



UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN,
FINANZAS Y NEGOCIOS GLOBALES

TESIS

LOS NIVELES DE GOCE LABORAL DE LOS
COLABORADORES Y SU INFLUENCIA EN LOS
NIVELES DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA
EMPRESA CAMSEG S.A.C. LIMA - 2019

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, FINANZAS Y NEGOCIOS
GLOBALES

AUTOR:

Bach. SANCHEZ ROBLES, ROCIO DEL PILAR

LIMA – PERÚ

2019

ASESOR DE TESIS

Dr. PINO APABLAZA, FERNANDO ALONSO

JURADO EXAMINADOR

Dr. ALFREDO GUILLERMO RIVERO GUILLEN
Presidente

Mg. ERNESTO ARCE GUEVARRA
Secretario

Mg. FRANCISCO EDUARDO DIAZ ZÁRATE
Vocal

DEDICATORIA

Quiero agradecer a Dios por guiar mis pasos, a mi madre por insistirme a seguir adelante, a mi hijo Nathán por ser mi motor a conseguir mis metas, a mi Daddy por ser un héroe en mi vida y a mi profesor Ernesto A. por enseñarme con paciencia y sabiduría en todo el proceso que duro el trabajo de investigación.

AGRADECIMIENTO

La presente tesis va dedicado a Dios y a todos mis seres queridos. Un agradecimiento muy especial a la familia de la Universidad Privada TELESUP, quienes me brindaron conocimiento y apoyo durante el proceso en el estudio de la carrera. A mis maestros, por guiarme y enseñarme para la elaboración del presente de trabajo de investigación.

RESUMEN

La presente investigación tiene por título: Los Niveles de Goce Laboral de los Colaboradores y su Influencia en los Niveles de Satisfacción de los Clientes de la Empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019. El objetivo general fue determinar cómo el goce de los colaboradores influye en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

El tipo de investigación es aplicada, el nivel de la investigación correlacional. El enfoque es cuantitativo. El diseño es no experimental. Asimismo, de corte longitudinal porque la muestra se toma en dos tiempos establecidos. La población total estuvo conformada por 10 colaboradores de la empresa CAMSEG SAC y 14 clientes; de igual forma, la muestra por 24 personas entre colaboradores y clientes, similar a la población.

Para la presente investigación, se utilizó 1 cuestionario de 41 preguntas (24 para la variable los niveles de goce de los colaboradores de la empresa CAMSEG SAC y 17 preguntas para la variable, los niveles de satisfacción de los clientes), validado por el procedimiento "juicio de expertos". La escala de medición que se aplicó en el cuestionario fue del tipo Likert. Su medición considera a: Totalmente de acuerdo (5), Acuerdo (4), ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), desacuerdo (2) totalmente en desacuerdo (1). Los resultados del Alfa de Cronbach fue 0,805 para la variable los niveles de goce de los colaboradores y 0,904 para los niveles de satisfacción de los clientes, dichos resultados superan 0,7 lo cual es aceptable su confiabilidad.

Contrastación de hipótesis: Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que los niveles de goce de colaboradores SI influye positivamente en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG SAC.

Las principales conclusiones a los cuales se llegó fueron: 1) Existe una relación entre la variable goce de los colaboradores de la empresa CAMSEG S.A.C y la variable satisfacción de los clientes, lo que se corroboró con la prueba Chi-cuadrado. 2) También se determinó que existe suficiente evidencia

estadística para afirmar que hay una relación positiva moderada entre la dimensión comportamiento de los administradores y la variable dependiente satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. 3) Se ha llegado también a concluir que existe una suficiente evidencia estadística muestral, el cual permite afirmar que hay una relación positiva moderada entre la dimensión, el contexto organizacional y la variable dependiente satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. 4) Se puede afirmar que no hay una influencia de la dimensión el diseño de los puestos con la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. 5) No hay una influencia de la dimensión Diferencias individuales con la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C.

Palabras clave: Goce, Colaboradores, Cliente.

ABSTRACT

The present investigation is entitled: The levels of work joy of employees and their influence on the levels of customer satisfaction of the company CAMSEG S.A.C. Lima - 2019. The general objective was to determine how employee joy influences customer satisfaction of CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

The type of applied is research, the level of correlational. The approach is quantitative. The design is not experimental. Also, of transectional cut because the sample was taken in a certain established time. The total population was made up of 10 employees of the company CAMSEG SAC and 14 clients. The sample consisted of 24 people between collaborators and clients, that is to say equal to the population.

For the present investigation, 1 questionnaire of 41 questions was used (24 for the variable the levels of enjoyment of the employees of the company CAMSEG SAC and 17 questions for the variable the levels of customer satisfaction), validated by the procedure "trial of experts". The measurement scale that was applied in the questionnaire was the Likert type. Its measurement considers: Totally agree (5), Agreement (4), neither agree nor disagree (3), disagree (2) totally disagree (1). The results of Cronbach's Alpha were 0.805 for the variable gose levels of the collaborators and 0.904 for the levels of customer satisfaction, these results exceed 0.7 which is acceptable reliability.

Hypothesis testing: With a significance level of 5% the null hypothesis is rejected and the alternative hypothesis is accepted, concluding that the levels of employee enjoyment IF positively influences the customer satisfaction of the company CAMSEG SAC.

The main conclusions reached were: 1) there is a relationship between the variable enjoyment of the employees of the company CAMSEG S.A.C and the variable customer satisfaction, which was corroborated with the Chi-square test. 2) It was also determined that there is sufficient statistical evidence to state that there is a moderate positive relationship between the behavior dimension of the administrators and the customer satisfaction dependent variable of the company

CAMSEG S.A.C. 3) It has also been concluded that there is sufficient statistical sample evidence that allows to affirm that there is a moderate positive relationship between the dimension of the organizational context and the dependent variable customer satisfaction of the company CAMSEG S.A.C. 4) It can be affirmed that there is no influence of the dimension of the design of the positions with the satisfaction of the clients of the company CAMSEG S.A.C. 5) There is no influence of the dimension Individual differences with the satisfaction of the clients of the company CAMSEG S.A.C.

Keywords: Enjoy, Collaborators, Client.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARATULA	i
ASESOR DE TESIS	ii
JURADO EXAMINADOR.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	viii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
INTRODUCCIÓN	xvi
I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	18
1.1. Planteamiento del problema.....	18
1.2. Formulación del problema	20
1.2.1. Problema general.....	20
1.2.2. Problemas específicos.....	20
1.3. Justificación del estudio.....	20
1.3.1. Justificación teórica.....	20
1.3.2. Justificación práctica.....	21
1.3.3. Justificación metodológica	21
1.3.4. Justificación social	21
1.4. Objetivos de la investigación	21
1.4.1. Objetivo general.....	21
1.4.2. Objetivos específicos	21
II. MARCO TEÓRICO	23
2.1. Antecedentes de investigación	23
2.1.1. Antecedentes nacionales.....	23
2.1.2. Antecedentes internacionales	27
2.2. Bases teóricas de las variables	32
2.2.1. Los niveles de goce laboral.....	32
2.2.2. Los niveles de satisfacción de los clientes.....	42

2.3. Definición de términos básicos	46
III. MÉTODOS Y MATERIALES	47
3.1. La hipótesis de investigación.....	48
3.1.1. Hipótesis general	48
3.1.2. Hipótesis específicas	48
3.2. Variables de estudio	48
3.2.1. Definición conceptual.....	49
3.2.2. Definición operacional.....	49
3.3. Tipo y nivel de la investigación	50
3.4. Diseño de la investigación	50
3.5. Población y muestra	50
3.5.1. Población	50
3.5.2. Muestra	51
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	51
3.6.1. Técnicas de recolección de datos.....	51
3.6.2. Instrumentos de recolección de datos	52
3.7. Método de análisis de datos.....	52
3.8. Aspectos éticos	53
IV. RESULTADOS	54
4.1. Resultados descriptivos de las dimensiones	54
4.2. Contraste de hipótesis.....	60
4.2.1. Hipótesis general	61
4.2.2. Hipótesis específica 1	64
4.2.3. Hipótesis específica 2	66
4.2.4. Hipótesis específica 3	68
4.2.5. Hipótesis específica 4	70
V. DISCUSIÓN.....	73
VI. CONCLUSIONES	79
VII. RECOMENDACIONES.....	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	81
ANEXOS	85
Anexo 1: Matriz de consistencia	86
Anexo 2: Matriz de operacionalización	88
Anexo 3: Instrumento	89

Anexo 4: Validez del instrumento.....	92
Anexo 5: Matriz de datos	100
Anexo 6: Procesamiento de datos en SPSS.....	102
Anexo 7: Gráficos y tablas de datos en SPSS	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Dimensión Comportamiento de los administradores	54
Tabla 2: Dimensión Contexto organizacional	55
Tabla 3: Dimensión Diseño de los puestos	56
Tabla 4: Dimensión Diferencias Individuales.....	57
Tabla 5: Variable 1: Niveles de goce laboral de los colaboradores	58
Tabla 6: Variable 2: Niveles de Satisfacción de la atención al cliente	59
Tabla 7: Rangos de variación del coeficiente de correlación Rho de Spearman....	61
Tabla 8: Prueba de normalidad de la variable Niveles de goce laboral del colaborador.....	62
Tabla 9: Prueba de normalidad de la variable Niveles de la satisfacción del cliente	62
Tabla 10: Coeficiente de correlación Rho de Spearman para la prueba de hipótesis general	63
Tabla 11: Pruebas de Chi-cuadrado para el contraste de la hipótesis general	63
Tabla 12: Prueba de normalidad de la dimensión comportamiento de los administradores	64
Tabla 13: Prueba de normalidad de la variable Niveles de satisfacción de la atención al cliente.....	64
Tabla 14: Coeficiente de correlación Rho de Spearman para la prueba de hipótesis específica 1	65
Tabla 15: Pruebas de Chi-cuadrado para el contraste de la hipótesis específica 1	65
Tabla 16: Prueba de normalidad de la dimensión contexto organizacional.....	66
Tabla 17: Prueba de normalidad de la variable Niveles de satisfacción de la atención al cliente.....	66
Tabla 18: Coeficiente de correlación Rho de Spearman para la prueba de hipótesis específica 2	67
Tabla 19: Pruebas de Chi-cuadrado para el contraste de la hipótesis específica 2	67
Tabla 20: Prueba de normalidad de la dimensión diseño de los puestos.....	68

Tabla 21: Prueba de normalidad de la variable Niveles de satisfacción de la atención al cliente.....	69
Tabla 22: Coeficiente de correlación Rho de Spearman para la prueba de hipótesis específica 3	69
Tabla 23: Pruebas de Chi-cuadrado para el contraste de la hipótesis específica 3	70
Tabla 24: Prueba de normalidad de la dimensión diferencias individuales	71
Tabla 25: Prueba de normalidad de la variable Niveles de satisfacción de la atención al cliente.....	71
Tabla 26: Coeficiente de correlación Rho de Spearman para la prueba de hipótesis específica 4	72
Tabla 27: Pruebas de chi-cuadrado para el contraste de la hipótesis específica 4	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Comportamiento de los administradores	54
Figura 2: Contexto Organizacional	55
Figura 3: Diseño de los puestos	56
Figura 4: Diferencias individuales.....	57
Figura 5: Goce laboral de los colaboradores.....	58
Figura 6: Satisfacción del cliente.....	59

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene por nombre “Los Niveles de Goce Laboral de los Colaboradores y su Influencia en los Niveles de Satisfacción de los Clientes de la Empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019”.

La investigación se divide en siete capítulos de acuerdo a las disposiciones expedidas por la Universidad Privada Telesup.

El Primer Capítulo, se desarrolla el problema de investigación que viene hacer “los niveles de goce laboral de los colaboradores y su influencia en los niveles de satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C.”, planteándose el problema general que es ¿Cómo influye el goce laboral de los colaboradores de la empresa CAMSEG S.A.C., en la satisfacción de sus clientes en Lima - 2019? y problema específicos de la investigación, así como el objetivo general, el cual es “determinar cómo el goce laboral de los colaboradores, influye en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019”, como también los objetivos específicos.

El Segundo Capítulo, se explica el Marco Teórico que comprende, los antecedentes de la investigación nacionales como internacionales, las bases teóricas, los cuales son: 1. La variable independiente “los niveles de goce laboral. 2. Los niveles de satisfacción de los clientes. Y la definición de términos básicos.

El tercer Capítulo, se da a conocer la Metodología de la investigación; es decir, la aplicación de lo aprendido por la teoría como lo es, el diseño de la investigación que viene hacer correlacional y longitudinal, en lo que es la población contamos con 10 colaboradores y 14 clientes. Nuestra muestra viene hacer un total de 24 cuestionarios. La operacionalización de las variables como: 1. Los niveles de goce laboral y su dimensión que es comportamiento de los administradores, contexto organizacional, diseño de los puestos y diferencias individuales. 2. Los niveles de satisfacción de los clientes y su dimensión que es atención al cliente. Las técnicas de recolección de datos que se aplicó son de acuerdo a la escala de Likert y los diversos temas que comprende este capítulo.

El cuarto capítulo, se demuestran los resultados del trabajo de investigación correlacional, con tablas y figuras estadísticas teniendo como resultado final un alto índice de confiabilidad de acuerdo a la prueba de Shapiro Wilk, el cual permite afirmar que los datos obtenidos con el instrumento en la investigación son valederos.

En el quinto capítulo, se presenta la discusión de los resultados.

En el sexto capítulo, se mencionan las conclusiones del trabajo de investigación.

En el séptimo capítulo, se comprenden las recomendaciones en base a los resultados y conclusiones obtenidos en el trabajo de investigación.

Finalmente, hago mención de las referencias bibliográficas utilizadas en la investigación como además los respectivos anexos.

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Gran problema para los directivos de las organizaciones, es desconocer la percepción de sus clientes, sobre la calidad del servicio que brindan, siendo situación que se debe revertir de inmediato, porque afecta en detrimento a la organización, tanto así, que podría afectar su supervivencia, lo que sería el peor de los escenarios posibles, para un director de empresas; por lo tanto, la acción de conocer la percepción de los clientes, respecto a la calidad del servicio jamás se debe descuidar, es más debiera ser parte del control en una planificación estratégica. En este mismo sentido García, (2001), afirma que:

La calidad se ha constituido en uno de los principales objetivos empresariales, afectando también a las organizaciones de servicios. Esta relevancia se debe básicamente a los beneficios que la adopción de una estrategia de calidad parece reportar a la organización. Fundamentalmente, la calidad contribuye a mantener y aumentar la cuota de mercado, cada vez más relevante en un entorno altamente competitivo (p.26).

Pero la calidad del servicio, tiene una estrecha relación con la satisfacción del cliente. Calidad y satisfacción a simple vista son el binomio perfecto. En este sentido Pino, (2018), afirma que “Las organizaciones deben imperativamente ser cuidadosas a la hora de ofrecer sus servicios a los clientes, ya que de la calidad de los servicios dependerá en gran parte la satisfacción del cliente “(p.1).

Otro problema que se presentó, es creer para determinar si la calidad del servicio es excelente o pésima, hay que preguntarle a los gerentes o dueños de las instituciones, cuando la única forma de saberlo, es preguntándole a los clientes, que son los personajes que han experimentado en carne propia el servicio, en este mismo sentido Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985); Gronoos, (1984), como se citó en Setó, (2004), afirman que “la calidad de servicio debe estar basada fundamentalmente en las percepciones de los clientes, quienes adquieren un servicio y lo reciben “(p.16).

Otro problema es, ignorar las causas que generan que los servicios sean de calidad y a su vez esto traiga consigo la satisfacción de los clientes. Pero se sabe que uno de los factores para que se genere una percepción favorable sobre la calidad del servicio, es el factor humano. Si bien existen otros factores como el producto o la infraestructura, se sabe que el factor humano es medular. Y cuando se reflexiona acerca del factor humano, se debe meditar también sobre la calidad de vida laboral. En este mismo sentido Chiavenato, (2012), afirma que:

Si la calidad de vida laboral es escasa, conducirá a la alienación del empleado y a la insatisfacción, a la mala voluntad, al poco rendimiento de la productividad, a comportamientos nocivo (ausentismo, rotación, robo, sabotaje, militancia sindical, etc.), si la calidad de vida laboral es buena, se desarrollara un clima de respeto y confianza, esto hará que el individuo tenga que a aumentar sus contribuciones y elevar sus oportunidades de éxito psicológico, y la administración tenderá a reducir mecanismos rígidos de control (p.408).

Entonces, cabe pensar que para lograr servicios de calidad que satisfagan a los clientes. Es importante y primordial, el no descuidar al colaborador que brinda los servicios. En este mismo sentido J. W. Marriot Jr. Como se citó Karl, (1997), afirma que:

La idea del servicio o trabajar en una labor de servicio, se considera como degradante y significa un puesto bajo. Muchos ejecutivos y gerentes consideran a los colaboradores de servicios como personas sin importancia y fácilmente reemplazables. Pero en realidad las personas que se ocupa de los servicios son los más importantes en la organización. Sin ellos no hay producto, venta ni ganancia (s/n).

En la actualidad es indispensable lograr la “satisfacción del cliente”, ya que de ellos depende la empresa, porque son ellos los que adquieren el servicio o la compra del producto, y son los clientes quienes hacen que se logre alcanzar nuestras metas en el mercado como empresa.

La experiencia que se lleva cada cliente de una empresa es importante, ya que de eso dependen muchos factores como la fidelización, recomendación, etc. y llevar a la empresa a ser líder en el mercado.

1.2. Formulación del problema

Para este punto de formulación del problema se ha descompuesto en dos partes, la primera que se titula, problema general y la segunda problemas específicos.

1.2.1. Problema general

El problema general se redactó en forma de pregunta de la siguiente manera:

- ¿Cómo influye el goce laboral de los colaboradores de la empresa CAMSEG S.A.C., en la satisfacción de sus clientes en Lima - 2019?

1.2.2. Problemas específicos

PE 1 ¿Cómo influye el factor comportamiento de los administradores de goce laboral, en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019?

PE 2 ¿Cómo influye el factor contexto organizacional de goce laboral, en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019?

PE 3 ¿Cómo influye el factor diseño de puestos de goce laboral, en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019?

PE 4 ¿Cómo influyen el factor diferencias individuales de goce laboral, en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima -2019?

1.3. Justificación del estudio

Lo que justifica este estudio es su utilidad en el ámbito organizacional. Este estudio presenta instrumentos de medición que bien podrían servir a muchas organizaciones para evaluar la calidad de vida laboral a través del goce de los empleados de la organización y a su vez explicar cómo es la relación que estos niveles tienen con la satisfacción de los clientes.

