

UNIVERSIDAD SAN PEDRO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION



Clima laboral y calidad de servicio al cliente de Cruz del Norte
S.A. Chimbote 2017

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACION

Autor:

Obregón Dueñas, Almendra Brillitt

Asesor:

López Morillas, Alejandro

Chimbote - Perú

2017

PALABRAS CLAVES

Tema	Clima Laboral, Calidad de Servicio
Especialidad	Administración
Línea de Investigación	Código UNESCO 53. Ciencias Económicas 53.11. Organización y dirección de empresas 5311.04. Organización de Recursos Humanos

KEYWORDS

Theme	Work Climate, Quality of Service
Specialty	Administration
Research Line	UNESCO Code 53. Economic Sciences 53.11. Organization and business management 5311.04. Human Resources Organization

**“CLIMA LABORAL Y CALIDAD DE SERVICIO AL
CLIENTE DE CRUZ DEL NORTE S.A CHIMBOTE 2017”**

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como propósito determinar la relación de influencia que existe entre el Clima laboral y Calidad de Servicio de la empresa de transporte Cruz del Norte S.A. Chimbote, 2017; para conocer la situación actual de las variables de estudio.

Se realizó una investigación de tipo correlacional y diseño de corte transversal no experimental para conocer la relación que existe entre las dos variables mediante el uso de un cuestionario que se aplicó a dos tipos de muestras, la muestra 1 estuvo conformada por 90 trabajadores de la misma empresa y la muestra 2 estuvo conformada por 325 clientes. Los resultados mostraron que no existe una relación de influencia entre el Clima Laboral y la Calidad de Servicio de la empresa Cruz del Norte S.A, Chimbote-2017.

Abstract

The purpose of this research work is to determine the relationship of influence that exists between the labor climate and quality of service of the transport company Cruz del Norte S.A. Chimbote, 2017; to know the current situation of the study variables.

A correlational type investigation and non-experimental cross-sectional design was carried out in order to know the relationship between the two variables through the use of a questionnaire that was applied to two types of samples, sample 1 was made up of 90 workers of the same company and sample 2 was made up of 325 clients.

The results showed that there is no relationship of influence between the Labor Climate and the Quality of Service of the company Cruz del Norte S.A, Chimbote-2017.

INDICE

Palabras claves.....	I
Título.....	II
Resumen.....	III
Abstract.....	IV
Indice.....	V
CAPITULO I: Introducción	
1.1. Antecedentes y Fundamentación Científica.....	1
1.2. Justificación de la Investigación.....	36
1.3. Problema.....	37
1.4. Conceptuación y Operacionalización de Variables.....	37
1.4.1. Marco conceptual	
1.4.2. Operacionalización de las variables	
1.5. Hipótesis.....	41
1.6. Objetivos.....	41
CAPITULO II: Metodología	
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	43
2.2. Población y muestra.....	44
2.3. Técnica e instrumento de investigación.....	44
2.4. Procedimiento y análisis de la información.....	45
CAPITULO III: Resultados.....	46
CAPITULO IV: Análisis y Discusión.....	68
CAPITULO V: Conclusiones y Recomendaciones.....	72
6. Agradecimientos.....	76
7. Referencias Bibliográficas.....	77
8. Anexos.....	80

CAPITULO I: Introducción

1.1. ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

1.1.1. Antecedentes

Antecedentes internacionales

Lascurain (2012), en su tesis denominada “Diagnóstico y propuesta de mejora de calidad de servicio de una empresa de unidades de energía eléctricas” desarrollada en la Universidad Iberoamericana de México Investigación de tipo de carácter cualitativo-descriptivo y un diseño no experimental-transversal concluye; que la calidad en el servicio se ha convertido en una medida de satisfacción de las expectativas de los clientes; alrededor del mundo, las compañías se han dado cuenta de que prestar atención a la calidad en el servicio que brinde resulta beneficioso para obtener mayor rentabilidad y crecimiento en el mercado por lo tanto, la calidad de servicio se ha convertido en un factor estratégico para las empresas para diferenciar sus productos y servicio de la competencia.

Moya (2004), en su tesis titulada “Modelo de Servicio de Atención al Cliente con Apoyo Tecnológico” desarrollada en la Universidad de Chile investigación de tipo básico descriptivo y un diseño de investigación no experimental concluye en la actualidad con los cambios vertiginosos que día a día se viven, la gran competitividad y la globalización de los mercados, las exigencias de los clientes por obtener mejores productos y servicios van en constante aumento lo que junto con el crecimiento de las empresas, hace que esta relación casi

familiar de la empresa-cliente se haya perdido o se haga cada vez más difícil.

