementos tangibles estos reciben una calificación que podría considerarse sobrevalorada debido a que el 32% dice que casi siempre esto se tiene en cuenta y el 37% dice que esto siempre se tiene en cuenta recibiendo la mejor valoración de entre las dimensiones. En el diseño de un producto o un servicio, es importante que se tenga en cuenta la calidad y sus interdependencias. El camino para entender la relación de los distintos aspectos de la calidad en el proceso de diseño del producto/servicio es un proceso complejo (Kotler, & Keller, 2016).

En cuanto a la correlación entre el trabajo en equipo y la fiabilidad de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. Para la dimensión de fiabilidad de en la calidad de servicio, 37% indica que casi siempre está es fiable. Mientras que el 29% indica que esté regularmente es fiable y el 21% indica que esté siempre es fiable. Esto indicaría una mejor

percepción del trabajador sobre el servicio que brinda que la que se realiza en el trabajo en equipo pero que dista mucho de ser constante en siempre darse.

La calidad se remonta al papel que desempeña el producto o servicio en la creación de valor para el cliente. Diversas facetas de la calidad, desde su concepción y diseño, mediante su transformación desde los componentes de la materia prima hasta el producto final y la entrega final al cliente, influyen en el valor del producto. El trabajo en equipo es un posible escollo en el camino hacia la producción de calidad y la determinación de los requisitos básicos para producir un producto de buena calidad (Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009).

En cuanto a la correlación entre el trabajo en equipo y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. La dimensión con la menor calificación después la capacidad de respuesta en la que 54% de los trabajadores indica que existe una baja calidad de respuesta y que esté regularmente se da adecuadamente y que solo el 8% indica que está sea casi siempre y el 18% indica que está será siempre esto puede representar un serio problema da dependiendo del tipo de emergencia a la cual el usuario se enfrenta o en largos tiempos de espera por problemas de gestión y solución en equipo para poder afrontar una consulta.

Un coeficiente de regresión de 0,709, indica la existencia de una relación entre el trabajo en equipo y rendimiento de los empleados; principalmente, la confianza de los miembros del equipo, cohesión de los miembros del equipo, espíritu de los miembros del equipo, explican alrededor del 49,3% de las variaciones en el rendimiento (Abdulle &

Aydintan, 2019). La relativa importancia del compromiso del empleado afecta entonces todas las dimensiones del desarrollo de sus labores.

Se debe considerar que el éxito de un producto está relacionado con el grado de cumplimiento de las expectativas del consumidor (Sánchez Rodríguez & Moreto García, 2020). Por lo tanto, para tener éxito, la calidad debe ser relevante y el trabajo en equipo contribuye a este propósito. Para saber cómo está funcionando la oferta de productos o servicios, la empresa debe hacer un seguimiento continuo de las expectativas de los clientes y relacionarlas con sus antecedentes y motivaciones (Paul & Olson, 2005).

En cuanto a la correlación entre el trabajo en equipo y la seguridad de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. La seguridad se da en el estado positivo ya que el 40% piensa que casi siempre está presente y el 13% piensa que siempre está presente sin embargo es preocupante que en una entidad financiera El 29% de los trabajadores indique que la seguridad regularmente se da y que a veces o nunca se da sean el 15% de los mismos. En el caso de Salazar Aguirre, F. & Suarez Dulanto, A. (2021), se observó que el 87% de los clientes consideraba que el nivel de gestión administrativa y la satisfacción de los clientes eran similares.

En cuanto a la correlación entre el trabajo en equipo y la empatía de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017. Respecto a la dimensión de empatía está reflejada que al menos el 43% indica que se da un trato empático regularmente o con menor frecuencia. Mientras que el 43% está de acuerdo que siempre se da un trato empático. Y solo el 14% indicaría que siempre se dan estas diferencias permiten dilucidar un contraste importante

entre la forma en Cómo se viene trabajando en equipo y la forma en Cómo se está midiendo la empatía.

En casos como el de Sánchez Rodríguez & Moreto García (2019). el compromiso laboral suele ser regular, alrededor del 48%, estos resultados son el resultado de que los lazos de amistad entre los trabajadores no son adecuados o que los vínculos afectivos del trabajador con sus superiores no son adecuados, las necesidades del trabajador no son reconocidas oportunamente o la dedicación del trabajador no es la esperada, Estas situaciones interfieren directamente en la gestión de la empatía interpersonal.

Ante esta situación de considerarse que los procesos bien diseñados suelen producir altos rendimientos de productos y servicios que se ajustan a los requisitos del cliente (Paul & Olson, 2005)). Esto da lugar a altos niveles de calidad y rendimiento operativo y a la satisfacción del cliente. Por último, el trabajo en equipo influye en la satisfacción del cliente a través de su capacidad para entregar insumos de calidad al cliente deseado (Sanyal & Hisam, 2018).

CONCLUSIONES

- i. Se ha determinado que existe una correlación entre la complementariedad del trabajo en equipo y la calidad de servicio. En base al resultado de la prueba de hipótesis, se obtuvo $r_s=.468$, $p=.003$, $N =37$, siendo esta relación débil. Esto podría deberse a múltiples factores internos que se identifican en las diferencias negativas entre las puntuaciones del trabajo de equipo y la calidad de servicio, siendo la primera menor en casi todas las dimensiones. Esta aseveración es compartida por múltiples autores como Ferrel & Hartline (2012), Forsyth (2010), Salazar Aguirre & Suarez Dulanto (2021) quienes enfatizan la directa relación entre ambas variables. En general es también la visión compartida por los colaboradores. Sin embargo, un nivel de correlación débil refleja existencia de problemas de articulación o de un liderazgo entre ambos aspectos o una consecuencia de una baja satisfacción laboral (Pérez Vilar & Azzollini, 2013).
- ii. Se ha determinado que existe una correlación entre el compromiso del trabajo en equipo y la calidad de servicio. En base al resultado de la prueba de hipótesis, se obtuvo $r_s=.503$, $p=.002$, $N =37$, identificando una relación moderada. El resultado coincide por las líneas generales definidas por Kotler & Keller (2016), en las que se indica que un mayor involucramiento se refleja en la calidad de servicio. Sin embargo, cabe resaltar que los resultados alcanzados han sido de puntuaciones medias para los indicadores de la dimensión compromiso, esto podría representar una búsqueda constante por mejores condiciones de trabajo (Pérez Vilar & Azzollini, 2013).

