



UNIVERSIDAD DE LAMBAYEQUE

**FACULTAD DE CIENCIAS DE INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA
COMERCIAL**

TESIS

**ESTRATEGIAS DE CLIMA LABORAL Y CALIDAD DEL
SERVICIO EN LA EMPRESA TURISMO CIVA, CHICLAYO 2018**

**PRESENTADA PARA OPTAR EL TÍTULO DE INGENIERO
COMERCIAL**

Autora:

Rodas Ramírez Yosely Dajana

Asesor:

Nauca Torres Enrique Santos

Línea de Investigación:

Gestión organizacional, administración y control empresarial

Chiclayo - Perú

2018

FIRMA DEL ASESOR Y JURADOS DE TESIS

Mg. Enrique Santos Nauca Torres

ASESOR

Mg. Juan Romero Zeña
PRESIDENTE

Lic. Betty Liliana Vergara Wekselman
SECRETARIO

Mg. Enrique Santos Nauca Torres

VOCAL

DEDICATORIA

A DIOS:

*Por ser mi guía contaste en
casa paso que decido dar en
la vida.*

A MI ANGEL

*Que desde el cielo me cuida y
protege, por ser uno de mis
motivos para alcanzar mis
objetivos.*

A MI MADRE Y ABUELO:

*Quienes son mi fuerza,
apoyo y motivos para salir
adelante, logrando mis
sueños.*

AGRADECIMIENTO

AL ASESOR DE TESIS:

*Mg. Enrique Santos Nauca
Torres, por su asesoría para
desarrollar de este trabajo de
investigación.*

A MI FAMILIA

*Por sus enseñanzas y por su
incondicional apoyo en mi
desarrollo profesional.*

CONTENIDO

RESUMEN	
PALABRAS CLAVES	
ABSTRAC	
CAPITULO I: INTRODUCCION.....	11
1.1 Realidad Problemática.....	11
1.2 Formulación y Sistematización del problema.....	15
1.3 Objetivos de la investigación.....	15
1.3.1 Objetivo general.....	15
1.3.22 Objetivo específico.....	15
CAPITULO II: MARCO TEORICO.....	15
2.1 Antecedentes de la investigación.....	15
2.1.1 A nivel Internacional.....	16
2.1.2 A nivel Nacional.....	18
2.1.3 A nivel Local.....	19
2.2 Bases teóricas.....	20
2.2.1 estrategias.....	20
2.2.2 Clima Laboral.....	20
2.2.3 Tipos de Clima Laboral.....	21
2.2.4 Dimensiones del Clima Laboral.....	22
2.2.5 Como se mide el Clima Laboral.....	25
2.2.6 Calidad del servicio.....	25
2.2.7 Dimensiones de la calidad del servicio.....	25
2.2.8 Como se mide la Calidad del servicio.....	27
2.3 Definición de términos básicos.....	28
2.4 Hipótesis.....	30
CAPITULO III: MATERIALES Y METODOS.....	31
3.1 Operacionalizacion de la variables.....	31
3.1 Tipo de investigación.....	33
3.1.1 Tipo de investigación.....	33
3.1.2 Diseño de investigación.....	34
3.2 Población y muestra en estudio.....	35
3.2.1 Población.....	35
3.2.2 Muestra.....	35
3.3 Métodos, Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	36
3.4 Procesamiento de datos y análisis estadístico.....	39
CAPITULO IV: RESULTADOS.....	40
4.1 Resultados en tablas y figuras.....	40
CAPITULO V: DISCUSION.....	74
CAPITULO VI: CONCLUSIONES.....	76
CAPITULO VII: RECOMENDACIONES.....	77
CAPITULO VIII: REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	78
CAPITULO IX: ANEXOS.....	82

INDICE DE TABLAS

	Paginas
Tabla 1 Valores de grafico N° 1.....	40
Tabla 2 Valores de grafico N° 2.....	41
Tabla 3 Valores de grafico N° 3.....	42
Tabla 4 Valores de grafico N° 4.....	43
Tabla 5 Valores de grafico N° 5.....	44
Tabla 6 Valores de grafico N° 6.....	45
Tabla 7 Valores de grafico N° 7.....	46
Tabla 8 Valores de grafico N° 8.....	47
Tabla 9 Valores de grafico N° 9.....	48
Tabla 10 Valores de grafico N° 10.....	49
Tabla 11 Valores de grafico N° 11.....	50
Tabla 12 Valores de grafico N° 12.....	51
Tabla 13 Valores de grafico N° 13.....	52
Tabla 14 Valores de grafico N° 14.....	53
Tabla 15 Valores de grafico N° 15.....	54
Tabla 16 Valores de grafico N° 16.....	55
Tabla 17 Valores de grafico N° 17.....	56
Tabla 18 Valores de grafico N° 18.....	57
Tabla 19 Valores de grafico N° 19.....	58
Tabla 20 Valores de grafico N° 20.....	59
Tabla 21 Valores de grafico N° 21.....	60
Tabla 22 Valores de grafico N° 22.....	61
Tabla 23 Valores de grafico N° 23.....	62
Tabla 24 Valores de grafico N° 24.....	63
Tabla 25 Valores de grafico N° 25.....	64
Tabla 26 Valores de grafico N° 26.....	65
Tabla 27 Valores de grafico N° 27.....	66
Tabla 28 Valores de grafico N° 28.....	67
Tabla 29 Valores de grafico N° 29.....	68
Tabla 30 Valores de grafico N° 30.....	69
Tabla 31 Valores de grafico N° 31.....	70
Tabla 32 Valores de grafico N° 32.....	71
Tabla 33 Valores de grafico N° 33.....	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Nivel de satisfacción de los colaboradores con las actividades asignadas.....	40
Figura 2	Nivel de conformidad de los colaboradores con las políticas de la empresa Turismo Civa Chiclayo.....	41
Figura 3	Nivel de atención de la empresa a las sugerencias realizadas por los colaboradores.....	42
Figura 4	Nivel de autonomía percibida por los trabajadores a la hora de realizar su trabajo.....	43
Figura 5	Nivel de satisfacción respecto a la remuneración de los trabajadores	44
Figura 6	Nivel en que son reconocidas las horas extras	45
Figura 7	Porcentaje respecto al cumplimiento de las expectativas laborales por parte de los trabajadores.....	46
Figura 8	Porcentaje en que son reconocidos los esfuerzos de los empleados	47
Figura 9	Nivel de satisfacción de la relación entre jefe-subordinado.....	48
Figura 10	Porcentaje en que se les brinda ayuda y medios necesarios a los trabajadores ante exceso de trabajo.....	49
Figura 11	Porcentaje en que se puede comunicar la opinión de los colaboradores a sus jefes.....	50
Figura 12	Nivel en que se explican los motivos de las decisiones tomadas en la empresa.....	51
Figura 13	Nivel de buenas relaciones entre compañeros de trabajo.....	52
Figura 14	Nivel de identidad organizacional.....	53
Figura 15	Nivel de satisfacción con los materiales necesarios.....	54
Figura 16	Nivel de conformidad con los ambientes de la empresa.....	55

Figura 17	Nivel de satisfacción en relación al apoyo recibido por parte de superiores a subordinado.....	56
Figura 18	Nivel satisfacción con el apoyo recibido de jefe a subordinado.....	57
Figura 19	Guía y buena utilización de los servicios.....	58
Figura 20	Calificación de información difundida.....	59
Figura 21	Nivel de confianza.....	60
Figura 22	Nivel de actitud para escuchar sugerencias y reclamos.....	61
Figura 23	Nivel de atención personalizada.....	62
Figura 24	Nivel de conocimiento de idioma extranjero.....	63
Figura 25	Nivel de agilidad en las ventas de pasajes.....	64
Figura 26	Nivel de rapidez en asistencia médica.....	65
Figura 27	Nivel de experiencia de los conductores.....	66
Figura 28	Nivel de satisfacción referente a la puntualidad.....	67
Figura 29	Nivel de seguridad al momento de compra.....	68
Figura 30	Nivel de limpieza de instalaciones.....	69
Figura 31	Nivel de comodidad de asientos.....	70
Figura 32	Nivel de tecnología.....	71
Figura 33	Nivel de limpieza de los colaboradores.....	72

RESUMEN

La presente investigación consiste en demostrar la correlación de las estrategias de clima laboral en la calidad del servicio al cliente en la empresa Turismo Civa, Chiclayo 2018. Con la relación de las variables se demostró la importancia de llevar a cabo su planteamiento y al mismo tiempo identificar las debilidades que presenta la empresa en el área de Recursos Humanos. Siendo este el motivo de identificar las deficiencias de los colaboradores y la percepción de los clientes hacia la calidad del servicio recibido.

El instrumento de recolección de datos estuvo basado en la encuesta, se aplicaron dos encuestas, teniendo en cuenta las dimensiones de cada una de las variables; una encuesta dirigida a los colaboradores aplicada a una muestra de 84 trabajadores y otra a los clientes, cuya muestra fue de 384 personas. Los resultados mostraron la insatisfacción de los clientes con la calidad del servicio recibido y el desacuerdo de los colaboradores con el clima laboral percibido, y a partir se aplicó la prueba de chi-cuadrado para medir la relación de las variables.

Finalmente se concluye que existe la necesidad de mejorar las estrategias de clima laboral, ya que los resultados arrojaron la existencia de una deficiencia en el manejo del clima laboral y la calidad del servicio.

PALABRAS CLAVES: Estrategias de clima laboral y calidad del servicio.

ABSTRACT

The present investigation consists of demonstrating the correlation of work climate strategies in the quality of the service to the client in the company Tourism Civa, Chiclayo 2018. With the relation of the variables the importance of carrying out its approach and at the same time was demonstrated identify the weaknesses that the company presents in the area of Human Resources. This being the reason for identifying the deficiencies of the collaborators and the perception of the clients towards the quality of the service received.

The data collection instrument was based on the survey, two surveys were applied, taking into account the dimensions of each of the variables; a survey addressed to employees applied to a sample of 84 workers and another to customers, whose sample was 384 people. The results showed the dissatisfaction of the clients with the quality of the service received and the disagreement of the collaborators with the perceived work climate, and from the chi-square test was applied to measure the relationship of the variables.

Finally, it is concluded that there is a need to improve work climate strategies, since the results showed the existence of a deficiency in the management of the work climate and the quality of the service.

KEY WORDS: Work climate strategies and quality of service.

I. INTRODUCCION

1. REALIDAD PROBLEMÁTICA

En la actualidad la mayoría de las empresas en su afán de incrementar las ventas, buscan contar con los mejores productos o servicios, precios, ofertas y una excelente calidad del servicio al cliente, para tener una mayor participación en el mercado y posicionarse en los gustos y preferencias de los clientes. Siendo la calidad del servicio al cliente uno de los principales factores a trabajar ya que el logro de la excelencia en la calidad del servicio es un poco difícil. La calidad del servicio por su naturaleza va dirigido al consumidor, al logro de un estado de bienestar la satisfacción con el bien o servicio adquirido, haciendo relativa la medición de la calidad del servicio ya que cada persona tiene su propia percepción sobre este término tan usado actualmente; por lo tanto, el servicio al cliente cuando es de calidad, constituye una herramienta que trae o da origen a la competitividad de la organización y su participación en el mercado.

En el mundo existen diferentes instituciones que brindan una excelente calidad del servicio al cliente, como prueba de ello tenemos a Starbucks una de las empresas más grandes del mundo, cuya gente trabaja para servir al cliente, ofrecer productos de calidad, en forma rápida y segura, en un ambiente limpio, con atención personalizada y amable, es importante mencionar que Starbucks no solo resalta por su calidad en el servicio sino también por el ambiente en el que los colaboradores se desempeñan, y es que aquí no son tomados como simples trabajadores sino como fuerza laboral, así como los clientes los colaboradores también son tomados como la razón de ser de la empresa porque con un clima laboral óptimo se puede lograr la calidad en el servicio, de esta manera en Starbucks se tienen constantes capacitaciones de calidad, excelentes ambientes de trabajo, prestaciones, horarios flexibles, oportunidad de crecimiento, se dice que; empleados felices atienden mejor a los clientes. Por este motivo estudiar el clima laboral constituye actualmente una de las herramienta estratégicas que contribuyen al mejoramiento continuo de la organización, ya que al analizarlo y estudiarlo se logran identificar elementos clave que permiten incrementar la calidad de vida laboral a los trabajadores, y con ello la calidad de los servicios que son brindados por la empresa.

Actualmente el clima laboral ha dejado de ser un elemento poco usado en las instituciones para convertirse en un elemento de elevada importancia estratégica, el Clima laboral puede ser un vínculo o un obstáculo para el buen desempeño de la institución. Por ejemplo Dimerc S.A. una compañía chilena que brinda el servicio distribución artículos de oficina, ha lanzado un conjunto de estrategias e iniciativas que en un año ha dado resultados positivos mejorado el clima laboral y aumentando la calidad de su servicio en general. Una de estas iniciativas y estrategias se trata de ‘El Día encantado’, fecha especial en que todos los trabajadores y jefes van a trabajar disfrazados. Según informó el Canal 13 de Chile, estas iniciativa le ha permitido a la empresa romper con el paradigma que una empresa “aburrida” le va bien, sino que han demostrado que a una empresa motivada, que se preocupa por sus trabajadores y que cuenta con un buen clima laboral pueden mejorar en un 100% la calidad de los servicio que se brindan y que les puede ir mucho mejor.

De la misma manera, en una empresa de servicios de transporte es importante mantener satisfechos a los colaboradores para que atiendan bien a los clientes de la organización. Es necesario construir y cultivar una buena cultura y clima laboral en las empresas de transporte ya que en los últimos años, el transporte ha ido ganando cada vez más importancia en países del mundo, donde se ha convertido en una actividad primordial desde el punto de vista económico y social. Según la página web Importancia.org (2013) la clasificación que abarca a los distintos medios de Transporte consiste en dónde nos desenvolvemos, teniendo el Transporte Terrestre la mayor utilización, seguido del Transporte Aéreo con la utilización de distintos tipos de Aeronaves, y por último el Transporte Marítimo que contempla la utilización de Embarcaciones.

Sin embargo el transporte terrestre es uno de los transportes en el cual se debe enfocar mayor importancia. Según la página web Economía Andaluza (2011) el transporte ha ido cobrando una especial importancia en las economías de los países industrializados, como lo demuestra el hecho de que durante las décadas de los setenta y ochenta el tráfico marítimo comercial casi se duplico, mientras que el transporte aéreo de pasajeros se multiplico por tres, mostrando el

transporte por carretera la misma tendencia, siendo este último el modo de transporte predominante en las sociedades modernas.

Guerrero (2013) La mayoría de las empresas del sector de servicio de transporte en la ciudad de Quito no posee un departamento que se dedique específicamente a realizar un análisis de la cultura y clima laboral de la organización, debido a que son empresas que en su gran mayoría tienen deficiencias en el departamento de recursos humanos. Este aspecto no es muy distinto al que vivimos hoy en día en nuestro país. El estado crítico del transporte interprovincial de pasajeros en el Perú aún se mantiene, la informalidad en el transporte terrestre interprovincial de pasajeros en el Perú es muy amplia, lo cual afecta de manera directa a la calidad del servicio que se brinda.

Según CENTRUM Católica (completo) (2011) en el Perú, el flujo anual de pasajeros vía transporte interprovincial asciende cerca de 72 millones, habiendo mostrado un crecimiento más pronunciado en los últimos años conforme se han ido ampliando las frecuencias, las rutas y mejorado parcialmente las vías de comunicación.

La zona norte ha sido la más dinámica: el flujo de pasajeros a dicha zona aumentó en 6.1% en promedio en los últimos 5 años; mientras que, la zona centro lo hizo en 0.7% y; la zona sur, 3.8%. La oferta en el transporte interprovincial de pasajeros es atomizada. Al año 2009, de las 6.9 mil unidades de transporte, 5.8 mil correspondieron a omnibuses, mientras que, según el tipo de flota, destacó el crecimiento de la flota de entre 31 y 50 vehículos y la correspondiente a 50 a más unidades. El segmento ha mostrado una mayor renovación de la flota: el 49.9% del total de unidades tienen una antigüedad de hasta 5 años, 27.2% de entre 5 y 15 años y; el 22.8% más de 15 años.

Sin embargo pese a los buenos servicios ofrecidos por la mayoría de empresas interprovinciales formales, los clientes siguen prefiriendo las empresas informales y es que en momentos o fechas importantes las empresas duplican su precio causando molestias en los clientes. Según la página web de RPP Noticias (2013) reveló que las empresas que más elevan sus precios en épocas de gran demanda como Navidad, son: Tepsa (67,5%), Civa (54,3%), Cial (41,1%) y Transportes y Turismo Raraz (45,7%).

Existen empresas en el mercado chiclayano que se diferencian de las muchas otras por la calidad del servicio que brinda a los clientes, como es el caso de la empresa Oltursa. El servicio que brinda Transportes Oltursa va desde unos de la infraestructura en cuanto a su agencia, la flota de ómnibus con tecnología brindando servicios de bus cama con asientos de 180°, un servicio a bordo que cuenta con terramosas, cena a bordo, aire acondicionado, baños modernos e inclusive brindan un entretenimiento adicional a los pasajeros prestándoles un iPad en los que ahora pueden leer libros, ver películas almacenadas y escuchar música.

Es por ello que la empresa CIVA busca diferenciarse de la competencia mediante su amplia trayectoria en el rubro transportes, pero la empresa CIVA cuenta con marcadas deficiencias al momento de brindar el servicio, tales como la deficiente atención por parte del área de ventas en horas punta y fechas festivas, generando un malestar en los clientes que constantemente se quejan debido al mal trato que perciben por parte de dichos trabajadores, los ambientes también son incómodos ya que la sala de espera no brinda la comodidad que tanto el cliente como el trabajador requiere, muestra signos de no estar aseado y los colaboradores no se preocupan por solucionar dicho problema, otra deficiencia muy fuerte y tiene mayor repercusión en los clientes es el mal estado en que se encuentran muchos de los buses de esta empresa, puesto que la comodidad no es lo que se prioriza y muchas veces emiten un olor incómodo para los cliente, estas deficiencias sumada a la inseguridad y a la poca información que brinda su página web son los problemas que están causando el bajo nivel de calidad del servicio al cliente ocasionando mayores quejas, pero este deficiente servicio tiene un motivo, y es la inexistente preocupación por parte de los trabajadores, ya que estos se dedican simplemente a cumplir con sus actividades sin preocuparse por la calidad de servicio que brindan, y la razón de esto es que no existe un óptimo clima laboral para que los colaboradores se encuentren motivados y de esta manera proyecten felicidad y buen trato a la hora de atender o brindar un servicio.

Es por tales motivos que el siguiente trabajo de tesis está dedicado a la investigación, recolección de datos y por ultimo demostrar la relación entre el

clima laboral y la calidad del servicio al cliente, para que de esta manera los directivos de la empresa puedan conocer los indicadores del problema para que de esta manera puedan tomar acciones al respecto y así mejorar la calidad del servicio al cliente que se brinda en la empresa.

1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿La aplicación de estrategias de clima laboral permitirá mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa Turismo Civa, Chiclayo 2018?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar si las estrategias de clima laboral mejoran la calidad de servicio al cliente de la empresa Turismo Civa, Chiclayo 2018.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar las estrategias de clima laboral en la empresa Turismo Civa, Chiclayo 2018.
- Conocer la calidad del servicio en la empresa Turismo Civa, Chiclayo 2018.
- Relacionar estadísticamente la calidad del servicio con las estrategias de clima laboral en la empresa Turismo Civa, Chiclayo 2018.

II. MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES BIBLIOGRAFICOS

Para llevar a cabo la presente investigación se recolecto información de diversas instituciones que han desarrollado trabajos afines, para de esta manera facilitar el manejo de la información y desarrollo de la investigación, para ello se han usado como antecedentes a esta tesis; trabajos desarrollados en el ámbito internacional, nacional y local.

2.1.1. Antecedentes Internacionales

(Sierra, 2015), realizó la investigación: El Clima laboral del área administrativa del hospital regional de Cobán, A.V – 2015 en la Escuela de Pre Grado de la Universidad Rafael Landívar. La investigación llegó a las siguientes conclusiones:

Se estableció que el clima laboral del área administrativa del Hospital Regional de Cobán se encuentra favorable, por la incidencia de factores positivos encontrados. Sin embargo se encontró todavía un tanto deficiente los factores de orientación a la calidad y la remuneración. Se estableció que los aspectos que influyen de forma positiva en la comunicación son las sugerencias así como la libertad para hablar con el jefe. Se determinó que el respeto y la amabilidad son los elementos valiosos y que armonizan el liderazgo, lo cual se potencia para un clima laboral saludable.

Los colaboradores están conscientes del aporte que brindan a la institución, así mismo una parte coincide que existe falta de oportunidad en el desarrollo personal y profesional. Se estableció que la estabilidad laboral es significativa ya que los colaboradores sienten seguridad de contar con un trabajo. Los colaboradores no se sienten bien remunerados, en consonancia con los sueldos que perciben. El lugar de trabajo es cómodo, a pesar de ello les preocupa tener riesgos en su salud.

La investigación de (Sierra, 2015), muestra la repercusión en este caso favorable que tienen ciertos factores que llevan a un buen clima laboral en una empresa, pero también muestra deficiencias como en el caso de las remuneraciones, este es un factor importante y significativo para la satisfacción y bienestar de los colaboradores ya que representa la estabilidad económica y la calidad de vida que puedan llevar, esto influirá en su desempeño ya que si se encuentran satisfechos se verá reflejado en su desempeño.

(Lascurain, 2012), realizó la investigación: Diagnostico y propuesta de mejora de calidad en el servicio de una empresa de unidades de energía eléctrica – 2012, en la Escuela de Post Grado de la Universidad Iberoamericana. La investigación llego a las siguientes principales conclusiones:

Con la propuesta de educar al cliente, se le está ayudando a que entienda lo que necesita y por lo tanto que le transmita a la empresa esta información. Con esto se está buscando fomentar la comunicación en las diferentes etapas del proceso de compra-venta. De igual manera, al establecer un manejo de quejas la empresa obtendrá un canal para que el cliente comunique su descontento de forma que se pueda obtener información relevante para la mejora y resolución de problemas, fomentando al mismo tiempo la comunicación. El cliente debe de ser escuchado.

De acuerdo a lo obtenido en este análisis, mientras el flujo de comunicación no se de en todos sentidos, facilitando el desarrollo de un paquete de servicios que brindarle al cliente, no se obtendrán resultados que ayuden a mejorar la satisfacción del cliente y por lo tanto la lealtad de los clientes.

Por otra parte, si los empleados no se encuentran correctamente capacitados y no tienen un enfoque de procesos, no estarán alineados con el propósito de la empresa y no se obtendrán resultados favorables para ambas partes. Es muy importante para la empresa que cada uno de los que ahí laboran, entiendan sus actividades y estén listos para responder en caso de cualquier tipo de eventualidad, que sean eficientes y eficaces al ejecutar sus actividades.

El trabajo de investigación de (Lascurain, 2012), es útil para la tesis ya que demuestra que efectivamente es necesario e imprescindible crear una relación sólida y duradera entre; empresa- cliente, y solo se puede lograr este cometido mejorando constantemente la calidad del servicio al cliente. Para ello se han hecho una serie de propuestas

como: establecer un manejo de quejas, realizar entrevistas, capacitar al personal, mejorar la comunicación.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

(Alberca, Valentín, 2017), realizaron la investigación: Clima Organizacional y calidad de servicio del personal administrativo de la sede central del ministerio de educación – 2017, en la Escuela de Pre Grado de la Universidad Inca Garcilazo de la Vega. La investigación llego a las siguientes principales conclusiones:

Se ha demostrado que el clima organizacional influye positivamente en la calidad de servicio del personal administrativo de la sede central del Ministerio de Educación, lo cual implica que el clima organizacional se relaciona con la calidad de servicio, afirmación sustentada en los resultados estadísticos obtenidos.

Existe influencia entre los incentivos y la calidad de servicio del personal administrativo de la sede central del Ministerio de Educación.

La investigación (Alberca, Valentín, 2017), es relevante para la tesis porque brinda información sobre la relación del clima laboral y la calidad de atención al cliente y como poder combatir los problemas que se suscitan en las actividades diarias de trabajo. Muestra instrumentos y procedimientos para mejorar el clima laboral y la calidad de atención al cliente.

Vela y Zavaleta, (2014), realizaron la investigación: Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas claro tottus – mall, de la ciudad de Trujillo - 2014, en la Escuela de Pre Grado de la Universidad Privada Antenor Orrego. La investigación llegó a las siguientes principales conclusiones:

La evaluación de las dimensiones de calidad de servicio, en términos de infraestructura moderna, confiabilidad, empatía, respuesta tiene un impacto positivo en los clientes, debido a que confían en los

productos ofertados y son escuchados ante cualquier duda que tengan sobre los productos por parte de los promotores de ventas.

La tesis de Vela y Zavaleta ayudara al presente trabajo de investigación porque se aplicaron procedimientos y técnicas del análisis de calidad de servicio en Tiendas de cadena Claro Tottus - Mall, cuyos resultados constituyen la base para una mejor toma de decisiones respecto a la oferta y calidad de servicio que se brinda.

2.1.3. Antecedentes Locales

(Campos, 2015), realizó la investigación: Clima laboral y su incidencia en el desempeño de los trabajadores del órgano de control institucional del gobierno regional Lambayeque - 2014, en la Escuela de Pre Grado de la Universidad Señor de Sipán. La investigación llegó a las siguientes principales conclusiones:

Los beneficios que tendrá la implementación de la propuesta o plan dirigido al clima laboral, motivación y satisfacción del personal del Órgano de Control Institucional del Gobierno Regional Lambayeque, contribuirá a dejar de lado las preferencias que se tiene por algunos trabajadores, ofrecer las mismas oportunidades para todos, como también ser equitativos y justo al momento de tomar cualquier decisión.

La tesis de (Campos, 2015) propone estrategias para identificar aquellos puntos débiles que se presentan en toda entidad en cuanto al clima laboral, y también a tener como base una propuesta dirigida a esta variable, sirviendo como precedente para la investigación que se realizará.

(Uzategui, 2017), realizó la investigación: Plan de estrategia motivacional basada en la dinámica del proceso para aumentar la calidad del servicio en la empresa Transportes Chiclayo S.A - 2017, en la Escuela de Post Grado de la Universidad Señor de Sipán. La investigación llegó a las siguientes principales conclusiones:

Existe una deficiente calidad del servicio por parte de los trabajadores de la empresa Transportes Chiclayo hacia los clientes externos, causando como efecto una disminución de la afluencia de los clientes hacia la empresa, haciendo que la economía de la empresa tambalee un poco debido a esta deficiencia.

Dentro de la empresa existen varios factores que desmotivan a los colaboradores y que orillan a actuar de formas indebidas (ya sea por la inexistencia de factores determinantes para un buen proceso motivacional o que no se encuentre en óptimo ambiente de trabajo) La investigación de (Uzategui, 2017), tiene relevancia para el trabajo de investigación porque se muestra el impacto que tiene el nivel de calidad del servicio al cliente en el éxito de la empresa para ello ha realizado una evaluación del nivel de atención al cliente para diagnosticar el estado en que se encuentra la calidad del servicio brindado en esta empresa de transportes para lo cual se ha agenciado de la técnica de la encuesta, para posteriormente proponer estrategias así como también se ha evaluado el grado motivacional de los colaboradores.

2.2. BASES TEORICAS

2.2.1. ESTRATEGIA

Para Chandler (1962), citado por Altair consultores (2005, p.12) es “La definición de las metas y objetivos a largo plazo de una empresa, la adopción de acciones y la asignación de los recursos necesarios para la consecución de estos objetivos”.

2.2.2. CLIMA LABORAL

Hodgetts y Altman (1985, p. 376) define al clima laboral como “un conjunto de características del lugar de trabajo, percibidas por los individuos que laboran en ese lugar y sirven como fuerza primordial para influir en su conducta de trabajo”.

2.2.3. TIPOS DE CLIMA LABORAL

Existen diversas tipificaciones del clima laboral, pero Likert (1961, 1967) citado por Rodriguez (2005, p.165-165) ha logrado clasificarlos en cuatro tipos:

2.2.3.1. Autoritario:

Este tipo de sistema se caracteriza por la desconfianza. Las decisiones son adoptadas en la cumbre de la organización y desde allí se difunden siguiendo una línea altamente burocratizada. Los procesos de control se encuentran también centralizados y formalizados.

2.2.3.2. Paternalista:

Aquí las decisiones son también adoptadas en los escalones superiores de la organización. También en este sistema se centraliza el control, pero en él hay una mayor delegación que en el autoritario. Aquí existen autoridades que tienen todo el poder, pero conceden ciertas facilidades a sus subordinados, dentro de los límites de cierta flexibilidad. El clima se basa en relaciones de confianza condescendiente desde la cumbre hacia la base. Para los subordinados, el clima parece ser estable y estructurado y sus necesidades sociales parecen estar cubiertas, en la medida que se respeten las reglas del juego establecidas en la cumbre.

2.2.3.3. Consultivo:

Este es un sistema organizacional en que existe un mucho mayor grado de descentralización y delegación de las decisiones. Se mantiene un esquema jerárquico, pero las decisiones específicas son adoptadas por escalones medios a inferiores. También el control es delegado a

escalones inferiores. El clima de esta clase de organizaciones es de confianza y hay niveles altos de responsabilidad.

2.2.3.4. Participativo:

Se caracteriza porque el proceso de toma de decisiones no se encuentra centralizado, sino distribuido en diferentes lugares de la organización. Las comunicaciones son tanto verticales como horizontales, generándose una participación grupal. El clima de este tipo es de confianza y se logran altos niveles de compromiso de los trabajadores con la organización y sus objetivos. Las relaciones entre dirección y los trabajadores son buenas y reina la confianza en los diferentes sectores de la organización.

2.2.4. DIMENSIONES DEL CLIMA LABORAL:

Rodriguez (2005, p.168-170) propone una serie de dimensiones para el diagnóstico del clima laboral, haciendo una fusión utilizando las dimensiones propuestas por Likert y Litwin y Stringer el cual servirá como un excelente instrumento que ayudará al reconocimiento de las estrategias de clima laboral guiadas por cada uno de las dimensiones que inciden en esta variable. A continuación se presentan las dimensiones seleccionadas:

2.2.4.1. Estructura: se refiere a la percepción que tienen los empleados acerca de la cantidad de reglas, procedimientos, trámites y otras limitaciones a que se ven enfrentados en el desarrollo de su trabajo.

Sus indicadores son:

- Distribución de actividades
- Políticas de trabajo

2.2.4.2. Responsabilidad: Grado en que la organización es percibida como otorgando responsabilidad y autonomía a sus miembros.

Sus indicadores son:

- Iniciativa
- Libertad en la toma de decisiones

2.2.4.3. Recompensa: Nivel de aceptación de los sistemas de recompensas existentes y reconocimiento de la relación existente entre tarea y remuneración.

Sus indicadores son:

- Remuneración en relación al esfuerzo
- Remuneración justa

2.2.4.4. Motivación: Esta dimensión se apoya en los aspectos motivacionales que desarrolla la organización en sus empleados.

Sus indicadores son:

- Reconocimiento
- Realización personal

2.2.4.5. Relaciones y cooperación: Esta dimensión se refiere al nivel de colaboración que se observa entre los empleados en el ejercicio de su trabajo y en los apoyos materiales y humanos que éstos reciben de su organización.

Sus indicadores son:

- Relación con jefes y compañeros de trabajo
- Apoyo entre compañeros de trabajo

2.2.4.6. Comunicación: comprende los aspectos referidos a la libertad que tiene el personal para expresar las percepciones acerca del trabajo y de la efectividad de los

canales de comunicación existentes, a lo largo de toda la línea jerárquica, necesarios para el desarrollo normal de las actividades de la empresa.

Sus indicadores son:

- Libertad de expresión
- Difusión de información

2.2.4.7. Conflictos: Nivel de tolerancia al conflicto que puede tener un miembro de la organización.

Su indicador es:

- Dificultad para trabajar con los compañeros

2.2.4.8. Identidad: se refiere al sentimiento que tienen los empleados de pertenecer a la compañía y ser un miembro valioso de un equipo de trabajo.

Su indicador es:

- Compromiso laboral

2.2.4.9. Ambiente físico de trabajo: se refiere ambiente físico de trabajo óptimo, para que el empleado se sienta cómodo en la realización de sus actividades laborales.

Sus indicadores son:

- Cómodo
- Interés en el puesto de trabajo

2.2.4.10. Liderazgo: se refiere al tipo de relación que existe entre jefes y subordinados, y al impacto de la misma en el ambiente laboral y por lo tanto en la consecución de los objetivos de la empresa.

Sus indicadores son:

- Existencia de liderazgo
- Liderazgo apoyador

2.2.5. COMO SE MIDE EL CLIMA LABORAL

Según García y Bedoya (1997) citados por García (2009, p.48) afirma que dentro de una organización existen tres estrategias para medir el clima organizacional:

- Observar el comportamiento y desarrollo de sus trabajadores.
- Realizar entrevistas directas a los trabajadores.
- Realizar una encuesta a todos los trabajadores a través de un cuestionario.

Según Brunet (1987) citado por García (2009, p.48-49) indica que el instrumento de medida privilegiado para la evaluación del clima, es el cuestionario escrito. Por lo tanto el instrumento de medida que se utilizará en el estudio de evaluación del clima organizacional, será el cuestionario. Este instrumento presentará preguntas que describirán hechos particulares de la organización, referentes a los indicadores mencionados, sobre los cuales los colaboradores deberán indicar hasta qué punto están de acuerdo o no con la descripción. En este caso, el cuestionario se encuentra en una escala de respuestas.

2.2.6. CALIDAD DEL SERVICIO

Berry (1994, p. 75) Calidad de servicio es: “la satisfacción del cliente, la cual se logra cuando se sobrepasan sus expectativas, deseos y/o percepciones”.

2.2.7. DIMENSIONES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

Según los profesores Parasumaraman, Zeithaml y Berry (1985) citados por Miranda, G. F. J., Chamorro, M. A., & Rubio, L. S. (2007; p. 250) manifiestan que a partir de 1985 desarrollaron varios estudios cualitativos y cuantitativos que dan origen a la escala SERVQUAL. El modelo SERVQUAL también conocido como modelo PZB (Inicialmente del apellido de sus autores) postula que hay una serie de dimensiones o criterios distintos que subyacen a los juicios de los consumidores sobre la calidad de un servicio. La calidad percibida.

Por tanto es considerada como una variable multidimensional .siendo estas dimensiones comunes a los juicios sobre cualquier tipo de servicio.

2.2.7.1. Confiabilidad: La capacidad de ofrecer el servicio de manera segura, exacta y consistente. La confiabilidad significa realizar bien el servicio desde la primera vez.

Indicadores:

- Buena comunicación
- Información exacta
- Colaboradores confiables

2.2.7.2. Respuesta. Se entiende por tal la disposición atender y dar un servicio rápido. Los consumidores cada vez somos más exigentes en éste sentido.

Indicadores:

- Dominio de idioma ingles
- Agilidad de las ventas
- Reacción rápida ante accidentes

2.2.7.3. Seguridad. Los consumidores deben percibir que los servicios que se le prestan carecen de riesgos, que no existen dudas sobre las prestaciones.

Indicadores:

- Profesionalismo
- Ventas seguras
- Puntualidad

2.2.7.4. Empatía. Quiere decir ponerse en la situación del cliente, en su lugar para saber cómo se siente.

Indicadores:

- Calidad de personas
- Buen trato

2.2.7.5. Elementos Tangibles. Las instalaciones físicas y el equipo de la organización deben ser lo mejor posible y los empleados, estar bien presentados, de acuerdo a las posibilidades de cada organización y de su gente.

Indicadores:

- Instalaciones limpias
- Flota de buses en buenas condiciones
- Tecnología
- Apariencia de los colaboradores

2.2.8. COMO SE MIDE LA CALIDAD

Según International Service Marketing Institute (ISMI), (2001; p. 28). Dice que es cierto que en los servicios es posibles establecer parámetros de calidad pero solo para ciertos aspectos. Por ejemplo; el número de errores permitidos, tiempo de operación de un cajero automático, la preparación de una pizza, etc. sin embargo, estos parámetros se aplican únicamente a los aspectos técnicos de la prestación de un servicio. Pero, en los servicios es indispensable tomar en consideración una dimensión adicional para asegurar la calidad de la prestación. Nos referimos a los conceptos de calidad interna y externa.

La calidad interna se relaciona con el concepto de “servicio base” (lo que compra el cliente) y la calidad externa con el “sistema del servicio” (como se entrega el servicio base al cliente). Para muchos clientes la calidad externa es el servicio.

Para poder medir la calidad del servicio se debe utilizar por lo general entrevistas, encuestas escritas o cuestionarios usando el modelo SERVQUAL el cual cuenta con 6 dimensiones en las cuales se divide el servicio.

2.3. DEFINICION DE TERMINOS BASICOS

2.3.1. Calidad:

Para Barra (1990). Citado por Gallardo y Galván (1993, p.25), calidad es “dar al cliente lo que quiere”

2.3.2. Calidad de servicio:

Berry (1994, p. 75) Calidad de servicio es: “la satisfacción del cliente, la cual se logra cuando se sobrepasan sus expectativas, deseos y/o percepciones”.

2.3.3. Clientes:

"cliente" es un "Término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro. (Diccionario de Marketing, 1999, p. 54.)

2.3.4. Clima laboral:

Hodgetts y Altman (1985, p. 376). Define al clima laboral como “un conjunto de características del lugar de trabajo, percibidas por los individuos que laboran en ese lugar y sirven como fuerza primordial para influir en su conducta de trabajo”.

2.3.5. Consumidor:

Según Solomon (2008) citado por Rodríguez (2012, p.11) Persona que identifica una necesidad o deseo, realiza una compra y luego desecha el producto durante las tres etapas del proceso de consumo.

2.3.6. Desempeño:

El desempeño laboral según Chavenato (2000, p. 359) “Es el comportamiento del trabajador en la búsqueda de los objetivos fijados, este constituye la estrategia individual para lograr los objetivos”.

2.3.7. Empleado:

ABC Administración de recursos humanos (2011, parr.1) “Es la persona que se desempeña en un cargo determinado realizando tareas sobresalientes, desarrolladas en una oficina con cualidades intelectuales y la cual recibe un salario a cambio”.

2.3.8. Empresa:

Jara (2007, p.171) define: “Unidad productora de bienes y servicios homogéneos para lo cual organiza y combina el uso de factores de la producción”.