Sandoval (2002), en su tesis denominada “La calidad en el servicio al cliente, una ventaja competitiva para las empresas desarrollada en la Universidad Tecnológica de la Mixteca Investigación con una población de 1333 personas y muestra 298 personas comenta que la ventaja competitiva que lleve a ser mejor a la empresa será implantar una estrategia para mejorar la calidad en el servicio ser diferente la distinguirá de los de más para saber dónde desea llegar, también nos dice que el servicio como actividad y como producto siempre debe ser de la mejor calidad, aún más en el caso cuando se brinda como producto ,sin embargo cuando es parte de un producto no deja de ser trascendental a que el cliente compra donde lo atienden de manera eficiente y cortés, en cuanto a la calidad de servicio, al calificar la atención recibida por los negocios de Huajuapán el 91% de los clientes no considera que se brinde un servicio excelente calidad, el 12% califica el servicio como regular y el 24% como mal servicio.

Pereira (2014), en su tesis denominada “Clima laboral y Calidad de servicio” desarrollada en Hospitales privados de Quetzaltenango donde llega a la siguiente conclusión, el clima laboral incide en la calidad de servicio porque si existe armonía y respeto entre los colaboradores de una organización, la productividad va ser mas asequible y el entorno laboral en el que se desarrolle el trabajador va permitirle sentirse a gusto y realizar mejor sus funciones.

Antecedentes Nacionales

Monteza (2012), en su tesis denominada “Influencia del clima laboral en la satisfacción de las enfermeras del centro quirúrgico hospital Es Salud Chiclayo-2010” desarrollada en la Universidad Católica Santo Toribio Mogrovejo escuela de posgrado investigación de tipo cuantitativo y diseño descriptivo-transversal con una población y muestra 46 trabajadores concluye que el 42% de enfermeras considera que existe un clima laboral medianamente favorable y una satisfacción en 35% que califica como medianamente satisfecho. Situación que fue comprobada de contracciones de hipótesis Chi cuadrado, determinado, que el clima laboral influye en la satisfacción de las enfermeras del centro quirúrgico se infiere que el clima laboral y la satisfacción laboral son pilares fundamentales en las organizaciones competitivas y que ambos están relacionados con el mismo trabajo que cumplan los integrantes de la empresa tanto para intereses propios como para intereses comunes, la cooperación y desarrollo que existe entre compañeros permitirá alcanzar el objetivo común del grupo y por ende sentir la satisfacción por haber alcanzado determinado logro, cualquier variación en estos, afectaría el ambiente de trabajo y forzosamente a los que lo integran.

Pérez (2014), en su tesis llamada “La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante campestre S.A.C -Chiclayo periodo Enero a Septiembre 2011 y 2012” realizada en Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo investigación de tipo descriptiva-analítica y un diseño de investigación no experimental – Longitudinal concluye: Que

la calidad en el servicio a los clientes se entiende como cumplir con los requisitos que tiene el cliente, ya que el satisfacerlos debe ser la parte fundamental de la filosofía de negocios y el enfoque central del plan estratégico de toda empresa, ya que el mejorar continuamente los productos y el servicio haciéndolos de calidad significa el elemento clave del éxito de las empresas; en la actualidad las empresas están en gran competencia por obtener el mayor número de clientes posibles ya que sin ellos no existiría la empresa, y ya no solo se preocupan por la calidad de los productos o servicio que prestan, sino también por la atención que deben brindarles para mantenerlos a gusto, cumpliendo con todas sus expectativas.

Hinojosa (2010) en su tesis “Clima Laboral” y Satisfacción Laboral de los profesores del colegio Sagrados Corazones Padres Franceses (Universidad de Lima)” para llegar a obtener el título de Licenciado en Administración de Empresas concluye que la satisfacción laboral es uno de los factores más importantes dentro del clima laboral, pues en la medida que un trabajador se sienta satisfecho en su puesto de trabajo, así será su entrega a este, contribuyendo al mejoramiento continuo de los servicios o tareas que se desarrollan en ese lugar; existe una relación directa entre clima laboral y satisfacción laboral. Esta relación aparece presente en los ítems interrelacionados entre estas dimensiones, es decir, la satisfacción laboral de los profesores está presente positivamente siempre y cuando el Clima Laboral tenga una construcción también positiva o adecuada; así mismo incidir en que es el clima el que influencia a la satisfacción, ya que esta es consecuencia de una situación, de una percepción, si bien es cierto que la propia satisfacción puede retroalimentar el propio clima laboral.