1.3.1. Justificación teórica

Respecto a la utilidad teórica, se debe decir que este estudio se fundamenta en el método hipotético deductivo, por lo tanto, parte de una teoría

general y va hacia un caso específico que será un aporte más que reforzará la teoría de la calidad de vida laboral y su relación con la calidad del servicio.

1.3.2. Justificación práctica

Respecto a la justificación práctica, esta va en el sentido que el estudio buscará revertir el goce de los colaboradores, que se sabe a través de los antecedentes tiene relación con la calidad del servicio brindado. Este estudio no solamente buscará medir y evaluar los niveles de goce de los colaboradores, sino más bien, proponer un programa de mejora continua con el objetivo de beneficiar a esta clase social denominada proletariado.

1.3.3. Justificación metodológica

La utilidad respecto a la metodología, es que otros investigadores podrán utilizar el mismo método científico que se presenta en este estudio para probar sus hipótesis en los respectivos casos específicos.

1.3.4. Justificación social

Con respecto a la Justificación social, el presente trabajo de investigación deja un precedente para futuras investigaciones para administradores o dueños, quienes desean mejorar en lo posible y así poder incrementar el nivel de satisfacción de sus clientes.

1.4. Objetivos de la investigación

Para el estudio, se presentan los objetivos desagregados en, objetivo general y objetivos específicos.

1.4.1. Objetivo general

- Determinar cómo el goce laboral de los colaboradores, influye en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

1.4.2. Objetivos específicos

OE 1 Determinar cómo el factor comportamiento de los administradores de goce laboral de los colaboradores, influye en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

- OE 2 Determinar cómo el factor contexto organizacional de goce laboral de los colaboradores, influye en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.
- OE 3 Determinar cómo el factor diseño de puestos de goce laboral de los colaboradores, influye en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.
- OE 4 Determinar cómo el factor diferencias individuales de goce laboral de los colaboradores, influye en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

II. MARCO TEÓRICO

El presente marco teórico, contiene antecedentes de investigación nacionales e internacionales, que preceden a este estudio y demuestran que las variables son materia de estudio y han sido de interés en el ámbito administrativo. También, el marco teórico, como es natural, contiene las teorías que postulan la relación entre el goce laboral y la satisfacción del cliente. Para finalizar, se presenta un glosario que contendrán los términos básicos.

2.1. Antecedentes de investigación

En esta parte se subdividen los antecedentes en investigaciones nacionales e internacionales, ambas tienen objetivos y variables similares a este estudio.

2.1.1. Antecedentes nacionales

El primer antecedente nacional es el trabajo de investigación publicado por la Universidad San Martín de Porres para optar el grado de Doctor en Turismo, Pino, (2018), el trabajo lleva como título:

El goce laboral y la satisfacción del cliente en la atención brindada en el Club Departamental Arequipa 2018. La investigación planteó el objetivo siguiente: Determinar la influencia entre los niveles de satisfacción laboral de los colaboradores del Club Departamental Arequipa, en los niveles de satisfacción de los clientes, y el servicio que brinda de parte de la organización. Se inició la investigación el primer trimestre del año 2018 y culminó fines del segundo trimestre del mismo año, en el distrito de Jesús María, en la provincia de Lima. La investigación que se realizó es de tipo correlacional y se investigó de forma transversal. Para medir la satisfacción de ambos grupos se utilizaron dos instrumentos de acopio de datos tipo Likert, confiables en un nivel de 0,05 % de significancia. Para el procedimiento de prueba de hipótesis se realizó el coeficiente con relación Pearson y la prueba de análisis de la varianza Anova. Finalmente, se rechazó la hipótesis nula y se comprobó la existencia de una relación positiva entre los niveles de satisfacción de los colaboradores del club en

los niveles de satisfacción de los clientes y además una diferencia significativa entre los niveles de satisfacción en ambos grupos, antes y después de la aplicación del programa de mejora de la calidad de vida laboral (s/n).

Otro antecedente nacional que se pueda apreciar es el trabajo realizado por Ñahuirina, (2016), quien realizó la investigación para optar el título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Nacional José María Arguedas. El trabajo titula:

La calidad de satisfacción y servicio del cliente en las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015. El presente trabajo de investigación es de tipo correlacional, transaccional, de enfoque cuantitativo, el cual tiene el diseño no experimental, su objetivo general es determinar la relación que existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente en las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015. Para analizar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, se realizó encuestas para evaluar las siguientes variables, calidad de servicio y satisfacción al cliente. Dicha encuesta fue aplicada en las diversas pollerías del distrito de Andahuaylas a 348 clientes entre varones y mujeres que constituyen la muestra del presente estudio. El cuestionario tiene 28 preguntas distribuidos de la siguiente manera: 16 ítems para la variable “calidad de servicio” y 12 ítems para la variable “satisfacción del cliente”. El instrumento contiene una amplitud de 5 categorías; siempre, casi siempre, a veces, casi nunca, nunca. La fiabilidad y la validez del instrumento de recolección de datos que se realizó según el coeficiente de alfa de Cronbach y el resultado obtenido fue de 0.855, para el cuestionario de calidad de servicio y de 0.668 para el cuestionario de posicionamiento; arrojando por resultado los instrumentos son fiables y consistentes. Para medir la correlación que existe entre estas dos variables se utilizó el coeficiente de relación de Spearman, en el cual se observa un valor de 0.841 lo que significa que existe una correlación positiva alta; y con respecto al valor de sig. se obtuvo un resultado de 0.000 que es menor a 0.05 %, lo cual indicó que hay un buen nivel de

significancia; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, lo que permite afirmar, con un nivel de confianza del 95%, que existe una relación significativa entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas.

Jaramillo, (2019), quien realizó el trabajo de investigación para optar el grado de Bachiller en Administración en la Universidad Señor de Sipán. El trabajo de investigación titula:

La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en la Cooperativa Aprocassi, San Ignacio 2019. La investigación se llevó a cabo en el distrito de Pimentel, provincia Chiclayo y departamento de Lambayeque. La investigación se desarrolló orientando a determinar el grado la relación que hay entre las variables calidad de servicio y satisfacción de los clientes en la cooperativa Aprocassi.

Para el estudio, se utilizó un procedimiento cuantitativo, con un tipo de investigación correlacional. Para la recolección de datos se utilizaron cuestionarios estructurados con preguntas cerradas, los mismos que fueron aplicados a una muestra de 64 socios de la Cooperativa. La variable de estudio corresponde las bases teóricas científicas, lo que permitió llegar a las siguientes conclusiones. Existe una relaciona directa y positiva entre la calidad de servicios y la satisfacción de los clientes; el nivel de calidad del servicio en la Cooperativa Aprocassi es muy alto, y el nivel de satisfacción de los clientes de la Cooperativa Aprocassi es alto.

Redhead, (2015), quien realizó el trabajo de investigación para optar el Grado Académico de Magíster en Gerencia De Servicios De Salud, en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Este trabajo de investigación titula:

Calidad de servicio y goce del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo, departamento de Lima. Se determina el grado de relación que se presentan en las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente, el cual existe en una empresa que se dedica a brindar servicios médicos. Para el logro de los objetivos de investigación se utilizó un tipo de investigación correlacional. A través del coeficiente de Pearson, se determina que existe un alto grado de relación entre la calidad

de servicio y la satisfacción de los clientes. Entre las conclusiones se halla que la dimensión empatía de la variable calidad de servicio presenta un nivel alto, y es considerado un factor aliado que permite una mejor percepción de satisfacción de los clientes, en general los usuarios manifiestan, el personal de la empresa que brinda o entrega el servicio de calidad muestra un gran carisma de amabilidad al momento de atender, siendo estas características una fortaleza para la empresa. Finalmente, con respecto al grado de satisfacción, se muestra que los clientes presentan un nivel medio de satisfacción.

Cajo y Vásquez (2016), quien realizó el trabajo de investigación para optar el título profesional de Licenciado en Administración Hotelera y de Servicios Turísticos en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. El trabajo de investigación titula:

Satisfacción Del Cliente En La Licorería – Lounge Take It, De La Ciudad De Chiclayo 2015. Pertenecientes al departamento de Lambayeque. Las empresas con rugros en diversión nocturna como discotecas, bares, lounges, etc. han desarrollado la satisfacción del cliente, de las necesidades de los clientes en un importante objetivo estratégico, para alcanzar el éxito. La investigación se ha enfocado en la licorería – Lounge Take It, que es un lugar de diversión, distracción y interacción social, ubicado en la ciudad de Chiclayo, con el objetivo de conocer los niveles de satisfacción del cliente de dicho lugar. La presente investigación permitió evaluar el nivel de satisfacción de los clientes de la licorería - lounge Take It. El tipo de investigación que se realizó es correlacional, el cual se sustenta a través de encuestas a la población que asiste de este servicio. El diseño de la presente investigación es no experimental porque tiene una variable independiente. La población estuvo conformada por 1280 personas que vienen a ser clientes que asisten a la licorería mensualmente, al cual se aplicó la fórmula y se obtuvo como muestra a 207 personas a quienes se les realizó la encuesta. Para la obtención de datos, se utilizó el método ServPerf. También, se empleó las fichas bibliográficas, textuales, resumen y comentario. Se usó el instrumento de

método ServPerf. Los datos fueron procesados mediante el programa “Excel 2010”, que permitió tener gráficos estadísticos.

2.1.2. Antecedentes internacionales

Un antecedente internacional importante que precede de Sánchez y López (2011), para optar el título de Doctor en Estudios y Perspectivas en Turismo, en la universidad Córdoba, que titula:

Satisfacción laboral como factor crítico para la calidad. La investigación se llevó a cabo mediante un estudio empírico centrado en el sector dentro de la provincia de Córdoba y su capital, que incluía a todos los establecimientos hoteleros y, dentro de éstos, la población universal se refería a todos los colaboradores empleados.

La investigación de campo se realizó en los meses de abril y octubre de 2010. Inicialmente se localizaron los hoteles y se comenzó con la primera llamada telefónica personal a los/las directores/as, presentando el proyecto, solicitando su colaboración y concertando una cita para la explicación directa y la entrega de las correspondientes encuestas y sobres. Los colaboradores recibían la encuesta y un sobre en blanco para que, una vez ésta este rellena, se introduzca la misma allí y, de esta manera, se garantice el total anonimato. Durante dos semanas se procedió a recoger el cuestionario en cada hotel en sobre cerrado. Para que el resultado de los datos pase el programa SPSS y una serie de programaciones estadísticas. En primer lugar, un análisis estadístico, que permite obtener los datos básicos del estudio; seguidamente, la aplicación de un análisis de la varianza (Anova) para contrastar la comparación que existe entre los ocho ítems de la satisfacción (sexo, edad, estado civil, nivel académico, tipo de contrato, horario de trabajo, sueldo y departamento donde se labora), concluyendo así las diferencias provocadas por dichas variables en la satisfacción de los colaboradores. El análisis de varianza que se utilizó sirve para comparar si los resultados de un conjunto de datos numéricos son significativamente distintos o iguales a los valores de otro o más un conjunto de datos. El método de resultados de los valores está situado en la varianza global investigada en

los grupos de datos numéricos a comparar. Los datos ganados en el tanteo del análisis de varianza que se usó para correlacionar la potencia de resultados llegan hacer una deducción donde la media de un grupo ejemplar es distinta a la consecuencia del otro grupo de tanteo. Finalmente, el resultado obtenido estadísticamente lleva a un proceso de prueba de significación estadística, usado por nombre la contextura F de Snedecor. Asimismo, se aplica un análisis de correlaciones de Spearman entre la satisfacción con diferentes facetas del trabajo y la satisfacción global con éste. Finalmente, se aplica un modelo de regresión binaria (s/n).

Calderón y Cobón (2016), quien realizó el trabajo de investigación para optar el título profesional de licenciado en Psicóloga Industrial en la Universidad Rafael Landívar. El trabajo de investigación titula:

Nivel De Satisfacción Laboral Que Poseen Los Colaboradores Del Área Administrativa De La Municipalidad De Huehuetenango, del país de Guatemala. La presente investigación tiene por tipo correlacional, tiene como objetivo determinar el nivel de satisfacción laboral que poseen los colaboradores del área administrativa de la Municipalidad de Huehuetenango, en cada una de las acciones que conforman o ejecutan en su trabajo. El grupo de sujetos estuvo conformado por cuarenta colaboradores del área administrativa de la Municipalidad de Huehuetenango, con un mínimo de un año laborando en la misma, graduados de nivel medio y estudios superiores, todos con puestos útiles, con un rango de edad entre los veinte y cincuenta cinco. Para esta investigación no se tomó en cuenta factores cualitativos como la edad, el sexo, la etnia, el grado de escolaridad o la situación socioeconómica que cada uno posea.

La herramienta utilizada para este estudio fue el Cuestionario para valorar la Satisfacción Laboral, realizado por la licenciada María Alejandra de León Moreno en el año 2004, verificar y evaluado por los licenciados Julio Roberto Arévalo, Juan Manuel Cartagena y Cecilia Wong, de la ciudad Capital de Guatemala. Los descubrimientos obtenidos en la investigación demuestran que la gran mayoría de los trabajadores presentan niveles

altos de Satisfacción Laboral. En resumen, el total de colaboradores encuestados del área administrativa de la Municipalidad de Huehuetenango, por medio del test de satisfacción laboral, demostraron que se encuentran satisfechos con su labor, puesto que; un 40% demostró estar totalmente satisfechos con su trabajo y un 60% manifestó estar satisfechos con su empleo, ningún evaluado demostró insatisfacción laboral. Por último, se recomienda conservar en la institución las causas que favorecen a que los colaboradores se sientan satisfechos con su trabajo, siendo ellos la identificación con la institución y el desarrollo laboral, a través de constante capacitaciones.

Rodríguez, (2016), quien realizó el trabajo de investigación para optar el grado de Doctor en Psicología de la Salud, en la Universidad Miguel Hernández de Elche. El trabajo de investigación titula:

Condiciones de trabajo, satisfacción laboral y calidad de vida laboral en Educación y Sanidad, de la provincia de Alicante de España. El interés por delimitar de forma operacional el significado de la calidad de vida laboral (WLQ) ha generado un abundante repertorio de estudios e investigaciones tuvo un cometido, ha sido tratar de identificar las posibles variables que dificultan a la vida laboral. La gran mayoría de investigaciones identifican la importancia que resultan las variables del entorno de trabajo sobre la WLQ y en especial la satisfacción en el trabajo (JS). La falta de integración entre los aspectos personales y los aspectos del medio laboral dificultan conseguir la visión de conjunto y profundizar en la riqueza de matices y significados de la vida laboral. Sin embargo, gran parte de las investigaciones no definen con precisión los conceptos clave, utilizando indistintamente los términos “satisfacción laboral”, y “calidad de vida laboral” en particular en el caso de los colaboradores de empresas de servicios. Este hecho genera un cambio y dificulta la posibilidad de copia de muchas de las investigaciones realizadas. Por tanto, es interesante aclarar las relaciones entre JS y WLQ, y las relaciones de ambas con las condiciones de trabajo, es particular las “percibidas” por el trabajo (PWC).

Gorozabel y Bladimir (2018), quien realizó el trabajo de investigación para optar el grado académico de Magíster en Gerencia en Servicios de la Salud, en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. El trabajo de investigación titula:

Factores que Influyen en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores del Hospital Israel Quinteros Paredes del Cantón Paján Provincia De Manabí, departamento de Guayaquil, Ecuador. La satisfacción en ámbito laboral es mantener alta calidad de niveles de beneficios, confort y bienestar, percibidos al realizar la actividad laboral. Objetivo: Analizar los factores que influyen en la satisfacción laboral de los Colaboradores del Hospital Israel Quinteros Paredes mediante la metodología de técnicas cuantitativas, con el fin de elaborar un trabajo de investigación de mejora. La metodología de investigación es tradicional, es decir que se utilizó el método cuantitativo, con persecución, conexión y explicativos; con delineación no experimental y de corte colateral. Comprendió una población de 65 colaboradores, de los cuales fueron intervenidos un total de 60. Las herramientas utilizadas para la recolección de datos en la aplicación de la encuesta de "Overall Job Satisfaction" para valoración de satisfacción laboral, de Warr, Cook y Wall (1979). Resultados: La satisfacción laboral general fue del 43% del total de encuestados, y al hacer el análisis de sus factores determinantes se encontró una satisfacción intrínseca de 41,7%, y una satisfacción extrínseca de 36,7%; los factores que produjeron mayor insatisfacción fueron: relaciones interpersonales, seguido por la remuneración y las políticas de trabajo. Como resultado: La satisfacción en el campo laboral contiene factores que estimulan en la actitud del colaborador de forma positiva o negativa, dependiendo la de la variable influyente, en el trabajo se demostró contar con diferentes niveles bajos de satisfacción en el campo laboral en un ángulo general, y dentro del resultado obtenidos individuales de su divisor se remarcó la condición externa como la causante de insatisfacción de los encuestados.

Peralta, (2017), quien realizó el trabajo de investigación para optar el título profesional de Psicología, en la Universidad Mayor de San Andrés. El trabajo de investigación titula:

Clima Organizacional y Satisfacción Laboral en el Personal de Enfermería de la Caja de la Banca Privada del departamento de La Paz – Bolivia. A simple vista la investigación, está en correlación con el aspecto organizacional dentro de la empresa que se dedican a la salud, donde se tocan temas del Clima Organizacional y de la Satisfacción Laboral que existe dentro de la institución de salud, se investigó en el personal del área de enfermería de la Clínica Regional del distrito La Paz de la Caja del centro de Salud de la Banca Privada. El procedimiento de una investigación cuantitativa, con tipo de investigación correlacional y con diseño no empírico. Los instrumentos de medición aplicados en el cuestionario de Análisis de Clima Organizacional del hospital Regional del distrito Talca de Chile y el cuestionario de Satisfacción Laboral veinte sobre veintitrés. La muestra obtenida es no probabilística y está conformado por setenta y cuatro enfermeras/o. Los resultados obtenidos indican la relación que existe entre las dimensiones intervinientes del Clima Organizacional y los factores que componen la Satisfacción Laboral en el personal de enfermería, lo que ha permitido cumplir con los objetivos planteados. De acuerdo a la hipótesis obtenida se puede afirmar que fue aceptada ya que el coeficiente de correlación alcanzado fue de cero, setecientos sesenta y seis, que da un resultado que hay un buen Clima Organizacional y Satisfacción Laboral.