- iii. Se ha determinado que existe una correlación entre la comunicación del trabajo en equipo y la calidad de servicio. En base al resultado de la prueba de hipótesis, se obtuvo $r_s=.404$, $p=.013$, $N =37$, identificando una relación débil. La comunicación es uno de los factores con mayor variabilidad y que en las últimas décadas se ha visto afectada por la implementación de nuevos medios informáticos (Robbins, Cruz & Gonzáles, 2013).
- iv. Se ha determinado que existe una correlación entre la confianza del trabajo en equipo y la calidad de servicio. En base al resultado de la prueba de hipótesis, se obtuvo $r_s=.486$, $p=.002$, $N =37$, identificando una relación débil. Una vez más la baja confianza dentro del equipo de trabajo se ve asociada con una baja satisfacción laboral (Sánchez Rodríguez & Moreto García, 2020; Cervantes, Muñoz & Inda, 2020). Sin embargo, los procedimientos mínimos exigidos para la atención del cliente se mantendrían de forma más estable en busca de lograr lo mínimo necesario para continuar en el trabajo.
- v. Se ha determinado que existe una correlación entre la coordinación del trabajo en equipo y la calidad de servicio. En base al resultado de la prueba de hipótesis, se obtuvo $r_s=.455$, $p=.005$, $N =37$, identificando una relación débil.
- Se ha determinado que existe una correlación entre el trabajo en equipo y los elementos tangibles de la calidad de servicio. En base al resultado de la prueba de hipótesis, se obtuvo $r_s=.364$, $p=.027$, $N =37$, identificando una relación muy débil. Esta relación indica que podría existir una sobrevaloración de los elementos tangibles, mientras que el servicio ofrecido es inferior. En este aspecto, gran parte de los esfuerzos económicos pretenden ser visibles enfatizando demasiados

recursos en la apariencia de establecimiento que no se refleja en la calidad de servicio de sus trabajadores (Ferrel & Hartline, 2012; Karim, 2020).

- vi. Se ha determinado que no existe una correlación entre el trabajo en equipo y la fiabilidad de la calidad de servicio. En base al resultado de la prueba de hipótesis, se obtuvo $r_s=.302$, $p=.070$, $N=37$. Ello lleva a la necesidad de tomar acciones sobre la fiabilidad en la calidad de servicio ofrecida desde la perspectiva de los trabajadores y que existen diferencias significativas en el trabajo de equipo.

Se ha determinado que no existe una correlación entre el trabajo en equipo y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio. En base al resultado de la prueba de hipótesis, se obtuvo $r_s=-.036$, $p=.835$, $N=37$. Ello lleva a la necesidad de tomar acciones sobre la capacidad de respuesta en la calidad de servicio ofrecida desde la perspectiva de los trabajadores y que existen diferencias significativas en el trabajo de equipo. Siendo esta dimensión la más débil de todas. Se ha determinado que existe una correlación entre el trabajo en equipo y la seguridad de la calidad de servicio. En base al resultado de la prueba de hipótesis, se obtuvo $r_s=.449$, $p=.005$, $N=37$, identificando una relación débil. En cuanto a la dimensión de seguridad, esta conclusión resulta particularmente aplicable a entidades financieras que requieren niveles de seguridad y compromiso bajo estándares mínimos establecidos en la normativa nacional (Karim, 2020).

- vii. Se ha determinado que no existe una correlación entre el trabajo en equipo y la empatía de la calidad de servicio. En base al resultado de la prueba de hipótesis, se obtuvo $r_s=.248$, $p=.139$, $N=37$. Ello lleva a la necesidad de tomar acciones sobre la empatía en la calidad de servicio ofrecida desde la perspectiva de los trabajadores y que existen diferencias significativas en el trabajo de equipo.

Siendo esta dimensión la más débil de todas. Esta dimensión resulta ser la segunda más baja identificada. Una baja empatía permite la generación de situaciones conflictivas entre los miembros del equipo y los clientes que pueden escalar en una mucho menor calidad de servicio percibida. Lo ideal es mantener la empatía en niveles adecuados dentro del equipo como hacia los clientes (Robbins, Cruz, & Gonzáles, 2013).

RECOMENDACIONES

- i. Se recomienda la publicación de los resultados en el repositorio digital de la universidad y su difusión dentro de la institución CMAC Huancayo.
- ii. Se recomienda implementar métodos alternativos para el estudio del trabajo en equipo, extendiendo a sedes y otros departamentos de la CMAC Huancayo. Además de promover el desarrollo del estudio en diferentes estadios de implementación de producto financiero.
- iii. Se recomienda a la institución monitorear los errores y expectativas ofrecidas a los clientes y la formación de los equipos para la atención de un servicio fiable.
- iv. Se recomienda a la institución mejorar o generar protocolos de atención oportunos que permitan a los equipos ofrecer una respuesta rápida y dar solución a los problemas de los clientes.
- v. Se recomienda a la institución capacitar a los equipos para el desarrollo de capacidades empáticas hacia los clientes y proponer medidas de recompensa para mejorar la actitud de equipo hacia los clientes y entre los miembros del equipo.
- vi. Se recomienda la generación de encuestas de satisfacción periódicas en las que se pueda recolectar la perspectiva del cliente y del trabajador, así como su alineación con los servicios o productos ofrecidos, en el corto, mediano y largo plazo.
- vii. Se recomienda el desarrollo de investigaciones que puedan usar los resultados actuales como punto de partida en la misma institución y otras microfinancieras regionales o nivel nacional.

- viii. Se recomienda la ejecución de las medidas descritas en este apartado para la mejora de los servicios de la CMAC Huancayo. Así como la búsqueda de implementación de mecanismos que permitan el monitoreo continuo de los problemas identificados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abdulle, A. & Aydintan, B. (2019). The Effect of Teamwork on Employee Performance in Some Selected Private Banks in Mogadishu-Somalia. *Journal of Business*, 11(3),1589-1598. <https://doi.org/10.20491/isarder.2019.691>
- Adhikari, P. (2020). Impact of Teamwork on Organizational Productivity in Nepalese Commercial Banks. *Management Dynamics*, 23(2), 75–84. <https://doi.org/10.3126/md.v23i2.35810>
- Aguilar Enríquez, A. (2016). Trabajo en equipo y clima organizacional: Estudio realizado en colaboradores del Hotel del Campo de Quetzaltenango (Tesis de pregrado). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Disponible en: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2016/05/43/Aguilar-Hector.pdf>
- Arraut Camargo, L. (2010). La gestión de calidad como innovación organizacional para la productividad en la empresa. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (69),22-41. ISSN: 0120-8160. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20619966002>
- Atencio Cárdenas, E., & González Pertuz, B. (2007). Calidad de servicio en la editorial de la Universidad del Zulia (EDILUZ). *Revista de Ciencias Sociales*, 13(1), 172-186. Disponible en http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182007000100013&lng=es&tlng=es.
- Camisón, C. & Tomás Gonzáles, S. (2006). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. México: Pearson.

- Cervantes, G., Muñoz, G. & Inda, A. (2020) El trabajo en equipo y su efecto en la calidad de servicio a clientes. *Revista Espacios*, 14(41), 27-37. ISSN: 07981015. Disponible en <https://www.revistaespacios.com/a20v41n14/20411427.html>
- Chávez Carrillo, C. (2015). *Diccionario de Recursos Humanos: Técnicas Organizacionales y Teorías Administrativas*. México: Editorial PAX México.
- Cubillos Rodríguez, M., y Rozo Rodríguez, D. (2009). El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad. *Revista de la Universidad de La Salle*, (48), 80-99. Disponible en <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1170&context=ruls>
- Ferrel, O. & Hartline, M. (2012). *Estrategía de Márketing (5ta Ed.)*. México: Cengage Learning Editores.
- Flores Ponce, H. (2017). *La calidad de servicio y su relación en las ventas en el Área de Créditos de CMAC - Huancayo S.A Agencia Chilca 2017 (Tesis de pregrado)*. Universidad Peruana Los Andes. <https://hdl.handle.net/20.500.12848/702>
- Foltyn, P. (2016). *Do job satisfaction, teamwork and organizational identification have a positive impact on sales performance? (Tesis de pregrado)*. Universidad de New York, Empire State College. <https://elearning.unyp.cz/mod/data/view.php?d=20&rid=139>
- Forrellat Barrios, M. (2014). Calidad en los servicios de salud: un reto ineludible. *Revista Cubana de Hematología, Inmunología y Hemoterapia*, 30(2), 179-183. Disponible en http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-02892014000200011&lng=es&tlng=es.