Cava (2011) en su tesis “El Clima Organizacional y el Desempeño Laboral del Personal Operativo de la empresa Danper Trujillo SAC 2010” para obtener el título de Licenciado en Administración concluye que el clima laboral influye directamente en el desempeño de los trabajadores operativos, dándose esto a mostrar negativamente en el accionar diario que realiza cada trabajador; las dimensiones más importantes que influyen en el clima laboral en la empresa Trujillo SAC son la motivación (incluyendo área salarial, beneficios y prestaciones) y la fomentación de desarrollo y promoción de los trabajadores.

Antecedentes Locales

Subauste (2013), en su tesis denomina “clima laboral en el área de atención al cliente de EMAPA Cañete-2013” desarrollada en la Universidad Católica de los Ángeles de Chimbote. Investigación de tipo básico descriptivo y un diseño de investigación no experimental-transversal llega a la conclusión: Que fomentar la buena conducta dentro de la organización ayudara a obtener un buen nivel del clima laboral. Nos enseña a evaluar los resultados obtenidos y mejorarlos día a día.

1.1.2. Fundamentación Científica

Clima Laboral

A. Definición

Para Gan y Triginé (2012) referente a clima laboral afirman que el clima laboral es un indicador fundamental de la vida de la empresa condicionando por múltiples cuestiones: desde las normas internas de funcionamiento, las condiciones ergonómicas del lugar de trabajo y equipamientos, pasando por actitudes de las personas que integran el equipo.

Se puede decir entonces que el clima laborar es muy importante dentro de la empresa ya en ella se reflejan las actitudes y comportamientos de las personas que están dentro de la empresa.

Palma (2012) afirma que el clima Laboral es definida como la percepción del trabajador con respecto a su ambiente laboral y en función a aspectos vinculados como posibilidades de realización personal, involucramiento con la tarea asignada, supervisión que recibe, acceso a la información relacionada con su trabajo en coordinación con sus demás compañeros y condiciones laborales que facilitan su tarea.

Cabe decir que el clima laboral guarda relación en la forma como el trabajador percibe el ambiente laboral y diferentes relaciones e información que tiene con sus compañeros de trabajo.

Palma (2004) aduce que los cinco factores que se determinaran el clima laboral son:

- a. Autorrealización
Apreciación del trabajador con respecto a las posibilidades que el medio laboral favorezca, el desarrollo personal y profesional contingente a la tarea y con perspectiva de futuro
- b. Involucramiento laboral
Identificación con los valores organizacionales y compromiso para con el cumplimiento y desarrollo de la organización
- c. Supervisión
Apreciaciones de funcionalidad y significación de superiores en la supervisión dentro de la actividad laboral en tanto relación de apoyo y orientación para las tareas que forman parte de su desempeño diario
- d. Comunicación
Percepción del grado de fluidez, celeridad, claridad, coherencia y precisión de la información relativa y pertinente al funcionamiento interno de la empresa como con la atención a usuarios y/o clientes de la misma
- e. Condiciones laborales
Reconocimiento de que la institución provee los elementos materiales, económicos y/o psicosociales necesarios para el cumplimiento de las tareas encomendadas

Los cinco factores mencionados anteriormente son muy importantes que existan dentro de una organización ya que gracias a ellos lograremos obtener información acerca de cómo es el clima laboral dentro de una organización en otras palabras ayudan a medir.

Para Baguer (2005) afirma que el clima laboral es el ambiente humano en el que desarrollan su actividad los trabajadores de una organización o las características del ambiente de trabajo que perciben los empleados y que influyen en su conducta. Se dice que existe un buen clima laboral cuando la persona trabaja en un entorno favorable (tiene sentimientos de bienestar y felicidad) y por tanto puede aportar sus conocimientos y habilidades. Puede haber departamentos o secciones en lo que el clima laboral sea bueno y las personas trabajen a gusto y otros donde el ambiente sea irrespirable

Por Baguer (2005) afirma que el análisis del clima laboral permite

- ✓ Descubrir las demandas legítimas de los trabajadores.
- ✓ Aclarar problemas que surgen muchas veces por malos entendidos o falta de información.
- ✓ Percibir de forma clara y directa la opinión de los trabajadores, en ocasiones la dirección tiene una opinión equivocada de lo que piensa los empleados. A veces la

dirección y los trabajadores viven empresas distintas, tienen apreciaciones diferentes.