Masella, (2018), quien realizó el trabajo de investigación para optar el título profesional de Licenciatura En Psicología Industrial/Organizacional, en la Universidad Rafael Landívar. El trabajo de investigación titula:

El trabajo de estudio es de tipo cuantitativo correlacional y tuvo como meta dar a conocer si existe correlación estadísticamente significativa al nivel de 0.05 y motivación laboral con satisfacción laboral a la muestra determinada que laboran por contratos indefinidos y otros con contratos temporales de una institución del país de Guatemala. La investigación se realizó con noventa sujetos de ambos géneros, treinta contratados

indefinidamente y treinta contratados temporalmente. Para la recolección de datos se utilizó dos instrumentos; el primero resultado por la autora y elaborado por Recinos, (2013) que mide motivación laboral a través de los párrafos: comunicación laboral, reconocimiento, satisfacción y autonomía en el trabajo; instrumento elaborado por De León, (2017) y modificado por la autora del presente trabajo e investigación, estudio el cual mide la satisfacción en el trabajo a través de: identificación con la empresa, desarrollo laboral y reconocimiento social. De acuerdo a los resultados dados, se estableció que existe una conexión positiva alta estadísticamente significativa al nivel de 0.05 entre satisfacción laboral y motivación laboral. Por lo comentado antes, entre más reconoce al personal, más satisfechos se encuentran laborando en la institución. Por resultado se recomendó modificar o revisar anual y/o el periodo que requiera necesario la evalúen el grado de motivación y satisfacción laborales, para verificar cómo se da estos aspectos haciendo uso de comparación para precisar si han existido mejoras en la satisfacción o si se dan oportunidades para establecer las estrategias que se requiere.

2.2. Bases teóricas de las variables

2.2.1. Los niveles de goce laboral

Una teoría importante fue la que realizó Newell, (2003), donde comenta “la necesidad de considerar que el goce laboral del colaborador como un ingrediente clave para comprender el comportamiento en el trabajo. La finalidad de estos consejos era motivar a los colaboradores, mediante el goce, para que aumentaran la producción” (p.26).

Según Fermini, (2017), explica que el goce laboral tiene dos perspectivas y las explica de la manera siguiente:

Desde la perspectiva de la organización, el goce laboral es indispensable para atraer y retener al personal talentoso, para lo cual es necesario generar un clima laboral positivo y garantizar condiciones favorables que hagan de la empresa un buen lugar para trabajar.

Desde el punto de vista de la persona, el goce laboral tiene beneficios psicológicos, el colaborador encuentra sentido en su trabajo, se siente contento, mejora su calidad de vida y sus relaciones interpersonales. El goce, por otra parte, afecta su estado de ánimo, su autoestima, su desempeño que refleja en comportamientos negativos y contraproducentes para la empresa (p.165).

Pero la realidad es que lograr el goce laboral es un desafío para los directivos. Para conseguir que los colaboradores se debe invertir recursos como tiempo y dinero. Según Berry (2000), afirma que:

Las grandes compañías de servicios invierten en el éxito de los empleados. Estas empresas gastan en un personal que habrá de permanecer. Establecen altos estándares de desempeño para sus empleados, y les brindan todo lo que necesitan para satisfacerlos con éxito (p. 232).

Según Albrecht (1995), afirma que:

Es imposible que una compañía se oriente hacia el cliente, a menos que de hecho esté orientada hacia las personas, particularmente en la industria de servicios. ¿Cómo lograr que nuestros empleados se preocupen por los clientes si ellos no se sienten que nos preocupamos por ellos? Los empleados que perciben que se les toma en consideración y que se sienten orgullosos de su empresa desean ver felices a los clientes (p.11).

Todo lo antes mencionado que se debe hacer con los empleados es justificado. Ellos son los que dan la cara al cliente y para muchos autores son los actores más importantes dentro de la organización como Blanchard, Ballard y Finch (2005), afirman que:

Para crear una compañía de manera correcta tiene que ver con los empleados. Todos saben que los empleados son el recurso más importante. Sin embargo, la mayoría de las organizaciones no tienen personas que se identifiquen con la empresa, personas que estén orgullosas de trabajar ahí (p. 112).

Según Leal, De Prado, Rodríguez y Román (1999), afirman que:

Los estudios relacionados al goce laboral son de innegable importancia. Además, afirman que uno de los síntomas de mal funcionamiento de la organización es la baja satisfacción de sus empleados. Son muchos y muy importantes los aspectos relacionados con el goce laboral: rotación, absentismo, rendimiento, estrés, conflictos etc. Teniendo en cuenta los altos costes de estas variables, parece deseable un alto goce laboral, ya que se relaciona con resultados organizacionales positivos (p.116).

Para aumentar los niveles de calidad laboral y mejorar los niveles de goce de los colaboradores de las empresas, se les debe capacitar constantemente. El grupo de trabajadores se sentirá agradecido y satisfecho de saber que la empresa se preocupa por su desarrollo a través de capacitaciones que son procesos educativos que mejoran conocimientos, habilidades y destrezas de los colaboradores. En este mismo sentido Pino (2018) Afirma “en la actualidad a la educación se le entiende como un macro proceso social que se puede dar en lapsos prolongados de tiempo, inclusive durante toda la existencia del individuo” (p.249).

2.2.1.1. Dimensiones de la Variable Goce Laboral.

2.2.1.1.1. El Comportamiento de los Administradores.

Según Calderón y Castaño (2005):

Se debe entender el comportamiento de los administradores al actuar de los mismos en el proceso de gestión en el que se enfrentan cuando dirigen una organización, dado que en ella se presenta la interacción de diversos actores relacionados con la compañía y que van formando todo un sistema de relaciones enfocados a la consecución de los objetivos planteados por los directivos de la empresa.

En este sentido, es importante prestar mucha atención al comportamiento de los administradores, pues en él se van a observar relaciones de autoridad y poder de las personas que están formando parte de la empresa y que van a influir de manera directa en la competitividad de la organización, la responsabilidad social empresarial y el liderazgo.

Robbins (2012), plantea que:

Al ser los administradores aquellas personas que planifican, organizan, dirigen y controlan todas las actividades que se desarrollan en la empresa por parte de los colaboradores, es de suma importancia prestarles atención a las relaciones humanas entre ellas y sobre todo al comportamiento que demuestran los colaboradores en la organización y para ello, es necesario reconocer en los mismos, las diversas capacidades que pueden demostrar los empleados ante los superiores; asimismo, va a depender que la necesidad por parte de la empresa para buscar a los mejores resultados y para ello se minimice, justamente reconociendo en los colaboradores las habilidades para trabajar con sus compañeros en la empresa, lo que necesariamente debe de ayudar en el éxito de la compañía.

Por otro lado, según Gorbaneff (2010):

El comportamiento de los administradores tiene su base en la teoría psicológica conductista, la misma que establece que las personas cambian su comportamiento según las consecuencias anticipadas de la conducta, reconociendo que un tema importante en el desenvolvimiento de los colaboradores en la empresa se centra en la motivación por lo que es inescindible entender los niveles de la teoría de las necesidades de Maslow. Estas necesidades en orden creciente son: Fisiológicas, de seguridad, de sociales, de estima y de autorrealización.

Otra de las teorías en este contexto del comportamiento de los administradores es la teoría X, Y de Mc Gregor, que identifica dos estilos en los administradores y que tienen una relación directa con la forma de comportamiento de los empleados. La teoría X que tiene sus supuestos en que los trabajadores son flojos, evitando hacer mayores esfuerzos y buscando siempre las mejores recompensas económicas, evitando responsabilidad y demostrando poca iniciativa. Por otra parte, la teoría Y, son todo lo contrario a la teoría X, estos empleados se caracterizan por ser muy activos, demostrando responsabilidad e iniciativa y siendo muy creativos.

Se tiene a varios autores que utilizan las cualidades en el proceso de los administradores de Likert, quien identificó el comportamiento de los colaboradores con estilo represivo, bondadoso, comunicativo y colaborador.

Con relación al estilo coactivo se debe indicar que ésta corresponde al líder que demuestra mediante su accionar en forma descendente e inflexible, haciendo que sus colaboradores no aporten para el bienestar de la empresa. Por su lado, el estilo autoritario benevolente trata de mejorar el coercitivo, pero se puede apreciar en él, a un administrador paternalista hacia el colaborador, buscando la motivación a través de recompensas económicas generalmente mejorando.

2.2.1.1.2. *Indicadores de la Dimensión Comportamiento de los Administradores.*

- **Comunicación:** Los indicadores deben mencionar cuán eficaz es nuestro accionar, en función de los objetivos estratégicos o la misión de la organización. Por ejemplo, evaluar la eficacia de un trabajador.
- **Metas:** Medición de las variables cuantitativas y cualitativas por medio la cual se explica una realidad y su evolución en el tiempo. Por ejemplo: % eficacia = $\frac{\text{Meta lograda}}{\text{meta programada}} \times 100$.
- **Reconocimiento:** Dar compensación económica o incentivos a los colaboradores de la empresa.
- **Incentivos:** Es el estímulo que se promete a una persona, o grupo de la empresa con el fin de elevar la producción y mejorar los rendimientos.
- **Supervisión:** Los indicadores de supervisión son de cuatro tipos:
Indicadores de aportaciones: describen lo que sucede en el proyecto (por ejemplo, número de ladrillos necesarios y cantidad de dinero gastada)
Indicadores de rendimiento: detalla que la actividad de investigación del proyecto (por ejemplo, pisos construidos)
Indicadores de resultados: detalla el resultado de la actividad (por ejemplo, niños matriculados en el colegio)
Indicadores de impacto: determina el cambio de la situación en la comunidad (por ejemplo, el analfabetismo a los pobladores de la comunidad).

2.2.1.2. El Contexto Organizacional.

Al analizar la magnitud del contexto institucional, es indispensable hablar sobre el clima laboral de la institución. En la actualidad, muchos autores coinciden que el desempeño de los colaboradores en una organización va a ser influenciada por el clima de la organización; por lo tanto, es importante referirse a las impresiones, concepciones o percepciones que los trabajadores tienen de su centro de trabajo y en el que juega un rol fundamental la parte psicológica o subjetiva de los individuos frente al clima organizacional. (James y Jones, 1974)

Por otro lado, existen también autores como Payne y Pugh (1976) quienes:

Consideran el clima organizacional como algo externo a los colaboradores y por consiguiente involucran otras variables distintas a las psicológicas sino más bien más relacionadas a la estructura de la organización en sí y en particular al accionar de los propios trabajadores como también lo menciona Giick (1985).

Al respecto, hay que afirmar en la actualidad, una empresa u organización que es exitosa; lo es, porque está siendo respaldado por los resultados obtenidos, cuando los trabajadores realmente se sienten comprometidos con la identidad de la organización y se consideran que realmente están en una empresa en el que encuentra un contexto organizacional satisfactorio en el cual demuestran sus capacidades y competencias de la mejor manera en el desarrollo de las funciones que les han sido encomendadas; es así, por lo que al ser reconocidos como parte fundamental en el logro de las metas trazadas se sienten satisfechos por la compañía.

Se puede explicar principalmente, por qué se producen ciertos tipos de conducta en la empresa, siendo estas conductas determinadas por las características de la estructura que se resuelven en la creación de patrones estables de comportamiento. En relación con el mediador entre el teórico, la estructura, las disposiciones y las conductas de los colaboradores.

Así en relación a la estructura Vandererve (1998), manifiesta que: "nos ayuda a una disgregación de nuestra realidad y a construir un concepto lleno de probabilidad de logros y plasmar en el día a día, una visión con muchas oportunidades y contrastes que vemos en ella" (p. 137).

También, nos ayuda a lograr nuestros objetivos. Al respecto Koontz y Wehrich (1998), hace mención que: "en las políticas de la empresa se define un área donde se toma decisiones y se garantizan que ésta sea consistente y contribuya a un objetivo" (p. 131).

En este sentido, también es importante señalar a diferencia que en épocas pasadas, la estructura tradicional de la organización tenía una influencia sobre el contexto organizacional, en la actualidad se sigue considerando igual pero con una diferencia fundamental que se centra, el cual pasa de la estructura vertical a una estructura transversal en la que se considera ya no a personas individuales en el desarrollo de sus funciones, sino en el trabajo en equipo; es decir, todos los miembros de la organización ayudan a conseguir las metas trazadas por la empresa participando muy activamente en los diferentes equipos de trabajo con el propósito de conseguir el objetivo trazado.

En este sentido, se debe decir que en la actualidad, las grandes empresas exitosas evolucionan a un contexto organizacional en donde el trabajo se desarrolla en equipos, como también ya se ha mencionado en párrafos anteriores.

2.2.1.2.1. Indicadores de la Dimensión el Contexto Organizacional.

- **Políticas:** Medios, instrumentos o mecanismos para evaluar hasta qué punto o en qué medida se están logrando los objetivos estratégicos planteados. Esta medida permite evaluar el desempeño de una organización frente a sus metas, objetivos y responsabilidades con los grupos de referencia.
- **Compañerismo:** El compañerismo es esa idea y manera de trabajar en la que todos en una empresa trabajan por un mismo bien y sin importar sus cargos, responsabilidades o incluso diferencias personales, siempre

ponen los objetivos y metas en primer lugar haciendo que se ayuden entre ellos para conseguirlos sus metas.

- **Estabilidad laboral:** Nombramiento del colaborador, haciendo que ya no se de rotación del personal es lo más conveniente para las empresas.
- **Equidad:** Dada por la igualdad de oportunidades en las empresas y que permite la equidad más justa entre los colaboradores que integran la organización.
- **Avance:** Indicador que permite entre otras cosas como ha evolucionado la compañía en el tiempo, por ejemplo, medir el número de clientes a nivel nacional.
- **Condiciones laborales:** La comodidad es un componente fundamental del clima laboral en una organización. El diseño, la distribución y las comodidades que ofrecen, tendrá un gran impacto en el desempeño de los colaboradores de una organización.
- **Sueldo:** A través de la gestión de nóminas se puede obtener información importante a la hora de planificar las actividades a desarrollar por la organización.

2.2.1.3. El Diseño de los Puestos.

El diseño de los puestos de trabajo es indispensable en la estructura de una empresa debido a las pautas y base para la evaluación de los diferentes elementos que se deben tener en cuenta cuando se organiza una empresa, tales como la estructura de la organización, el grado de jerarquía en los niveles de trabajo, la remuneración asociada a cada apuesto de trabajo, el desempeño de los trabajadores, el control que se debe ejecutar y la evaluación del personal.

En este sentido, el diseño de los puestos de trabajo se sustentas en los siguientes modelos:

El modelo clásico o tradicional: Caracterizado básicamente por la presencia de un jefe que tiene la autoridad y un empleado quien recibe las órdenes y las llevaba a cabo. En este modelo se segmentan los puestos en actividades más sencillas, eliminando aquellos movimientos repetitivos con el fin de que los trabajadores realicen mejor sus labores y se selecciona los trabajadores de acuerdo con las necesidades de las tareas que se deben realizan en la compañía

y en donde se fijan las remuneraciones de acuerdo a lo que los trabajadores producen.

El modelo humanista: Surgido en 1930, toma en consideración la evolución del concepto de persona humana al económico, es decir aquel que es motivado por las remuneraciones y al motivado por los reconocimientos sociales.

El modelo situacional: En este modelo se considera la existencia de las diferencias individuales y las actividades relacionadas a ello, para lo cual se debe tomar en cuenta las habilidades de los trabajadores requeridos en los puestos de trabajo, la autonomía de los colaboradores, el volumen de trabajo a realizar y su impacto en otras personas, así como la identificación de los trabajadores con las actividades que realiza y la retroalimentación de la información que se debe realizar en todo este proceso.

2.2.1.3.1. Indicadores de la Dimensión del Diseño de los puestos.

- **El significado:** Se conoce como indicador de gestión a aquel dato que refleja cuáles fueron las consecuencias de acciones tomadas en el pasado en el marco de una organización.
- **Responsabilidad:** Este indicador se convierte imprescindible al desarrollar instrumentos adecuados para la asistencia y supervisión de las prácticas de responsabilidad de la empresa frente a los clientes.
- **Retroalimentación:** La retroalimentación efectiva y oportuna es un componente crítico de un programa de evaluaciones de desempeño o evaluación 360 y debe de formar parte de éste en conjunto con un método de instalación de nuevas metas y objetivos como puede ser el Balanced Scorecard.
- **Autonomía:** Desarrollar y mantener las habilidades personales y sociales para la realización de las actividades de la vida diaria Por ejemplo 1.- Número de actividades realizadas, dentro y fuera de la compañía, para favorecer al autogobierno, normalización e inclusión de los clientes. 2.- La mayoría de usuarios que han colaborado en las actividades. 3.- Porcentaje de clientes que han usado los recursos de la comunidad 4.- Porcentaje de usuarios que han mejorado sus habilidades

- **Ergonomía:** El entorno de trabajo puede agravar o incrementar el porcentaje de riesgo de tipo ergonómico para los trabajadores, especialmente cuando no hay espacio suficiente para moverse, favoreciendo las posturas estáticas o provocando posturas forzadas. Por ejemplo, N° de lesiones musculo esqueléticos, costo que se incurre en programa preventivo de ergonomía, etc.
- **Tecnología:** En el mundo tecnológico actual se hace necesario usar la tecnología para hacer frente a la competencia logrando el goce.

2.2.1.4. Las Diferencias Individuales.

Basada en la psicología de los trabajadores en función a las características que hacen lo diferente a uno de otro empleado, dado que la personalidad y su conducta son distintos.

La teoría de las diferencias individuales se fundamenta cuando los trabajadores actúan o se desenvuelven según los intereses personales que tengan en relación al puesto de trabajo donde desarrollan sus actividades y en el cual la comunicación juega un rol importante, por lo que es necesario tomar en cuenta los siguientes factores: El interés que tenga el colaborador sobre la tarea que hace, la memoria selectiva, es decir el trabajador va a recordar siempre lo que a él le interesa; la percepción selectiva, es decir la selección que hacen los trabajadores en función a la predisposición, valores y opiniones que tienen con sus pares, la selección selectiva, basado en el interés que debe tener todo el personal de la organización en base a sus propios intereses evitando los conflictos.

La conducta humana en las compañías se orienta a la ejecución en el trabajo. Y la mayoría del proceder en el trabajo da un resultado consciente de que cada individuo es incluido en un entorno organizacional (Chiavenato, 2017).

2.2.1.3.2. Indicadores de la Dimensión de las Diferencias Individuales.

- **Necesidades fisiológicas:** Maslow sitúa las necesidades fisiológicas (hambre, sueño, sed, sexo...) en la base de su pirámide. Estas, son las más imperiosas y muy sensibles a su goce laboral, pero si no son satisfechas pueden dominar la conducta del individuo.

- **Necesidades de seguridad:** En los contextos económico y social, se refiere a las diversas y necesarias interrelaciones de las personas y a sus afanes de conocer, comprender, deseos de estabilidad, etc. Gran parte de las actuaciones fundamentales de los Sistemas de Protección se encargan de atender la satisfacción de estas necesidades.
- **Necesidades de estima:** De acuerdo a Maslow (1985), detallo 2 tipos estima, un alta y otra baja. La estima alta es cuando la necesidad del respeto a uno mismo, que incluye la auto-confianza, logros, maestría, independencia y libertad.
- **Necesidades de Afiliación:** Se requiere evaluar el deseo de la persona de asociarse con otros, conversar, esforzarse por resolver diferencias, cooperar y mantener una buena armonía en la organización.
- **Necesidades de autorrealización:** Abarca las tentativas de las personas donde desarrollan las capacidades y sus habilidades. Se da en las orientaciones de relevancia, del “yo”, de desarrollo de valores y principios de cada persona que sirven de guía.