2.3.9. Estrategia:

Para Chandler (1962), citado por Altair consultores (2005, p.12) es “La definición de las metas y objetivos a largo plazo de una empresa, la adopción de acciones y la asignación de los recursos necesarios para la consecución de estos objetivos”.

2.3.10. Modelo:

Torcat (2006, parr.126) define: Abstracción de la realidad; representación simplificada de algunos fenómenos del mundo real.

2.3.11. Motivación:

Para Blackwell (2001) citado por Rodríguez (2012, p.46) Representa el impulso para satisfacer necesidades tanto fisiológicas como psicológicas mediante la compra y consumo del producto.

2.3.12. Objetivos:

Andía (2009, p.247) “(...) Se pueden definir como los resultados a largo plazo que una organización espera lograr a través de su misión básica (...)”.

2.3.13. Organización:

Según Barnard (1971) citado por Chiavenato (2007, p.6) “Una organización es un sistema de actividades conscientemente coordinadas de dos o más personas”.

2.3.14. Plan estratégico:

Según Dess y Lumpkin (2003) citado por Altair consultores (2005, p.15) sostienen que: “Entendemos por Plan Estratégico el conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a lo largo del tiempo.”

2.3.15. Productividad:

Para Toscat (2006, parr.152) es la “Medida del rendimiento que influye la eficacia y la eficiencia”.

2.3.16. Satisfacción del cliente:

Philip Kotler (2003, p. 40) define la satisfacción del cliente como “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de una producto o servicio con sus expectativas”.

2.3.17. Servicios:

Según Lamb, Hair & McDaniel (2002; Pág. 344), "un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente”.

2.4. HIPOTESIS

H.C Las estrategias del clima laboral si influyen en una adecuada calidad de servicios al cliente de la empresa Turismo Civa, Chiclayo 2018.

III. MATERIALES Y METODOS

3.1. OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSION	INDICADOR	INSTRUMENTO
ESTRATEGIAS DE CLIMA LABORAL	ESTRUCTURA	Distribución de actividades	ENCUESTA
		Políticas de trabajo	
	RESPONSABILIDAD	Iniciativa	
		Libertad en la toma de decisiones	
	RECOMPENSA	Remuneración en relación al esfuerzo	
		Remuneración justa	
	MOTIVACION	Reconocimiento	
		Realización personal	
	RELACIONES Y COOPERACION	Relación con jefes y compañeros de trabajo	
		Apoyo entre compañeros de trabajo	
	COMUNICACIÓN	Libertad de expresión	
		Difusión de información	
	CONFLICTO	Dificultad para trabajar con los compañeros	
	IDENTIDAD	Compromiso laboral	
	AMBIENTE FISICO	Cómodo	
		Interés en el puesto de trabajo	

	LIDERAZGO	Existencia de liderazgo	
		Liderazgo apoyador	

VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSION	INDICADOR	INSTRUMENTO
CALIDAD DEL SERVICIO	CONFIABILIDAD	Buena comunicación	ENCUESTA
		Información exacta	
		Colaboradores confiables	
	EMPATIA	Calidad de persona	
		Buen trato	
	CAPACIDAD DE RESPUESTA	Dominio de idioma extranjero	
		Agilidad en las ventas	
		Reacción rápida ante accidentes	
	SEGURIDAD	Profesionalismo	
		Puntualidad	
		Ventas seguras	
	ELEMENTOS TANGIBLES	Instalaciones limpias	
		Flota de buses buenos	
		Tecnología	
Apariencia de los colaboradores			

3.2. TIPO DE ESTUDIO Y DISEÑO DE INVESTIGACION

3.2.1 Tipo de estudio

Explicativa

Según Hernández, R; Fernández, C & Baptista, P (2003) Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables.

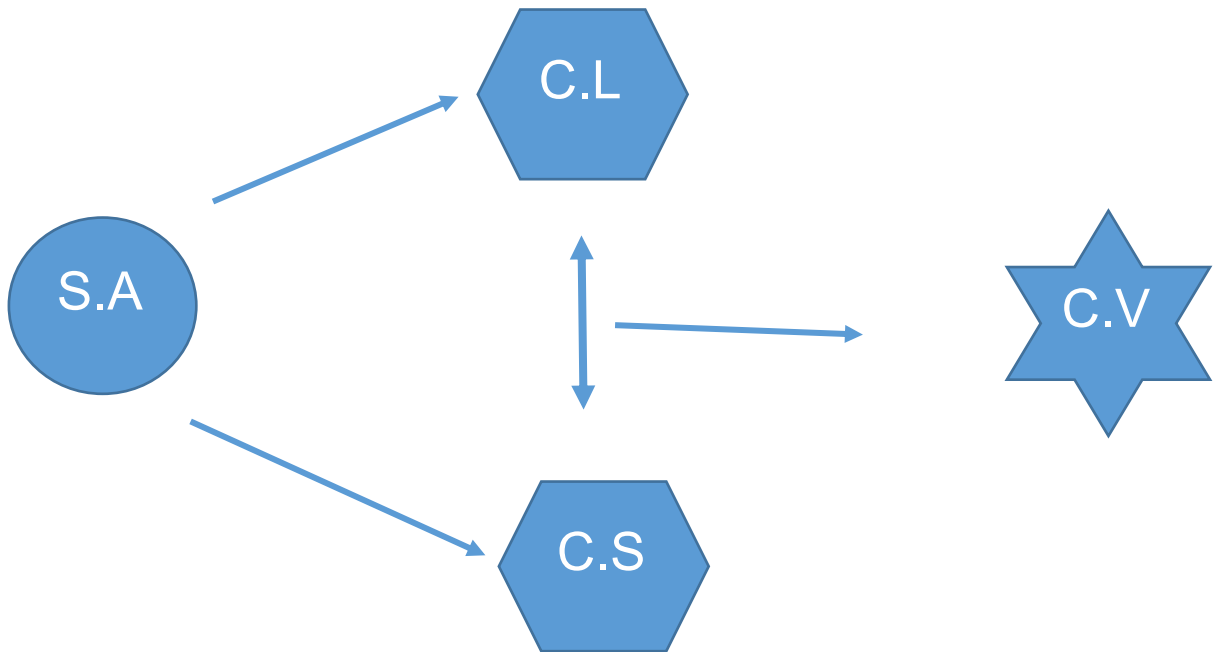
Correlacional

Los estudios correlacionales pretenden responder a preguntas de investigación.

Este tipo de estudio tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular. (Hernández, Fernández y Baptista, 2003).

La investigación es explicativa - correlacional porque se identificaran características relevantes de los colaboradores de la empresa Turismo Civa en su ambiente de trabajo y en cómo afectan estas en su desenvolvimiento con los clientes.

3.2.2 Diseño de investigación



Fuente: Br. Dajana Rodas Ramírez

S.A = Situación Actual de la empresa.

CL = Clima Laboral.

C.S = Calidad del Servicio

C.V = Correlación entre las Variables

3.3. POBLACION Y MUESTRA EN ESTUDIO

3.3.1. POBLACIÓN

Se tomó en cuenta a todos los trabajadores, siendo estos un total de 84 personas como también a todos los clientes de la empresa Turismo Civa, Chiclayo 2018.

Cuadro N°1: Colaboradores de la empresa Turismo Civa, Chiclayo 2018.

CARGO	CANTIDAD
Gerente	1
Counter pasajes	4
Counter encomiendas	4
Counter equipajes	2
Encargado de almacén	1
Almacén	12
Conductores	46
Tripulantes	6
Vigilancia	5
Servicio de limpieza	3
TOTAL	84

Fuente: Turismo Civa

3.3.2. MUESTRA

3.3.2.1. Colaboradores MAE:

Para la determinación de la muestra de los colaboradores de la empresa se tomó en cuenta a todos los empleados de la empresa Turismo Civa, Chiclayo 2018.

Siendo el tamaño de muestra de colaboradores a estudiar de 84 personas.

3.3.2.2. Clientes MAS:

Para la elaboración de la muestra de los clientes de la empresa Turismo Civa, Chiclayo 2018, se utilizó la ecuación para determinar el tamaño de la muestra para estimar una porción de población infinita.

Ecuación para determinar el tamaño de muestra de una población infinita:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2}$$

Donde:

n = Tamaño de muestra

Z= Nivel de confianza (1.96) (95%)

P= Probabilidad de éxito (0.5)

(1-p)= probabilidad de no éxito (0.5) (q)

e = error estimado (0.05) (5%)

Solución:

$$n = 1.96^2 * 0.5 * (1- 0.5) / 0.05^2 = 384$$

De esta manera se obtuvo que el tamaño de muestra para ser estudiada es de 384 clientes de la empresa Turismo Civa, Chiclayo 2018.

3.4. METODOS, TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

3.4.1. Métodos:

3.4.1.1. Método documental

Por medio del método documental se recopiló información, que posteriormente fue analizada y sistematizada para ello se hizo uso de fuentes como: libros de clima laboral, de calidad de servicio, recursos humanos, plan estratégico, etc.

3.4.1.2. Investigación de campo:

Se utilizó este método para obtener información actual y valiosa ya que este método permite obtener datos acerca de la percepción tanto del cliente con respecto a la calidad del servicio brindada por la empresa como la de los colaboradores con respecto al clima laboral, la cual permitirá relacionar ambas variables para la solución del problema.

3.4.2. Técnicas e instrumentos

3.4.2.1. Observación

Según Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P (2003, p. 260) Este método de recolección de datos consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías.

En la presente investigación se usó la técnica de la observación para recopilar y registrar datos y características de los trabajadores y los clientes para de esta manera reconocer sus necesidades y deficiencias, mediante el formulario.

3.4.2.2. La encuesta

Según Corbetta (2007), citado por Batthyány, K & Cabrera, M. (2011, p. 86), Una encuesta por muestreo es un modo de obtener información preguntando a los individuos que son objeto de la investigación, que forman parte de una muestra representativa, mediante un procedimiento estandarizado de cuestionario, con el fin de estudiar las relaciones existentes entre las variables.

Se considera a la encuesta como una técnica, para indicar que el investigador no se guía por sus propias

suposiciones, prefiere dejarse guiar por las opiniones, actitudes o preferencias del público para lograr ciertos conocimientos. Permite explorar sistemáticamente a las personas.

El instrumento de la encuesta es el cuestionario:

Según Hernandez, R; Fernandez, C & Baptista, P (2003, p.217), un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir.

La encuesta es una técnica de recolección de datos compatible con el empleo del cuestionario, siendo este su instrumento de recolección de datos.

Para la realización de la recolección de datos se utilizarán dos encuestas; una dirigida a los colaboradores y otra a los clientes.

La encuesta dirigida a los colaboradores estuvo basada en el cuestionario y consta de una serie de afirmaciones que reflejan lo que las personas piensan sobre su trabajo y vida laboral. Se tuvo que decidir en qué medida las afirmaciones que aparecen en el cuestionario describen su punto de vista personal y sus sentimientos. Ninguna respuesta es correcta o incorrecta.

El cuestionario estuvo diseñado con 18 preguntas, para ayudar a descubrir y entender los factores más importantes de la vida laboral del colaborador. La utilidad de los resultados dependerá completamente de la sinceridad al expresar sus actitudes y sentimientos.

La encuesta dirigida a los clientes fue elaborada de acuerdo a la teoría de SERVQUAL en donde se aplicó una encuesta de 15 preguntas a los clientes de la empresa Turismo Civa utilizando la escala LIKERT.

Se utilizó la escala de Likert para ambas encuestas, los cuales constaron de cinco posibles respuestas para las

afirmaciones expresadas en las encuestas. Tales respuestas estuvieron expresadas en orden jerárquico: Totalmente de acuerdo, De acuerdo, Indiferente, Desacuerdo, Totalmente en desacuerdo.

Se determinó la validez y confiabilidad mediante el IVC Índice de Validez de Contenido, el cual trata de demostrar que la técnica de recolección de datos; en este caso la encuesta, es confiable y válida según expertos. Para ello se eligieron como mínimo tres expertos con el grado de magister, los cuales indicaron su aceptación o rechazo en cada pregunta del cuestionario.

3.5. PROCESAMIENTO DE DATOS Y ANALISIS ESTADISTICO

La información que se obtuvo de la aplicación de las técnicas de recolección de datos dirigida a los clientes y colaboradores, fueron procesadas para su respectivo tratamiento estadístico donde se utilizaron programas como Excel versión 2013 y SPSS, para ser ordenados, tabulados y presentados en cuadros y gráficos con sus respectivas descripciones e interpretaciones.

Este análisis llevará a la aceptación o rechazo de las hipótesis. Esto permitirá realizar el análisis concreto del clima laboral y la calidad del servicio, que tendrá como finalidad estudiar en detalle las características más relevantes respecto al objeto de investigación. Utilizando la prueba de hipótesis de chi cuadrado por ser no paramétrica debido a que las escalas de medición son ordinales.

La interpretación fue el paso necesario que unió de manera adecuada, y con carácter científico, los datos que se obtuvieron como resultado de las encuestas aplicadas así como de las inferencias que de ellas pudo derivarse. De esta forma, el análisis e interpretación de los resultados y la contextualización otorgada por las teorías referentes al clima laboral y la calidad del servicio, sirvieron para fundamentar la relación de las variables y las conclusiones finales a las que se llegó del trabajo de investigación.

IV. RESULTADOS

De las encuestas aplicadas a los clientes se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 1

<i>Estoy satisfecho con las actividades asignadas</i>		
Indicador	Colaboradores	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	8	10%
Acuerdo	15	18%
Indiferente	8	10%
Desacuerdo	33	39%
Totalmente en Desacuerdo	20	24%
	84	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

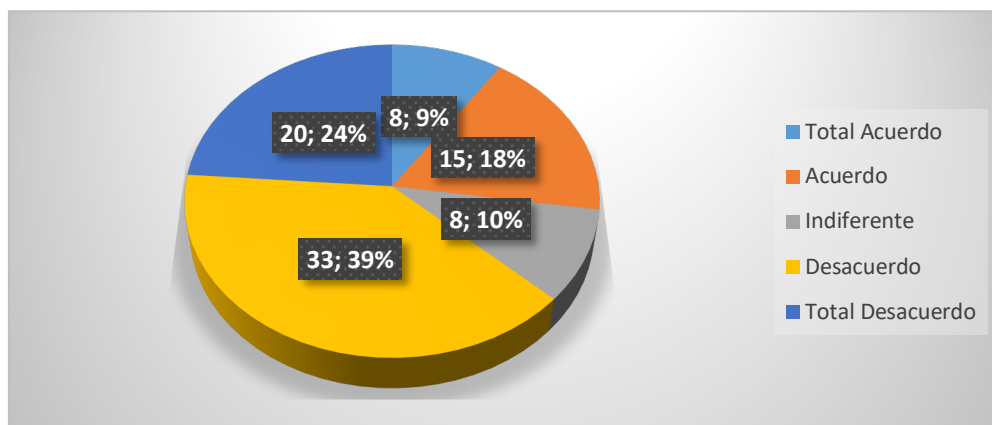


Figura 1 Nivel de satisfacción de los colaboradores con las actividades asignadas.

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°1 *¿Estoy satisfecho con las actividades asignadas?*

Se obtuvo que hay un alto grado de inconformidad respecto a las actividades que realizan los empleados, lo cual se ve reflejado en los porcentajes de desacuerdo (D) y totalmente en desacuerdo (TD), que suman un total de 63%, un porcentaje significativo ya que refleja que más de la mitad de los colaboradores no se encuentra satisfecho con las tareas que le son asignadas. También se aprecia un 10% de indiferencia (I), mientras que el 27% está de acuerdo (A) y total acuerdo (TA) con las labores realizadas.

Tabla 2

Estoy conforme con las políticas existentes en mi trabajo

Indicador	Colaboradores	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	7	8%
Acuerdo	18	21%
Indiferente	41	49%
Desacuerdo	15	18%
Totalmente en Desacuerdo	3	4%
	84	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

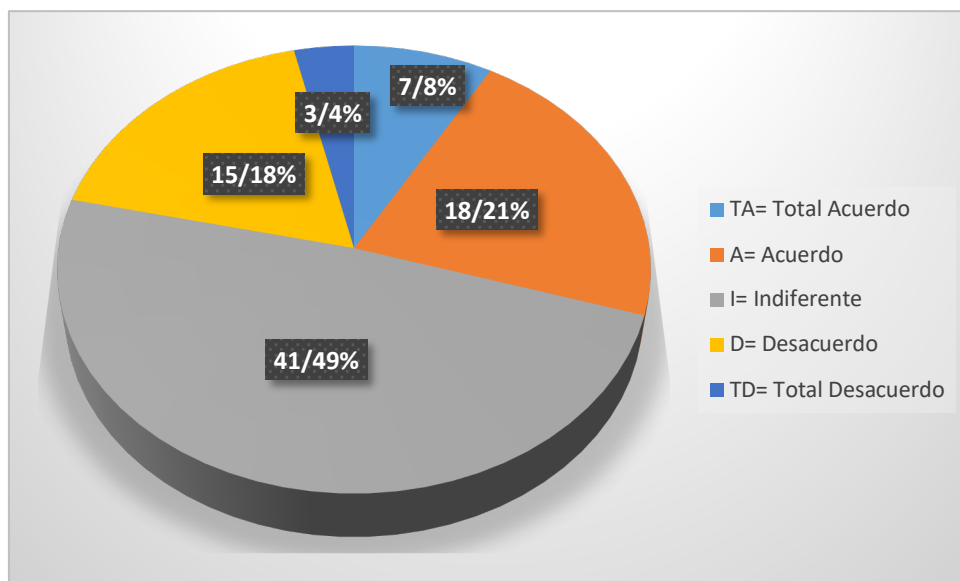


Figura 2 Nivel de conformidad de los colaboradores con las políticas de la empresa Turismo Civa Chiclayo

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°2 *¿Estoy conforme con las políticas existentes en mi trabajo?* Del personal encuestado el 29% está en total acuerdo (TA) y de acuerdo (A) con las políticas existentes en la empresa mientras que se encuentran en total desacuerdo (TD) y desacuerdo (D) el 22%, hay además un alto grado de indiferencia el cual corresponde a un 49% de los colaboradores.