- ✓ Quitarse el temor ante la opinión de los trabajadores y utilizar la información de forma positiva constructivamente.

El autor señala que el análisis del clima laboral dentro de la empresa permite descubrir demandas de los trabajadores aclarar malos entendidos y diversos problemas, así mismo permite percibir las opiniones de los de más de tal manera que los trabajadores no tengan temor de expresar sus opiniones.

B. Medición del clima laboral

Para Baguer (2005) la medición de clima laboral es una herramienta que facilita conocer los factores humanos y técnicos que influyen en la toma de decisiones. Sirve para detectar ciertos problemas emergentes dentro de las organizaciones.

Cabe decir que midiendo el clima laboral en las empresas u organizaciones descubriremos los distintos problemas que existe dentro de ella y así poder darle solución en un tiempo determinado y para bien de la empresa.

C. Selección de parámetros para evaluar el clima laboral

Baguer (2005) distingue algunos parámetros para evaluar el clima laboral las que se describirán a continuación.

- Satisfacción en el puesto de trabajo
- Trato personal y ambiente de trabajo
- Promoción
- Reconocimiento del trabajo
- Estructura adecuada de la organización
- Delegación del trabajo
- Formación
- Condiciones de trabajo y seguridad
- Calidad de liderazgo

D. Condiciones para que exista un buen clima laboral

Según Baguer (2001) para que exista un buen clima laboral se deben tener en cuenta los siguientes puntos.

- Calidad de liderazgo: Tiene que transmitir entusiasmo y crear buenas relaciones con el trabajo con honestidad, respeto y lealtad.
- Delegación de responsabilidades con metas realistas pero retadoras: Fomentara la iniciativa de la persona que asumirá riesgos y gestionara su propio trabajo para el cumplimiento de objetivos.
- Formación: Para ampliar el conocimiento y profesionalizar a la persona
- Comunicación hacia arriba hacia abajo: Para que los trabajadores estén informados de todo, para que puedan hacer sugerencias sin temor a represalias para compartir pensamientos.
- Recompensas justas: Brindar compensaciones o incentivos de acuerdo a la labor y a la iniciativa de los trabajadores.

- Evitar estrés: Trabajar con presión razonable.
- Claridad de metas: La persona debe saber las estrategias de la empresa a nivel general y a nivel departamental, lo que tiene que hacer y la relación que esta tiene con los objetivos de organización.
- Participación del empleado: Escuchando sus sugerencias y dando explicaciones cuando sus ideas no se utilicen.
- Espíritu de trabajo: Que proporcione sentimientos de pertenencia a la organización y de que el trabajo de cada persona va en la misma dirección hacia un objetivo común.

E. Cómo generar un buen clima laboral

Por su parte Alles (2013) afirma que las acciones que realiza una persona, por su propia iniciativa ayuda mejorar ámbito laboral y relación con su puesto de trabajo. También menciona que es determinante para un ambiente positivo nuestro comportamiento cordial con los jefes, compañeros y colaboradores, evitar rumores, siempre pedir las cosas por favor y no olvidar nunca dar las gracias, además de un ambiente físico de orden, limpieza y seguridad.

F. Dimensiones de clima laboral

Por su parte Méndez (2006) menciona algunas dimensiones de clima que existe en una determinada empresa cada una de estas dimensiones se relacionan con ciertas propiedades de la organización como:

a. Dimensiones de autonomía individual.

- Estructura: Aquí se encuentran involucrados la estructura y el tamaño de la organización, sus políticas, objetivos, deberes, normas, reglas y procedimientos que guían los comportamientos de las personas y le sirven de referente en el trabajo.
- Liderazgo: Se refiere al ejercicio del liderazgo y el impacto que tiene la persona que lo ejerce el propósito de conducir a otros para que alcancen sus metas, influenciando sus comportamientos en la organización.
- Responsabilidad: Determinada por el sentimiento de autonomía en el desempeño de trabajo y percepción que tienen las personas por participar en el proceso referido a tomar decisiones en su trabajo y resultados.
- Resultados y recompensa: El cumplimiento de los objetivos y metas propuestas por el desempeño eficiente del trabajo realizado en forma individual permite que los empleados reciban recompensas que motive al trabajador a trabajar mejor.
- Riesgo: La posibilidad que tiene un empleado de asumir riesgos y desafíos que aparecen en su trabajo con el propósito de cumplir las tareas y los objetivos propuestos.
- Relaciones: La calidad de relaciones interpersonales con el grupo de trabajo o de compañeros, así como con los supervisores o jefes, genera un ambiente

laboral satisfactorio que permite el desarrollo del trabajo.