2.2.2. Los niveles de satisfacción de los clientes

Cuando se habla de calidad es necesario definir quien determina si es que existe calidad o no. En las empresas se mide la calidad a través de la satisfacción del cliente, y se sabe que esta satisfacción del cliente tiene una relación con la rentabilidad del negocio.

Para la mayoría de los empresarios la rentabilidad es el indicador que más les interesa, sin embargo, ponen por otro indicador que es medular llamado calidad, en este mismo sentido Setó, (2004), afirma “no es suficiente con reconocer que la calidad es importante, sino que es necesario realizar los esfuerzos suficientes para poder convertirla en una fuente de ventaja competitiva” (p.6).

Para llegar a la calidad es importante conocer bien al cliente, saber sus percepciones sobre el producto o servicio que se le brinda. En este mismo sentido Bund, (2006), afirma “las personas de negocios con frecuencia tienen ideas acerca de lo que los clientes deben necesitar y valorar; sin embargo, serán

los clientes quienes realizan cualquier compra final y son sus propias percepciones acerca de sus necesidades las que importan” (p.67).

La calidad debe de enfocarse en los productos, pero también en los servicios, no pensar que se pueden ver por separado, éstos son inherentes y ambos deben ser afectos a calidad, en este mismo sentido García,

(2001), afirma “en la última década se ha producido un aumento generalizado por el interés por la calidad, tanto en organizaciones industriales como organizaciones de servicios” (p.13).

La calidad trae beneficios como la rentabilidad, que se da como efecto a causa de una buena calidad, pero no solamente trae consigo crédito económico, como García, (2001), afirma “normalmente se resaltan sus efectos sobre mantenimiento o aumento de la cuota de mercado y la satisfacción y fidelidad del cliente” (p.14).

Se sabe muy bien que si uno busca buen retorno económico debe apostar por la calidad. Según Gasalla, (2009), afirma que: “La calidad siempre es rentable para la empresa (p. 201).

Según Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993), afirman “los líderes del servicio, creen fundamentalmente que la alta calidad produce resultados positivos en la línea final de sus estados financieros” (p.9).

Las teorías de marketing de diversos autores, afirman que hay un nivel más allá de la satisfacción del cliente, que es el nivel donde se superan las expectativas, ésto es un desafío que pocos logran, pero es bueno recordar para satisfacer se debe brindar la calidad, y si uno desea superar las expectativas, es necesario equilibrar estrategias que nos lleven a los límites de la calidad, y los resultados serán indudablemente positivos, Hoffman y Bateson (2012), afirman “de hecho satisfacer y superar las expectativas de los clientes puede reeditar en beneficios valiosos para la empresa” (p. 290).

No hay que olvidar que el cliente con su dinero genera la rentabilidad para el negocio de acuerdo a Gasalla, (2009), afirma “el cliente es nuestra razón de ser como productores de utilidades. Desde el momento en que el cliente es cada

día más libre para elegir, rechazar o reclamar, lo más importante no es nuestro producto si no su satisfacción”. (p. 200).

El cliente es el único que podría determinar si es que la empresa brinda calidad o no. Él es, el que experimenta como usuario los productos y servicios, no otros. Entonces, se debe medir su percepción para poder precisar, si es que existe o no la calidad, en este mismo sentido Stanton, Etzel y Walker (2007), afirman sobre la calidad que:

Aún, cuando la mayor parte de las compañías no ignoran este aspecto, existe una tendencia a pensar en términos de niveles aceptables de calidad, determinados por los ingenieros y por el personal de manufactura. Sin embargo, cuando algunas empresas agregaron la calidad definida por los clientes como un ingrediente clave de sus estrategias, no paso mucho tiempo antes de que los clientes respondieran. En poco tiempo, los beneficios de un compromiso de calidad se hicieron evidentes con el éxito de empresas (p. 12).

2.2.2.1. Dimensión Atención al Cliente.

2.2.2.1.1. Atención al cliente

Gomez, (2006) indica que:

Atención al cliente son etapas de planificación que una compañía implementa para satisfacer al cliente, destacar más que sus competidores, las expectativas y necesidades que el cliente requiera de las compañías. De los resultados se deduce que el servicio de atención al cliente es importante para el desarrollo y crecimiento de una empresa (p 19).

2.2.2.1.2. Indicadores de la Dimensión Atención al Cliente

- **Promesas:** Significa entregar correcta y oportunamente el servicio acordado. Es decir, que si usted prometió entregar un pedido para mañana a las 8.30 am se deberá cumplir con la promesa realizada.

- **Tiempo:** La velocidad es un determinante que establece para la satisfacción del cliente definido por la capacidad de respuesta, indicador importante para la satisfacción del cliente.
- **Detalles:** Este indicador es muy importante porque va a permitir que los clientes conozcan al detalle los productos y/o servicios que solicitan y por el cual va a mostrar su satisfacción o insatisfacción.
- **Cortesía:** No es otra cosa que las buenas maneras y la educación desplegadas en los momentos de orientar a los consumidores. Es decir, las cualidades de las personas como: la simpatía, la amabilidad, el respeto y la escucha activa. Tener la cuenta que el buen comportamiento siempre puede ser una vía directa para satisfacer a los clientes.
- **Profesionalismo:** La profesionalidad es un enfoque del trabajo en el que se aplican los conocimientos y altos estándares de conducta. Un profesional es alguien que da lo mejor de sí.
- **Seguridad:** Son los conocimientos y atención mostrados por los empleados respecto al servicio que están brindando, además de la habilidad de los mismos para inspirar confiabilidad.
- **Accesibilidad:** Un buen servicio de atención al cliente debe tener varias vías de contacto: buzones de sugerencias, notificación de quejas y reclamos, atención personalizada, entre otras. Cada año, la tecnología evoluciona, como las empresas, para ellos suelen tener páginas web donde el cliente, pueda acceder con un botón a los productos que brinda la empresa.
- **Comunicación:** Uno de los procesos determinante es la calidad y actitud de la comunicación al atender a los consumidores. Las comunicaciones verbales deben ser claros, fáciles de englobar. Si la comunicación aplicada es demasiado técnica es probable que el cliente se sienta desorientado y renuncie a ser atendido.
- **Reacción frente al error:** Con tal de salvar su reputación y evadir su responsabilidad, tanto el área de servicio como las mismas compañías pueden verse enfrascadas en inútiles discusiones.

2.3. Definición de términos básicos

El cliente: Es la persona que recibe el producto o el servicio. Desde la visión del marketing, es la persona más importante en el negocio, porque de él depende la rentabilidad del negocio.

Empatía: Se dice que es la “identificación mental y afectiva que tiene cada sujeto con el estado de ánimo del otro”; en una segunda descripción sería que es la “capacidad de identificarse con alguien y compartir sus sentimientos”

Talento Humano: Es la capacidad que tiene cada persona para realizar alguna actividad con habilidades, actitudes y conocimientos que han adquirido a lo largo de su vida.

Ética: Aristóteles mencionó que “el compromiso que se adquiere con uno mismo de ser siempre más persona”, ésto nos da un claro mensaje, toda persona tiene que cumplir con todos sus compromisos y sus promesas para que pueda ser respetada como una persona de palabra.

Control: es un proceso importante para la administración y otras ramas, donde se cerciora que la institución está marchando de acuerdo a los objetivos y metas establecidas.

Planificación estratégica: es un proceso de ejercicio de formulación, donde se indica los planes y estrategias de acción que con llevan a alcanzar los objetivos y metas de la empresa.

Relevancia: es un acontecimiento o información que debe contar con el valor suficiente para ejercer algún tipo de reacción en la toma de decisiones.

Objetivo: es un indicador fundamental en el proceso de planificación y que se plantean de manera indefinida en ese momento, pero luego, pueden (o no) concretarse con el pasar del tiempo, según si el proceso ha sido, o no, exitoso.

Estrategia: es un plan de acción donde ayuda a tomar decisiones de mejora para conseguir uno o varios objetivos.

Mercado: es el lugar donde existe la oferta y la demanda; también, allí hacen el intercambio de servicios y bienes por dinero.

Cuota de mercado: es una fracción del mercado que adquiere los servicios o productos de una empresa en específica.

Entorno altamente competitivo: es donde la empresa compite con otras, como en el mercado laboral, ya sea en ofertas, productos, tecnología, etc.

Gerente: es la persona responsable de dirigir y organizar el proceso del trabajo, para que se realice de manera eficaz y se puedan alcanzar los objetivos propuestos de la empresa.

Percepción: es la acción que el cerebro percibe a través de: gusto, olfato tacto, auditivo y vista.

Bienes y servicios: son objetos y actividades que brinda la empresa, para satisfacer las necesidades de los clientes que así lo requieran.

Satisfacción del cliente: es la conformidad que tiene el cliente al momento de adquirir un producto o servicio, ya que el mismo cumplió con la expectativa y la promesa de venta oportuna.

Factor humano: es el elemento activo de la producción de una empresa o institución.

Calidad de vida labor: es correspondiente al carácter positivo o negativo que se maneja en el ambiente laboral.

Productividad: es la relación entre el producto obtenida por un proceso de fabricación de bienes o servicios y los recursos empleados para un resultado.

Ausentismo: es la inasistencia sin comunicación de una persona a un determinado lugar donde, donde tiene obligaciones por cumplir o desarrollar una función establecida mediante un contrato.

Rotación de personal: es el tiempo corto que permanece un empleado en la organización y con qué frecuencia se debe de buscar un reemplazo.

Organizaciones: son un grupo social formado por personas, administración y tareas, que interaccionan diversas función y cargos para obtener objetivos.

III. MÉTODOS Y MATERIALES

3.1. La hipótesis de investigación

En este punto se subdividió la hipótesis general, redactándose la hipótesis alterna y la hipótesis nula con el fin de realizar la prueba de falsabilidad, y posteriormente se redactaron las hipótesis específicas, siendo los siguientes:

3.1.1. Hipótesis general

H¹: Los niveles de goce laboral de los colaboradores influyen en los niveles de satisfacción de los clientes, de tal manera que, a mayores niveles de goce laboral de los colaboradores, habrá mayor satisfacción de los clientes.

3.1.2. Hipótesis específicas

H²: La dimensión comportamiento de los administradores de goce laboral de los colaboradores tiene, influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

H³: La dimensión contexto organizacional de goce laboral de los colaboradores, tiene influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

H⁴: La dimensión diseño de puestos de goce laboral de los colaboradores, tiene influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

H⁵: La dimensión diferencias individuales de goce laboral de los colaboradores, tiene influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

3.2. Variables de estudio

Según Flores (2011), afirma la importancia de la identificación de las variables en su guía didáctica para elaboración de la tesis universitaria, donde afirma que:

Un momento importante dentro del desarrollo de la tesis es identificar las variables que formaran parte de nuestro estudio. Una vez hecho esto será necesario pulir su grado de precisión, ya que cuanto más genérica sea nuestra variable más difícil será proceder al siguiente paso, su operacionalización. Algunos investigadores cometen el error de plantear conceptos bastante genéricos, cuanto más precisos seamos al plantear las variables, más factible resultará operacionalizarlas (p.169).

Las variables del proyecto son: Los niveles de goce laboral y los niveles de satisfacción de los clientes.

3.2.1. Definición conceptual

3.2.1.1. Los niveles de goce laboral

Para Leal, De Prado, Rodríguez y Román (1999), la definición del concepto es el siguiente:

El goce en el trabajo es una orientación afectiva experimentada por el colaborador hacia su trabajo y como consecuencia del mismo. El resultado es cuando el colaborador está satisfecho con su labor, a raíz del mismo, experimente sentimientos de comodidad, goce o felicidad. Cuando sucede lo contrario, se puede afirmar que un colaborador se encuentra insatisfecho con su trabajo (p.115).

3.2.1.2. Los niveles de satisfacción de los clientes

Para Kotler y Armstrong (2008), la satisfacción es “el grado en que el desempeño percibido de un producto concuerda con las expectativas del comprador” (p.14).

3.2.2. Definición operacional

3.2.2.1. Los niveles de goce laboral.

Los niveles de goce laboral, son las escalas de alegría, goce y aprobación, que tienen los colaboradores de la empresa, cuando sienten que hay un buen comportamiento de los jefes, buen contexto organizacional, correcto diseño de puesto y entendimiento por sus diferencias individuales.

3.2.2.2. Los niveles de satisfacción de los clientes.

Los niveles de satisfacción de los clientes, son los grados de alegría, felicidad y aceptación, que tienen los clientes al percibir que ha recibido calidad en el servicio en lo referente a las promesas de la empresa, los tiempos, los detalles, la cortesía, el profesionalismo, la seguridad, la accesibilidad, la comunicación y la reacción frente al error.

3.3. Tipo y nivel de la investigación

La presente investigación fue de tipo aplicada, se va a trabajar como un cuasi experimento, debido a que no se buscó la manipulación de la variable independiente de manera intencionada. El efecto en la variable dependiente, ya se había dado a la fecha por motivos incontrolables al investigador, por eso este estudio fue *ex post facto*, esto quiere decir que va del efecto a la causa, es decir los efectos, ya se dieron, lo que se busca ha sido identificar y medir las posibles causas.

3.4. Diseño de la investigación

El diseño del estudio fue correlacional y longitudinal, porque la muestra se tomó en dos tiempos establecidos. Debido a que la empresa CAMSEG S.A.C. cuenta, ya con mediciones hechas sobre los niveles de goce de los colaboradores y los clientes en gestiones pasadas. Por lo tanto, se midió una sola vez para contrastar estos últimos resultados con los anteriores de gestiones pasadas.

3.5. Población y muestra

En este punto se describió a la población y a la muestra por separado.

3.5.1. Población

La población de los colaboradores de la empresa CAMSEG S.A.C. fue de 10 colaboradores. Por lo tanto, se seleccionaron a todos los colaboradores para ser encuestados a finales del mes de octubre del 2019.

Respecto a la población de clientes de CAMSEG S.A.C., al ser casi todos clientes corporativos, la cantidad siempre ha sido moderada. Para el mes de

septiembre fue de 14 clientes. Por lo tanto, al ser reducido el número de clientes mes a mes, se optó por incluir a todos los clientes, cuando se realizó la encuesta de satisfacción de los clientes a finales del mes de diciembre del 2019.

Por lo tanto, mi población estuvo conformada por 10 colaboradores y 14 clientes.

Eso significa que ha sido una población de 24.

3.5.2. Muestra

En este estudio, la muestra, debido a las reducidas cantidades de población de colaboradores y de clientes, la mejor opción fue abarcar toda la población en cada uno de los casos, a manera de censo.

Zorrilla y Torres (1992), indica que la muestra es:

Una técnica que selecciona de una muestra representativa que es la población o universo que se va a investigarse, el muestreo establece el procedimientos a la cual es posible hacer universalización sobre una determinada población, a partir de un pedazo de la misma, con las muestra obtenidas: a) alguna proceso del universo donde se obtienen, y b) no investigar exhaustivamente todos los componentes que lo componen, además de las 2 grandes ventajas que es la economía y la rapidez para obtener los datos (p.75).

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En este punto se presentaron las técnicas e instrumentos que fueron utilizados para la recolección de datos.

3.6.1. Técnicas de recolección de datos

La técnica de recolección de datos para ambos casos, ha sido la encuesta. Se utilizó la encuesta de goce laboral y también, la encuesta de satisfacción de los clientes.

3.6.2. Instrumentos de recolección de datos

Los instrumentos de recolección de datos en ambos casos fueron los cuestionarios, ambos validados a través de juicio de expertos y además contaron con una cantidad suficiente de reactivos para cumplir con los objetivos de la investigación.

3.6.3. Confiabilidad del instrumento

Con el objetivo de observar la confiabilidad del instrumento para las variables de la presente investigación se calculó el correspondiente coeficiente Alfa de Cronbach, cuyos resultados se muestran a continuación:

Confiabilidad del instrumento goce laboral de los colaboradores

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,821	,805	24

Fuente: Elaboración propia

Confiabilidad del instrumento Satisfacción de los clientes

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,892	,904	17

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los valores de alfa de Cronbach calculados se puede afirmar que: Al ser valores mayores a 0.7 se concluye que el instrumento tiene confiabilidad. La validez de ambos instrumentos estuvo a cargo de un juicio de expertos como se muestra en el anexo respectivo.

3.7. Método de análisis de datos

Para procesar y analizar los datos se utilizó el programa estadístico SPSS, en su versión 23. Este programa estadístico también permitió hacer las pruebas de hipótesis con estadística inferencial.

El instrumento de recolección de información fue revalidado a través de juicio de expertos.

3.8. Aspectos éticos

Este proyecto sí se aprobó, se realizó cumpliendo con la ética de investigación, pidiendo permiso a las autoridades, también se accedió oportunamente a la información pertinente para el estudio. Además, se reconoció la autoría de las citas bibliográficas y al autor de los instrumentos de recolección de datos.

Para poder solucionar problemas o comprenderlo hay que conocer diversas vías verificando la eficiencia y la legitimidad de la fuente.

En el ámbito laboral, todo colaborador cumple con una base a un principio, que es el respeto y un objetivo inculcado desde las altas gerencias.

En Perú, el Código de Ética del Colegio de Bibliotecólogos 1979, estableció que la necesidad de contar con un instrumento que contenga un listado de normas de carácter obligatorio en toda empresa o institución, para guiar una ética intachable en el ámbito profesional peruano colegiado, también se da en el código, el cual busca que los profesionales actúen con principios y morales para una imagen que garantice la conducta honorable, ética y digna en el desempeño de sus funciones para todo ámbito local, regional y nacional, y por qué no también, mencionarlo a nivel internacional.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos de las dimensiones

Tabla 1.