- Forsyth, P. (2010). *Marketing: las herramientas más novedosas*. Lima: Producciones Cantabria.
- González Peláez, D. & Ospina Nieto, Y. (2015). Trabajo en equipo en el clima organizacional de las empresas, en el área específica del talento humano. *Colección Académica De Ciencias Sociales*, 2(1), 119-142. Disponible en: <https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciassociales/article/view/4541>
- Hernández Gárnica, C. & Maubert Viveros, C. (2009). *Fundamentos de Márketing*. México: Pearson.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6a ed.). México: Mc Graw Hill Education. <https://doi.org/10.9790/487X-2003011522>
- Karim, R. (2020). Influence of Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Private Banking Sector of Bangladesh: A PLS Approach. *Journal of Marketing and Information Systems*, 2(2), 8-17. <https://doi.org/10.31580/jmis.v1i3.1049>
- Kotler, P. & Keller, K. (2016). *Dirección de marketing* (15a ed.). México: Pearson Educación.
- Kozlowski, S., & Ilgen, D. (2006). Enhancing the Effectiveness of Work Groups and Teams. *Psychological Science in the Public Interest*, 7(3), 77–124. <https://doi.org/10.1111/j.1529-1006.2006.00030.x>

- Liza, C. & Siancas, C. (2016). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una entidad bancaria de Trujillo, 2016 (Tesis de posgrado). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/10969>
- McEwan, D., Ruissen, G., Eys, M., Zumbo, B. & Beauchamp, M. (2017). The Effectiveness of Teamwork Training on Teamwork Behaviors and Team Performance: A Systematic Review and Meta-Analysis of Controlled Interventions. *PLoS ONE* 12(1), e0169604. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0169604>
- Montoya Agudelo, C. & Boyero Saavedra, M. (2016). El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 20(2),1-20. ISSN: 1669-7634. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357947335001>
- O'Cass, A. & Grace, D. (2004). Exploring consumer experiences with a service brand [Explorando las experiencias de los consumidores con una marca de servicios]. *Journal of Product and Brand Management*, 13(4), 257-268.
- Paul, J. & Olson J. (2005). *Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing* (7a Ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Pérez Vilar, P., & Azzollini, S. (2013). Liderazgo, equipos y grupos de trabajo: su relación con la satisfacción laboral. *Revista de Psicología (PUCP)*, 31(1), 151-169. Disponible en http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0254-924720130001000006&lng=es&tlng=es.

- Ramírez Asis, H., Maguiña Palma, M. & Huerta Soto, R. (2020) Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las Cajas Municipales del Perú. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 329-343. 8.
<https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.08>
- Robbins, S., Cruz, S. & Gonzáles, T. (2013). *Comportamiento Organizacional* (15 Ed.). México: Pearson Educación.
- Ros Guasch, J. (2006). *Análisis de roles de trabajo en equipos* (Tesis de doctorado). Universitat Autònoma de Barcelona. Disponible en <https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2006/tdx-0307107-154817/tdx.html>
- Sánchez Rodríguez, G. & Moreto García, Y (2020). *Compromiso laboral y su relación con la productividad de los trabajadores en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Maynas, Tarapoto, primer semestre 2019* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de San Martín. <http://hdl.handle.net/11458/3832>
- Salazar Aguirre, F. & Suarez Dulanto, A. (2021). *La gestión administrativa y su relación con la satisfacción del cliente en una cooperativa de ahorro y crédito de Lima durante el periodo 2019* (Tesis de grado). Universidad de Piura, Lima. <https://hdl.handle.net/11042/5192>
- Sanyal, S. & Hisam, M. (2018). The Impact of Teamwork on Work Performance of Employees: A Study of Faculty Members in Dhofar University. *Journal of Business and Management*, 20(3), 15-22.

- Shedid, M. (2019). Employee empowerment and customer satisfaction: an investigation from a UAE banking-sector perspective (Tesis de posgrado). Robert Gordon University, Aberdeen.
- Terán Ayay, N., Gonzáles Vásquez, J., Ramirez-López, R., & Palomino Alvarado, G. (2021). Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(1), 1184-1197. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.320
- Treviño Alanis, N. & Abreu, J. (2017). Trabajo en Equipo, Grupos de Trabajo y la Perspectiva de Competencia. *International Journal of Good Conscience*, 12(3), 405-422. ISSN 1870-557X. Disponible en [http://www.spentamexico.org/v12-n3/A25.12\(3\)405-422.pdf](http://www.spentamexico.org/v12-n3/A25.12(3)405-422.pdf)
- Vallejo Ruiz, M. (2012) Trabajo en Equipo y Cooperación. Murcia: Escuela de Adiministración Pública de la Región de Murcia.
- Zapata Silupu, M. (2019). La influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes de Caja Piura Agencia Castilla. Universidad Nacional de Piura. <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/1944>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: “El trabajo en equipo y su relación con la calidad de servicio del departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de cmac Huancayo en el año 2017”

Problema	Objetivos	Hipótesis	Dimensiones	Metodología
<p>Problema General:</p> <p>¿Cómo se correlaciona el trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Evaluar la correlación entre el trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.</p>	<p>Hipótesis General:</p> <p>Existe una correlación entre el trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.</p>	<p>Variable 1: Trabajo en Equipo</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Complementariedad. 2. Compromiso 3. Comunicación 4. Confianza 5. Coordinación 	<p>1. Método de investigación</p> <p>Método científico</p> <p>Enfoque cuantitativo</p> <p>2. Tipo de investigación</p> <p>Básica</p> <p>3. Nivel de investigación</p> <p>Correlacional</p> <p>4. Diseño de investigación</p> <p>El diseño no experimental</p> <p>5. Técnica</p> <p>Encuesta de opinión</p>
<p>Problemas Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo se correlaciona la complementariedad del trabajo en equipo y la calidad de servicio en 	<p>Objetivos Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar la correlación entre la complementariedad del trabajo en equipo y la calidad de servicio 	<p>Hipótesis Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Existe una correlación entre la complementariedad del trabajo en equipo y la calidad de servicio en 		

<p>el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?</p>	<p>en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.</p>	<p>el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.</p>	<p>Variable 2 Calidad de Servicio</p>	<p>6. Población</p>
<p>2. ¿Cómo se correlaciona el compromiso del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?</p>	<p>2. Determinar la correlación entre el compromiso del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.</p>	<p>2. Existe una correlación entre el compromiso del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.</p>	<p>6. Elementos tangibles 7. Fiabilidad 8. Capacidad de respuesta 9. Seguridad 10. Empatía</p>	<p>La población está constituida por 37 colaboradores administrativos del Departamento de Contratos y Recuperaciones de la Oficina Principal de CMAC-Huancayo</p>
<p>3. ¿Cómo se correlaciona la comunicación del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?</p>	<p>3. Determinar la correlación entre la comunicación del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.</p>	<p>3. Existe una correlación entre la comunicación del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.</p>		<p>7. Muestra</p>
<p>4. ¿Cómo se correlaciona la</p>	<p>4. Determinar la correlación entre la</p>	<p>4. Existe una correlación entre la</p>		<p>No probabilística - censo</p>