- Cooperación: Las relaciones laborales se marcan en procesos de apoyo y colaboración entre compañeros y con el jefe cuando sea necesario hacerlo.
- Conflictos: Es posible que los grupos de trabajo se presenten diferencias de pensamientos y de actuar. Esto puede conducir a situaciones de conflicto en ese momento cada persona debe tener capacidad de manejar y encontrar solución a los mismos.
- Identidad: Cuando el empleado se siente y satisfecho en la organización, genera sentimiento de pertenencia.

b. Dimensiones Grado y estructura y su influencia en el cargo desempeñado

- Estructura: Los directivos de la organización, con el propósito de obtener mayor productividad en la gestión de los empleados definen comunican e informan sobre las normas, metas, objetivos, niveles de autoridad y cambios tecnológicos.
- Liderazgo: Sobre esta variable se identifican posiciones antagónicas por un lado hay autores que plantean que las relaciones con el líder son formales e impersonales que caracterizadas porque existe poca comunicación entre jefes y subordinados y excesivo rigor en los mecanismos de supervisión y control para que se cumpla las normas y objetivos de la organización.

- Estándares: El rendimiento que los líderes exigen a los empleados los obliga a trabajar duro, capacitarse, desarrollar habilidades y conocer la estructura.
- Control: Los empleados reciben supervisión y control sobre las tareas asignadas por parte de los directivos. Quienes exigen que se cumplan tal y como están determinadas.
- Resultados: El trabajo de las personas se orienta hacia la consecución de objetivos.

- Apoyo: Los directivos muestran preocupación por las personas y capacitan para que logren un mejor desempeño.

- Comunicación: La organización debe formalizar la comunicación, establecer canales que le permitan información oportuna y actualizada a los empleados sobre novedades o situaciones que afecte la estructura, resultados y tareas. De esta forma podrán desempeñar mejor su trabajo.
- Relaciones: La calidad de las relaciones interpersonales con compañeros de trabajo, así como los supervisores o jefes, propicia un ambiente positivo que apoya al desarrollo de un buen clima laboral.
- Obstáculos: El control exige que se realiza a través de la supervisión, unido a la escasa comunicación y poca calidad en las relaciones interpersonales con los

superiores, determina un ambiente de trabajo difícil, afectando el normal desempeño de los empleados.

c. Dimensiones orientación hacia la recompensa

Estas influyen y determinan el comportamiento de los individuos en la organización, así como su percepción del clima organizacional. En síntesis se identifican las siguientes variables.

- Estructura: los empleados conocen políticas procedimientos, normas y metas propuestas, además sus funciones responsabilidades.

- Decisiones: Hay relaciones directa entre el cargo desempeñado y la autonomía en las decisiones la mayor participación se da en el nivel directivo.

- Responsabilidad: Los empleados tienen conciencia de su participación en las decisiones y están en relación directa con el cargo ocupado y la tarea asignada.

- Apoyo y confianza: La calidad de las relaciones interpersonales manifiesta en la colaboración, ayuda y apoyo que los directivos y compañeros de trabajo proporciona un ambiente positivo y de confianza que permite obtener mejores resultados.

- Resultados y recompensa: Los beneficios, reconocimientos, retribuciones y recompensas que la organización otorga a sus empleados, tienen relación directa con los rendimientos y los resultados obtenidos.

- Riesgo impulso e innovación. Los empleados tienen autonomía para asumir riesgos cuando hacen cambios en su tarea y rendimientos además puede ser innovadores y dar aportes personales que influya en los resultados.

- Relaciones interpersonales: La calidad de las relaciones interpersonales se logra con procesos de comunicación efectivos y oportunos entre compañeros y jefes quienes pueden dar apoyo y colaboración para obtener resultados.