Dimensión Comportamiento de los administradores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	4	28.6	40.0	40.0
Medio	3	21.4	30.0	70.0
Alto	3	21.4	30.0	100.0
Total	10	71.4	100.0	
Perdidos	Sistema	4	28.6	
Total		14	100.0	

Fuente: *Elaboración propia*

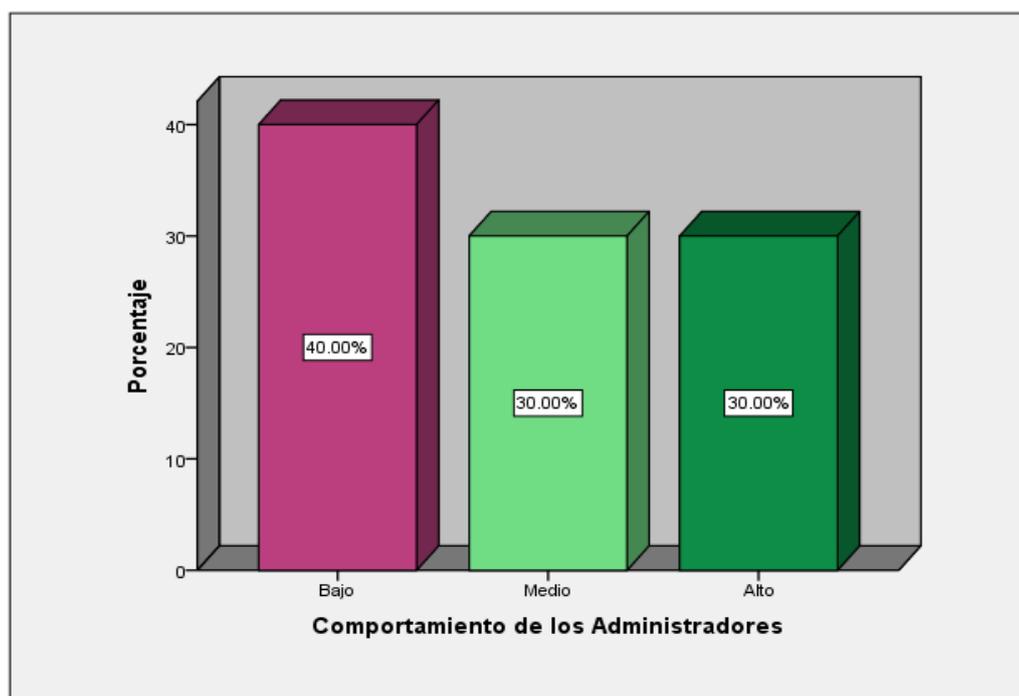


Figura 1: Comportamiento de los administradores Fuente: *Elaboración propia*

Como se observa en la tabla 1 y figura 1, en relación a la dimensión del comportamiento de los administradores correspondiente a la variable independiente, se tiene que el 40% de los encuestados opinan que es bajo, un 30% contesta que es medio, mientras que el 30% lo considera alto.

Tabla 2.
Dimensión Contexto organizacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	4	28.6	40.0	40.0
Medio	4	28.6	40.0	80.0
Alto	2	14.3	20.0	100.0
Total	10	71.4	100.0	
Perdidos Sistema	4	28.6		
Total	14	100.0		

Fuente: Elaboración propia

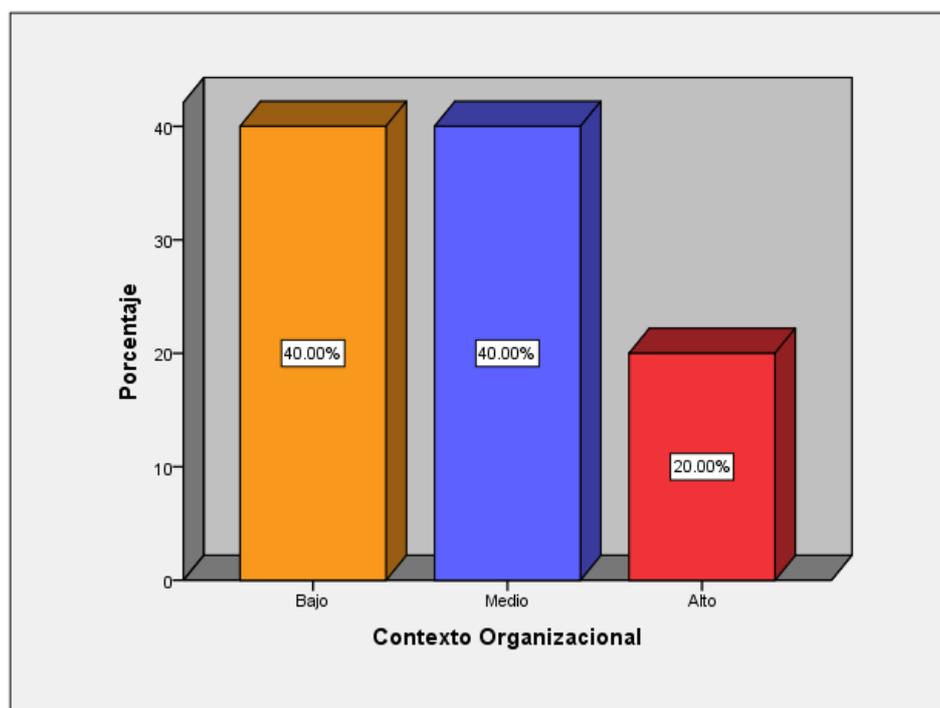


Figura 2: *Contexto Organizacional Fuente: Elaboración propia*

Como se observa en la tabla 2 y figura 2, en relación a la dimensión del contexto organizacional correspondiente a la variable independiente, se tiene que el 40% de los encuestados opinan que es bajo, mientras que el 40% lo considera medio y un 20% responde que es alto.

Tabla 3.
Dimensión Diseño de los puestos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	2	14.3	20.0	20.0
Medio	3	21.4	30.0	50.0
Alto	5	35.7	50.0	100.0
Total	10	71.4	100.0	
Perdidos Sistema	4	28.6		
Total	14	100.0		

Fuente: Elaboración propia

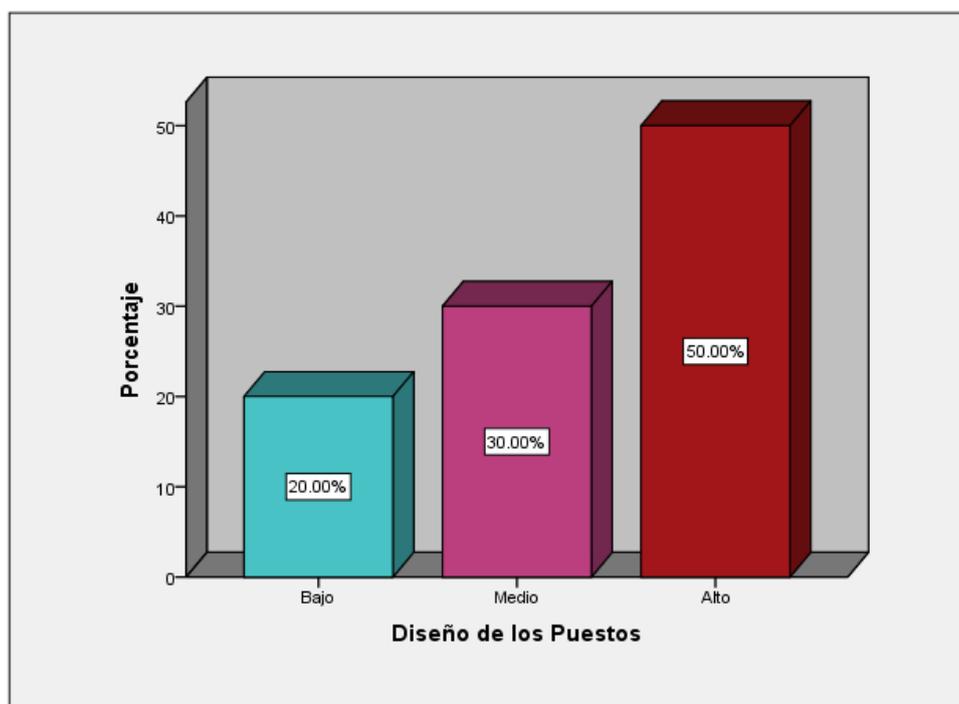


Figura 3: Diseño de los puestos *Fuente: Elaboración propia*

Como se observa en la tabla 3 y figura 3, en relación a la dimensión del diseño de los puestos correspondiente a la variable independiente, se tiene que el 20% de los encuestados opinan que es bajo, mientras que el 30% lo considera medio y un 50% manifiesta que es alto.

Tabla 4.
Dimensión Diferencias Individuales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	3	21.4	30.0	30.0
	Medio	4	28.6	40.0	70.0
	Alto	3	21.4	30.0	100.0
	Total	10	71.4	100.0	
Perdidos	Sistema	4	28.6		
Total		14	100.0		

Fuente: Elaboración propia

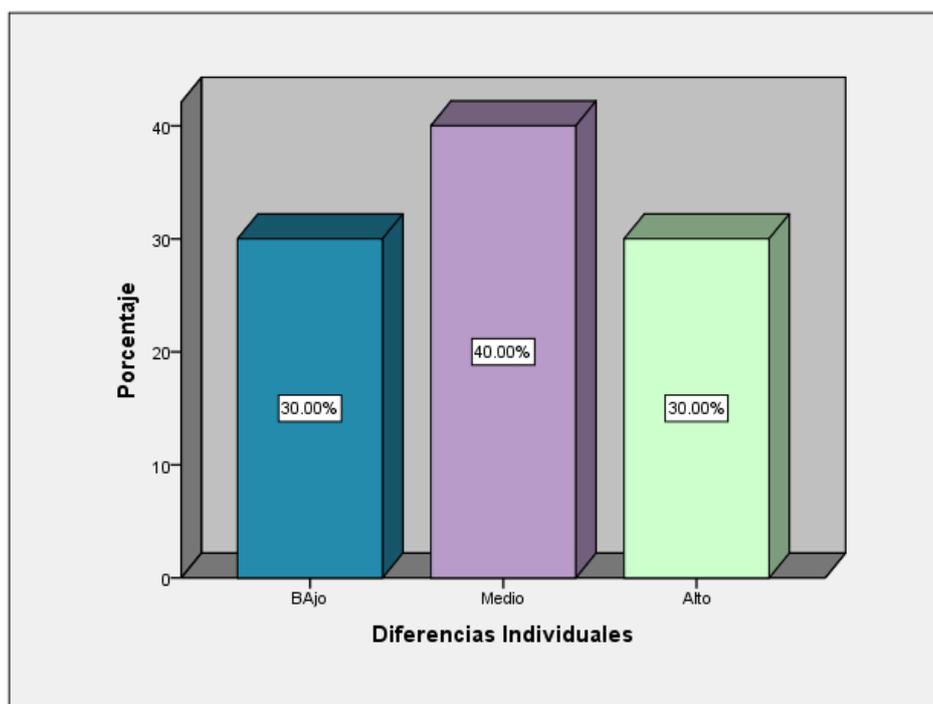
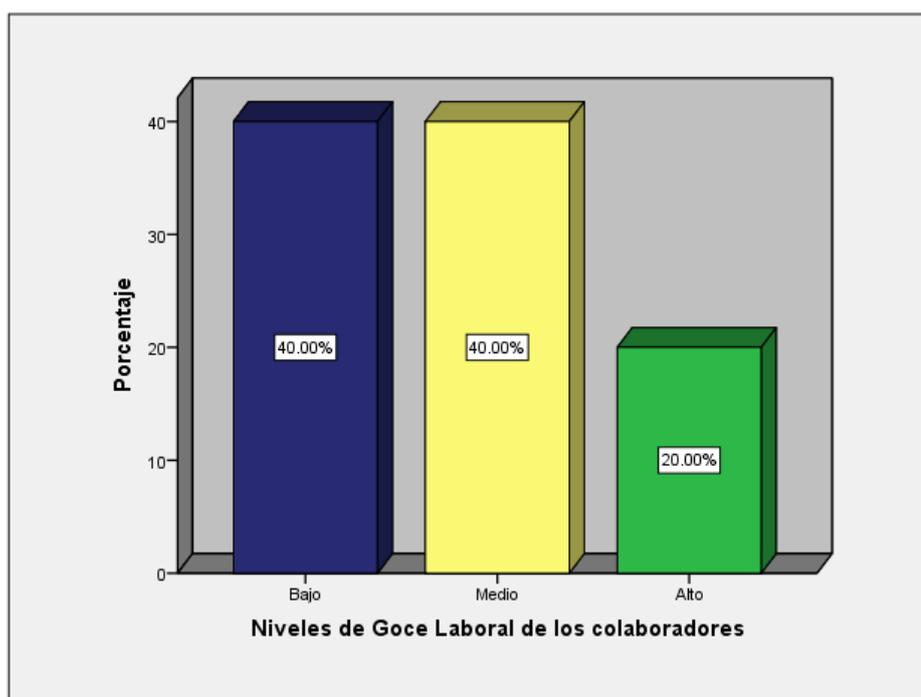


Figura 4: Diferencias individuales *Fuente: Elaboración propia*

Como se observa en la tabla 4 y figura 4, en relación a la dimensión de diferencias individuales correspondiente a la variable independiente, se tiene que el 30% de los encuestados opinan que es bajo, el 40% lo considera medio y un 30% responde que es de un nivel alto.

Tabla 5.*Variable 1: Niveles de goce laboral de los colaboradores*

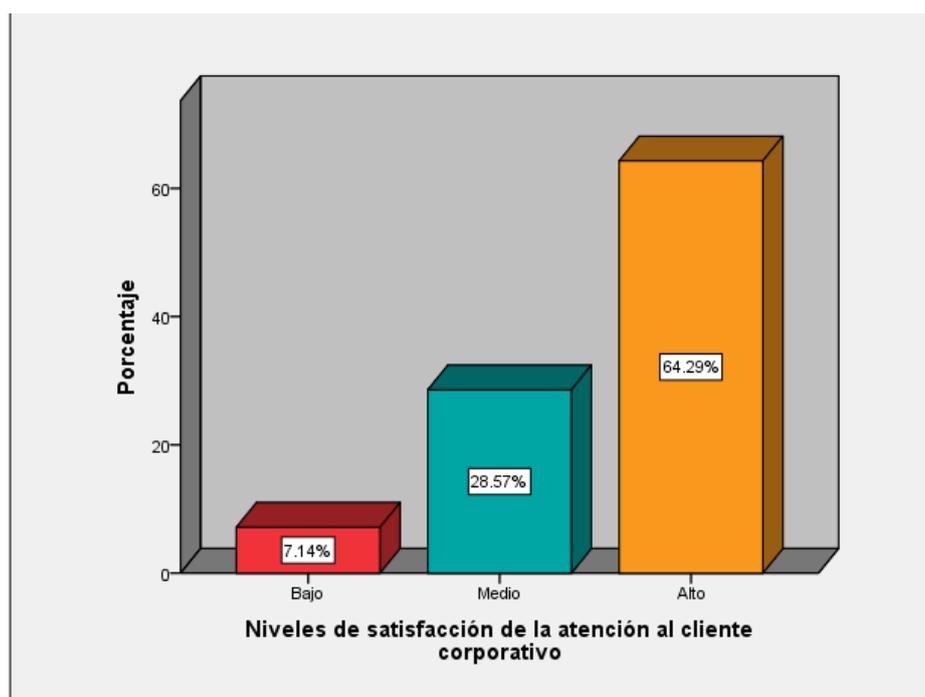
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	4	28.6	40.0	40.0
	Medio	4	28.6	40.0	80.0
	Alto	2	14.3	20.0	100.0
	Total	10	71.4	100.0	
Perdidos	Sistema	4	28.6		
Total		14	100.0		

Fuente: Elaboración propia**Figura 5:** Goce laboral de los colaboradores. *Fuente: Elaboración propia*

Como se observa en la tabla 5 y figura 5, en relación a la variable independiente Niveles de goce de los colaboradores, se observa que el 40% de los encuestados manifiestan que es bajo, mientras que el 40% opinan que es medio y un 20% manifiestan que es alto.

Tabla 6.*Variable 2: Niveles de Satisfacción de la atención al cliente*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	1	7.1	7.1	7.1
Medio	4	28.6	28.6	35.7
Alto	9	64.3	64.3	100.0
Total	14	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia**Figura 6:** Satisfacción del cliente *Fuente: Elaboración propia*

Como se observa en la tabla 6 y figura 6, en relación a la variable dependiente Niveles de Satisfacción del cliente corporativo se observa que el 7.14% de los encuestados manifiestan que es bajo, mientras que el 28,57% opinan que es de nivel medio y un importante 64,29% opina que es de nivel alto.

4.2. Contraste de hipótesis

Con el objetivo de probar las hipótesis se llevó a cabo primero el análisis de la prueba de normalidad con el objetivo de determinar si la prueba es paramétrica o No paramétrica tomando en consideración la regla de decisión siguiente:

H^0 (hipótesis nula) \rightarrow distribución normal

H^1 (hipótesis alternativa) \rightarrow distribución no normal.

De acuerdo a esto, se tiene que considerar que Si el valor de Sig. (p-valor) ≥ 0.05 No se rechaza H^0 (hipótesis nula) y se considera que las distribuciones de los datos siguen una distribución normal. Por el contrario, Si el valor de Sig. (p-valor) < 0.05 rechazamos H^0 (hipótesis nula) y se considera que la distribución es no normal.

Por otro lado, hay que tomar en cuenta que dado que los datos son menores a 30 se usó el estadístico de normalidad de Shapiro Wilk para analizar la normalidad de la distribución de los datos.

Prueba estadística de Rho de Spearman

El Coeficiente de Correlación Rho de Spearman es una medida de la correspondencia o relación lineal entre dos variables cuantitativas aleatorias. Este coeficiente representa la expresión numérica que indica el grado de correspondencia o relación que existe entre las 2 variables. Los límites de variación de este coeficiente van entre -1 y +1, y la fuerza de correlación se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 7.*Rangos de variación del coeficiente de correlación Rho de Spearman*

Valor	Significado	Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta	0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta	0,20 a 0,39	Correlación positiva baja
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta	0,40 a 0,69	Correlación positiva moderada
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada	0,70 a 0,89	Correlación positiva alta
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja	0,90 a 0,99	Correlación positiva muy alta
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja	1	Correlación positiva grande y perfecta
0	Correlación nula		

Fuente. Elaboración propia

4.2.1. Hipótesis general

H¹: Los niveles de goce laboral de los colaboradores influyen en los niveles de satisfacción de los clientes, de tal manera que, a mayores niveles de goce laboral de los colaboradores, habrá mayor satisfacción de los clientes CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

H⁰: Los niveles de goce laboral de los colaboradores no influyen en los niveles de satisfacción de los clientes, de tal manera que, a mayores niveles de goce laboral de los colaboradores, no habrá mayor satisfacción de los clientes CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

Para poder realizar el contraste de la hipótesis general, en primer lugar, determinaremos si la muestra corresponde a una prueba paramétrica o no paramétrica con el objetivo de determinar que coeficiente de correlación se determinará para dicha prueba de hipótesis.