<p>confianza del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?</p>	<p>confianza del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.</p>	<p>confianza del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.</p>
<p>5. ¿Cómo se correlaciona la coordinación del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?</p>	<p>5. Determinar la correlación entre la coordinación del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.</p>	<p>5. Existe una correlación entre la coordinación del trabajo en equipo y la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.</p>
<p>6. ¿Cómo se correlaciona el trabajo en equipo y los elementos tangibles de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en</p>	<p>6. Determinar la correlación entre el trabajo en equipo y los elementos tangibles de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en</p>	<p>6. Existe una correlación entre el trabajo en equipo y los elementos tangibles de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en</p>

el año 2017?	el año 2017.	el año 2017.
7. ¿Cómo se correlaciona el trabajo en equipo y la fiabilidad de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?	7. Determinar la correlación entre el trabajo en equipo y la fiabilidad de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.	7. Existe una correlación entre el trabajo en equipo y la fiabilidad de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.
8. ¿Cómo se correlaciona el trabajo en equipo y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?	8. Determinar la correlación entre el trabajo en equipo y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.	8. Existe una correlación entre el trabajo en equipo y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.
9. ¿Cómo se correlaciona el trabajo en equipo y la seguridad de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y	9. Determinar la correlación entre el trabajo en equipo y la seguridad de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y	9. Existe una correlación entre el trabajo en equipo y la seguridad de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y

recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?	recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.	recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.
10. ¿Cómo se correlaciona el trabajo en equipo y la empatía de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017?	10. Determinar la correlación entre el trabajo en equipo y la empatía de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.	10. Existe una correlación entre el trabajo en equipo y la empatía de la calidad de servicio en el Departamento de contratos y recuperaciones de la oficina principal de CMAC-Huancayo en el año 2017.

Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables

A. Operacionalización de la Variable Trabajo en Equipo

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Trabajo en Equipo	Desde un enfoque centrado en la persona, se define como una tarea colaborativa de nivel básico, en la que los miembros son colaboradores de la institución cuyas tareas son interdependientes; siendo esta interrelación la que permite que el equipo trabaje como una unidad en busca de un objetivo compartido (Hernández Gárnica & Maubert Viveros, 2009; Vallejo Ruiz, 2012)	Permite evaluar el nivel de trabajo en equipo alcanzado subjetivo en base a las mediciones de calificación de los trabajadores. Variable independiente de tipo cualitativa y escala de medición ordinal. Su medición se calculará en base al puntaje intermedio (mediana) obtenido a partir de sus dimensiones.	Complementariedad	Trabajo distribuido Competencias de equipo Experiencias de equipo Colaboración de equipo	Escala de medición ordinal. Aplica escala de Likert: (1) Muy en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Neutro, (4) De acuerdo y (5) Muy de acuerdo.
			Compromiso	Actuación en el equipo Cumplimiento en equipo Metas de equipo Esfuerzo de equipo	
			Comunicación	Expresión de equipo Escucha de equipo Honestidad en equipo Cordialidad en el equipo	
			Confianza	Objetividad en equipo Libre expresión en equipo Confianza en equipo Oponibilidad en equipo	
			Coordinación	Liderazgo en equipo Funciones en equipo Adaptabilidad del equipo	

B. Operacionalización de la Variable Calidad de Servicio

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicador	Escala de medición
Calidad de Servicio	Se define como el conjunto de las características de diseño del producto o servicio percibidas que constituyen la base sobre la cual se forma una opinión general del producto y se configuran las expectativas para artículos similares (Kotler & Keller, 2016).	Permite evaluar el nivel de calidad de servicio ofrecido en base a las mediciones de calificación de los trabajadores. Variable independiente de tipo cualitativa y escala de medición ordinal. Su medición se calculará en base al puntaje intermedio (mediana) obtenido a partir de sus dimensiones.	Elementos tangibles Fiabilidad Capacidad de Respuesta Seguridad	Estado de mobiliario Estado de infraestructura Estado de servicios Apariencia del ambiente Limpieza en el ambiente Cumplimiento de plazos Interés en atención Primer desempeño Cumplimiento de compromiso Eficiencia de personal Capacidad de informar Seguimiento de cliente Cooperación con cliente Generación de confianza Respeto impartido Cumplimiento normativo Trato cortés Imagen profesional	Escala de medición ordinal. Aplica escala de Likert: (1) Muy en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Neutro, (4) De acuerdo y (5) Muy de acuerdo.

Empatía	Atención individualizada
	Horarios definidos
	Atención personalizada
	Salvaguarda de intereses
	Determinación de necesidades

C. Operacionalización del Instrumento para la Variable Trabajo en Equipo

Variable	Dimensiones	Indicador	Items o reactivos	Escala de medición	Instrumentos
Trabajo en Equipo	Complementariedad	Trabajo distribuido	El trabajo distribuido se efectúa en el tiempo definido	Escala de medición ordinal. Aplica escala de Likert: (1) Muy en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Neutro, (2) De acuerdo y (5) Muy de acuerdo.	Encuesta tipo cuestionario.
		Competencias de equipo	Considera que las competencias y virtudes de sus compañeros influyen en el rendimiento del equipo.		
		Experiencias de equipo	Considera que las experiencias y la formación académica de sus compañeros influyen en el rendimiento del equipo.		
	Colaboración de equipo	Considera que todos unen fuerzas para realizar las labores diarias.			
	Compromiso	Actuación en el equipo	Considera que sus compañeros actúan antes que se produzcan problemas en la oficina		
		Cumplimiento en equipo	Considera que sus compañeros cumplen sus tareas por encima de los intereses personales.		
		Metas de equipo	Considera que las metas son compartidas por dos o más compañeros.		
Esfuerzo de equipo		Considera que se asocian esfuerzos para mejorar las labores aún en situaciones difíciles.			

Comunicación	Expresión de equipo	Considera que los trabajadores de la empresa expresan de forma clara sus puntos de vista.
	Escucha de equipo	Considera que sus compañeros de trabajo escuchan sus opiniones
	Honestidad en equipo	Considera que el trabajo de sus compañeros es honesto.
	Cordialidad en el equipo	Considera que sus compañeros actúan con cordialidad hacia los clientes
Confianza	Objetividad en equipo	Considera que sus compañeros actúan con rigor y seriedad de acuerdo a lo acordado.
	Libre expresión en equipo	Considera que en la empresa se pueden expresar opiniones con libertad.
	Confianza en equipo	Considera que existe confianza entre compañeros para delegar labores diarias.
	Oponibilidad en equipo	Considera que sus opiniones son escuchadas y aplicadas por los demás.
Coordinación	Liderazgo en equipo	Considera que en el equipo de trabajo existe un compañero que motive el logro de las tareas.
	Funciones en equipo	Considera que en la empresa están definidas claramente las funciones de cada trabajador.
	Adaptabilidad del equipo	Considera que sus compañeros admiten rápidamente el cambio.