Tabla 3

Mis sugerencias sobre el trabajo son atendidas

Indicador	Colaboradores	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	4	5%
Acuerdo	19	23%
Indiferente	27	32%
Desacuerdo	32	38%
Totalmente en Desacuerdo	2	2%
	84	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

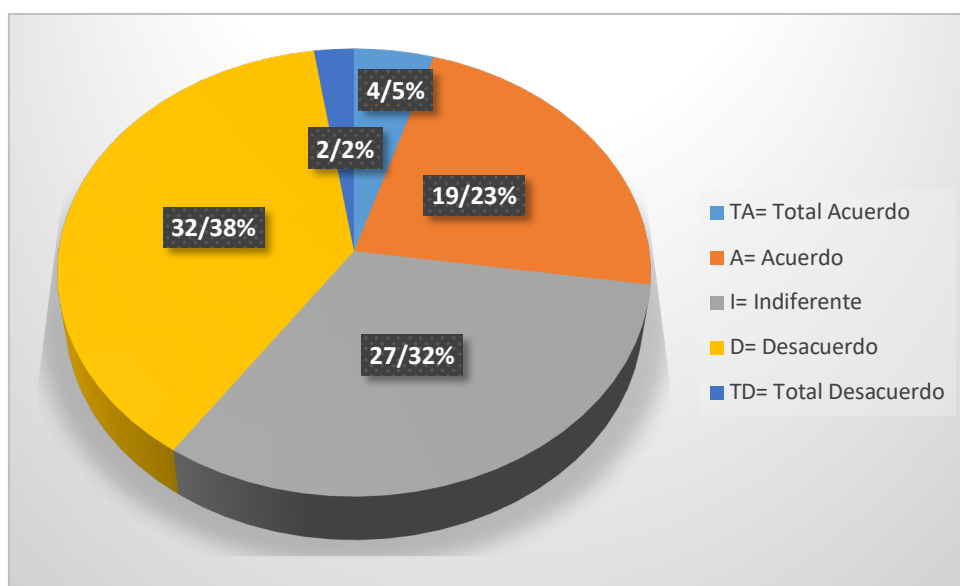


Figura 3 Nivel de atención de la empresa a las sugerencias realizadas por los colaboradores

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°3 *¿Mis sugerencias sobre el trabajo son atendidas?* Se aprecia que el 28% de los colaboradores se encuentran en total acuerdo (TA) y de acuerdo (A) con la atención prestada a sus sugerencias, sin embargo un total del 40% manifiestan su inconformidad con el nivel de atención que presentan en la empresa a la opinión de sus trabajadores, además existe un 32% de indiferencia de los empleados ante esta situación.

Tabla 4

Tengo autonomía para organizar mi propio trabajo

Indicador	Colaboradores	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	9	11%
Acuerdo	21	25%
Indiferente	24	29%
Desacuerdo	16	19%
Totalmente en Desacuerdo	14	17%
	84	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

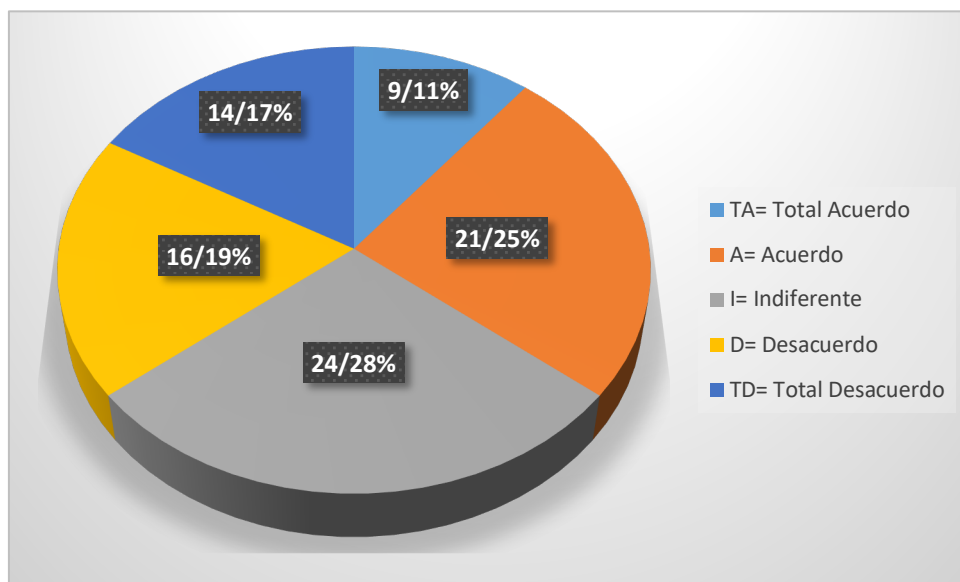


Figura 4 Nivel de autonomía percibida por los trabajadores a la hora de realizar su trabajo

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°4 *¿Tengo autonomía para organizar mi propio trabajo?* Los trabajadores de la empresa Turismo Civa perciben de manera equilibrada la existencia (36% de TA y A) y no existencia (36% entre TD y D) de autonomía a la hora de realizar su trabajo, sin embargo un 28% de los empleados presenta una actitud indiferente (I).

Tabla 5

Estoy satisfecho con la remuneración recibida

Indicador	Colaboradores	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	0	0%
Acuerdo	12	14%
Indiferente	7	8%
Desacuerdo	52	62%
Totalmente en Desacuerdo	13	15%
	84	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

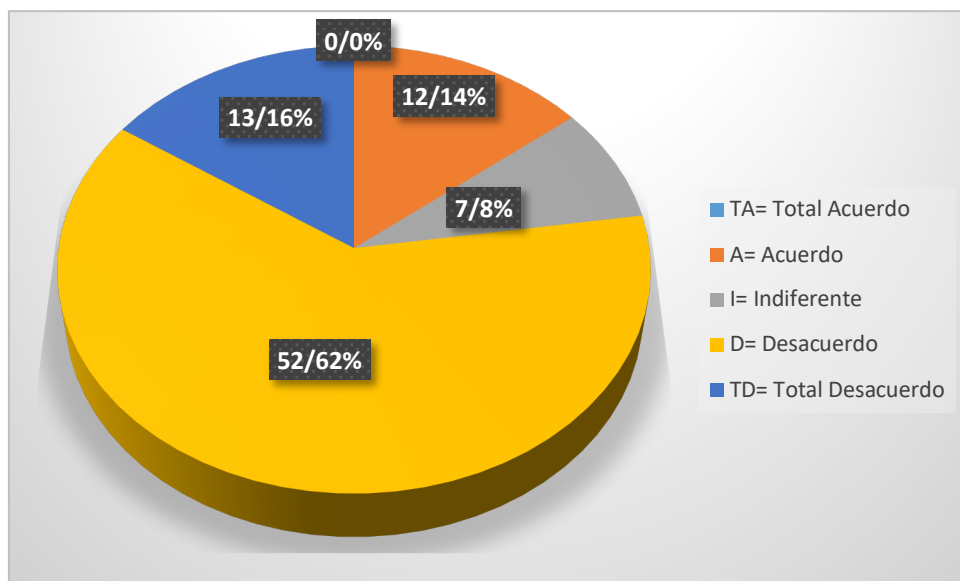


Figura 5 Nivel de satisfacción respecto a la remuneración de los trabajadores

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°5 *¿Estoy satisfecho con la remuneración recibida?* Se puede observar que el 78% de los trabajadores presentan un nivel de insatisfacción representado por los porcentajes de total desacuerdo (TD) y desacuerdo (D), donde se refleja claramente la inconformidad de los colaboradores con respecto a su remuneración mensual. Solo el 14% tiene una posición de acuerdo con los pagos mensuales por su trabajo, además del 8% de empleados indiferentes a la cantidad remunerada.

Tabla 6

Son reconocidas justamente mis horas extras

Indicador	Colaboradores	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	2	2%
Acuerdo	13	15%
Indiferente	4	5%
Desacuerdo	58	69%
Totalmente en Desacuerdo	7	8%
	84	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

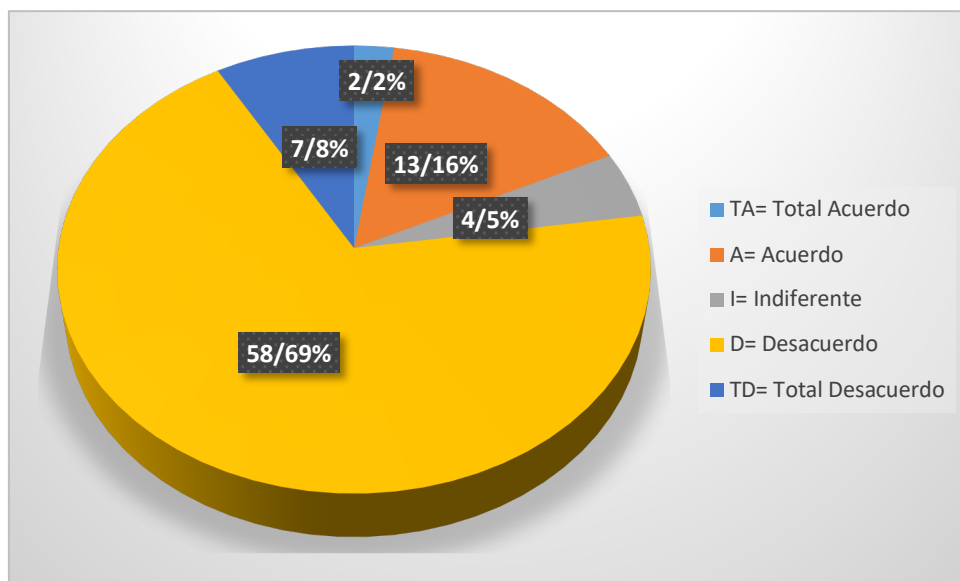


Figura 6 Nivel en que son reconocidas las horas extras

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°6 ¿Son reconocidas justamente mis horas extras? Se obtuvo que el 18% de los trabajadores infieren que sus horas extras son reconocidas justamente, lo cual se encuentra reflejado en los porcentajes de total acuerdo (TA) y acuerdo (A), por el contrario la mayor parte de los colaboradores afirman que su trabajo por horas extras no es reconocido justamente, esto se puede inferir a partir del porcentaje total de desacuerdos y totales desacuerdos, los cuales suman 77%, mientras que un 5% se muestra indiferente.

Tabla 7

Mi trabajo cumple mis expectativas laborales

Indicador	Colaboradores	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	5	6%
Acuerdo	11	13%
Indiferente	12	14%
Desacuerdo	46	55%
Totalmente en Desacuerdo	10	12%
	84	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

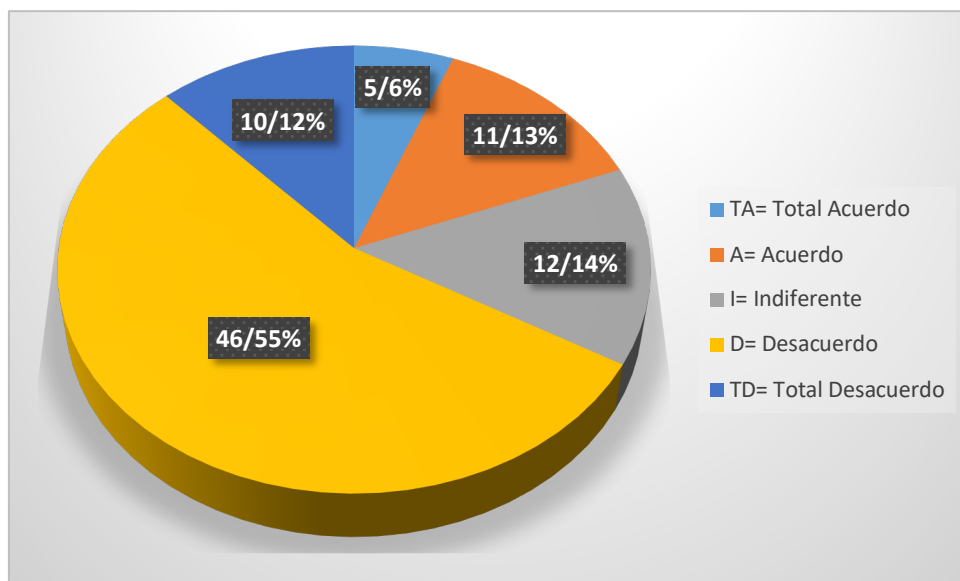


Figura 7 Porcentaje respecto al cumplimiento de las expectativas laborales por parte de los trabajadores

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°7 *¿Mi trabajo cumple mis expectativas laborales?* El 67% de los colaboradores señalan que su trabajo no cumple con sus expectativas laborales, habiendo además un 14% de indiferencia (I), por otro lado un total del 19% considera que sus expectativas laborales son cubiertas.

Tabla 8

Los esfuerzos que realizo tienen el reconocimiento que se merecen

Indicador	Colaboradores	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	3	4%
Acuerdo	16	19%
Indiferente	15	18%
Desacuerdo	39	46%
Totalmente en Desacuerdo	11	13%
	84	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

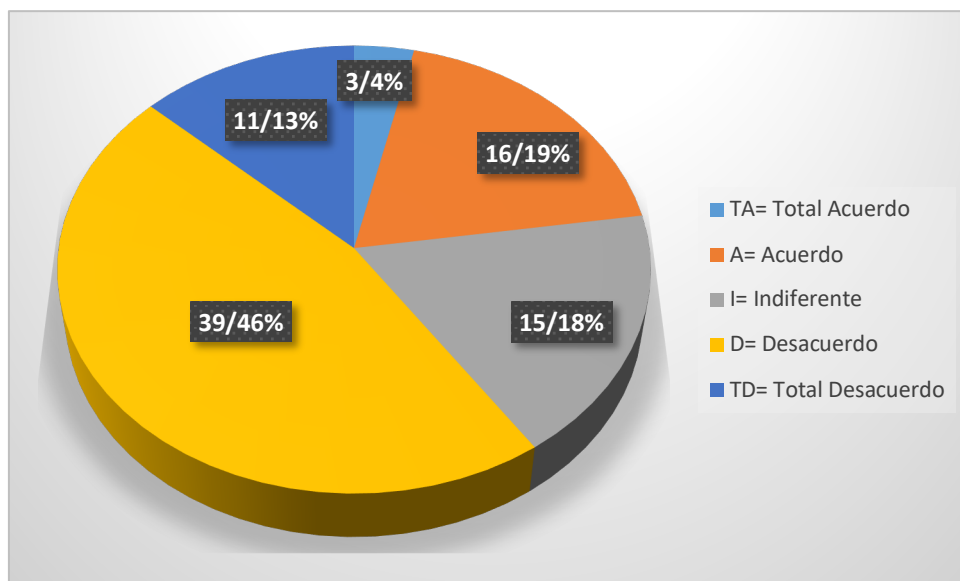


Figura 8 Porcentaje en que son reconocidos los esfuerzos de los colaboradores

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°8 *¿Los esfuerzos que realizo tienen el reconocimiento que se merecen?* Se observa que un total del 23% entre acuerdos (A) y totales acuerdos (TA), señalan que los esfuerzos realizados en la empresa si tienen un reconocimiento, sin embargo un 59% no comparte esta opinión ya que consideran que sus esfuerzos no tienen el reconocimiento que se merecen. Mientras que el 18% de los trabajadores se muestra indiferente.

Tabla 9

Las relaciones con mis jefes son buenas

Indicador	Colaboradores	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	7	8%
Acuerdo	12	14%
Indiferente	5	6%
Desacuerdo	27	32%
Totalmente en Desacuerdo	33	39%
	84	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

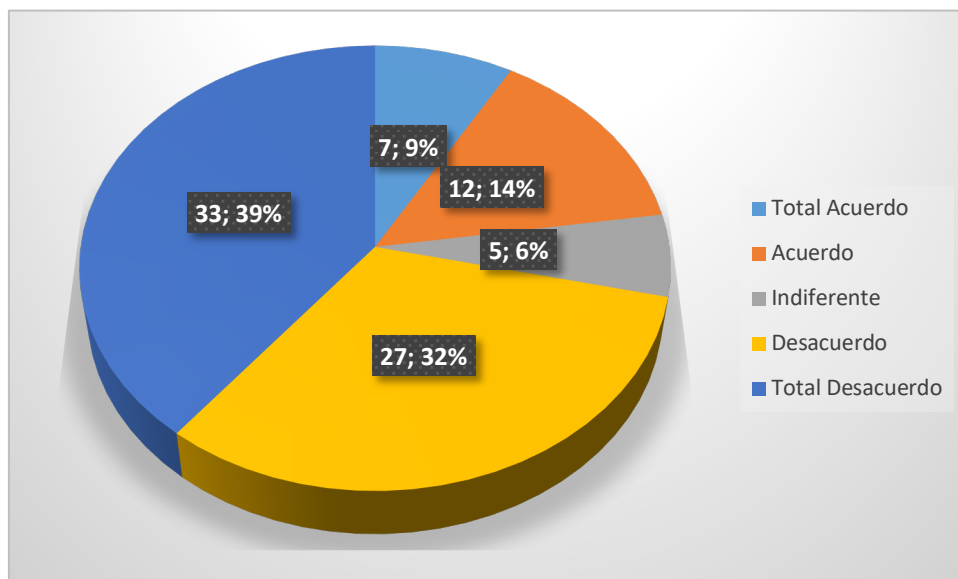


Figura 9 Nivel de satisfacción de la relación entre jefe-subordinado

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°9 *¿Las relaciones con mis jefes son buenas?* El 23% de los trabajadores afirman tener buenas relaciones con sus jefes. Mientras que el 71% no califica como “buenas” las relaciones con sus jefes, además el 6% presenta indiferencia.

Tabla 10

Si necesito ayuda por exceso de trabajo, se me dan los medios necesarios

Indicador	Colaboradores	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	5	6%
Acuerdo	18	21%
Indiferente	21	25%
Desacuerdo	36	43%
Totalmente en Desacuerdo	4	5%
	84	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

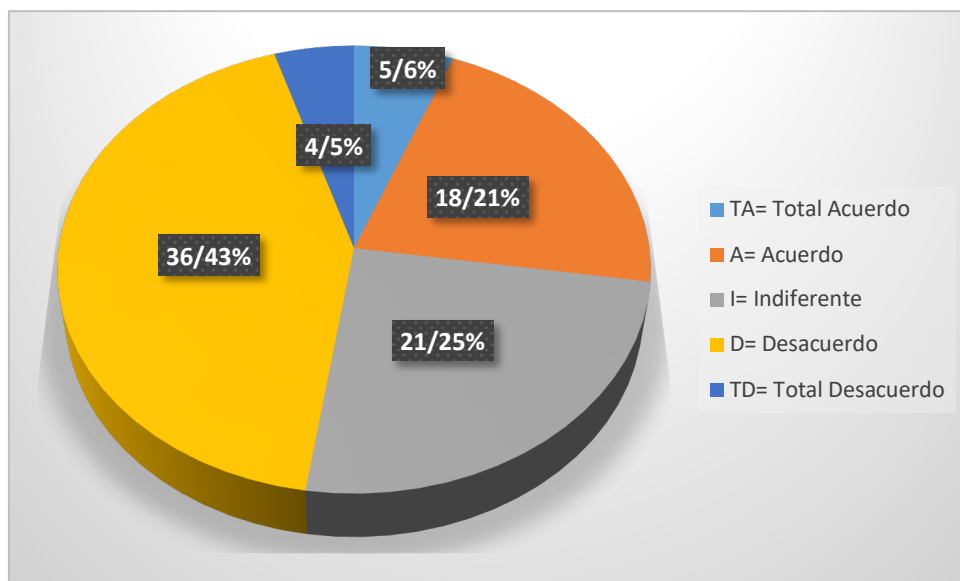


Figura 10 Porcentaje en que se les brinda ayuda y medios necesarios a los trabajadores ante exceso de trabajo

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°10 *¿Si necesito ayuda por exceso de trabajo, se me dan los medios necesarios?* El 27% de los colaboradores sostuvo que si se les brinda ayuda y los medios necesarios cuando tienen exceso de trabajo mientras que un 48% negó esto, calificando el enunciado en desacuerdo y total desacuerdo. Además el 25% se mostró indiferente.