Procesando los estadísticos de normalidad anteriormente citados en el SPSS se encontraron los siguientes resultados que se muestran en la Tabla 8 y Tabla 9

Tabla 8.*Prueba de normalidad de la variable Niveles de goce laboral del colaborador*

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
gocce del colaborador	,245	10	,0091	,820	10	,025

a. Corrección de significación de Lilliefors

*Fuente. Elaboración propia***Tabla 9.***Prueba de normalidad de la variable Niveles de la satisfacción del cliente*

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Satisfacción del cliente	,389	14	,003	,688	14	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente. Elaboración propia

De acuerdo a los resultados mostrados en la Tabla 8 y Tabla 9 se elige el estadístico de Shapiro Wilk igual a 0.820 con p-sig de $0.025 < 0.05$ por lo que se comprueba que los datos no presentan una distribución normal de la variable 1 niveles de goce de los colaboradores. Del mismo modo, ocurre con la variable 2 Niveles de satisfacción de la atención de los clientes corporativos con muestra el estadístico de Shapiro Wilk igual a 0.688 con un p-sig de $0.000 < 0.05$ por lo que se concluye que los datos no proceden de una distribución normal.

Por otro lado, al realizar la prueba correspondiente a la hipótesis general, se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que se presenta en la tabla 10.

Ahí se puede observar que, el valor del coeficiente Rho de Spearman es de 0.732 lo que muestra la existencia de una correlación positiva alta entre la variable goce laboral de los colaboradores y la variable satisfacción del cliente, además de que el valor del sig.(bilateral) es de $0.016 \leq 0.05$ por lo que se concluye que efectivamente hay una influencia entre la variable Niveles de goce laboral de los colaboradores y la variable dependiente Niveles de satisfacción de la atención al cliente corporativo de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima -2019.

Tabla 10.

Coefficiente de correlación Rho de Spearman para la prueba de hipótesis general

Correlaciones			
		goce laboral del colaborador	Satisfacción del cliente
goce laboral del colaborador	Correlación de Spearman	1	.732*
	Sig. (bilateral)		.016
	N	10	10
Satisfacción del cliente	Correlación de Spearman	.732*	1
	Sig. (bilateral)	.016	
	N	10	14

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente. *Elaboración propia*

Lo anterior se corrobora, si se efectúa el contraste de la hipótesis realizando la prueba de Chi-cuadrado, como se muestra a continuación.

Tabla 11.

Pruebas de Chi-cuadrado para el contraste de la hipótesis general

Pruebas de Chi-cuadrado			
	Valor	GI	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6.429 ^a	2	.040
Razón de verosimilitud	7.719	2	.021
Asociación lineal por lineal	4.408	1	.036
N de casos válidos	10		

a. 6 casillas (100.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .60.

Fuente. *Elaboración propia*

Conclusión:

Existe suficiente evidencia muestral para afirmar que la variable Niveles de goce de los colaboradores no es independiente de la variable Niveles de satisfacción de la atención al cliente corporativo, por lo que se puede decir que el goce laboral de los colaboradores si tiene influencia, en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019, dado que el p-valor del chi-cuadrado es $0,040 \leq 0.05$ por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

4.2.2. Hipótesis específica 1

H²: La dimensión comportamiento de los administradores de goce laboral de los colaboradores tiene, influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

H⁰: La dimensión comportamiento de los administradores del goce laboral de los colaboradores, no tiene influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

Para poder realizar el contraste de la hipótesis específica 1, en primer lugar, se determinó si la muestra corresponde a una prueba paramétrica o no paramétrica con el objetivo de determinar que coeficiente de correlación se determinará para dicha prueba de hipótesis.

Procesando los estadísticos de normalidad anteriormente citados en el SPSS se encontraron los siguientes resultados que se muestran en la Tabla 12 y Tabla 13

Tabla 12.
Prueba de normalidad de la dimensión comportamiento de los administradores

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Comportamiento de los administradores	,248	10	,082	,805	10	,017

a. Corrección de significación de Lilliefors
Fuente. *Elaboración propia*

Tabla 13.
Prueba de normalidad de la variable Niveles de satisfacción de la atención al cliente

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Satisfacción del cliente	,389	14	,003	,688	14	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors
Fuente. *Elaboración propia*

De acuerdo a los resultados mostrados en la Tabla 12 se elige el estadístico de Shapiro Wilk igual a 0.805 con p-sig de 0.017 < 0.05 por lo que se comprueba que los datos no presentan una distribución normal. Por otro lado, al

realizar la prueba correspondiente a la hipótesis específica 1, se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que se presenta en la tabla 14.

Ahí se puede observar que el valor del coeficiente Rho de Spearman es de 0.724 lo que muestra la existencia de una correlación positiva alta entre la dimensión comportamiento de los administradores y la variable dependiente Niveles de satisfacción de la atención al cliente, además de que el valor del sig.(bilateral) es de 0.018 \leq 0.05 por lo que se concluye que efectivamente hay una influencia entre la variable de la dimensión 1 comportamiento de los administradores y la variable dependiente Niveles de satisfacción de la atención al cliente de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

Tabla 14.
Coeficiente de correlación Rho de Spearman para la prueba de hipótesis específica 1

Correlaciones			
		Comportamiento de los administradores	Satisfacción del cliente
Comportamiento de los administradores	Correlación de Spearman	1	.724
	Sig. (bilateral)		.018
	N	10	10
Satisfacción del cliente	Correlación de Spearman	.724	1
	Sig. (bilateral)	.018	
	N	10	14

Fuente. Elaboración propia

Lo anterior se corrobora, si se efectúa el contraste de la hipótesis realizando la prueba de Chi-cuadrado, como se muestra a continuación.

Tabla 15.
Pruebas de Chi-cuadrado para el contraste de la hipótesis específica 1

Pruebas de Chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6.429 ^a	2	.040
Razón de verosimilitud	7.719	2	.021
Asociación lineal por lineal	4.528	1	.033
N de casos válidos	10		

a. 6 casillas (100.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .90.

Fuente. Elaboración propia

Conclusión:

Existe suficiente evidencia muestral para afirmar que la dimensión comportamiento de los administradores de la variable Niveles de goce de los colaboradores no es independiente de la variable Niveles de satisfacción de la atención al cliente, por lo que se puede decir que la dimensión comportamiento de

los administradores si tiene influencia, en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019, dado que el p-valor del chi-cuadrado es $0,040 < 0.05$ por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

4.2.3. Hipótesis específica 2

H³: La dimensión contexto organizacional de goce laboral de los colaboradores, tiene influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

H⁰: La dimensión contexto organizacional de goce laboral de los colaboradores, no tiene influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

Para poder realizar el contraste de la hipótesis específica 2, en primer lugar, se determinó si la muestra corresponde a una prueba paramétrica o no paramétrica con el objetivo de determinar que coeficiente de correlación se determinará para dicha prueba de hipótesis.

Procesando los estadísticos de normalidad anteriormente citados en el SPSS se encontraron los siguientes resultados que se muestran en la Tabla 16 y Tabla 17.

Tabla 16.

Prueba de normalidad de la dimensión contexto organizacional

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Contexto Organizacional	,245	10	,091	,820	10	,025

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente. *Elaboración propia*

Tabla 17.

Prueba de normalidad de la variable Niveles de satisfacción de la atención al cliente

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Satisfacción del cliente	,389	14	,003	,688	14	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente. *Elaboración propia*

De acuerdo a los resultados mostrados en la Tabla 16 y Tabla 17 se elige el estadístico de Shapiro Wilk igual a 0.820 con p-sig de $0.025 < 0.05$ por lo que se comprueba que los datos no presentan una distribución normal.

Por otro lado, al realizar la prueba correspondiente a la hipótesis específica 2, se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que se presenta en la tabla 18. Ahí, se puede observar que el valor del coeficiente Rho de Spearman es de 0.732 lo que muestra la existencia de una correlación positiva alta entre la dimensión contexto organizacional y la variable dependiente satisfacción del cliente, además de que el valor del sig.(bilateral) es de $0.016 \leq 0.05$ por lo que se concluye que efectivamente hay una influencia entre la variable de la dimensión 2 contexto organizacional y la variable dependiente satisfacción del cliente de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

Tabla 18.
Coeficiente de correlación Rho de Spearman para la prueba de hipótesis específica 2

		Contexto Organizacional	Satisfacción del cliente
Contexto Organizacional	Correlación de Spearman	1	.732
	Sig. (bilateral)		.016
	N	10	10
Satisfacción del cliente	Correlación de spearman	.732	1
	Sig. (bilateral)	.016	
	N	10	14

Fuente. Elaboración propia

Lo anterior se corrobora, si se efectúa el contraste de la hipótesis realizando la prueba de Chi-cuadrado, como se muestra a continuación.

Tabla 19.
Pruebas de Chi-cuadrado para el contraste de la hipótesis específica 2

Pruebas de Chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6.429 ^a	2	.040
Razón de verosimilitud	7.719	2	.021
Asociación lineal por lineal	4.408	1	.036
N de casos válidos	10		

a. 6 casillas (100.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .60.

Fuente. Elaboración propia

Conclusión:

Existe suficiente evidencia muestral para afirmar que la dimensión contexto organizacional de la variable Niveles de goce laboral de los colaboradores no es independiente de la variable Niveles de satisfacción de la atención al cliente, por lo que se puede decir que la dimensión contexto organizacional si tiene influencia, en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019, dado que el p-valor del chi-cuadrado es $0,040 \leq 0.05$ por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

4.2.4. Hipótesis específica 3

H⁴: La dimensión diseño de puestos de goce laboral de los colaboradores, tiene influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

H⁰: La dimensión diseño de puestos de goce laboral de los colaboradores, no tiene influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

Para poder realizar el contraste de la hipótesis específica 3, en primer lugar, se determinó si la muestra corresponde a una prueba paramétrica o no paramétrica con el objetivo de determinar que coeficiente de correlación se determinará para dicha prueba de hipótesis.

Procesando los estadísticos de normalidad anteriormente citados en el SPSS se encontraron los siguientes resultados que se muestran en la Tabla 20 y Tabla 21

Tabla 20.

Prueba de normalidad de la dimensión diseño de los puestos

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Diseño de los puestos	,302	10	,010	,781	10	,008

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente. *Elaboración propia*

Tabla 21.

Prueba de normalidad de la variable Niveles de satisfacción de la atención al cliente

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Satisfacción del cliente	,389	14	,003	,688	14	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente. *Elaboración propia*

De acuerdo a los resultados mostrados en la Tabla 20 y Tabla 21 se elige el estadístico de Shapiro Wilk igual a 0.781 con p-sig de $0.008 < 0.05$ por lo que se comprueba que los datos no presentan una distribución normal.

Por otro lado, al realizar la prueba correspondiente a la hipótesis específica 3, se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que se presenta en la tabla 22. Ahí se puede observar que el valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0.247 lo que muestra la existencia de una correlación positiva baja entre la dimensión diseño de los puestos y la variable dependiente Niveles de satisfacción de la atención al cliente, además de que el valor del sig.(bilateral) es de $0.491 \geq 0.05$ por lo que se concluye que efectivamente NO hay una influencia entre la variable de la dimensión 3 diseño de los puestos y la variable dependiente satisfacción del cliente de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

Tabla 22.

Coefficiente de correlación Rho de Spearman para la prueba de hipótesis específica 3

Correlaciones			
		Diseño de los puestos	Satisfacción del cliente
Diseño de los puestos	Correlación de Spearman	1	.247
	Sig. (bilateral)		.491
	N	10	10
Satisfacción del cliente	Correlación de Spearman	.247	1
	Sig. (bilateral)	.491	
	N	10	14

Fuente. *Elaboración propia*

Lo anterior se corrobora, si se efectúa el contraste de la hipótesis realizando la prueba de Chi-cuadrado, como se muestra a continuación.

Tabla 23.

Pruebas de Chi-cuadrado para el contraste de la hipótesis específica 3

Pruebas de Chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.635 ^a	2	.728
Razón de verosimilitud	.622	2	.733
Asociación lineal por lineal	.569	1	.451
N de casos válidos	10		

a. 6 casillas (100.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .60.

Fuente. Elaboración propia

Conclusión:

Existe suficiente evidencia muestral para afirmar que la dimensión diseño de los puestos de la variable Nivel de goce laboral de los colaboradores es independiente de la variable Niveles de la satisfacción de la atención al cliente, por lo que se puede decir que, la dimensión diseño de los puestos no tiene influencia, en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019, dado que el p-valor del chi-cuadrado es 0,728 > 0.05 por lo que se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula.

4.2.5. Hipótesis específica 4

H⁵: La dimensión diferencias individuales de goce laboral de los colaboradores, tiene influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

H⁰: La dimensión diferencias individuales de goce laboral de los colaboradores, no tiene influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

Para poder realizar el contraste de la hipótesis específica 4, en primer lugar, se determinó si la muestra corresponde a una prueba paramétrica o no paramétrica con el objetivo de determinar que coeficiente de correlación se determinará para dicha prueba de hipótesis.

Procesando los estadísticos de normalidad anteriormente citados en el SPSS se encontraron los siguientes resultados que se muestran en la Tabla 24 y Tabla 25.

Tabla 24.

Prueba de normalidad de la dimensión diferencias individuales

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
Diferencias Individuales	,200	10	,200	,832	10	,035

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente. *Elaboración propia*

Tabla 25.

Prueba de normalidad de la variable Niveles de satisfacción de la atención al cliente

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Satisfacción del cliente	,389	14	,003	,688	14	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente. *Elaboración propia*

De acuerdo a los resultados mostrados en la Tabla 24 y Tabla 25 se elige el estadístico de Shapiro Wilk igual a 0.832 con p-sig de $0.035 < 0.05$ por lo que se comprueba que los datos no presentan una distribución normal.

Por otro lado, al realizar la prueba correspondiente a la hipótesis específica 4, se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que se presenta en la tabla 26. Ahí se puede observar que el valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0.563 lo que muestra una correlación positiva moderada entre la dimensión diferencias individuales y la variable dependiente Niveles de satisfacción de la atención al cliente, además de que el valor del sig.(bilateral) es de $0,090 \geq 0.05$ por lo que se concluye que efectivamente NO hay una influencia entre la variable de la dimensión 4 diferencias individuales y la variable dependiente satisfacción del cliente de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

Tabla 26.

Coefficiente de correlación Rho de Spearman para la prueba de hipótesis específica 4

Correlaciones		Diferencias Individuales	Satisfacción del cliente
Diferencias Individuales	Correlación de Spearman	1.00	.563
	Sig. (bilateral)		0.090
	N	10	10
Satisfacción del cliente	Correlación de Spearman	0.563	1.00
	Sig. (bilateral)	0.090	
	N	10	14

Fuente. Elaboración propia

Lo anterior se corrobora, si se efectúa el contraste de la hipótesis realizando la prueba de Chi-cuadrado, como se muestra a continuación.

Tabla 27.

Pruebas de chi-cuadrado para el contraste de la hipótesis específica 4

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3.254 ^a	2	.197
Razón de verosimilitud	3.900	2	.142
Asociación lineal por lineal	2.857	1	.091
N de casos válidos	10		

a. 6 casillas (100.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .90.

Fuente. Elaboración propia

Existe suficiente evidencia muestral para afirmar que la dimensión diferencias individuales de la variable Niveles de goce laboral de los colaboradores es independiente de la variable Niveles de satisfacción de la atención al cliente, por lo que se puede decir que la dimensión diferencias individuales no tiene influencia, en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019, dado que el p-valor del chi-cuadrado es 0,142 >0.05 por lo que se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula.

V. DISCUSIÓN

El presente trabajo de investigación consideró como muestra de estudio a 10 colaboradores de la empresa CAMSEG S.A.C y a 14 clientes de la compañía. La aplicación del cuestionario permitió obtener conclusiones importantes que nos dan una idea clara respecto a la relación que existe goce laboral de los colaboradores y su influencia en la satisfacción de los clientes.

Al respecto, hay que decir que en dicho instrumento se consideró cuatro dimensiones para medir el goce de los colaboradores. Estas dimensiones fueron: el comportamiento de los administradores, el contexto organizacional, el diseño de los puestos y las diferencias individuales. Por otro lado, la variable dependiente consideró la dimensión de la satisfacción del cliente de la empresa.

En este sentido, los resultados obtenidos con relación a la dimensión el comportamiento de los administradores, nos indica que el 40% de los encuestados opinan que es de nivel bajo, el 30% dice que es un nivel medio y el 30% lo considera de nivel alto. En relación a la dimensión el contexto organizacional se tiene que el 40% de los encuestados opinan que es bajo, el 40% lo consideran de nivel medio y el 20% lo considera alto. Con relación a la dimensión el diseño de los puestos, se tiene que el 20% de los encuestados opinan que es de nivel bajo, mientras que el 30% lo considera de nivel medio y un 30% manifiesta que es de nivel alto. Respecto a la dimensión diferencias individuales, se tiene que el 30% de los encuestados opinan que es de nivel bajo, el 40% lo considera de nivel medio y un 30% responde que es de nivel alto. Finalmente, respecto a la dimensión de nivel de satisfacción de la atención al cliente respecto a la variable dependiente, se observa que el 7.14% de los encuestados manifiestan que es bajo, el 28.57 % lo considera de nivel medio mientras que el otro 64.29% opinan que es de nivel alto.