Equidad en equipo	Considera que la organización de la empresa posibilita el trabajo equitativo y equilibrado.
-------------------	---

D. Operacionalización del Instrumento para la Variable Calidad de servicio

Variable	Dimensiones	Indicador	Items o reactivos	Escala de medición	Instrumentos
Calidad de Servicio	Elementos tangibles	Estado de mobiliario	Están en buen estado los equipos y mobiliarios de la empresa	Escala de medición ordinal. Aplica escala de Likert: (1) Muy en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Neutro, (2) De acuerdo y (5) Muy de acuerdo.	Encuesta tipo cuestionario.
		Estado de infraestructura	Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas.		
		Estado de servicios	La empresa cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesita.		
		Apariencia del ambiente	Como trabajadores administrativos presentan una apariencia limpia y agradable.		
	Limpieza en el ambiente	Están cómodas y limpias las instalaciones de la empresa			
	Fiabilidad	Cumplimiento de plazos	Cuando la empresa promete hacer algo en un determinado tiempo, lo cumple		

	Interés en atención		La empresa muestra un sincero interés en resolver cualquier problema que tenga el cliente
	Primer desempeño		La empresa desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez
	Cumplimiento de compromiso	de	La empresa proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo
	Eficiencia de personal		Como personal, es capaz de prestar el servicio sin mayores inconvenientes
Capacidad de Respuesta	Capacidad de informar	de	Como personal de la empresa mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar el servicio.
	Seguimiento de cliente	de	Como personal de la empresa brindan el servicio con prontitud a los clientes
	Cooperación con cliente	con	Como personal de la empresa coopera con los clientes.
Seguridad	Generación de confianza	de	Como personal de la empresa, su comportamiento inspira confianza en los clientes.
	Respeto impartido		Como personal de la empresa demuestra respeto hacia el cliente
	Cumplimiento normativo		La empresa cumple con las normas técnicas de seguridad

	Trato cortés		Como personal de la empresa tratan a los clientes con cortesía.
	Imagen profesional		Como personal de la empresa demuestra profesionalismo en su trabajo.
Empatía	Atención individualizada		La empresa brinda atención individual a los clientes.
	Horarios definidos		Los horarios de actividades de la empresa son convenientes.
	Atención personalizada		La empresa cuenta con empleados que brindan atención personalizada.
	Salvaguarda de intereses	de	La empresa se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes.
	Determinación de necesidades	de	Como personal de la empresa entienden sus necesidades específicas.

Anexo 3: Instrumentos utilizados



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS

TESIS: "EL TRABAJO EN EQUIPO Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE CONTRATOS Y RECUPERACIONES DE LA OFICINA PRINCIPAL DE CMAC HUANCAYO EN EL AÑO 2017"

CUESTIONARIO PARA EL EMPLEADO

Instrucciones. Agradeciendo anticipadamente por su colaboración, a continuación se presenta un conjunto de ítems sobre el Trabajo en Equipo en la Oficina principal de Cmac Huancayo, para lo cual le pedimos unos minutos de su tiempo para llenar este cuestionario.

I. TRABAJO EN EQUIPO:

Para responder esta encuesta marque con una "X" en los espacios que están numerados del 1 al 5 según las alternativas siguientes:

5. Siempre 4. Casi siempre 3. Regularmente 2. A veces 1. Nunca

N°	ITEMS	RESPUESTAS				
		5. SIEMPRE	4. CASI SIEMPRE	3. REGULARMENTE	2. A VECES	1. NUNCA
	Dimensión: Complementariedad					
1	El trabajo distribuido se efectúa en el tiempo definido					
2	Considera que las competencias y virtudes de sus compañeros influyen en el rendimiento del equipo.					
3	Considera que las experiencias y la formación académica de sus compañeros influyen en el rendimiento del equipo.					
4	Considera que todos unen fuerzas para realizar las labores diarias.					
	Dimensión: Compromiso					
5	Considera que sus compañeros actúan antes que se produzcan problemas en la oficina					
6	Considera que sus compañeros cumplen sus tareas por encima de los intereses personales.					
7	Considera que las metas son compartidas por dos o más compañeros.					
8	Considera que se asocian esfuerzos para mejorar las labores aún en situaciones difíciles.					
	Dimensión: Comunicación					

9	Considera que los trabajadores de la empresa expresan de forma clara sus puntos de vista.						
10	Considera que sus compañeros de trabajo escuchan sus opiniones						
11	Considera que el trabajo de sus compañeros es honesto.						
12	Considera que sus compañeros actúan con cordialidad hacia los clientes						
Dimensión: Confianza							
13	Considera que sus compañeros actúan con rigor y seriedad de acuerdo a lo acordado.						
14	Considera que en la empresa se pueden expresar opiniones con libertad.						
15	Considera que existe confianza entre compañeros para delegar labores diarias.						
16	Considera que sus opiniones son escuchadas y aplicadas por los demás.						
Dimensión: Coordinación							
17	Considera que en el equipo de trabajo existe un compañero que motive el logro de las tareas.						
18	Considera que en la empresa están definidas claramente las funciones de cada trabajador.						
19	Considera que sus compañeros admiten rápidamente el cambio.						
20	Considera que la organización de la empresa posibilita el trabajo equitativo y equilibrado.						

Fuente: Elaboración Propia

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS

TESIS: "EL TRABAJO EN EQUIPO Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE CONTRATOS Y RECUPERACIONES DE LA OFICINA PRINCIPAL DE CMAC HUANCAYO EN EL AÑO 2017"

CUESTIONARIO PARA EL EMPLEADO

Instrucciones. Agradeciendo anticipadamente por su colaboración, a continuación se presenta un conjunto de ítems sobre la Calidad de Servicio del Departamento de Contratos y Recuperaciones de la oficina principal de Cmac Huancayo, para lo cual le pedimos unos minutos de su tiempo para llenar este cuestionario.

I. CALIDAD DE SERVICIO:

Para responder esta encuesta marque con una "X" en los espacios que están numerados del 1 al 5 según las alternativas siguientes:

5. Siempre 4. Casi siempre 3. Regularmente 2. A veces 1. Nunca

N°	ITEMS	RESPUESTAS				
		5. SIEMPRE	4. CASI SIEMPRE	3. REGULARMENTE	2. A VECES	1. NUNCA
	Dimensión: Elementos tangibles					
1	Están en buen estado los equipos y mobiliarios de la empresa					
2	Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas.					
3	La empresa cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesita.					
4	Como trabajadores administrativos presentan una apariencia limpia y agradable.					
5	Están cómodas y limpias las instalaciones de la empresa					
	Dimensión: Fiabilidad					
6	Cuando la empresa promete hacer algo en un determinado tiempo, lo cumple					
7	La empresa muestra un sincero interés en resolver cualquier problema que tenga el cliente					
8	La empresa desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez					
9	La empresa proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo					

10	Como personal, es capaz de prestar el servicio sin mayores inconvenientes						
	Dimensión: Capacidad de Respuesta						
11	Como personal de la empresa mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar el servicio.						
12	Como personal de la empresa brindan el servicio con prontitud a los clientes						
13	Como personal de la empresa coopera con los clientes.						
	Dimensión: Seguridad						
14	Como personal de la empresa, su comportamiento inspira confianza en los clientes.						
15	Como personal de la empresa demuestra respeto hacia el cliente						
16	La empresa cumple con las normas técnicas de seguridad						
17	Como personal de la empresa tratan a los clientes con cortesía.						
18	Como personal de la empresa demuestra profesionalismo en su trabajo.						
	Dimensión: Empatía						
19	La empresa brinda atención individual a los clientes.						
20	Los horarios de actividades de la empresa son convenientes.						
21	La empresa cuenta con empleados que brindan atención personalizada.						
22	La empresa se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes.						
23	Como personal de la empresa entienden sus necesidades específicas.						