Tabla 11

Puedo comunicar con toda sinceridad a mis jefes lo que pienso sobre el trabajo

Indicador	Colaboradores	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	6	7%
Acuerdo	2	2%
Indiferente	16	19%
Desacuerdo	28	33%
Totalmente en Desacuerdo	32	38%
	84	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

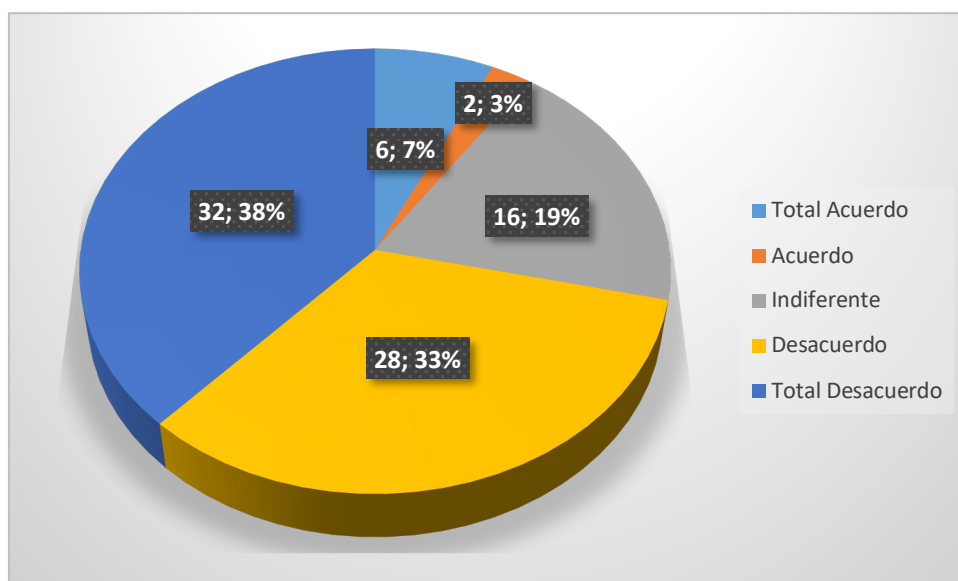


Figura 11 Porcentaje en que se puede comunicar la opinión de los colaboradores a sus jefes

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N° ¿Puedo comunicar con toda sinceridad a mis jefes lo que pienso sobre el trabajo? Se obtuvo que el 10% de los empleados afirman que pueden comunicar sus opiniones a sus jefes con toda sinceridad, mientras que el 71% no comparte esta opinión, ya que se mostraron en desacuerdo y en total desacuerdo con la premisa, además el 19% se mostró indiferente.

Tabla 12

Se suelen explicar adecuadamente los motivos de las decisiones que se toman

Indicador	Colaboradores	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	4	5%
Acuerdo	23	27%
Indiferente	15	18%
Desacuerdo	37	44%
Totalmente en Desacuerdo	5	6%
	84	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

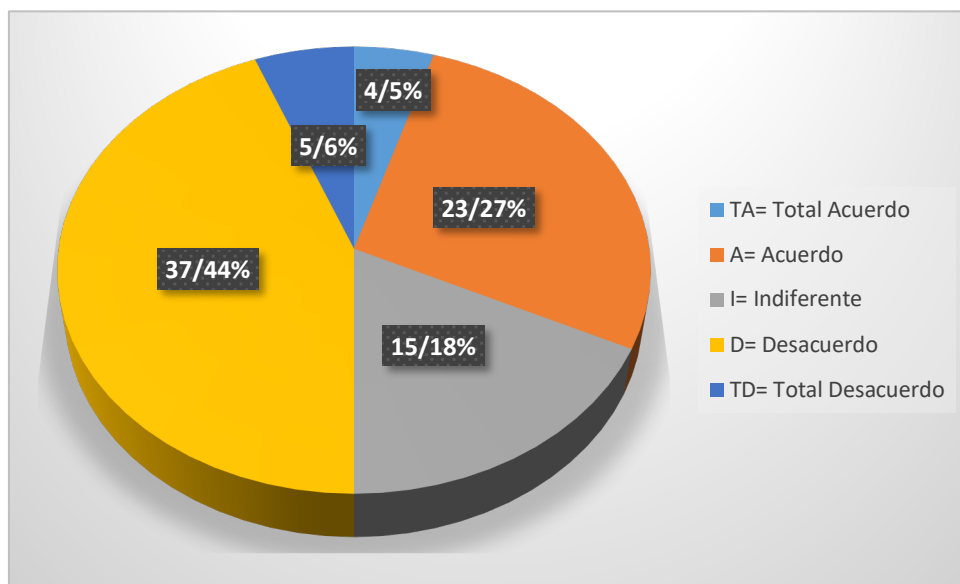


Figura 12 Nivel en que se explican los motivos de las decisiones tomadas en la empresa

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°12 *¿Se suelen explicar adecuadamente los motivos de las decisiones que se toman?* Existe un total de 32%, entre total acuerdo y acuerdo, que afirman que efectivamente son explicados los motivos de las decisiones tomadas en la empresa Turismo Civa, sin embargo el 50% de los empleados no opinan lo mismo, ya que de mostraron en desacuerdo y total desacuerdo conjuntamente, mientras que el 18% tiene una apreciación indiferente.

Tabla 13

Las relaciones con mis compañeros son buenas

Indicador	Colaboradores	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	5	6%
Acuerdo	10	12%
Indiferente	12	14%
Desacuerdo	27	32%
Totalmente en Desacuerdo	30	36%
	84	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

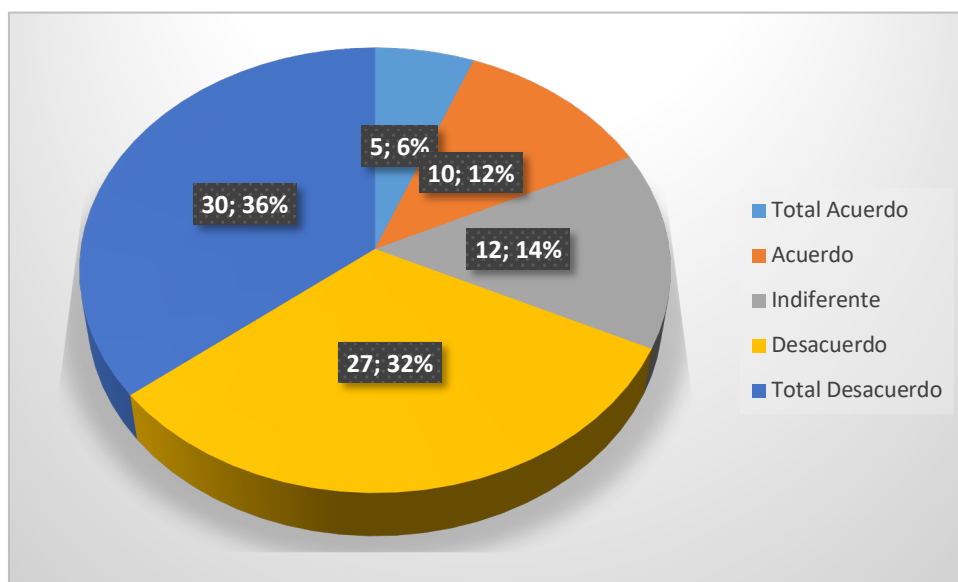


Figura 13 Nivel de buenas relaciones entre compañeros de trabajo

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°13 *¿Las relaciones con mis compañeros son buenas?* El 18% de los trabajadores se mostraron conformes con esta premisa, lo cual se ve reflejado en los porcentajes de total acuerdo y de acuerdo, habiendo un porcentaje mínimo del 68% que consideran no buenas las relaciones con sus compañeros. Existe también un 14% de indiferencia por parte de los empleados.

Tabla 14

Me siento implicado en el éxito y buen funcionamiento de la empresa

Indicador	Colaboradores	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	9	11%
Acuerdo	35	42%
Indiferente	40	48%
Desacuerdo	0	0%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%
	84	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

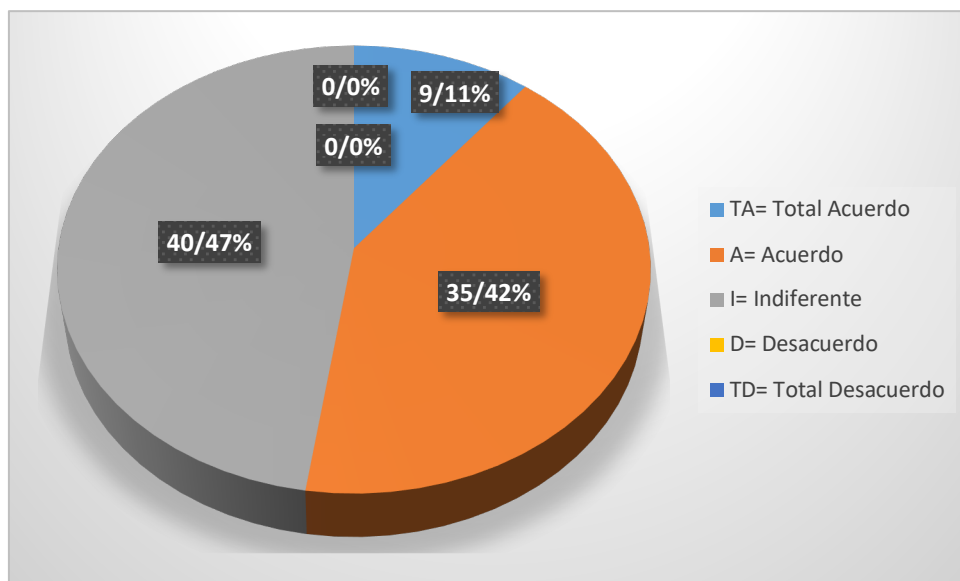


Figura 14 Nivel de identidad organizacional

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°14 *¿Me siento implicado en el éxito y buen funcionamiento de la empresa?* Se observa que el 53% de los empleados se encuentran implicados con el éxito y buen funcionamiento de la empresa, lo cual se expresó en los porcentajes de total acuerdo y de acuerdo en su conjunto, a pesar de no existir porcentajes en desacuerdo y total desacuerdo, el 47% de indiferencia no es un buen indicador.

Tabla 15

Cuento con los materiales necesarios para realizar con facilidad mis actividades en el trabajo

Indicador	Colaboradores	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	4	5%
Acuerdo	11	13%
Indiferente	13	15%
Desacuerdo	21	25%
Totalmente en Desacuerdo	35	42%
	84	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

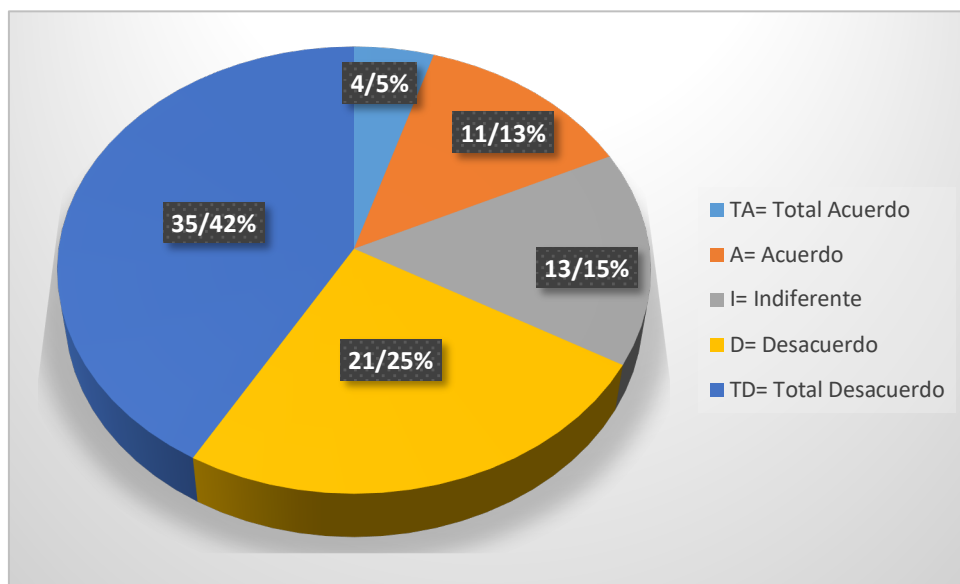


Figura 15 Nivel de satisfacción con los materiales necesarios

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°15 *¿Cuento con los materiales necesarios para realizar con facilidad mis actividades en el trabajo?* El 18% de los empleados afirman contar con los materiales necesarios para realizar sus actividades con facilidad ya que se mostraron en total acuerdo y de acuerdo con el enunciado, pero un total de 67%, entre desacuerdos y totales desacuerdos opinan lo contrario, además de un 15% que indica indiferencia.

Tabla 16

Son ideales los ambientes de la empresa para poder realizar un mejor trabajo

Indicador	Colaboradores	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	3	4%
Acuerdo	18	21%
Indiferente	9	11%
Desacuerdo	20	24%
Totalmente en Desacuerdo	34	40%
	84	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

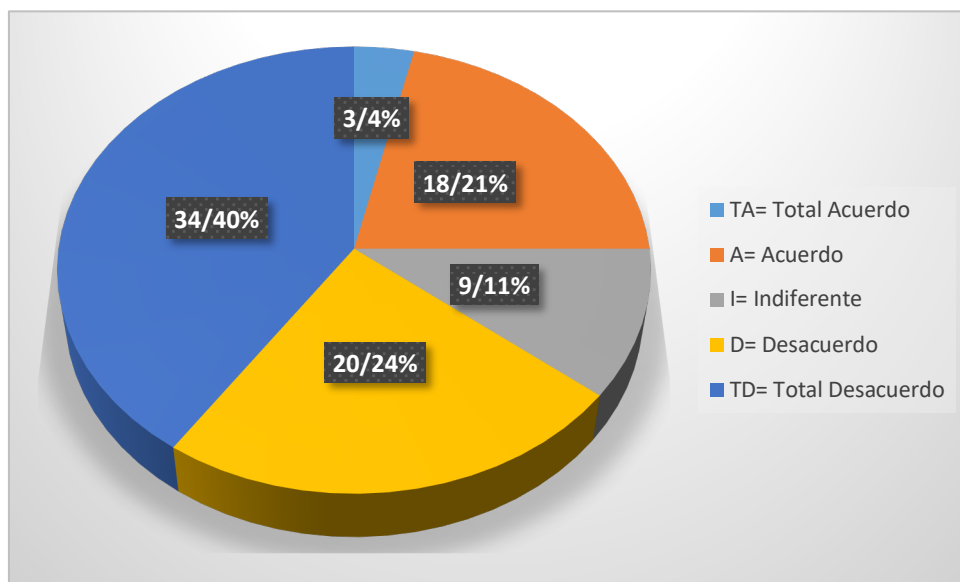


Figura 16 Nivel de conformidad con los ambientes de la empresa

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°16 *¿Son ideales los ambientes de la empresa para poder realizar un mejor trabajo?* El 25% de los empleados consideran que efectivamente los ambientes de la empresa son ideales para la mejor realización de su trabajo pero por el contrario un total del 64% de mostraron en desacuerdo y total desacuerdo ante esta premisa, se encontró también que un 11% se ubicó en la indiferencia.

Tabla 17

Me siento realmente apoyado por mis superiores

Indicador	Colaboradores	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	4	5%
Acuerdo	19	23%
Indiferente	28	33%
Desacuerdo	33	39%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%
	84	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

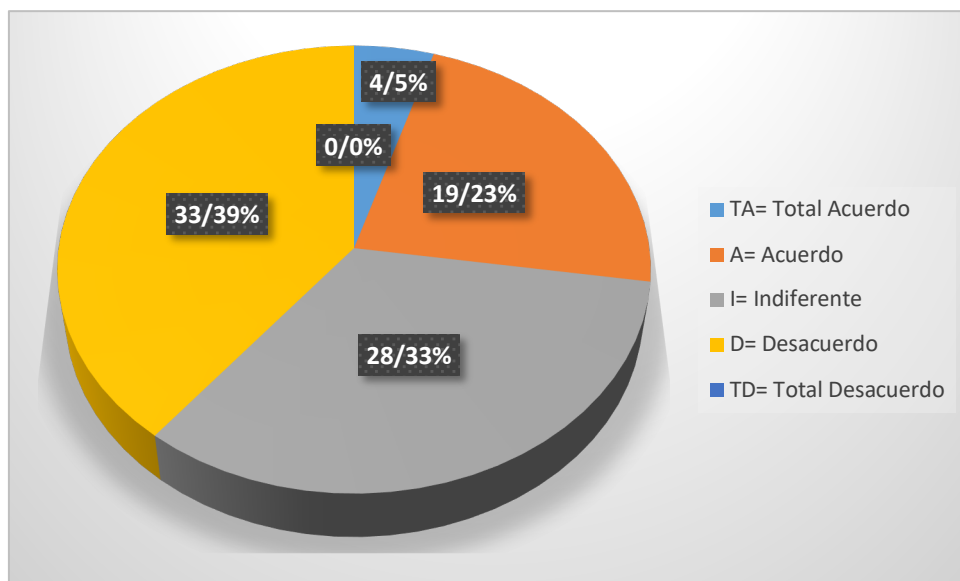


Figura 17 Nivel de satisfacción en relación al apoyo recibido por parte de superiores a subordinados

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°17 *¿Me siento realmente apoyado por mis superiores?* Un 28% de los colaboradores expreso su conformidad ante el apoyo recibido por parte de sus superiores mientras que el 39% se mostró en desacuerdo ante esta situación, se observa también un 33% de indiferencia.

Tabla 18

Mis jefes me animan cuando tengo problemas para que pueda solucionarlos

Indicador	Colaboradores	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	5	6%
Acuerdo	14	17%
Indiferente	26	31%
Desacuerdo	39	46%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%
	84	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

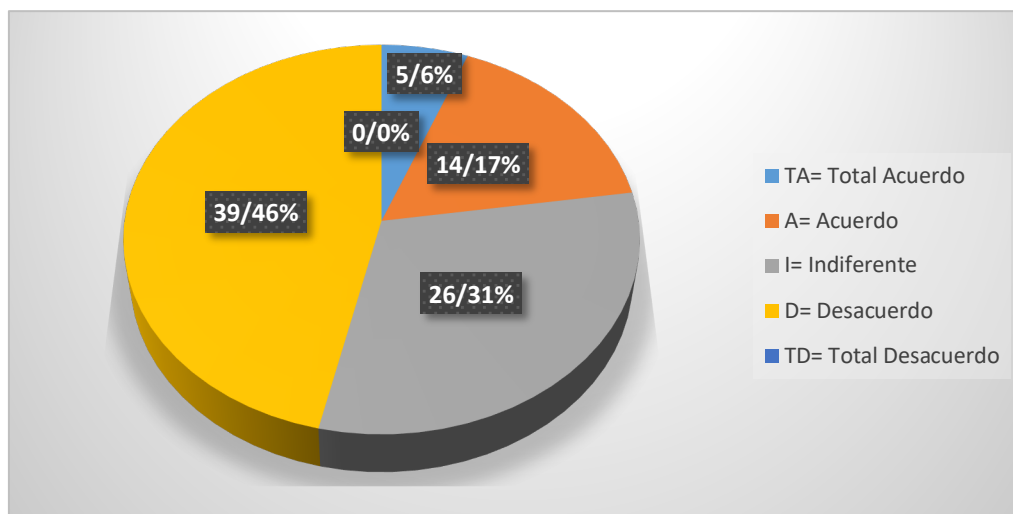


Figura 18 Nivel satisfacción con el apoyo recibido de jefe a subordinado

Fuente: Base de datos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 6).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°18 *¿Mis jefes me animan cuando tengo problemas para que pueda solucionarlos?* Se observa que el 23% de los empleados de encuentran en total acuerdo y de acuerdo con la afirmación que sostiene que los jefes animan a sus subordinados cuando presentan problemas, con el fin de poder solucionarlos, por el contrario el 46% se mostró en desacuerdo, y el 31% indiferente.

Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo:

Tabla 19

Existe una buena guía de parte de los colaboradores de la empresa Turismo Civa para la buena utilización de los servicios

Indicador	Clientes	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	55	14%
Acuerdo	67	17%
Indiferente	115	30%
Desacuerdo	79	21%
Totalmente en Desacuerdo	68	18%
	384	100%

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

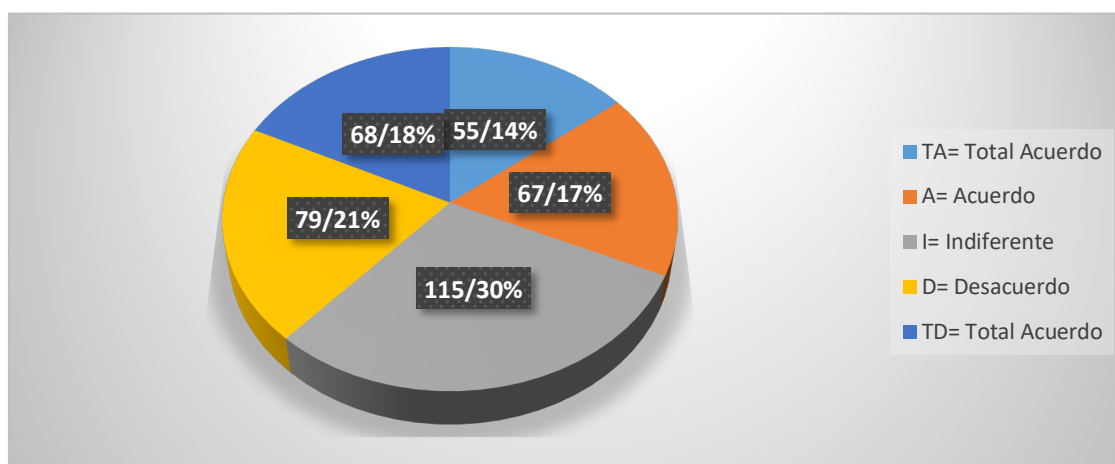


Figura 19 Guía y buena utilización de los servicios

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°1 *¿Existe una buena guía de parte de los colaboradores de la empresa Turismo Civa para la buena utilización de los servicios?* A partir de las encuestas realizadas se obtuvo que el 31% de los clientes percibe la existencia de una buena guía para la utilización de los servicios, mientras que el 39% manifiesta su desacuerdo, se observa también la indiferencia del 30% de los clientes.

Tabla 20

La información promocional difundida en la página web de la empresa Turismo Civa, es la adecuada

Indicador	Clientes	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	28	7%
Acuerdo	38	10%
Indiferente	43	11%
Desacuerdo	94	24%
Totalmente en Desacuerdo	181	47%
	384	100%

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

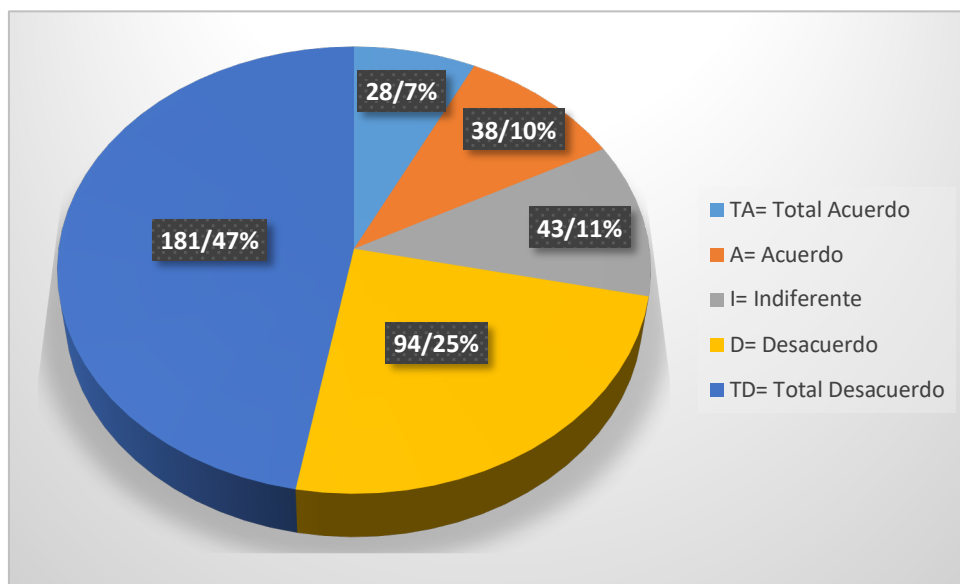


Figura 20 Calificación de la información difundida en la página web

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°2 *¿La información promocional difundida en la página web de la empresa Turismo Civa, es la adecuada?* El 17% de los encuestados expresa su acuerdo con la adecuada información promocional presentada en la página web de la empresa Turismo Civa, sin embargo el 72% de los clientes manifiestan su desacuerdo con la información promocional presentada, habiendo un 11% de clientes que se muestran indiferentes.

Tabla 21

Los colaboradores de la empresa Turismo Civa, inspiran confianza

Indicador	Cientes	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	59	15%
Acuerdo	64	17%
Indiferente	82	21%
Desacuerdo	104	27%
Totalmente en Desacuerdo	75	20%
	384	100%

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

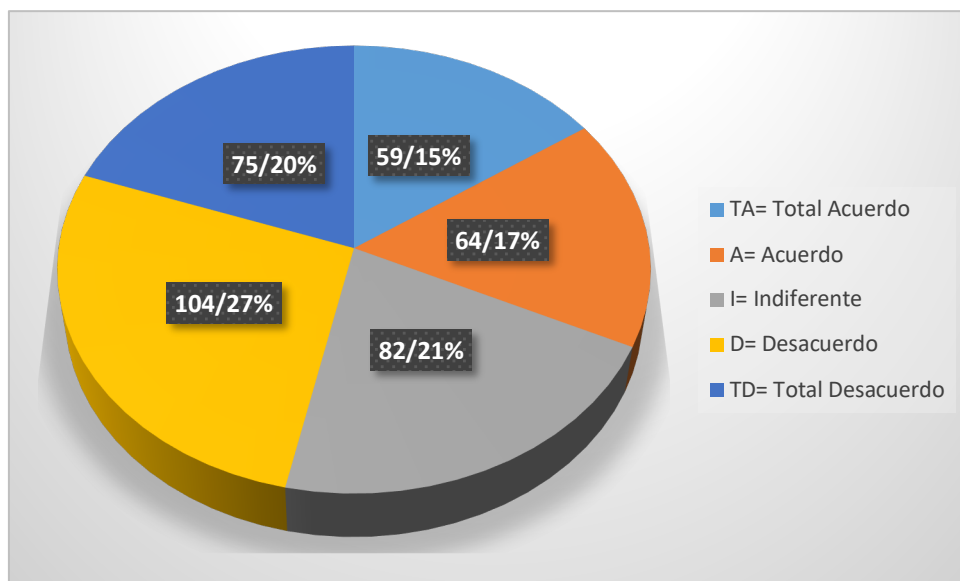


Figura 21 Nivel de confianza

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°3 *¿Los colaboradores de la empresa Turismo Civa, inspiran confianza?* Un total del 32% de los clientes afirman que los colaboradores de la empresa Turismo Civa inspiran confianza, mientras que el 47% señalan su desacuerdo, existiendo además un 21% de clientes indiferentes.

Tabla 22

Los colaboradores de la empresa Turismo Civa carecen de actitud para escuchar sugerencias y reclamos de los usuarios

Indicador	Clientes	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	77	20%
Acuerdo	173	45%
Indiferente	44	11%
Desacuerdo	36	9%
Totalmente en Desacuerdo	54	14%
	384	100%

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

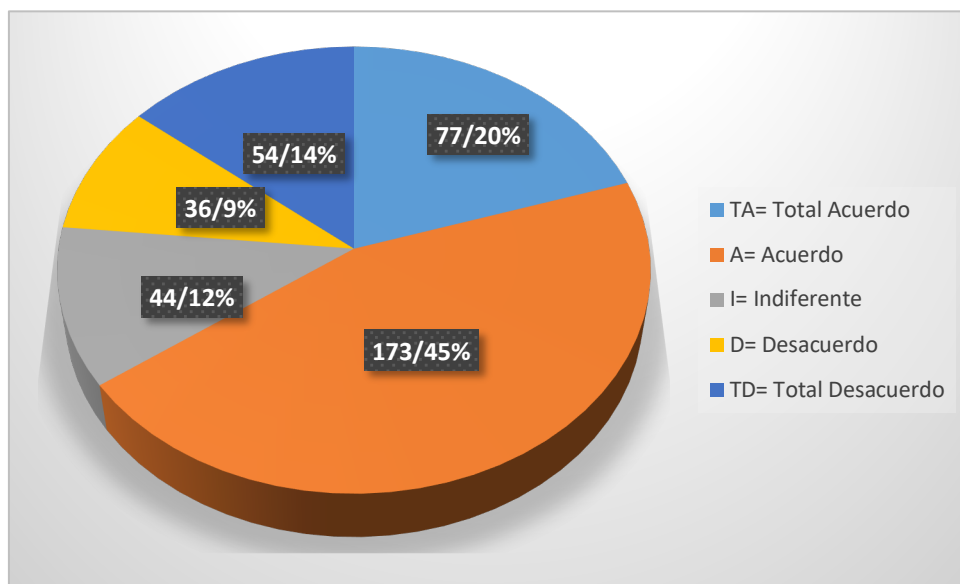


Figura 22 Nivel de actitud para escuchar sugerencias y reclamos

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°4 *¿Los colaboradores de la empresa Turismo Civa carecen de actitud para escuchar sugerencias y reclamos de los usuarios?* El 65% de los clientes expresan su acuerdo ante la carencia de actitud de los colaboradores para escuchar las sugerencias y reclamos de los usuarios. Así mismo el 23% señala su desacuerdo, habiendo también un 12% que muestra su indiferencia.

Tabla 23

La atención personalizada que brindan los colaboradores de la empresa Turismo Civa es la adecuada

Indicador	Clientes	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	21	5%
Acuerdo	43	11%
Indiferente	88	23%
Desacuerdo	121	32%
Totalmente en Desacuerdo	111	29%
	384	100%

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

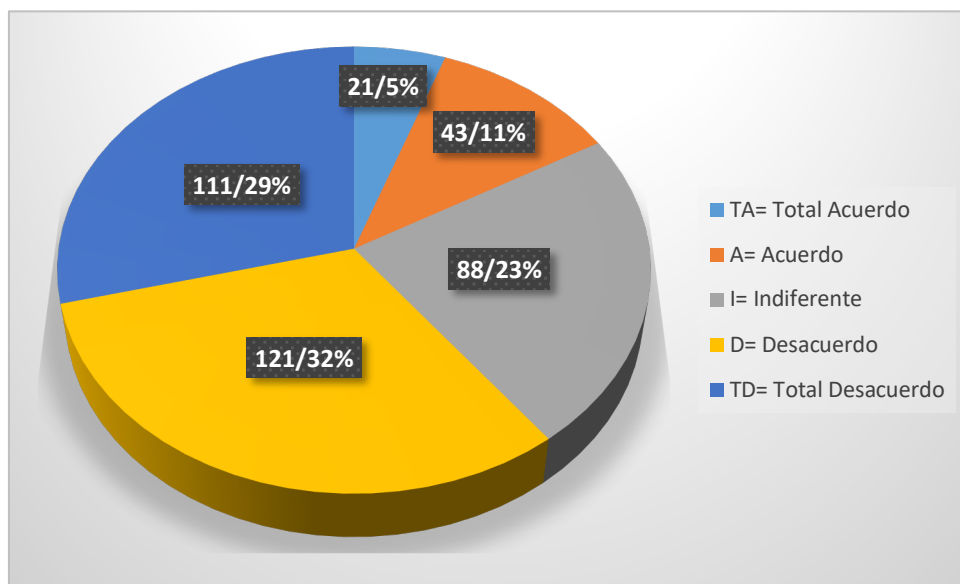


Figura 23 Nivel de atención personalizada

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°5 ¿La atención personalizada que brindan los colaboradores de la empresa Turismo Civa es la adecuada? De los clientes encuestados se observa que el 16% de estos consideran que la atención personalizada brindada es la adecuada mientras que el 61% manifiesta su desacuerdo dividido entre desacuerdo y total desacuerdo. Se puede ver también el 23% de indiferencia.

Tabla 24

Es adecuado el nivel de conocimiento de idioma extranjero en los colaboradores de la empresa Turismo Civa

Indicador	Clientes	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	49	13%
Acuerdo	44	11%
Indiferente	160	42%
Desacuerdo	50	13%
Totalmente en Desacuerdo	81	21%
	384	100%

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

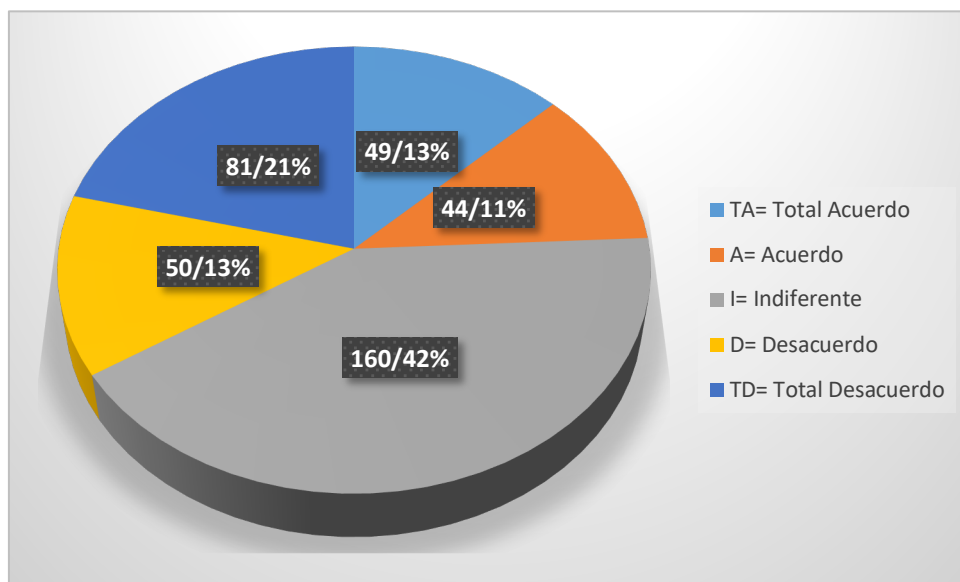


Figura 24 Nivel de conocimiento de idioma extranjero

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°6 *¿Es adecuado el nivel de conocimiento de idioma extranjero en los colaboradores de la empresa Turismo Civa?* El 24% de los clientes califica como adecuado el nivel de conocimiento de idioma extranjero, sin embargo el 34% de los usuarios opina lo contrario. Se encontró también un alto porcentaje de indiferencia en este punto.

Tabla 25

La agilidad al momento de las ventas de pasajes es la adecuada

Indicador	Clientes	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	65	17%
Acuerdo	66	17%
Indiferente	79	21%
Desacuerdo	80	21%
Totalmente en Desacuerdo	94	24%
	384	100%

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

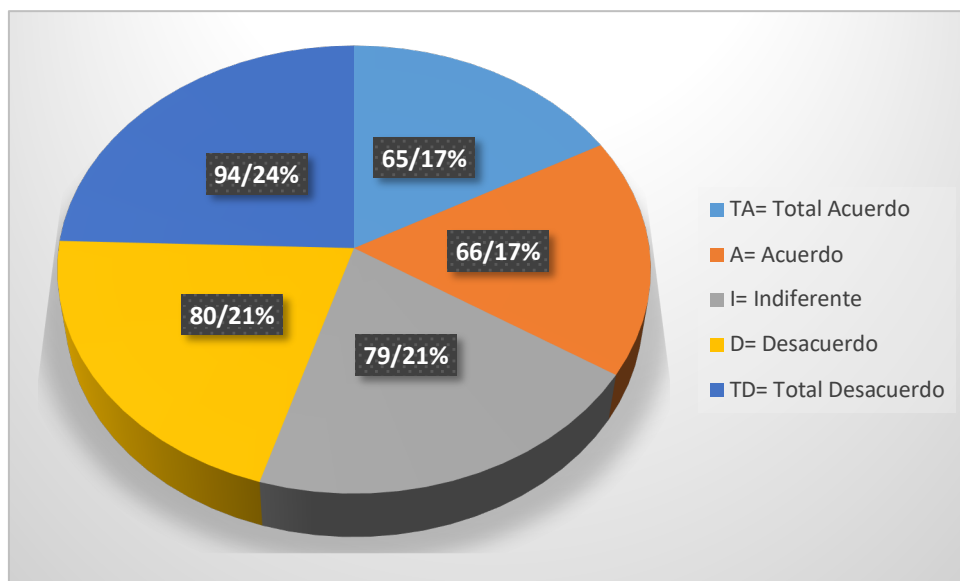


Figura 25 Nivel de agilidad en las ventas de pasajes

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°7 *¿La agilidad al momento de las ventas de pasajes es la adecuada?* El 34% de los clientes manifiesta su acuerdo con la agilidad al momento de la venta de pasajes, por el contrario 45% expresa su desacuerdo ante la agilidad deficiente en cuanto a la venta de pasajes, se tiene también un 21% de clientes que se muestran indiferentes ante esta situación.

Tabla 26

Existe una rápida asistencia medica de parte de la empresa Turismo Civa en caso de siniestros

Indicador	Clientes	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	63	16%
Acuerdo	70	18%
Indiferente	88	23%
Desacuerdo	79	21%
Totalmente en Desacuerdo	84	22%
	384	100%

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

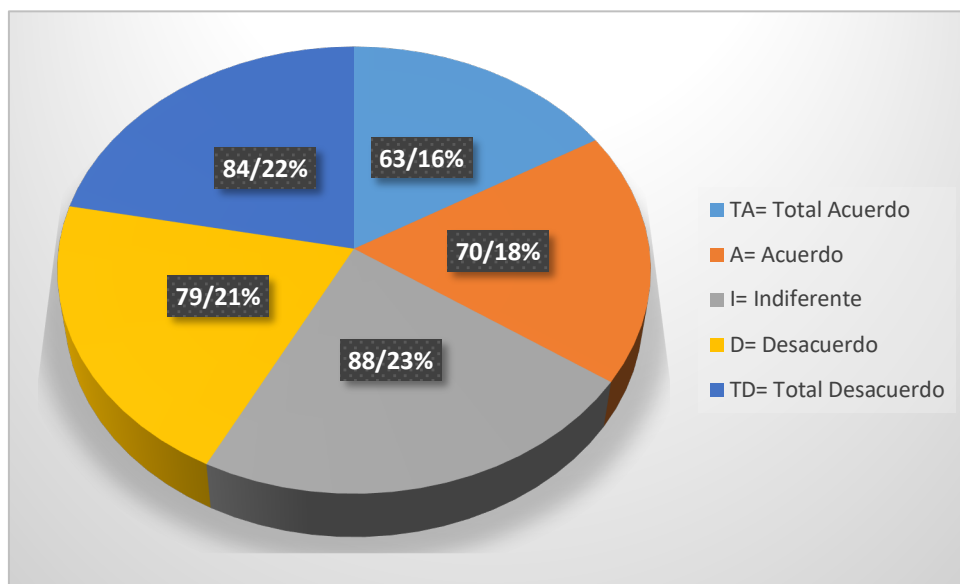


Figura 26 Nivel de rapidez en asistencia médica

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°8 *¿Existe una rápida asistencia medica de parte de la empresa Turismo Civa en caso de siniestros?* El 34% de los clientes indicaron su acuerdo ante la rápida asistencia de la empresa en caso de siniestros mientras que el 43% expresa su desacuerdo sumándose el 23% de clientes indiferentes.