Para poder medir la relación que existe entre en la variable independiente “Nivel de goce de los colaboradores de la empresa CAMSEG S.A.C y la variable dependiente Nivel de satisfacción de la atención al cliente, se planteó la siguiente hipótesis general:

H¹: El goce laboral de los colaboradores, tiene influencia, en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

H⁰: El goce laboral de los colaboradores, no tiene influencia, en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

Realizada la prueba de hipótesis se pudo concluir que siendo el valor del coeficiente Rho de Spearman 0.732 se demuestra la existencia de una correlación positiva alta entre la variable goce laboral de los colaboradores y la variable satisfacción del cliente, además de que el valor del sig.(bilateral) es de $0.016 \leq 0.05$ por lo que se concluye que efectivamente hay una influencia entre la variable Nivel de goce laboral de los colaboradores y la variable dependiente Nivel de satisfacción de la atención al cliente de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

También se plantearon las siguientes hipótesis específicas:

- **Hipótesis específica 1**

H²: La dimensión comportamiento de los administradores de goce de los colaboradores tiene, influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

H⁰: La dimensión comportamiento de los administradores de goce de los colaboradores, no tiene influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

Realizada la prueba de hipótesis se pudo concluir que siendo el valor del coeficiente Rho de Spearman de 0.724, se demuestra la existencia de una correlación positiva alta entre la dimensión comportamiento de los administradores y la variable dependiente Nivel de satisfacción de la atención al cliente, además de que el valor del sig.(bilateral) es de $0.018 \leq 0.05$ por lo que se concluye que efectivamente hay una influencia entre la variable de la dimensión 1 comportamiento de los administradores y la variable dependiente Niveles de la satisfacción de la atención al cliente de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

- **Hipótesis específica 2**

H³: La dimensión contexto organizacional de goce laboral de los colaboradores, tiene influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

H⁰: La dimensión contexto organizacional de goce laboral de los colaboradores, no tiene influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

Realizada la prueba de hipótesis se pudo concluir que siendo el valor del coeficiente Rho de Spearman de 0.732 se demuestra la existencia de una correlación positiva alta entre la dimensión contexto organizacional y la variable dependiente Niveles de satisfacción de la atención al cliente, además de que el valor del sig.(bilateral) es de 0.018 \leq 0.05 por lo que se concluye que efectivamente hay una influencia entre la variable de la dimensión 2 contexto organizacional y la variable dependiente Niveles de satisfacción de la atención al cliente de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

- **Hipótesis específica 3**

H⁴: La dimensión diseño de puestos de goce laboral de los colaboradores, tiene influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

H⁰: La dimensión diseño de puestos de goce laboral de los colaboradores, no tiene influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

Realizada la prueba de hipótesis correspondiente se pudo concluir que siendo el valor del coeficiente Rho de Spearman de 0.247 , se demuestra la existencia de una correlación positiva baja entre la dimensión diseño de los puestos y la variable dependiente Niveles de satisfacción de la atención al cliente, además de que el valor del sig.(bilateral) es de 0.491 \geq 0.05 por lo que se concluye que efectivamente NO hay una influencia entre la variable de la dimensión 3 diseño de los puestos y la variable dependiente Nivel de satisfacción de la atención al cliente de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

- **Hipótesis específica 4**

H⁵: La dimensión diferencias individuales de goce laboral de los colaboradores, tiene influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

H⁰: La dimensión diferencias individuales de goce laboral de los colaboradores, no tiene influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

Realizada la prueba de hipótesis correspondiente, se llegó a la conclusión que siendo el valor del coeficiente Rho de Spearman de 0.563 se demuestra una correlación positiva moderada entre la dimensión diferencias individuales y la variable dependiente Niveles de satisfacción de la atención al cliente, además de que el valor del sig.(bilateral) es de 0.090 \geq 0.05 por lo que se concluye que efectivamente NO hay una influencia entre la variable de la dimensión 4 diferencias individuales y la variable dependiente Niveles de la satisfacción de la atención al cliente de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

Haciendo una comparación con investigaciones que se han realizado a nivel nacional e internacional sobre el tema de la influencia de goce laboral de los colaboradores y la satisfacción de los clientes, se puede encontrar algunas semejanzas con el presente estudio. Así se tiene por ejemplo que Pino, (2018), en su tesis: El goce laboral y la satisfacción del cliente en la atención que brindada en el Club Departamental Arequipa 2018, llegó a la conclusión de rechazar la H⁰ y se comprobó la existencia de una relación conectada entre los niveles de goce laboral de los colaboradores del club en los niveles de satisfacción de los clientes y también una diferencia significativa entre los dos niveles de satisfacción en ambos grupos, antes y después de la aplicación del programa de mejora de la calidad de vida laboral.

Así mismo, Ñahuirina, (2016), en su investigación realizada de Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015, determinó la conclusión de que hay un buen nivel de significancia; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, lo que permite afirmar ,con un nivel de confianza del 95%, que existe una relación

significativa entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas.

Jaramillo, (2019), en su investigación titulada, La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en la Cooperativa Aprocassi, San Ignacio 2019, llegó a la conclusión de que existe una relación directa y positiva entre la calidad de servicios y la satisfacción de los clientes en la Cooperativa Aprocassi, el nivel de calidad de servicio en la Cooperativa Aprocassi es muy alto, y el grado de satisfacción que muestran los clientes de la Cooperativa Aprocassi es alto.

También, Redhead, (2015), en su investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción del usuario del Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo, departamento de Lima”. Llegó a la conclusión utilizando el coeficiente R de Pearson, se determinó que existe un alto grado de relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes, y con respecto al grado de satisfacción, se muestra que los clientes presentan un nivel medio de satisfacción.

Calderón y Cobón (2016), en su investigación titulada “Nivel De goce Laboral Que Poseen Los trabajadores Del Área Administrativa en Municipalidad De Huehuetenango, del país de Guatemala”, llegando a la conclusión que la mayoría de los colaboradores presentan niveles altos de goce Laboral, situación que es muy similar a los resultados obtenidos en la dimensión del contexto organizacional de la presente investigación.

Peralta, (2017), en su investigación titulada “Clima Organizacional y goce Laboral en el Personal de Enfermería de la Caja de la Banca Privada del departamento de La Paz – Bolivia”, llegando a la conclusión de la existencia de una estrecha relación entre las dimensiones intervinientes del Clima Organizacional y los factores que componen el goce laboral en el personal de enfermería.

Finalmente, hay que decir que a la luz de la teoría, los resultados que se han obtenido en el presente trabajo de investigación se puede afirmar que efectivamente existe una relación entre el goce laboral de los colaboradores de la empresa y que influyen de manera directa y positiva en la satisfacción de los clientes; sin embargo, queda como tarea futura profundizar en los resultados

obtenidos en la dimensión el diseño de los puestos y la dimensión diferencias individuales, cuyos resultados demuestran que no hay una influencia entre estas dimensiones y la satisfacción de los clientes.

VI. CONCLUSIONES

Primera: Por concluido se determinó que el goce laboral de los colaboradores está relacionado con la satisfacción de los clientes, y que si afecta a los clientes, también afecta a los colaboradores de la empresa CAMSEG S.A.C.

Segunda: Si en la empresa hay una buena comunicación y buena relación de parte de los administrados con los colaboradores, ésto hace que los colaboradores se sientan cómodos y satisfechos en la empresa y por el resultado, la atención al cliente será de óptima calidad.

Tercera: La comunicación, el clima laboral, el sueldo, la buena estructura donde laboran, capacitación, los materiales que se requiera, el compañerismo, la empatía, etc. forman un conjunto de elementos que hacen que el colaborador se sienta a gusto trabajando en la empresa y por ende tengan más disposición para que la atención brindada a clientes sea de mayor calidad.

Cuarta: Al determinar puestos y funciones a cada colaborador de la empresa CAMSEG S.A.C. hará que cada uno de ellos, se enfoque en sus funciones y adquiera conocimientos, ésto dará una atención rápida y eficaz a los clientes de acuerdo a su requerimiento.

Quinta: Para que los colaboradores estén satisfechos se le brinda la mayor comodidad posible y las buenas relaciones en la empresa CAMSEG S.A.C. Es así, que la satisfacción de los clientes gira alrededor de la calidad de servicio, buenos productos, ofertas que pueda brindar la empresa a un tiempo corto.

VII. RECOMENDACIONES

- Primera:** Desarrollar programas de capacitación permanente a los colaboradores de la empresa CAMSEG S.A.C. con el objetivo de mantener una relación positiva entre el goce de los colaboradores de la empresa y la satisfacción de la atención al cliente.
- Segunda:** Conservar siempre un clima positivo organizacional, de tal manera que la conducta de los administradores eleve siempre la calidad laboral que permita lograr siempre un influjo positivo en la satisfacción del cliente de la empresa.
- Tercera:** Reforzar los parámetros considerados en el contexto organizacional con el fin de lograr siempre que la relación de esta dimensión influya siempre de manera positiva la calidad del servicio y por ende en la satisfacción del cliente
- Cuarta:** Realizar un análisis de los factores que inciden en la dimensión del diseño de los puestos, con el fin de optimizar la percepción que tiene los clientes respecto a la influencia que debe existir entre esta dimensión y la satisfacción del cliente.
- Quinta:** Recomendamos realizar una capacitación a los colaboradores de la empresa en relación al tema de las diferencias individuales y su incidencia en la calidad del servicio para que de esa manera se logre la satisfacción del cliente, y se mejore la competitividad frente a otras empresas a la luz de los resultados obtenidos en la presente investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, M. (2004). *Fundamentos del Marketing Turístico*. México: Editorial Trillas S.A.
- Albrecht, K. (1995). *Servicio al Cliente Interno: Cómo Solucionar la Crisis de Liderazgo en la Gerencia Intermedia*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Albrecht, k. (1997). *La Revolución del Servicio: Lo Único que Cuenta es un Cliente Satisfecho*. Bogotá: 3R Editores.
- Alvares, G. (2012). *Satisfacción de los Clientes y Usuarios con el Servicio Ofrecido en Redes de Supermercados Gubernamentales*. Obtenido de Universidad Católica Andrés Bello: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS3832.pdf>
- Arbaiza, L. (2017). *Liderazgo y Comportamiento Organizacional*. Lima: Universidad ESAN.
- Baron, R. (1997). *Fundamentos de Psicología*. México: Prentice Hall Hispanoamericana S.A.
- Bautista, R. (2016). *Satisfacción del Cliente en la Licorería –Lounge Take it, de la Ciudad de Chiclayo, 2015*. Obtenido de Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/670/1/TL_CajoSalazarRuth_VasquezBautistaMarlenita.pdf
- Berry, L. (2000). *Cómo Descubrir el Alma del Servicio*. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Blanchard, Ballard, y Finch. (2005). *Clientemanía: Nunca es Demasiado Tarde para Construir una Compañía Centrada en el Cliente*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Bund, B. (2006). *De Fuera Hacia Dentro: Como Construir una Organización Basada en el Cliente para Obtener Resultados Decisivos*. México: Mc Graw Hill.
- Calderón, A. (2016). *Nivel De Satisfacción Laboral que Poseen los Trabajadores del Área Administrativa de la Municipalidad de Huehuetenango*. Obtenido de Universidad Rafael Landívar: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2016/05/43/Calderon-Eunice.pdf>
- Calderón G. y Castaño Albeiro. (2005). *Investigación en Administración en América*. Manizales. Universidad Nacional de Colombia
- Chiavenato, I. (2012). *Gestión del Talento Humano*. México: Mc Graw Hill.
- Cobra, M. (2000). *Marketing de Servicios*. Bogotá: Mc Graw Hill Interamericana, S.A.

- Dunnette (Ed.). *Handbook of industrial and organizational psychology*. Chicago: Rand McNally. 1125-1173.
- Drucker P. (1995). *El futuro del hombre industrial*. Nueva Jersey. Transaction Publishers
- Flores, J. (2011). *Construyendo la Tesis Universitaria: Guía Didáctica*. Lima: José Clemente Flores Barboza.
- García, E. (2001). *Calidad de Servicio en Hoteles de Sol y Playa*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Gasalla, J. (2009). *La Nueva Dirección de Personas*. Madrid: Pirámide.
- Gilmore, Pine II y James. (1998). *La Economía de la Experiencia*. Harvard Business Review.
- Glick, W.H. (1985). *Conceptualizing and measuring organizational and psychological climate: Pitfalls in multilevel research*. *Academy of Management Review*, 10, 601-616.
- Gonzales, Sánchez y López. (2011). *Satisfacción Laboral como Factor Crítico para la Calidad*. Córdoba: Universidad de Córdoba.
- Gorbaneff Y. (2010). *Que se puede aprender de la literatura sobre el aprendizaje basado en problemas*. Colombia. Universidad Militar Nueva Granada
- Hoffman y Bateson. (2012). *Marketing de Servicios*. México: Cengage Learning Editores S.A.
- Jaramillo, D. (2019). *La Calidad de Servicio y la Satisfacción*. Obtenido de Universidad Señor de Sipán: <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5237/Jaramillo%20Abarca%20Dilcia.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- James, L.R. y Jones, A.P. (1974). *Organizational climate; a review of theory and research*. *Psychological Bulletin*, 81, 1096-1112.
- Jones, A. y James L. (1979) *Clima psicológico; dimensiones y relaciones de las percepciones individuales y agregadas del entorno laboral*. *Comportamiento organizacional rendimiento humano*.
- Koontz, H. y Weihrich, H. (1998). *Administración. Una perspectiva global*. (11a ed.). México: Me Graw-Hill.
- Kotler y Armstrong. (2008). *Fundamentos del Marketing*. México: Pearson Educación.
- Leal, De Prado, Rodríguez y Román. (1999). *El Factor Humano en las Relaciones Laborales*. Madrid: Pirámide.
- Maslow, A. (1991). *Motivación y Personalidad*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

- Newell, S. (2003). *Creando Organizaciones Saludables: Bienestar, Diversidad y Ética en el Trabajo*. Madrid: Thomson Editores.
- Ñahuirina, Y. (2016). *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente de las Pollerías del Distrito de Andahuaylas, Provincia de Andahuaylas, Región Apurímac, 2015*. Andahuaylas: UNAJMA.
- Olvera, I. (2013). *El Cliente y la Calidad en el Servicio*. México: Trillas.
- Peralta, H. (2017). *Clima Organizacional y Satisfacción Laboral en el Personal de Enfermería de la Caja de la Banca Privada*. Obtenido de Universidad Mayor de San Andrés: <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/11211/PMHG.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Payne, R.L. y Pugh, D.S. (1976). *Organizational Structure and Climate*. En M.O.
- Pino, F. (2019). *La educación superior y el patrimonio cultural*. Scientia, 20(20), 247-266. <https://doi.org/10.31381/scientia.v20i20.2223>
- Pino, F. (2018). *La Satisfacción Laboral y la Satisfacción del Cliente en la Atención Brindada en el Club Arequipa 2018*. Lima: USMP. Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4165/3/pino_afa.pdf
- Redhead, R. (2015). *Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chacabuco*. Obtenido de Universidad Nacional Mayor de San Marcos: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4806/Redhead_gr.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Robbins S. (2012) *Fundamentos del comportamiento organizacional*. Pearson Education Inc
- Rodríguez, B. (2016). *Condiciones de Trabajo, Satisfacción Laboral y Calidad de Vida Laboral en Educación y Sanidad*. Obtenido de Universidad Miguel Hernández de Elche: <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/3018/1/TD%20Rodr%C3%ADguez%20Jarabo%2C%20Beatriz.pdf>
- Romero, J. (2001). *Calidad de Vida*. VII Seminario Internacional (p. 35). Lima: Universidad San Martín de Porres.
- Sánchez, M. (2018). *Correlación entre Motivación y Satisfacción Laborales en un Grupo de Colaboradores que Trabajan por Contratos Indefinidos y Temporales en Trabajos por Contratos Indefinidos y Temporales en una Empresa De G*. Obtenido de Universidad Rafael Landívar: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/05/43/Massela-Anllela.pdf>
- Setó, D. (2004). *De la Calidad de Servicio a la Fidelidad del Cliente*. Madrid: ESIC.
- Stanton, Etzel y Walker. (2007). *Fundamentos de Marketing*. México: Mc Graw Hill.

- Vandererve, M. (1998) *El futuro de la gerencia: visión y cultura corporativa*. 2a Reimpresión. Bogotá: Legis.
- Yoder, D. (1960). *Manejo De Personal Y Relaciones Industriales*. México: Continental.
- Yomar, N. (2019). *Efecto del clima y Satisfacción Laboral en el Desempeño Laboral en el Personal Comercial de la Agencia Central del Banco Mercantil Santa Cruz*. Obtenido de Universidad Mayor de San Andrés: <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/23394/T-1223.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Zaldúa y Bladimir. (2018). *Factores que Influyen en la Satisfacción Laboral de los Trabajadores del Hospital Israel Quinteros Paredes del Cantón Paján Provincia De Manabí*. Obtenido de Universidad Católica de Santiago de Guayaquil: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9830/1/T-UCSG-POS-MGSS-113.pdf>
- Zeithaml, Parasuraman y Berry. (1993). *Calidad Total en la Gestión de Servicios*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Zorrilla y Torres. (1992). *Guía para Elaborar la Tesis*. México: Hill Interamericana

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	METODOLOGÍA
¿Cómo influye el goce laboral de los colaboradores de la empresa CAMSEG S.A.C., en la satisfacción de sus clientes en Lima - 2019? ↵	Determinar cómo el goce laboral de los colaboradores, influye en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.	Los niveles de goce laboral de los colaboradores influyen en los niveles de satisfacción de los clientes, de tal manera que, a mayores niveles de goce laboral de los colaboradores, habrá mayor satisfacción de los clientes.	V. Independiente (X)= Los niveles de goce laboral.	X1. Comportamiento de los administradores	X1.1. Comunicación	1	<u>Investigación</u> Aplicada, correlacional <u>Diseño</u> No experimental de corte longitudinal <u>Población</u> Muestra: X=10 colaboradores Y= 14 clientes <u>Técnica</u> Encuesta -escala de Likert-Ordinal <u>Instrumento</u> Cuestionario <u>Validez</u> Juicio de expertos <u>Análisis de Datos:</u> SPSS versión 23 <u>Confiability</u> Alfa de Cronbach
					X1.2. Metas	2	
					X1.3. Reconocimiento	3	
					X1.4. Incentivos	4	
					X1.5. Supervisión	5	
				X2. Contexto organizacional.	X2.1. Políticas	6	
					X2.2. Compañerismo	7	
					X2.3. Estabilidad laboral	8	
					X2.4. Equidad	9	
					X2.5. Avance	10	
					X2.6. Condiciones laborales	11	
					X2.7. Sueldo	12	
				X3. Diseño de los puestos	X3.1. El significado	13	
					X3.2. Responsabilidad	14	
					X3.3. Retroalimentación	15	
					X3.4. Autonomía	16	
					X3.5. Ergonomía	17	
				X4. Diferencias individuales	X3.6. Tecnología	18	
					X4.1. Necesidades fisiológicas	19	
					X4.2. Necesidades de seguridad	20	
					X4.3. Necesidades de estima	21	
					X4.4. Necesidades de Afiliación	22	
X4.5. Necesidades de autorrealización	23, 24						

Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos				
¿Cómo influye el factor comportamiento de los administradores de goce laboral, en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019?	Determinar cómo el factor comportamiento de los administradores de goce laboral de los colaboradores, influye en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.	La dimensión comportamiento de los administradores de goce laboral de los colaboradores tiene, influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.	V. Dependiente (Y) = Los niveles de satisfacción de los clientes.	Y1. Atención al cliente.	Y1.1. Promesas	1
					Y1.2. Tiempo	2, 3, 4
					Y1.3. Detalles	5, 6, 7, 8
					Y1.4. Cortesía	9,10
					Y1.5. Profesionalismo	11
¿Cómo influye el factor contexto organizacional de goce laboral, en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019?	Determinar cómo el factor contexto organizacional de goce laboral de los colaboradores, influye en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.	La dimensión contexto organizacional de goce laboral de los colaboradores, tiene influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.			Y1.6. Seguridad	12
¿Cómo influye el factor diseño de puestos de goce laboral, en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019?	Determinar cómo el factor diseño de puestos de goce laboral de los colaboradores, influye en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.	La dimensión diseño de puestos de goce laboral de los colaboradores, tiene influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.			Y1.7. Accesibilidad	13,14
¿Cómo influyen el factor diferencias individuales de goce laboral, en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima -2019?	Determinar cómo el factor diferencias individuales de goce laboral de los colaboradores, influye en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.	La dimensión diferencias individuales de goce laboral de los colaboradores, tiene influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.			Y1.8. Comunicación	15
					Y1.9. Reacción frente al error	16,17

Anexo 2: Matriz de operacionalización

V. Independiente (X)= Los niveles de goce laboral.	X1. Comportamiento de los administradores	X1.1. Comunicación	1	Escala de Likert Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	Bajo Medio Alto
		X1.2. Metas	2		
		X1.3. Reconocimiento	3		
		X1.4. Incentivos	4		
		X1.5. Supervisión	5		
	X2. Contexto organizacional.	X2.1. Políticas	6		
		X2.2. Compañerismo	7		
		X2.3. Estabilidad laboral	8		
		X2.4. Equidad	9		
		X2.5. Avance	10		
		X2.6. Condiciones laborales	11		
		X2.7. Sueldo	12		
	X3. Diseño de los puestos	X3.1. El significado	13		
		X3.2. Responsabilidad	14		
		X3.3. Retroalimentación	15		
		X3.4. Autonomía	16		
		X3.5. Ergonomía	17		
		X3.6. Tecnología	18		
	X4. Diferencias individuales.	X4.1. Necesidades fisiológicas	19		
		X4.2. Necesidades de seguridad	20		
		X4.3. Necesidades de estima	21		
		X4.4. Necesidades de Afiliación	22		
		X4.5. Necesidades de autorrealización	23, 24		
V. Dependiente (Y) = Los niveles de satisfacción de los clientes.	Y1. Atención al cliente.	Y1.1. Promesas	1		
		Y1.2. Tiempo	2, 3, 4		
		Y1.3. Detalles	5, 6, 7, 8		
		Y1.4. Cortesía	9,10		
		Y1.5. Profesionalismo	11		
		Y1.6. Seguridad	12		
		Y1.7. Accesibilidad	13,14		
		Y1.8. Comunicación	15		
		Y1.9. Reacción frente al error	16,17		

Anexo 3: Instrumento

CUESTIONARIO PARA RECOLECTAR DATOS

Instrucción: La presente encuesta tiene la finalidad de recoger información sobre Los Niveles de Goce Laboral de los Colaboradores y su Influencia en los Niveles de Satisfacción de los Clientes de la Empresa CAMSEG S.A.C. Lima - 2019.