- Estándares. La organización asigna metas de rendimientos al desempeño de los empleados. Los cambios que se lleven a cabo en la tarea para incrementar la productividad y resultados podrán superar las metas asignadas.

d. Dimensiones consideración , entusiasmo y apoyo

Estructura: Se relaciona con la definición que la organización hace y con el conocimiento que los empleados tienen sobre las políticas, objetivo. Así mismo los directivos deben conocer los recursos de la organización y manejarlos eficientemente.

- Liderazgo: La acción del líder se manifiesta en la forma como asume el poder y toma de decisiones, guía, apoya, orienta el desempeño de los empleados. Se preocupa por las necesidades y utiliza recompensas de reconocimiento y /o sanciones a los resultados que produce el desempeño del empleado a cargo.

- Estándares: El entretenimientos y desarrollo de las habilidades del empleado es un factor importante para que son su trabajo cumpla los objetivos y las exigencias de rendimiento.

- Riesgo y responsabilidad: se expresa con los sentimientos de los empleados por asumir retos para crear e innovar en su trabajo, buscando resultados satisfactorios y reconocimiento.

- Resultados recompensas: Son los estímulos y el grado de motivación que la organización proporciona al esfuerzo de los empleados.

- Apoyo y confianza: Los procesos de colaboración y la calidad de las relaciones interpersonales propician un ambiente satisfactorio, donde entre las personas y confianza hacia la organización.

- Comunicación: La comunicación efectiva entre los empleados y los jefes facilitan mayor conocimiento de la organización. Mejores resultados y desempeño así como calidad en las relaciones interpersonales.

e. Dimensiones orientación hacia el desarrollo y promoción en el trabajo

Estas influyen y determinan el comportamiento de los individuos en la organización, así como su percepción del clima laboral. En síntesis se identifican las siguientes variables.

- Estructura: Existe calidad en la forma como los jefes determinan y comunican las políticas, procedimientos, objetivos organizacionales la definición de las tareas y el modo a realizarlas.
- Liderazgo: Los jefes se preocupa por las necesidades de los empleados, los guían lo apoyan, orientan y controlan en el desarrollo y cumplimientos de tareas.
- Estándares: Se manifiestan mediante indicadores que definen exigencias que el empleado tiene que cumplir con los resultados de su trabajo.
- Resultados y recompensas: En la organización operan de su previsión y control que sirven de referencia a los empleados en su desempeño y los

orienta para alcanzar resultados que les permita obtener reconocimientos y recompensa y motivación.

- Responsabilidad: La responsabilidad de los empleados no se limita al cumplimiento de las tareas asignadas, además, podrán hacer aportes personales y desarrollar iniciativa que los permita innovar en el trabajo y tener un buen clima laboral.
- Trabajo en equipo: Los procesos de cooperación en el que se manifiesta colaboración, compañerismo y amistad entre las personas.

G. Quien controla el clima laboral

Baguer (2005) afirma para que exista un buen clima laboral, o todo lo contrario, la alta dirección es la que se hace cargo de ello mediante un sistema de gestión, donde se encuentran entre otros temas, la política de personal, recursos humano, que se harán cargo de que el ambiente sea lo más óptimo posible o mejorarlo en caso de que no sea tan bueno.

Cada persona de la organización debe tener una autonomía individual, en el sentido de poder tomar sus propias decisiones, en definitiva, ser su “propio jefe”. Autonomía que hace sentirse lo suficientemente capaz y responsable para realizar su trabajo.

Los superiores deben de haber informado correctamente de cómo quieren que se realice el trabajo y los objetivos que tiene dicho puesto, así el grado de errores será menor ya que no tendremos que suponer nada de nuestro trabajo porque nos lo habrán definido y delimitado claramente.

El directivo debe proporcionar afecto, apoyo y tener consideración con sus subordinados. La supervisión por parte del directivo se caracteriza porque ha de ser competente. Si los subordinados se sienten apoyados por su superior la calidad del trabajo y la relación laboral será mucho mejor que si se respira tensión y miedo cada vez que se acerca un superior.

La recompensa que nos proporciona nuestro puesto de trabajo nos hace sentirnos encajados perfectamente con él. Cosas como el hecho de sentirse satisfecho, que exista la posibilidad de promoción, de logro, que haya beneficios el no verse estancado en algo monótono y que nada nos da a cambio ese trabajo, hace que la productividad y satisfacción personal aumenten.