Tabla 27

La empresa Turismo Civa cuenta con conductores con experiencia

Indicador	Cientes	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	62	16%
Acuerdo	67	17%
Indiferente	96	25%
Desacuerdo	88	23%
Totalmente en Desacuerdo	71	18%
	384	100%

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

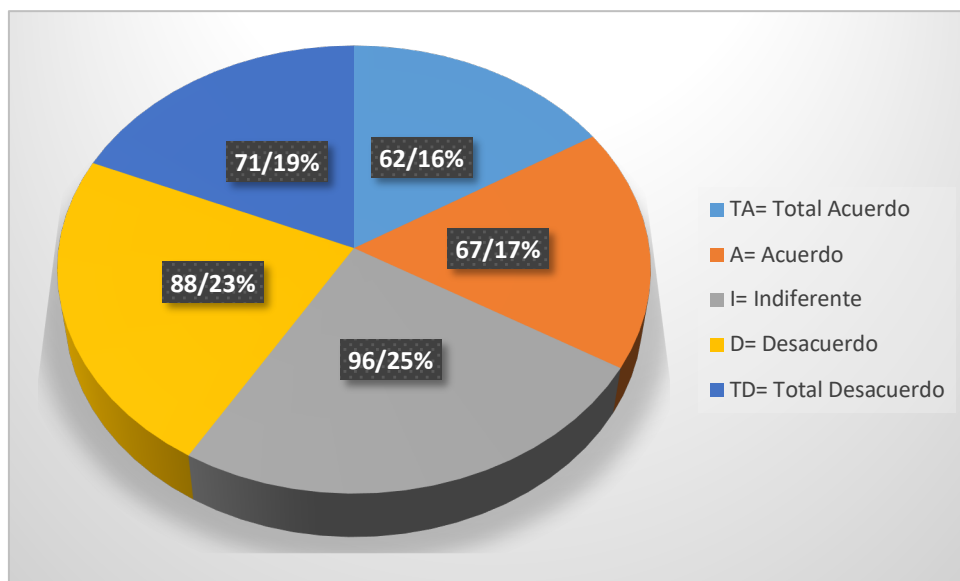


Figura 27 Nivel de experiencia de los conductores

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°9 *¿La empresa Turismo Civa cuenta con conductores con experiencia?* El 33% de los clientes se mostraron de acuerdo con la existencia de conductores con experiencia en la empresa Turismo Civa, a su vez un 42% manifestó su desacuerdo, indicando de esta manera que no creen que los conductores de la empresa cuenten con la experiencia suficiente, así también el 25% de los usuarios expresaron su indiferencia.

Tabla 28

Los buses de la empresa Turismo Civa salen y llegan con puntualidad a sus destinos

Indicador	Clientes	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	40	10%
Acuerdo	63	16%
Indiferente	76	20%
Desacuerdo	85	22%
Totalmente en Desacuerdo	120	31%
	384	100%

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

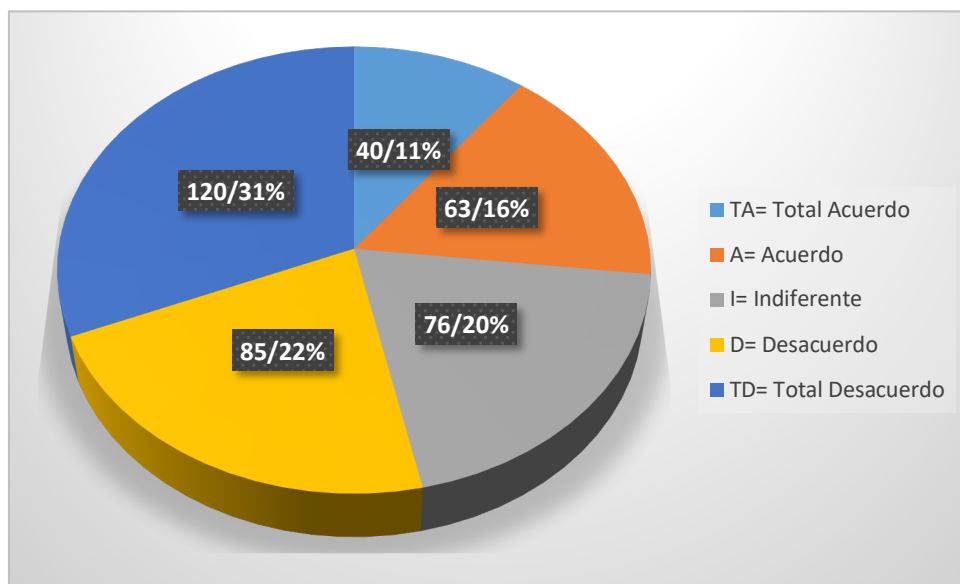


Figura 28 Nivel de satisfacción referente a la puntualidad

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°10 *¿Los buses de la empresa Turismo Civa salen y llegan con puntualidad a sus destinos?* El 27% de los clientes encuestados indicaron su conformidad con la puntualidad de salida y llegada a los lugares de destino, por el contrario el 53% expreso su desacuerdo y total desacuerdo ante el tema de la puntualidad. El 20% de clientes indico también indiferencia.

Tabla 29

Las ventas dentro de la agencia y pagina web, ofrecen seguridad al comprarlas

Indicador	Cientes	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	100	26%
Acuerdo	103	27%
Indiferente	73	19%
Desacuerdo	55	14%
Totalmente en Desacuerdo	53	14%
	384	100%

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

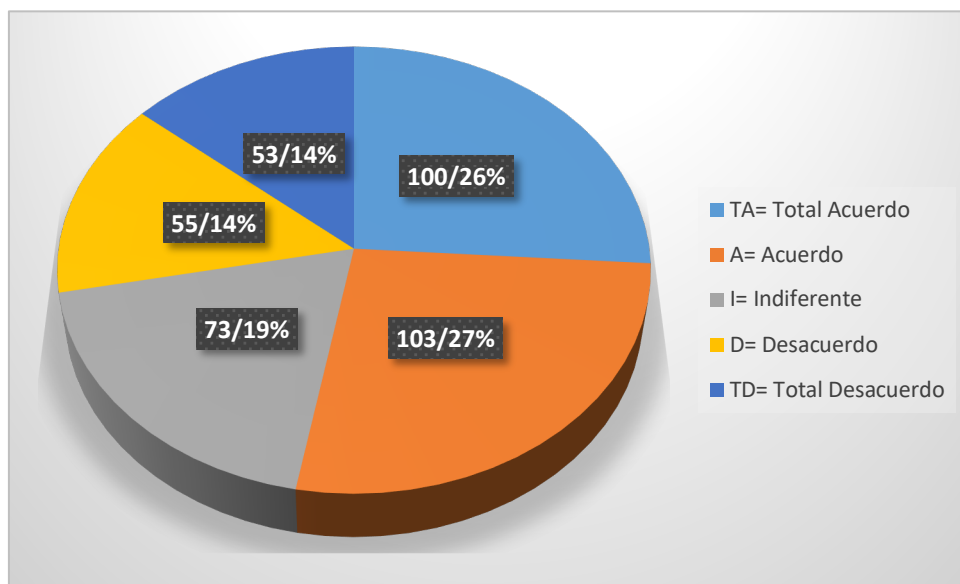


Figura 29 Nivel de seguridad al momento de compra

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°11 *¿Las ventas dentro de la agencia y pagina web, ofrecen seguridad al comprarlas?* En el caso de la seguridad de las ventas tanto dentro de la agencia como vía página web los clientes afirmaron en un alto porcentaje de acuerdo y total acuerdo, correspondiente a un total del 53%, por otro lado el 28% de los usuarios expresos su inconformidad.

Tabla 30

Las instalaciones de la agencia y el interior de los buses, lucen limpios y agradables

Indicador	Clientes	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	42	11%
Acuerdo	60	16%
Indiferente	84	22%
Desacuerdo	160	42%
Totalmente en Desacuerdo	38	10%
	384	100%

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

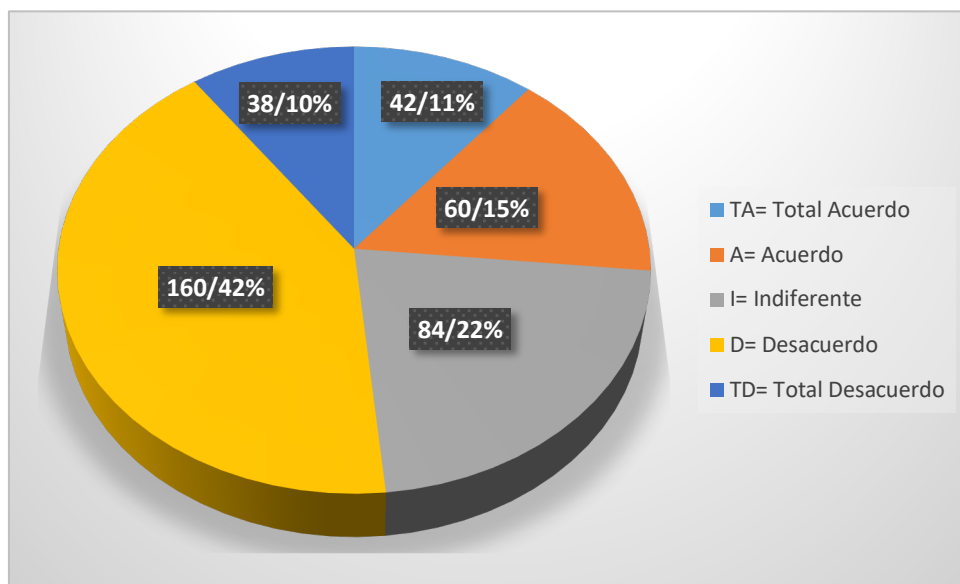


Figura 30 Nivel de limpieza de instalaciones

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°12 *¿Las instalaciones de la agencia y el interior de los buses, lucen limpios y agradables?* Respecto a la limpieza tanto en los buses como en las instalaciones el 26% de los clientes manifestaron su conformidad, mientras que más de la mitad de los clientes indicaron estar en desacuerdo con la limpieza, lo cual se ve reflejado con el 52% de clientes en desacuerdo. Existe también un 22 % de clientes indiferentes.

Tabla 31

Los asientos de las unidades de la empresa Turismo Civa son confortables

Indicador	Clientes	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	19	5%
Acuerdo	102	27%
Indiferente	96	25%
Desacuerdo	114	30%
Totalmente en Desacuerdo	53	14%
	384	100%

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

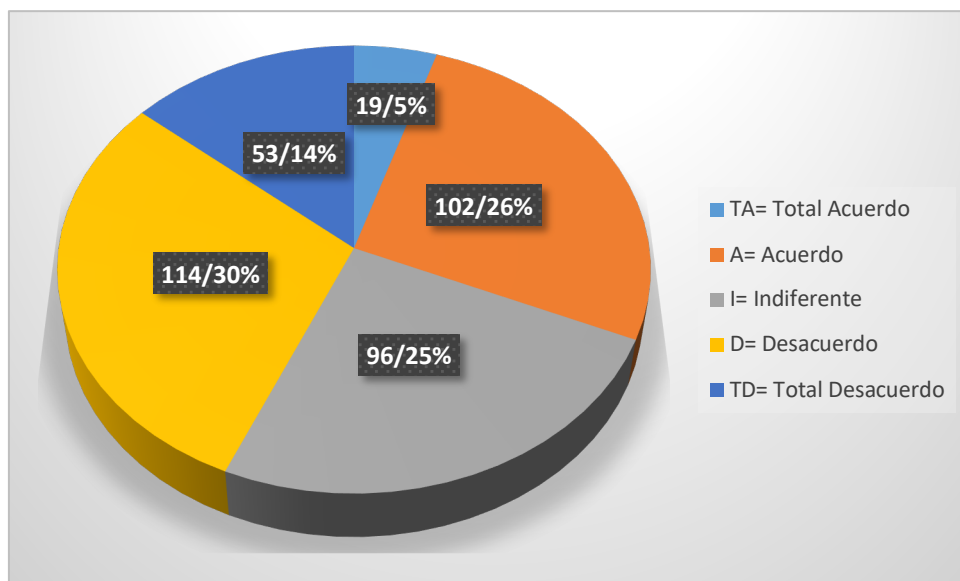


Figura 31 Nivel de comodidad de los asientos

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°13 *¿Los asientos de las unidades de la empresa Turismo Civa son confortables?* El 31% de los clientes expreso su total acuerdo y acuerdo con la comodidad de los asientos de los buses, por el contrario el 44% de los clientes indicaron su disconformidad con la comodidad de los asientos. Se obtuvo también un 25% de clientes que manifestaron indiferencia.

Tabla 32

La empresa Turismo Civa cuenta con tecnología de punta

Indicador	Clientes	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	71	18%
Acuerdo	65	17%
Indiferente	90	23%
Desacuerdo	83	22%
Totalmente en Desacuerdo	75	20%
	384	100%

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

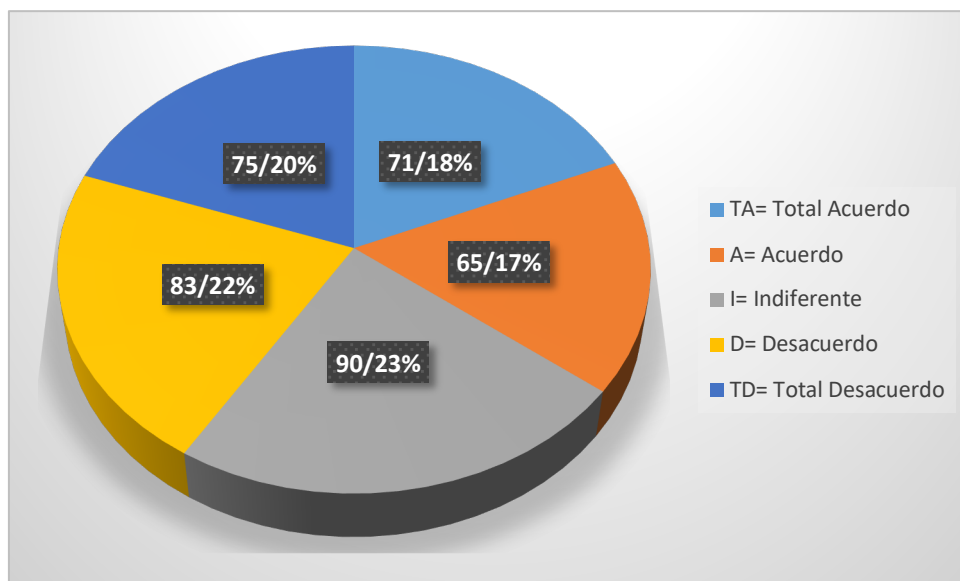


Figura 32 Nivel de tecnología

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la pregunta N°14 ¿La empresa Turismo Civa cuenta con tecnología de punta? El 35% indicó que la empresa Turismo Civa cuenta con tecnología de punta, en contraste el 42% expreso su desacuerdo. También se halló un 23% de indiferencia.

Tabla 33

Los colaboradores de la empresa Turismo Civa tienen una apariencia agradable y limpia

Indicador	Clientes	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	57	15%
Acuerdo	59	15%
Indiferente	87	23%
Desacuerdo	104	27%
Totalmente en Desacuerdo	77	20%
	384	100%

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

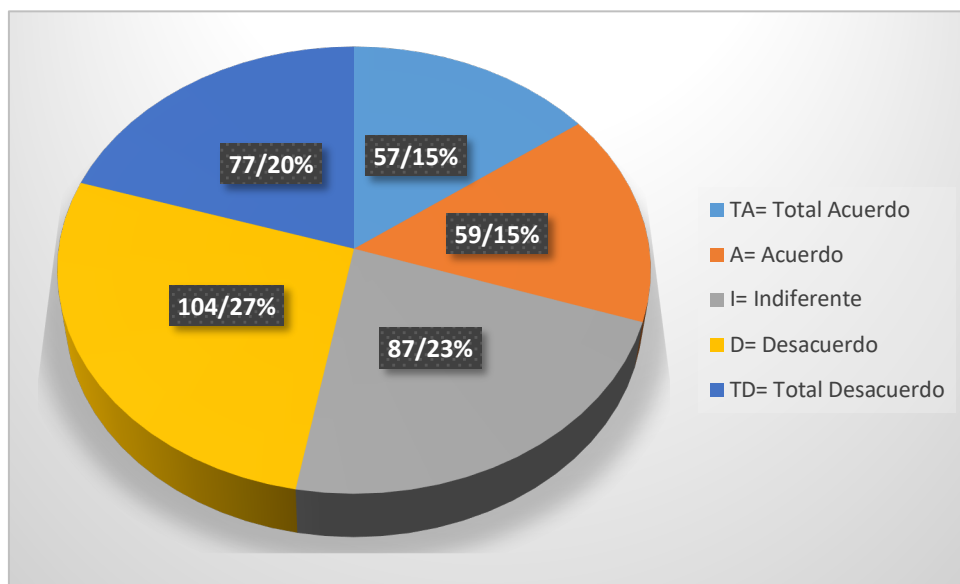


Figura 33 Nivel de limpieza de los colaboradores

Fuente: Base de datos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Turismo Civa Chiclayo (anexo 7).

Elaboración: Br. Dajana Rodas Ramírez.

En la empresa N°15 ¿Los colaboradores de la empresa Turismo Civa tienen una apariencia agradable y limpia? Se obtuvo que el 30% de los clientes se encontraron de acuerdo con la existencia de colaboradores con apariencia limpia y agradable, mientras que un 47% de los encuestados expresaron su desacuerdo, indicando de esta manera que los empleados no muestran esta apariencia. También indicaron su indiferencia con un 23%.

Prueba de chi-cuadrado:

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	388,944 ^a	399	,831
Razón de verosimilitud	217,745	399	1,000
Asociación lineal por lineal	3,406	1	,831
N de casos válidos	84		

a. 440 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que

5. El recuento mínimo esperado es ,01.

De acuerdo a la aplicación de la prueba de hipótesis tipo chi-cuadrado se evidenció un grado de correlación positivo de 0.831, entre la calidad del servicio y el clima laboral en la empresa Turismo CIVA, por lo tanto se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula.

V. DISCUSION

A partir de las encuestas realizadas se pudo conocer el nivel de desacuerdo de los trabajadores en relación a la distribución de sus actividades, un 63% de los colaboradores no se encuentran satisfechos con las tareas realizadas, además el 49% de los encuestados muestra una actitud indiferente ante las políticas de la empresa y esto se debe a que no las conocen.

La recompensa es una dimensión que representa un punto estratégico para que los empleados se mantengan motivados y realicen sus actividades eficientemente. Es un medio eficaz para retener a un buen empleado y atraer a profesionales calificados, en la empresa Turismo Civa Chiclayo se pudo comprobar que el 78% de los colaboradores no está satisfecho con la remuneración recibida además el 77% de los empleados indican que las horas extras no son reconocidas justamente.