Fuente: Elaboración Propia-

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4: Instrumento por opinión de expertos

INSTRUMENTOS DE OPINIÓN DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

APELLIDOS Y NOMBRES DEL INFORMANTE	CARGO O INSTITUCIÓN DONDE LABORA	GRADO O TÍTULO DEL INFORMANTE	AUTOR DEL INSTRUMENTO

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENCIA 00% - 20%				REGULAR 21% - 40%				BUENA 41% - 60%				MUY BUENA 61% - 80%				EXCELENTE 91% - 100%			
		0	6	11	18	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado																				
OBJETIVIDAD	Esta expresado en Capacidades Observables																				
3. ACTUALIDAD	Adecuado a la Auto Evaluación																				
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica																				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos con cantidad y calidad																				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la Gestión Administrativa e Institucional																				
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos – científicos de la Autoevaluación																				
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los índices, indicadores y las dimensiones																				
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																				

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN CUALITATIVA

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento				
Calidad de redacción de los ítems				
Pertinencia de las variables con los indicadores				
Relevancia del contenido				
Factibilidad de aplicación				

Apreciación cualitativa:

Observaciones:

Validado por: Oraminna Zoraida Soto Acosta Profesión: Contador
 Lugar de trabajo: DOCENTE - UPA Cargo que desempeña: DOCENTE
 Fecha: 08.08.2019 Firma: [Firma]

INSTRUMENTOS DE OPINIÓN DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

APellidos y Nombres del Informante	Cargo o Institución donde labora	Grado o Título del Informante	Autor del Instrumento

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENCIA 00% - 20%				REGULAR 21% - 40%				BUENA 41% - 60%				MUY BUENA 61% - 80%				EXCELENTE 91% - 100%			
		0	6	11	18	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado																				
OBJETIVIDAD	Esta expresado en Capacidades Observables																				
3. ACTUALIDAD	Adecuado a la Auto Evaluación																				
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica																				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos con cantidad y calidad																				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la Gestión Administrativa e Institucional																				
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos – científicos de la Autoevaluación																				
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los índices, indicadores y las dimensiones																				
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																				

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN CUALITATIVA

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento				
Calidad de redacción de los ítems				
Pertinencia de las variables con los indicadores				
Relevancia del contenido				
Factibilidad de aplicación				

Apreciación cualitativa:

Observaciones:

Validado por: ALVARADO CANTURIN, Doris Ingrid Profesión: LIC. EN ADMINISTRACION
 Lugar de trabajo: FCAC Cargo que desempeña: Docente
 Fecha: 22/07/2019 Firma: _____

Doris Alvarado Canturin
 LIC. EN ADMINISTRACION

Anexo 5: Confiabilidad y validez del instrumento

A. Resultados de la prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach para el cuestionario de Trabajo en Equipo

Tabla 72

Alfa de Cronbach para Items de Variable Trabajo de Equipo

Registros	Alfa de Cronbach	Items
37	0.761	20

Elaboración propia basado en resultados de SPSS v26.0

Para los ítems de la Variable Trabajo de Equipo, se obtuvo un coeficiente de Alfa de Cronbach 0.761, que puede ser clasificado como adecuado, por lo que se valida la confiabilidad entre las respuestas.

B. Resultados de la prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach para el cuestionario de Calidad de Servicio

Tabla 73

Alfa de Cronbach para Items de Variable Calidad de Servicio

Registros	Alfa de Cronbach	Items
37	0.811	23

Elaboración propia basado en resultados de SPSS v26.0

Para los ítems de la Variable Calidad de Servicio, se obtuvo un coeficiente de Alfa de Cronbach 0.811, que puede ser clasificado como alto, por lo que se valida la confiabilidad entre las respuestas.

Anexo 5: Data de procesamiento de datos

A. Hoja de datos de variable Trabajo en Equipo

I D	VTE_T rabEq ui	DTE1_Co plementarie dad	DTE2_C ompromi so	DTE3_Co municaci ón	DTE4_ Confia nza	DTE5_C oordinac ión	PT E0 1	PT E0 2	PT E0 3	PT E0 4	PT E0 5	PT E0 6	PT E0 7	PT E0 8	PT E0 9	PT E1 0	PT E1 1	PT E1 2	PT E1 3	PT E1 4	PT E1 5	PT E1 6	PT E1 7	PT E1 8	PT E1 9	PT E2 0
1	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	1	2	3	4	3	2	3	4	5	3	4	4	5	2	4	2
2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	2	1	3	4	3	2	4	3	5	2	3	5	2
3	3	3	4	2	5	3	4	3	3	3	3	4	2	4	4	1	2	2	2	5	5	5	3	4	3	3
4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	5	2	4	5	3	5	4	4	2	2	5	4	4	5	3	4
5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	2	5	4	4	3	4	4	5	3	5	5	3	2	5	4	4	4
6	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	2	5	5	1	5	5	4	5	5	4	4	5	5
7	5	5	3	4	5	5	3	5	5	4	1	2	5	3	5	1	3	4	5	5	5	5	5	3	5	5
8	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	5	2	5	3	1	3	4	4	5	4	4	4
9	4	4	5	3	4	4	4	5	4	3	5	5	5	4	1	5	4	1	3	5	3	5	3	5	2	5
10	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4
11	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	3	5	3	5	3	4	4	5	5	5	2	4	5	3	4
12	4	4	3	3	4	4	2	4	5	4	1	2	3	4	4	3	2	3	5	4	4	4	4	4	4	2
13	4	4	3	4	4	3	3	5	5	3	2	5	3	3	3	5	4	3	4	5	4	4	2	3	3	2
14	5	5	5	5	5	4	1	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4