Se le pide que marque con una (x), la alternativa que cree conveniente, según corresponda, esta encuesta se realiza en forma anónima.

Escala de Likert

1	Totalmente en desacuerdo	TD
2	En desacuerdo	D
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	N
4	De acuerdo	A
5	Totalmente de acuerdo	TA

1. COLABORADORES

N°	ASEVERACIONES	TD	D	N	A	TA
1	Existe comunicación permanente con los superiores.	1	2	3	4	5
2	El jefe indica cuales son las metas.	1	2	3	4	5
3	Los superiores reconocen públicamente la buena labor.	1	2	3	4	5
4	Incentivan cada vez que se hace un buen desempeño.	1	2	3	4	5
5	La supervisión de los superiores es hostil.	1	2	3	4	5
6	La política interna de personal es favorable para los colaboradores.	1	2	3	4	5

7	Se fomenta el compañerismo en el equipo de trabajo.	1	2	3	4	5
8	La posición laboral de los colaboradores es estable.	1	2	3	4	5
9	La equidad es un valor que se practica en la organización.	1	2	3	4	5
10	La organización nos permite hacer línea de carrera.	1	2	3	4	5
11	Las condiciones laborales son favorables para mí.	1	2	3	4	5
12	El sueldo es justo en contraprestación con las tareas.	1	2	3	4	5
13	Siento que mi tarea es importante para la organización.	1	2	3	4	5
14	Siento que las tareas asignadas por el superior son de mucha responsabilidad.	1	2	3	4	5
15	El superior brinda retroalimentación periódicamente.	1	2	3	4	5
16	El superior da autonomía para resolver imprevistos en mi labor.	1	2	3	4	5
17	Las estaciones de trabajo son cómodas para realizar la labor.	1	2	3	4	5
18	La tecnología facilita el trabajo diario.	1	2	3	4	5
19	Las instalaciones de uso común para los colaboradores son de calidad.	1	2	3	4	5
20	La organización se preocupa de mi salud.	1	2	3	4	5
21	Siento que los superiores me estiman.	1	2	3	4	5
22	Me siento orgulloso de pertenecer a la organización.	1	2	3	4	5
23	Siento que he realizado cabalmente los objetivos de mi puesto de trabajo.	1	2	3	4	5
24	Estoy satisfecho con mi trabajo.	1	2	3	4	5

2. EMPRESA CORPORATIVA

N°	ASEVERACIONES	TD	D	N	A	TA
1	Me recibieron con una bienvenida.	1	2	3	4	5
2	Cree Ud. que se cumplió con el servicio prometido.	1	2	3	4	5
3	El servicio por parte del personal de atención al cliente fue rápido.	1	2	3	4	5
4	El personal que lo atendió fue detallista a la hora del servicio.	1	2	3	4	5
5	El personal fue cortés en el momento de atenderlo.	1	2	3	4	5
6	El personal demostró profesionalismo en su trabajo.	1	2	3	4	5
7	El personal de seguridad le recomendó que hacer en casos de emergencia (asalto, sismos).	1	2	3	4	5
8	El personal se mostró accesible para atenderlo en todo momento.	1	2	3	4	5
9	El personal se comunicó comprensiblemente.	1	2	3	4	5
10	El personal supo reaccionar frente a un desatino por parte de la organización.	1	2	3	4	5
11	El personal de atención al cliente, me sugirió las promociones del día.	1	2	3	4	5
12	El personal me indicó el tiempo aproximado de espera en el servicio	1	2	3	4	5
13	El personal de atención realizó bien su trabajo.	1	2	3	4	5
14	El personal me indicó como acceder a todas las áreas de atención.	1	2	3	4	5
15	Es visible el esfuerzo que hace el personal de atención al cliente por atender con rapidez.	1	2	3	4	5
16	El servicio brindado por el personal superó mis expectativas.	1	2	3	4	5
17	Me siento satisfecho con la atención recibida por parte del personal de CAMSEG.	1	2	3	4	5

Anexo 4: Validez del instrumento

CARTA DE PRESENTACIÓN

Sr.

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración de Finanzas y Negocios Globales, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optare el Título Profesional de Licenciado en Administración de Finanzas y Negocios Globales.

El título de mi proyecto de investigación es: **"LOS NIVELES DE GOCE LABORAL DE LOS COLABORADORES Y SU INFLUENCIA EN LOS NIVELES DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA CAMSEG S.A.C. LIMA 2019"** y siendo necesario contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en la evaluación de las variables comprendidas en mi investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.

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

Atentamente,



ROCIO DEL PILAR SANCHEZ ROBLES

DNI N° 45449723

Los Niveles de Goce Laboral de los Colaboradores y su Influencia en los Niveles de Satisfacción de los Clientes de la Empresa
CAMSEG S.A.C. Lima 2019.

Dimensiones/ Ítems	Claridad		Pertinencia		Relevancia		Sugerencias
	SI	NO	SI	NO	NO	SI	
Dimensión 1: X1 Comportamiento de los Administradores	SI	NO	SI	NO	NO	SI	
1. Existe comunicación permanente con mis superiores	✓		✓			✓	
2. Mi jefe me indica cuales son mis metas	✓		✓			✓	
3. Mis superiores reconocen públicamente mi buena labor	✓		✓			✓	
4. Se me incentiva cada vez que hago un buen desempeño.	✓		✓			✓	
5. La supervisión de mi superior es hostil	✓		✓			✓	
Dimensión 2: X2 Contexto Organizacional	SI	NO	SI	NO	NO	SI	
6. La política interna de personal es favorable para mí.	✓		✓			✓	
7. Se fomenta el compañerismo en el equipo de trabajo.	✓		✓			✓	
8. Siento que mi posición como colaborador es estable.	✓		✓			✓	
9. La equidad es un valor que se practica en la organización.	✓		✓			✓	
10. La organización me permite hacer línea de carrera.	✓		✓			✓	
11. Las condiciones laborales son favorables para mí.	✓		✓			✓	
12. El sueldo es justo en contraprestación a mis tareas.	✓		✓			✓	
Dimensión 3: X3 Diseño de los puestos	SI	NO	SI	NO	NO	SI	
13. Siento que mi tarea es importante para la organización.	✓		✓			✓	
14. Siento que las tareas asignadas por mi superior son de mucha responsabilidad.	✓		✓			✓	
15. Mi superior me da retroalimentación periódicamente.	✓		✓			✓	
16. Mi superior me da autonomía para resolver imprevistos en mi labor.	✓		✓			✓	
17. Las estaciones de trabajo son cómodas para realizar mi labor.	✓		✓			✓	
18. La tecnología facilita mi trabajo diario.	✓		✓			✓	
Dimensión 4: X4 Diferencias individuales.	SI	NO	SI	NO	NO	SI	
19. Las instalaciones de uso común para los colaboradores son de calidad.	✓		✓			✓	

20. La organización se preocupa de mi salud	✓		✓			✓
21. Siento que mis superiores me estiman	✓		✓			✓
22. Me siento orgulloso de pertenecer a la organización.	✓		✓			✓
23. Siento que he realizado cabalmente los objetivos de mi puesto de trabajo.	✓		✓			✓
24. Estoy satisfecho con mi trabajo.	✓		✓			✓
Dimensión 1: Y1 Atención al cliente.	SI	NO	SI	NO	NO	SI
25. Cree Ud. que se cumplió con el servicio prometido.	✓		✓			✓
26. El servicio por parte del personal de atención al cliente fue rápido.	✓		✓			✓
27. El personal me indicó el tiempo aproximado de espera en el servicio.	✓		✓			✓
28. Es visible el esfuerzo que hace el personal de atención al cliente por atender con rapidez.	✓		✓			✓
29. El personal que lo atendió fue detallista a la hora del servicio.	✓		✓			✓
30. El personal de atención al cliente, me sugirió las promociones del día.	✓		✓			✓
31. El servicio brindado por el personal superó mis expectativas.	✓		✓			✓
32. Me siento satisfecho con la atención recibida por parte del personal de CAMSEG.	✓		✓			✓
33. El personal fue cortés en el momento de atenderlo	✓		✓			✓
34. Me recibieron con una bienvenida.	✓		✓			✓
35. El personal demostró profesionalismo en su trabajo.	✓		✓			✓
36. El personal de seguridad le recomendó que hacer en casos de emergencia (asalto, sismos).	✓		✓			✓
37. El personal se mostró accesible para atenderlo en todo momento.	✓		✓			✓
38. El personal me indicó como acceder a todas las áreas de atención.	✓		✓			✓
39. El personal se comunicó comprensiblemente	✓		✓			✓
40. El personal supo reaccionar frente a un desatino por parte de la organización.	✓		✓			✓
41. El personal de atención realizó bien su trabajo	✓		✓			✓

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA
Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()
Apellidos y nombres de juez validador: BERNANTES RIOS EDMUNDO DNI: 25651955
Especialidad del validador: DOCENTE METADOLOGO

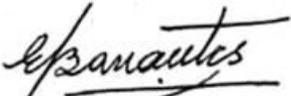
Lima 29 de febrero del 2020

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

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.


Firma del Experto Informante.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Sr.

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración de Finanzas y Negocios Globales, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optare el Título Profesional de Licenciado en Administración de Finanzas y Negocios Globales.

El título de mi proyecto de investigación es: **"LOS NIVELES DE GOCE LABORAL DE LOS COLABORADORES Y SU INFLUENCIA EN LOS NIVELES DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA CAMSEG S.A.C. LIMA 2019"** y siendo necesario contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en la evaluación de las variables comprendidas en mi investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.

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

Atentamente,



ROCIO DEL PILAR SANCHEZ ROBLES

DNI N° 45449723

Los Niveles de Goce Laboral de los Colaboradores y su Influencia en los Niveles de Satisfacción de los Clientes de la Empresa
CAMSEG S.A.C. Lima 2019.

Dimensiones/ Ítems	Claridad		Pertinencia		Relevancia		Sugerencias
	SI	NO	SI	NO	NO	SI	
Dimensión 1: X1 Comportamiento de los Administradores	SI	NO	SI	NO	NO	SI	
1. Existe comunicación permanente con mis superiores	✓		✓			✓	
2. Mi jefe me indica cuales son mis metas	✓		✓			✓	
3. Mis superiores reconocen públicamente mi buena labor	✓		✓			✓	
4. Se me incentiva cada vez que hago un buen desempeño.	✓		✓			✓	
5. La supervisión de mi superior es hostil	✓		✓			✓	
Dimensión 2: X2 Contexto Organizacional	SI	NO	SI	NO	NO	SI	
6. La política interna de personal es favorable para mí.	✓		✓			✓	
7. Se fomenta el compañerismo en el equipo de trabajo.	✓		✓			✓	
8. Siento que mi posición como colaborador es estable.	✓		✓			✓	
9. La equidad es un valor que se practica en la organización.	✓		✓			✓	
10. La organización me permite hacer línea de carrera.	✓		✓			✓	
11. Las condiciones laborales son favorables para mí.	✓		✓			✓	
12. El sueldo es justo en contraprestación a mis tareas.	✓		✓			✓	
Dimensión 3: X3 Diseño de los puestos	SI	NO	SI	NO	NO	SI	
13. Siento que mi tarea es importante para la organización.	✓		✓			✓	
14. Siento que las tareas asignadas por mi superior son de mucha responsabilidad.	✓		✓			✓	
15. Mi superior me da retroalimentación periódicamente.	✓		✓			✓	
16. Mi superior me da autonomía para resolver imprevistos en mi labor.	✓		✓			✓	
17. Las estaciones de trabajo son cómodas para realizar mi labor.	✓		✓			✓	
18. La tecnología facilita mi trabajo diario.	✓		✓			✓	
Dimensión 4: X4 Diferencias individuales.	SI	NO	SI	NO	NO	SI	
19. Las instalaciones de uso común para los colaboradores son de calidad.	✓		✓			✓	

20. La organización se preocupa de mi salud	✓		✓			✓
21. Siento que mis superiores me estiman	✓		✓			✓
22. Me siento orgulloso de pertenecer a la organización.	✓		✓			✓
23. Siento que he realizado cabalmente los objetivos de mi puesto de trabajo.	✓		✓			✓
24. Estoy satisfecho con mi trabajo.	✓		✓			✓
Dimensión 1: Y1 Atención al cliente.	SI	NO	SI	NO	NO	SI
25. Cree Ud. que se cumplió con el servicio prometido.	✓		✓			✓
26. El servicio por parte del personal de atención al cliente fue rápido.	✓		✓			✓
27. El personal me indicó el tiempo aproximado de espera en el servicio.	✓		✓			✓
28. Es visible el esfuerzo que hace el personal de atención al cliente por atender con rapidez.	✓		✓			✓
29. El personal que lo atendió fue detallista a la hora del servicio.	✓		✓			✓
30. El personal de atención al cliente, me sugirió las promociones del día.	✓		✓			✓
31. El servicio brindado por el personal superó mis expectativas.	✓		✓			✓
32. Me siento satisfecho con la atención recibida por parte del personal de CAMSEG.	✓		✓			✓
33. El personal fue cortés en el momento de atenderlo	✓		✓			✓
34. Me recibieron con una bienvenida.	✓		✓			✓
35. El personal demostró profesionalismo en su trabajo.	✓		✓			✓
36. El personal de seguridad le recomendó que hacer en casos de emergencia (asalto, sismos).	✓		✓			✓
37. El personal se mostró accesible para atenderlo en todo momento.	✓		✓			✓
38. El personal me indicó como acceder a todas las áreas de atención.	✓		✓			✓
39. El personal se comunicó comprensiblemente	✓		✓			✓
40. El personal supo reaccionar frente a un desatino por parte de la organización.	✓		✓			✓
41. El personal de atención realizó bien su trabajo	✓		✓			✓

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres de juez validador: ARCE GUEVARA ERNESTO DNI: 09085080

Especialidad del validador: DOCENTE TEMATICO

Lima. 29 de FEBRERO del 2020

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

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



Firma del Experto Informante.

Anexo 5: Matriz de datos

VARIABLE INDEPENDIENTE: NIVELES DE GOCE LABORAL DE LOS COLABORADORES

N°	Comportamiento de los administradores					Contexto Organizacional							Diseño de los puestos						Diferencias individuales					
	p1c	p2c	p3c	p4c	p5c	p6c	p7c	p8c	p9c	p10c	p11c	p12c	p13c	p14c	p15c	p16c	p17c	p18c	p19c	p20c	p21c	p22c	p23c	p24c
Colaborador1	4	3	3	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3
Colaborador2	4	5	2	5	2	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	3	3	5	4	4
Colaborador3	5	3	4	3	1	3	4	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	5	3	4	5	4
Colaborador4	5	4	3	2	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	5	3	4	4	4
Colaborador5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
Colaborador6	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
Colaborador7	4	3	3	4	2	2	2	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	3
Colaborador8	4	3	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	5	4	3	3	5	3	5	5	3	3	3
Colaborador9	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	2	4	3	3	3	4	3	3	5	5	5	3
Colaborador10	3	3	3	3	1	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

VARIABLE DEPENDIENTE: NIVELES DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES																	
N°	p1em	p2em	p3em	p4em	p5em	p6em	p7em	p8em	p9em	p10em	p11em	p12em	p13em	p14em	p15em	p16em	p17em
Cliente 1	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	4
Cliente 2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	3	5	5
Cliente 3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2	4	3	3	4	5	4	5
Cliente 4	5	3	3	4	4	2	4	2	3	4	4	2	4	5	4	5	4
Cliente 5	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	5	5	5	3	5	4	5
Cliente 6	5	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
Cliente 7	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5
Cliente 8	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5
Cliente 9	5	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	2	4	3	4	3	4
Cliente 10	4	4	3	4	5	4	3	4	3	5	5	5	4	3	3	4	4
Cliente 11	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	3	5
Cliente 12	5	5	5	5	5	5	2	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5
Cliente 13	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4
Cliente 14	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	2	5	3	3	4	4

Anexo 6: Procesamiento de datos en SPSS

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	p1	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	p2	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	p3	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	p4	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	p5	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	dimen1	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
7	p6	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	p7	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	p8	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	p9	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
11	p10	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
12	p11	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
13	p12	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
14	dimen2	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
15	p13	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
16	p14	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
17	p15	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
18	p16	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
19	p17	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
20	p18	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
21	dimen3	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
22	p19	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
23	p20	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
24	p21	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
25	p22	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada

Vista de datos Vista de variables

Anexo 7: Gráficos y tablas de datos en SPSS