La motivación representa una de las dimensiones más importantes que influyen en el desempeño de los colaboradores, pero a la vez está influenciada por otras dimensiones para su consecución, por ejemplo la dimensión recompensa influye directamente en la motivación del personal así como también otras dimensiones. Esta dimensión se encuentra en mal estado en la empresa ya que un 67% de los colaboradores indican que su trabajo no cumple con sus expectativas y un 59% perciben que sus esfuerzos no son reconocidos, lo cual los lleva a no estar motivados. Alfaro, Corado Díaz (2010) indican que es la predisposición del empleado para realizar ciertas acciones, o para involucrarse a alcanzar los objetivos de la empresa. Este factor se ve muy influenciado por la satisfacción que la empresa le proporcione al empleado.

El 71% de los colaboradores indica que no tiene la libertad de expresar su opinión y el 49% expresa que no se suelen explicar adecuadamente los motivos de las decisiones que se toman. La comunicación es una dimensión muy importante en las empresas ya que su buena aplicación lleva a que la información llegue al personal de manera efectiva.

El 68% de los colaboradores afirma no tener buenas relaciones con sus compañeros.

La cultura organizacional fomenta la identidad con la empresa, si no hay una identificación con la institución, el personal no se verá comprometido con el buen funcionamiento ni en la consecución de los objetivos. En la empresa Turismo Civa el 47% del personal se muestra indiferente ante esta dimensión.

A partir de lo estudiado se obtuvo que el ambiente de trabajo no es el más adecuado, el 64% del personal no se sienta cómodo.

El liderazgo crea un ambiente de trabajo en equipo y ayuda mutua entre los colaboradores, en la empresa un 39% no se siente apoyado y un 46% indica que no se siente animado por sus jefes para solucionar los problemas.

A través de las encuestas aplicadas a los clientes se pudo conocer la situación de la empresa en cuanto a la calidad del servicio y a la percepción que tienen los clientes sobre ella, una empresa debe tener la capacidad de ofrecer un servicio seguro y de manera confiable, en el caso de Turismo Civa el 39% de los clientes indican que no existe una guía por parte de los colaboradores para la buena utilización de los servicios, el 72% menciona que la información difundida en la página web no es la adecuada y el 47% no perciben a los colaboradores como confiables. En cuanto a la empatía, el 65% de los encuestados afirman que los colaboradores carecen de actitud para escuchar sus sugerencias y reclamos y el 61% indican que la atención personalizada no es la adecuada.

Existe un déficit en la agilidad de venta de pasajes ya que el 45% de encuestados lo afirma. Otra debilidad percibida es la puntualidad en cuando a la salida y llegada de los buses, un 53% de los clientes indican que hay retrasos.

Por otro lado los elementos tangibles también se llevan una calificación deficiente ya que el 52% de los clientes perciben los ambientes tanto de los buses como de las instalaciones sucias, en el caso de los colaboradores su apariencia en un 47% no es bien percibida.

Después de llevarse a cabo el estudio de las variables, se obtuvo que la prueba de hipótesis entre la calidad del servicio y el clima laboral es dependiente en la empresa Turismo CIVA.

Según los datos se observa una correlación positiva en las variables Calidad de Servicio y el Clima Laboral.

VI. CONCLUSIONES

Se ha evaluado el clima laboral existente en la empresa Turismo Civa – Chiclayo con la finalidad de mejorar la calidad del servicio brindado, mediante la aplicación de dos tipos de encuestas, una dirigida a los colaboradores, los cuales manifestaron su inconformidad en reiteradas ocasiones y otra encuesta dirigida a los clientes quienes indicaron su insatisfacción con el servicio recibido.

Al evaluar a los colaboradores se obtuvo que existe una sobrecarga de trabajo, remuneraciones bajas, las horas extras no suelen ser reconocidas, la opinión de los colaboradores muchas veces no son tomadas en cuenta, el trabajo que realizan no cumple con sus expectativas laborales, no reciben un reconocimiento por su esfuerzo, no cuentan con las herramientas necesarias para realizar su trabajo, no consideran que sus ambientes de trabajo sean idóneos y por ultimo no se sienten completamente respaldados por sus jefes cuando necesitan de su ayuda, por ende se concluye que existe una deficiencia en el manejo del clima laboral en la empresa Turismo Civa.

De acuerdo a la aplicación de la prueba de hipótesis tipo chi-cuadrado se evidenció un grado de correlación positivo de 0.831, entre la calidad del servicio y el clima laboral en la empresa Turismo CIVA, por lo tanto se acepta la hipótesis alternativa y de rechaza la hipótesis nula.

VII. RECOMENDACIONES

Se le recomienda al gerente de la empresa Turismo Civa, Chiclayo 2018, evaluar eventualmente a los colaboradores con el fin de medir y conocer el estado en que se encuentra de clima laboral, así como también medir el grado de satisfacción de los con clientes con el servicio recibido.

Realizar capacitaciones, para adiestrar a los colaboradores y de esta manera conseguir su eficiencia, así como también su preparación a la hora de realizar sus actividades.

Concertar reuniones eventuales donde se trate de involucrar a los trabajadores con la empresa para que se sientan parte de la misma, de esta manera conseguir la identificación de los colaboradores con la organización, además de motivarlos con incentivos de reconocimiento de su buen desempeño y de esta manera generar un buen trato para con los clientes, brindando un servicio de calidad.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ABC Administraciones de Recursos Humanos. (2011, 24 de noviembre). Consultado el 15 de enero del 2018 de <http://abcadministracionderecursoshumanos.blogspot.com/2011/11/empleado-y-obrero-definicion.html>

Alberca, Valentin. (2017) *Clima organizacional y calidad de servicio del personal administrativo de la sede central del ministerio de educación.* Descargado de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1299/ALBERCA%20BETETA%20E.%20Y%20VALENTIN%20V.%20CRISANTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. (Consultado el 22/01/2018).

Alfaro, N., Corado, Z. y Diaz, E. (2010) *Propuesta de un plan estratégico para mejorar el clima organizacional de la cooperativa Sihuatihuacán de responsabilidad limitada de la ciudad de Santa Ana.* Universidad de El Salvador.

Altair Consultores. (2005) *La elaboración del plan estratégico.* Economía 3 colecciones.

Andía, W. (2009) *Diccionario de Gestión pública y empresarial.* (1era ed.). : El Soler.

Batthyány, K. y Cabrera, M. (2011) *Metodología de la Investigación.* Montevideo: Universidad de la República.

Berry, L. (1994) Management Siglo XXI. *Administración Total del Mejoramiento Continuo: La Nueva Generación.* Colombia: Ediciones Mc Graw Hill.

Campos, (2015) *Clima laboral y su incidencia en el desempeño de los trabajadores del órgano de control institucional del gobierno regional Lambayeque – 2014* (Tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán, Chiclayo.

CETRUM Católica, 2011. Descargado de http://www.centrum.pucp.edu.pe/centrumaldia/mercados/mercado/mercado_transporte.html (Consultado el 16/01/2018).

Chiavenato, I. (2000) *Administración de Recursos Humanos*. (5ta ed.). México: Mc Graw Hill.

Chiavenato, I. (2007) *Administración de Recurso Humanos*. (8ava ed.). México: Mc Graw Hill.

Chiavenato (2006) *Introducción a la teoría general de la administración*. (7ma ed.). México: Mc Graw Hill.

Corbetta (2003) *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: Mc Graw Hill.

Diccionario de Marketing (1999), (Vol.1) de Cultural S.A.

Economía Andaluza (2011). Descargado de <http://www.economiaandaluza.es/sites/default/files/2%20Cap%C3%ADtulo%202.%20El%20transporte,%20importancia%20econ%C3%B3mica%20y%20social.pdf> (Consultado el 20/01/2018).

Gallardo, R. O y Galván, B.M. (1993) *El análisis de la relación existente entre la calidad en el servicio y satisfacción del consumidor de las tiendas de autoservicio*.

García, M. (2009) *Clima Organizacional y su diagnóstico: Una Aproximación Conceptual*. Colombia: Universidad del Valle.

Guerrero, 2013. Descargado de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/3179/1/T1160-MBA-Guerrero-Propuesta.pdf>. (Consultado 15/01/2018).

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2003) *Metodología de la Investigación*. (5ta. Ed). México: Mc Graw Hill.

Hodgetts, R. M. y Altman, S. (1985) *Comportamiento en las organizaciones* (6ta ed.). México: Interamericana S.A.

Importancia.org (2013). Descargado de <http://www.importancia.org/transporte.php> (Consultado el 24/01/2018).

International Service Marketing Institute. (2001) *Marketing de Servicios*.

Jara, E. (2007) *Terminologías de Ciencias Comerciales en la Nueva Economía*. (1era ed.). Perú: Ventura SAC.

Kotler, P. (2003) *Los 80 Conceptos Esenciales del Marketing de la A a la Z*. (vol. 1) Pearson Educación S.A.

Lamb, C., Hair, J. y McDaniel, C. (2002) *Marketing*. (6ta ed.). International Thomson Editores.

Lascurain. 2012 *Diagnostico y propuesta de mejora de calidad en el servicio de una empresa de unidades de energía eléctrica ininterrumpida*. Descargado de <http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/015599/015599.pdf>. (Consultado el 20/01/2018).

Miranda, F., Chamorro, A., Rubio, S. (2007) *Introducción a la gestión de la calidad*. (1era. Ed.) Madrid: Delta publicaciones.

Rodriguez, D. (2005) *Diagnostico organizacional*. Mexico: Ed. Alfaomega

Rodriguez, A. (2012) *Antología: Comportamiento del consumidor*. Consultado el 17 de enero del 2018 de <http://www.hacienda.go.cr/cifh/sidovih/uploads/archivos/Articulo/Comportamiento%20del%20consumidor.pdf>

Sierra. M. (2015) *El clima laboral del área administrativa del hospital regional de Cobán, A.V.* Descargado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2014/05/43/Sierra-Maria.pdf> (Consultado el 15/01/2018).

Torcat, O. (2006) *Conceptos y términos básicos relacionados con la administración de empresas*. Literatura administrativa para estudiantes universitarios. Consultado el 16 de enero del 2018 de http://www.uv.es/~selva/gestion/glosario/glosario_dm.htm

Uzategui, R. (2017). *Plan de estrategia motivacional basada en la dinámica del proceso para aumentar la calidad del servicio en la empresa Transportes Chiclayo S.A - 2017* (Tesis de postgrado). Universidad Señor de Sipán, Chiclayo.

Vela y Zavaleta. (2014) *Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadena tottus-mall, de la ciudad de Trujillo*. Descargado de <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/349>. (Consultado el 21/01/2018).

IX. ANEXOS

ANEXO 1



ANEXO 2



ANEXO 3



UNIVERSIDAD DE
LAMBAYEQUE

ESTRATEGIAS DE CLIMA LABORAL

COLABORADORES

Por favor, expresar su conformidad en cada una de las afirmaciones siguientes:

(TA=Totalmente de acuerdo) (D=De acuerdo) (I=indiferente)

(D=En desacuerdo) (TD=Totalmente en Desacuerdo)

		<i>TA</i>	<i>A</i>	<i>I</i>	<i>D</i>	<i>TD</i>
		<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
ESTRUCTURA						
<i>1</i>	Estoy satisfecho con las actividades asignadas					
<i>2</i>	Estoy conforme con las políticas existentes en mi trabajo					
RESPONSABILIDAD						
<i>3</i>	Mis sugerencias sobre el trabajo son atendidas					
<i>4</i>	Tengo autonomía para organizar mi propio trabajo					
RECOMPENSA						
<i>5</i>	Estoy satisfecho con la remuneración recibida					
<i>6</i>	Son reconocidos justamente mis horas extras					
MOTIVACION						
<i>7</i>	Mi trabajo cumple mis expectativas laborales					
<i>8</i>	Los esfuerzos que realizo tienen el reconocimiento que se merecen					
RELACIONES Y COOPERACION						
<i>9</i>	Las relaciones con mis jefes son buenas					
<i>10</i>	Si necesito ayuda por exceso de trabajo, se me dan los medios necesarios					
COMUNICACIÓN						

11	Puedo comunicar con toda sinceridad a mis jefes lo que pienso sobre el trabajo					
12	Se suelen explicar adecuadamente los motivos de las decisiones que se toman					
CONFLICTO						
13	Las relaciones con mis compañeros son buenas					
IDENTIDAD						
14	Me siento implicado en el éxito y buen funcionamiento de la empresa					
AMBIENTE FISICO						
15	Cuento con los materiales necesarios para realizar con facilidad mis actividades en el trabajo					
16	Son ideales los ambientes de la empresa para poder realizar un mejor trabajo					
LIDERAZGO						
17	Me siento realmente apoyado por mis superiores					
18	Mis jefes me animan cuando tengo problemas para que pueda solucionarlos					

ANEXO 4



CALIDAD DEL SERVICIO

CLIENTES

Por favor, expresar su conformidad en cada una de las afirmaciones siguientes:

(TA=Totalmente de acuerdo) (A=Acuerdo) (I=indiferente)

(D=desacuerdo) (TD=Totalmente en Desacuerdo)

		TA	A	I	D	TD
		1	2	3	4	5
FIABILIDAD						
1	<i>Existe una buena guía de parte de los colaboradores de la empresa turismo Civa para la buena utilización de los servicios.</i>					
2	<i>La información promocional difundida en la página web de la Empresa de Turismo Civa es la adecuada.</i>					
3	<i>Los colaboradores de la empresa turismo Civa inspiran confianza</i>					
EMPATIA						
4	<i>Los colaboradores de la Empresa de turismo Civa carecen de actitud para escuchar sugerencias y reclamos de los usuarios.</i>					
5	<i>La atención personalizada que brindan los colaboradores de la empresa turismo Civa es la adecuada.</i>					

CAPACIDAD DE RESPUESTA					
6	<i>Es adecuado el nivel de conocimiento de idioma extranjero en los colaboradores de la empresa turismo Civa</i>				
7	<i>La agilidad al momento de la ventas del pasajes es la adecuada</i>				
8	<i>Existe una rápida asistencia médica de parte de la empresa turismo Civa en caso de siniestros</i>				
SEGURIDAD					
9	<i>La Empresa de turismo Civa cuenta con conductores con experiencia.</i>				
10	<i>Los buses de la empresa turismo Civa salen y llegan con puntualidad a sus destinos</i>				
11	<i>Las ventas dentro de la agencia y pagina web ofrecen seguridad al comprarlas</i>				
ELEMENTOS TANGIBLES					
12	<i>Las instalaciones de la agencia y el interior de los buses lucen limpios y agradables.</i>				
13	<i>Los asientos de las unidades de la Empresa de turismo Civa son confortables</i>				
14	<i>La empresa turismo Civa cuenta con tecnología de punta</i>				
15	<i>Los colaboradores de la empresa turismo Civa tiene una apariencia agradable y limpia.</i>				

ANEXO 5

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL JUEZ		
2.	PROFESIÓN	
	ESPECIALIDAD	
	GRADO ACADÉMICO	
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	
	CARGO	
<p>Título de la Investigación: ESTRATEGIAS DE CLIMA Y CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA TURISMO CIVA, CHICLAYO 2018</p>		
3. DATOS DEL TESISISTA		
3.1	NOMBRES Y APELLIDOS	Rodas Ramírez Yosely Dajana
3.2	CARRERA PROFESIONAL	Ingeniería Comercial
4. INSTRUMENTO EVALUADO	<p>1. Entrevista () 2. Cuestionario (X) 3. Lista de Cotejo () 4. Diario de campo ()</p>	

A continuación se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en “A” si está de ACUERDO o en “D” si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS

COMENTARIOS GENERALES

OBSERVACIONES

Juez Experto

ANEXO 6

1	COLABORADORES	TA	A	I	D	T	
2	1 Estoy satisfecho con las actividades asignadas	8	15	8	33	20	84
3	2 Estoy conforme con las políticas existentes en mi trabajo	7	18	41	15	3	84
4	3 Mis sugerencias son el trabajo son atendidas	4	19	27	32	2	84
5	4 Tengo autonomía para organizar mi propio trabajo	9	21	24	16	14	84
6	5 Estoy satisfecho con la remuneración recibida	0	12	7	52	13	84
7	6 Son reconocidas justamente mis horas extras	2	13	4	58	7	84
8	7 Mi trabajo cumple mis expectativas laborales	5	11	12	46	10	84
9	8 Los esfuerzos que realizo tienen el reconocimiento que se merecen	3	16	15	39	11	84
10	9 Las relaciones con mis jefes son buenas	7	12	5	27	33	84
11	10 Si necesito ayuda por exceso de trabajo, se me dan los medios necesarios	5	18	21	36	4	84
12	11 Puedo comunicar con toda sinceridad a mis jefes lo que pienso sobre el trabajo	4	23	15	37	5	84
13	12 Se suelen explicar adecuadamente los motivos de las decisiones que se toman	4	5	15	37	23	84
14	13 Las relaciones con mis compañeros son buenas	5	10	12	27	30	84
15	14 Me siento implicado en el éxito y buen funcionamiento de la empresa	9	35	40	0	0	84
16	15 Cuento con los materiales necesarios para realizar con facilidad mis actividades en el trabajo	4	11	13	21	35	84
17	16 Son ideales los ambientes de la empresa para poder realizar un mejor trabajo	3	18	9	20	34	84
18	17 Me siento realmente apoyado por mis superiores	4	19	28	33	0	84
19	18 mis jefes me animan cuando tengo problemas para que pueda solucionarlos	5	14	26	39	0	84

ANEXO 7

	A	B	C	D	E	F	G
1	CLIENTES	TA	A	I	D	TD	
2	1 Existe una buena guía de parte de los colaboradores de la empresa turismo Civa para la buena utilización de los servicios.	55	67	115	79	68	384
3	2 La información promocional difundida en la página web de la empresa Turismo Civa es la adecuada	28	38	43	94	181	384
4	3 Los colaboradores de la empresa turismo civa inspiran confianza	59	64	82	104	75	384
5	4 Los colaboradores de la empresa turismo civa carecen de actitud para escuchar sugerencias y reclamos de los usuarios	77	173	44	36	54	384
6	5 La atención personalizada que brindan los colaboradores de la empresa turismo civa es la adecuada	21	43	88	121	111	384
7	6 Es adecuado el nivel de conocimiento de idioma extranjero en los colaboradores en la empresa turismo civa	49	44	160	50	81	384
8	7 La afilididad al momentos de las ventas del pasajes es adecuada	65	66	79	80	94	384
9	8 Existe una rápida asistencia medica de parte de la empresa turismo civa en caso de siniestros	63	70	88	79	84	384
10	9 La empresa turismo civa cuenta con conductores con experiencia	62	67	96	88	71	384
11	10 Los buses de la empresa turismo civa salen y llegan con puntualidad a sus destinos	40	63	76	85	120	384
12	11 Las ventas dentro de la agencia y página web ofrecen seguridad al comprarlas	100	103	73	55	53	384
13	12 Las instalaciones de la agencia y el interior de los buses lucen limpios y agradables	42	60	84	160	38	384
14	13 Los asientos de las unidades de la empresa turismo civa son confortables	19	102	96	114	53	384
15	14 La empresa turismo civa cuenta con teconogia de punta	71	65	90	83	75	384
16	15 Los colaboradores de la empresa turismo civa tienen una apariencia agradable y limpia	57	59	87	104	77	384