1	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	2	3	4	2	3	3	3	5	5	5	3	
5																											
1	4	4	3	3	4	4	5	3	3	5	2	1	5	4	3	5	3	3	2	5	3	4	5	3	4	4	
6																											
1	4	3	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	4	4	3	4	3	5	4	4	4	3	3	4	4	
7																											
1	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	5	2	3	4	1	4	3	5	5	5	5	5	4	4	5	
8																											
1	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	4	4	5	4	5	3	3	5	5	4	
9																											
2	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	2	5	5	5	5	5	1	3	4	4	2	5	3	1	3	2	
0																											
2	4	3	4	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	5	2	3	4	5	3	5	4	2	2	3	5	5	
1																											
2	4	4	4	4	3	4	3	4	5	3	5	5	3	2	3	5	5	2	2	2	5	4	3	3	5	5	
2																											
2	4	5	3	5	4	4	5	5	3	5	3	3	3	3	4	5	2	5	1	3	5	5	4	5	3	3	
3																											
2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	3	2	4	2	5	2	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	3
4																											
2	5	5	5	5	3	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	2	5	5	2	3	3	5	4	3	3	3	
5																											
2	5	5	5	3	4	5	4	5	5	4	1	5	5	4	3	2	2	3	5	4	3	3	5	4	5	4	
6																											
2	4	5	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	3	3	3	4	5	5	4	4	4	3	3	5	5	
7																											
2	4	3	4	4	5	4	2	2	3	5	2	5	3	4	4	5	3	3	5	5	5	5	5	4	4	2	
8																											
2	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	3	3	4	4	5	2	5	5	5	4	5	3	5	4	3	2	
9																											
3	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	2	5	4	4	3	1	4	5	2	5	5	4	4	5	4	5	
0																											
3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	3	2	5	5	4	3	5	5	2	3	4	5	4	5	2	3	
1																											
3	5	5	3	4	5	5	5	5	5	2	3	5	3	3	3	2	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	
2																											

3	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	2	5	3	2	1	5	5	5	1	5	3	4	5	5	4	3
3	4	4	4	4	5	4	3	2	4	5	5	3	4	4	3	2	4	5	5	3	5	5	5	3	4	2
4	3	4	3	4	2	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	5	3	5	2	2	5	2	5	2	3	1
5	3	4	5	3	5	4	4	3	2	5	1	5	5	4	2	3	2	3	5	5	4	3	3	4	5	4
6	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	1	2	1	2	1	2	3	3	3	3	2	3	1	3	2
7																										

ID ID Trabajador

VTE_TrabEqui V. Trabajo en Equipo

DTE1_Complementariedad D. Complementariedad

DTE2_Compromiso D. Compromiso

DTE3_Comunicación D. Comunicación

DTE4_Confianza D. Confianza

DTE5_Coordinación D. Coordinación

PTE01 El trabajo distribuido se efectúa en el tiempo definido

PTE02 Considera que las competencias y virtudes de sus compañeros influyen en el rendimiento del equipo.

- PTE03 Considera que las experiencias y la formación académica de sus compañeros influyen en el rendimiento del equipo.
- PTE04 Considera que todos unen fuerzas para realizar las labores diarias.
- PTE05 Considera que sus compañeros actúan antes que se produzcan problemas en la oficina
- PTE06 Considera que sus compañeros cumplen sus tareas por encima de los intereses personales.
- PTE07 Considera que las metas son compartidas por dos o más compañeros.
- PTE08 Considera que se asocian esfuerzos para mejorar las labores aún en situaciones difíciles.
- PTE09 Considera que los trabajadores de la empresa expresan de forma clara sus puntos de vista.
- PTE10 Considera que sus compañeros de trabajo escuchan sus opiniones
- PTE11 Considera que el trabajo de sus compañeros es honesto.
- PTE12 Considera que sus compañeros actúan con cordialidad hacia los clientes
- PTE13 Considera que sus compañeros actúan con rigor y seriedad de acuerdo a lo acordado.
- PTE14 Considera que en la empresa se pueden expresar opiniones con libertad.
- PTE15 Considera que existe confianza entre compañeros para delegar labores diarias.

PTE16 Considera que sus opiniones son escuchadas y aplicadas por los demás.

PTE17 Considera que en el equipo de trabajo existe un compañero que motive el logro de las tareas.

PTE18 Considera que en la empresa están definidas claramente las funciones de cada trabajador.

PTE19 Considera que sus compañeros admiten rápidamente el cambio.

PTE20 Considera que la organización de la empresa posibilita el trabajo equitativo y equilibrado.

B. Hoja de datos de Variable Calidad de Servicio

VCL_CaliSe rv	DCL1_Ele m	DCL2_Fa ct	DCL3_Res p	DCL4_Seg u	DCL5_Emp a	PC L0 1	PC L0 2	PC L0 3	PC L0 4	PC L0 5	PC L0 6	PC L0 7	PC L0 8	PC L0 9	PC L1 0	PC L1 1	PC L1 2	PC L1 3	PC L1 4	PC L1 5	PC L1 6	PC L1 7	PC L1 8	PC L1 9	PC L2 0	PC L2 1	PC L2 2	PC L2 3
3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	5	3	1	1	3	3	2	5	2	1	3	2	3	2	5	1	3	2
3	4	2	5	3	2	3	4	5	3	4	2	1	3	2	3	1	5	5	3	4	3	4	2	5	2	3	2	1
4	5	4	3	1	4	3	5	4	5	5	4	3	4	5	5	2	4	3	1	1	5	1	1	4	5	3	3	4
4	4	3	3	4	5	5	3	4	4	3	3	2	5	5	1	3	3	1	3	2	4	4	5	2	5	5	2	5
3	3	2	3	4	5	2	3	2	5	3	4	2	2	1	5	3	3	2	5	2	5	4	4	1	5	5	5	4
5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	3	2	5	5	3	5	5	2	4	3	2	4	2
4	5	4	3	4	3	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	3	3	5	4	3	4	5	2	4	3	3	5	2
3	4	3	3	3	2	4	4	4	5	4	4	3	3	2	1	3	5	1	4	5	3	1	1	2	5	1	5	2

4	5	4	3	4	3	5	5	5	5	5	3	1	5	5	4	3	2	5	5	3	4	5	2	4	3	1	5	2
3	5	3	2	5	3	5	5	3	3	5	3	4	5	3	2	1	5	2	3	5	5	5	5	4	3	1	1	3
4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	1	2	1	3	3	3	3	3	3	2	1	5	5	4	3
3	3	3	3	2	2	1	3	3	4	3	3	3	4	5	3	1	3	3	4	2	1	2	3	3	2	2	5	1
3	3	3	1	4	4	3	3	5	1	4	5	2	1	3	5	5	1	1	2	1	4	5	5	5	5	4	1	2
4	5	5	3	4	4	5	5	4	5	4	5	3	5	5	4	3	3	4	3	4	5	2	5	2	5	4	5	4
4	4	2	5	4	4	4	2	4	5	5	2	1	5	1	4	5	5	1	5	4	3	4	4	5	5	3	1	4
4	5	5	3	4	3	5	4	4	5	5	5	1	3	5	5	3	3	3	5	2	5	4	3	3	3	5	3	3
3	3	4	3	2	4	3	5	3	4	3	5	5	4	1	3	2	3	4	1	2	2	1	2	3	5	4	3	5
4	3	3	5	5	4	3	4	3	3	3	4	3	2	5	1	5	5	4	5	5	3	3	5	5	4	5	3	4
4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	2	3	4	4	3	5	3	4	4	5	5	3	5	3	3	4	4	5	3
4	4	4	5	5	1	4	2	2	5	5	3	4	5	4	1	5	5	3	5	5	4	1	5	1	3	1	5	1
4	4	3	3	4	4	3	5	4	4	3	4	3	5	1	3	5	1	3	4	3	5	4	5	4	5	4	3	2
4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	1	1	3	5	2	5	4	4	5	5	5	2	2	4
4	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	3	2	4	2	5	4	2	3	3	1	3	3	4	5	2	5
3	3	3	2	3	2	3	3	3	5	3	3	2	1	3	3	1	2	4	5	2	3	1	3	5	3	1	2	1
4	4	3	3	4	5	3	5	4	4	5	3	2	2	5	3	3	4	3	3	5	5	4	3	4	5	5	5	3
4	4	5	2	3	4	4	4	4	3	2	5	5	5	2	1	1	3	2	3	3	3	5	4	5	4	3	3	5
4	5	4	3	3	4	5	5	2	5	5	5	4	4	3	1	5	3	2	3	1	4	5	3	2	3	5	4	4
4	5	3	2	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	1	5	1	5	2	4	3	3	4	5	4	4	1	4	5
5	5	4	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	1	3	4	5	5	3	5	1	4	3	4	3	5	5	5	5
4	5	4	3	4	3	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	3	3	2	5	5	4	2	2	3	2	3	3
4	4	5	4	3	3	4	5	4	5	3	5	5	3	1	5	1	4	5	2	4	4	3	3	2	4	3	3	1
4	4	4	2	2	4	2	5	5	4	3	3	4	5	1	5	1	3	2	5	3	2	2	2	2	5	5	1	4
4	4	4	3	4	3	3	5	5	4	3	4	3	4	4	2	3	1	5	4	2	4	5	3	4	3	3	2	3