Calidad de servicio

A. Calidad

Para Vértice (2008) se entiende por calidad el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que

guarda relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes (necesidades que no han sido atendidas por ninguna empresa pero son demandadas por el público) de los clientes.

El autor explica que la calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar, para satisfacer a sus clientes y superar sus expectativas.

B. El servicio

Para Vértice (2008) el servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera además del producto o del servicio básico como consecuencia del precio, la imagen, y la reputación del mismo. Para ofrecer un buen servicio hace falta algo más que amabilidad y gentileza, aunque estas condiciones son imprescindibles en la atención del cliente.

Vértice (2008) afirma que en cuestión de la calidad en el servicio hay que distinguir lo siguiente.

a. Servicio de productos

Cada empresa debe definir sus propiedades y optar por una política de servicio que apoye la comercialización de su producto, si una empresa opta por ejemplo en distinguirse por su “política de despreocupación” antes, durante y después de la venta, deberá asegurar a los clientes los servicios siguientes, la posibilidad de establecer un contacto telefónico con el interlocutor adecuado de la empresa, facilitar una documentación legible, ayudar a poner en marcha el producto, entregarlo rápidamente y facturar sin errores con textos claros y

minimizando los costos ,de manteniendo, averías ,reparaciones.

b. El servicio de productos tiene 2 componentes:

- El grado de despreocupación: Es decir, el comprador de un producto valora, además del precio y del rendimiento técnico del producto, lo que este va a costarle en tiempo, esfuerzo y dinero.
- Valor añadido para el cliente: El cliente examina también el valor que el proveedor añade al rendimiento técnico. Las empresas de alto rendimiento son aquellas que consiguen dar valor y satisfacción al cliente de forma óptima por ejemplo. Una persona puede comprar un ordenador en grandes almacenes y ocuparse de todo a cambio de pagar menos, o hacerlo en una tienda especializada, donde se encargan del transporte, instalación y preparación del equipo.

c. Servicio de los servicios

- Al contrario que los productos y servicios se caracterizan por su inmaterialidad, solo existen como experiencias vividas.
- La prestación que buscaba el cliente.
- La experiencia que vive en el momento que se hace uso del servicio.
- Cabe decir que estas características son parte de un servicio la que ayudan a que el cliente distinga si lo

que consume o presta supera o iguala sus expectativas.

Miranda, Chamorro y Rubio (2007) explican que hay factores que pueden influir en las expectativas del cliente podemos considerar:

- La comunicación boca a boca entre clientes: la información que trasmite un cliente antiguo a un potencial cliente sobre sus experiencias con un determinado servicio influirá en gran medida en la generación de nuevos clientes satisfechos o a la pérdida de otros clientes insatisfechos.
- Las expectativas anteriores con un mismo servicio: Determinaran la valoración que el cliente haga de dicho servicio.
- Comunicación externa, la empresa presta el servicio lanza al mercado diversos mensajes directos e indirectos sobre su servicio que pueden influir en las expectativas del cliente .Serian mensajes directos la publicidad en medios de comunicación, mientras que la apariencia de las oficinas y de los empleados de la organización serian mensajes indirectos.
- Las dimensiones de la calidad de un servicio son los factores que utilizan los consumidores para valorar la calidad de un servicio.

Para Miranda, Chamorro y Rubio (2007) las principales dimensiones o factores determinantes de la calidad de un buen servicio son las siguientes:

- a. Accesibilidad: Capacidad de la organización de ser accesible y facilitar el contacto con el cliente. Para ello se hace necesario que el personal en contacto con el cliente sea comunicativo. Para incrementar esta accesibilidad muchas empresas cuentan con líneas de atención al cliente durante las 24 horas del día.
- b. Capacidad de respuesta: La organización debe mostrar una clara disposición a atender y dar un buen servicio rápido, con su personal deseoso de agradar. Si la organización comete un error debe reaccionar en gran medida su reacción y muchas veces considerara el servicio como de mayor calidad que se da cuenta de que la empresa responde a su problema tratando de solventarlo.
- c. Comprensión: Esfuerzos por conocer al cliente y sus necesidades con una atención personalizada.
- d. Comunicación: La organización debe informar al cliente en un lenguaje claro y mostrar capacidad de escucharle, prestando atención a sus dudas y sugerencias. Para ello la organización debe adaptar su lenguaje distintos tipos de clientes incrementado el nivel de sofisticación con unos o hablando más sencillamente con otros.
- e. Cortesía: Consideración, respeto, y amabilidad del personal que trata al cliente. Un recepcionista antipático ara que un hotel pierda cliente, insatisfechos con el trato recibido, con independencia de las características del resto de comunidades que ofrezca el hotel.