5	3	5	5	3	5	3	3	3	5	4	5	5	3	5	5	5	5	1	3	2	5	1	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	3	3	4	2	3	2	5	3	3	4	4	3	3	2	4	
4	3	5	5	3	4	4	3	3	2	4	5	3	5	1	5	1	5	5	4	3	3	5	3	1	5	3	4	5	
2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	1	2	2	1	2	1	3	1	2	2	2	1	2	1	

VCL_CaliServ V. Calidad de Servicio

DCL1_Elem D. Elementos Tangibles

DCL2_Fact D. Factibilidad

DCL3_Resp D. Capacidad de Respuesta

DCL4_Segu D. Seguridad

DCL5_Empa D. Empatía

PCL01 Están en buen estado los equipos y mobiliarios de la empresa

PCL02 Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas.

PCL03 La empresa cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesita.


PCL04 Como trabajadores administrativos presentan una apariencia limpia y agradable.

PCL05 Están cómodas y limpias las instalaciones de la empresa

- PCL06 Cuando la empresa promete hacer algo en un determinado tiempo, lo cumple
- PCL07 La empresa muestra un sincero interés en resolver cualquier problema que tenga el cliente
- PCL08 La empresa desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez
- PCL09 La empresa proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo
- PCL10 Como personal, es capaz de prestar el servicio sin mayores inconvenientes
- PCL11 Como personal de la empresa mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar el servicio.
- PCL12 Como personal de la empresa brindan el servicio con prontitud a los clientes
- PCL13 Como personal de la empresa coopera con los clientes.
- PCL14 Como personal de la empresa, su comportamiento inspira confianza en los clientes.
- PCL15 Como personal de la empresa demuestra respeto hacia el cliente
- PCL16 La empresa cumple con las normas técnicas de seguridad
- PCL17 Como personal de la empresa tratan a los clientes con cortesía.
- PCL18 Como personal de la empresa demuestra profesionalismo en su trabajo.

- PCL19 La empresa brinda atención individual a los clientes.
- PCL20 Los horarios de actividades de la empresa son convenientes.
- PCL21 La empresa cuenta con empleados que brindan atención personalizada.
- PCL22 La empresa se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes.
- PCL23 Como personal de la empresa entienden sus necesidades específicas.

Anexo 6: Consentimiento informado

 CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO DE HUANCAYO S.A. MESA DE PARTES RECIBIDO 17 JUN. 2021		SOLICITO: CONSENTIMIENTO INFORMADO PROYECTO DE TESIS.
HORA: 5:59	FOLIOS: 01	
FIRMA: [Firma]	EXP: 01261	
DECS. ADJUNTOS: <small>La recepción de este documento no significa la conformidad o aceptación</small>		

SEÑORES CAJA HUANCAYO

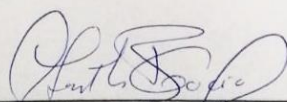
Yo, Bach. YULIBETH GARCIA BERROCAL, de la Carrera Profesional de Administración y Sistemas de la Universidad Peruana Los Andes Debidamente Identificado con DNI N° 43010548, y Domicilio en AA.HH. Incarripack MZ. K Lote 3 El tambo - Huancayo. Con respeto me presento ante usted y expongo:

Que, requiriendo optar el Título Universitario mi persona junto a mi compañera **Bach. Gladys Yolanda DE LA CRUZ ASCONA** estamos realizándola la Tesis "TRABAJO EN EQUIPO Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE CONTRATOS Y RECUPERACIONES DE LA OFICINA PRINCIPAL DE CMAC HUANCAYO EN EL AÑO 2017 el cual nos solicita el consentimiento informado de la institución, para continuar con el desarrollo de la tesis y tramites documentarios que continúan para poder optar el título Universitario.

POR LO TANTO:

Solicito a Ustedes tengan a bien acceder mi solicitud

Huancayo, 15 de Junio del 2021.


YULIBETH GARCIA BERROCAL
 DNI N° 43010548

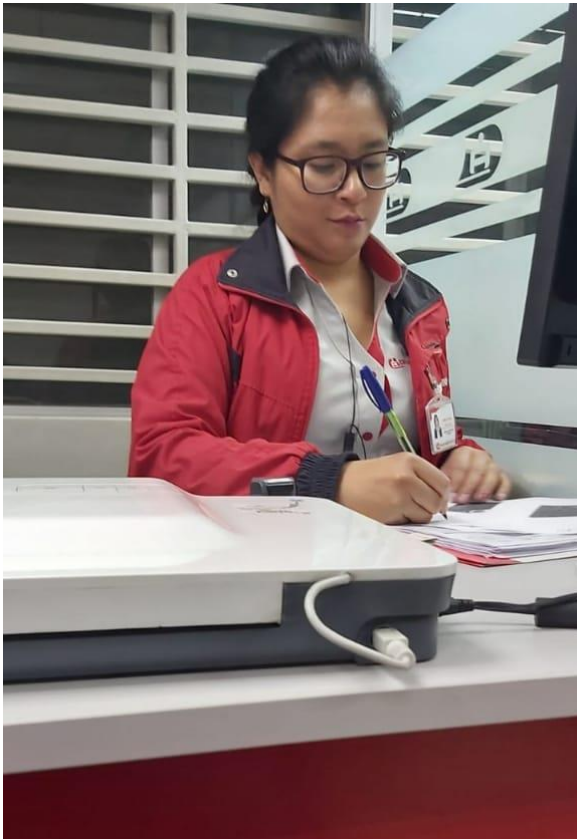
Anexo 7: Fotos de la aplicación del instrumento



Fecha 08/12/2017 04:30pm



Fecha 10/12/2017 04:20pm



Fecha 10/12/2017 04:30pm