- f. Credibilidad: Veracidad y honestidad en el servicio que provee, que permita que el cliente confíe en el personal con el que interactúa.
- g. Elementos tangibles: Apariencia de las instalaciones, oficinas, equipos personal y materiales de comunicación. Así, por ejemplo, la limpieza en los uniformes de los camareros de un restaurante causa una primera impresión fundamental de cara a la satisfacción de los clientes.
- h. Elementos Intangibles: Los recursos intangibles están basados, principalmente, en la información y el conocimiento, por lo que su identificación y cuantificación se hace difícil.
- i. Profesionalidad: Capacidad, conocimientos y experiencias necesarias para ejecutar el servicio. Así por ejemplo, el personal de atención al cliente debe contar con los conocimientos necesarios para dar una rápida respuesta al cliente con relación a su consulta.
- j. Seguridad: Inexistencia de peligro, riesgos o dudas .Por ejemplo, en la actualidad la política de confidencialidad de datos del cliente se vuelve fundamental para la satisfacción del mismo, dado los recientes casos de venta ilegal de este tipo de información.

- k. Expectativa: Se entiende por expectativa la esperanza que tiene un sujeto de un determinado producto o servicio satisfaga una necesidad económica, implicando correspondencia entre el deseo y la valencia.

C. Instrumentos de medición de calidad de servicio

Por su parte Miranda, Chamorro y Rubio (2007) aducen que la medida del servicio al cliente es una de las variables más importantes que las empresas tiene que gestionar, ya que no solo es ofrecer simplemente un precio bajo o una gran variedad del producto lo que induce al cliente a comprar, este valora en gran medida el servicio que acompaña a la compra o la manera en que lo ofrecen un determinado servicio. La satisfacción de un consumidor es el resultado de comparar las percepciones de lo que obtiene con las expectativas que tenía, si las percepciones son superiores o a lo menos son iguales a las expectativas de los consumidores se encontraran satisfechos, es decir el cliente considerara de calidad ese servicio, mientras que si las percepciones sean inferiores a las expectativas del consumidor se producirá insatisfacción y el servicio será considerado como de baja calidad. A esto se le denomina paradigma de la disconformidad, de forma que el cliente puede experimentar una disconformidad positiva. Cada organización debe elegir aquellos modelos de medición que resulten más apropiados atendiendo a criterios de

tiempo, de coste de oportunidad, facilidad etc. La mayoría de estos métodos precisan de información adecuada y real, casi en su totalidad procede de los clientes. La recogida de información se hará normalmente a través de cuestionarios, llamadas telefónica, entrevistas personales, buzones de sugerencia y quejas. etc. Ante la dificultad de identificar indicadores objetivos, la mayor parte de las organizaciones emplean indicadores subjetivos, por lo que este grupo de indicadores es el que mayor atención ha recibido en la literatura especializada. Continuación nos detendremos en el modelo subjetivo más utilizado para medir la calidad de servicio:

D. Gestión de la calidad total

Para Vértice (2008) la gestión de la calidad es un planeamiento organizativo que consiste en intentar mejorar constantemente la calidad en todos los procesos, productos y servicios de la organización. Como señalan algunos empresarios, la calidad es el mejor camino para poder escoger a los clientes, la mejor defensa contra la competencia extranjera y el único modo para apoyar el crecimiento y la rentabilidad.

Entonces la gestión de calidad es mejorar constantemente ya sea en el aspecto productivo, o también en la prestación de un servicio de esa manera podremos apoyar a la organización a que tenga mayor rentabilidad y por ende un crecimiento.

E. El cliente y su percepción del servicio

Para Vértice (2008) la mejor manera de tener beneficios es definir lo que demanda los consumidores y satisfacerlo, e intentar ser más efectivos que los competidores a la hora de crear y ofrecer valor a su mercado objetivo (clientela clave). El cliente es, por tanto, el punto de partida de una estrategia de servicio, el objetivo de una buena estrategia debe consistir en mantener a los actuales clientes y en atraer a los potenciales (que son aquellos que no son clientes de la empresa pero que podrían llegar a serlo). Es fundamental conocer y seguir de cerca las necesidades. Todas las empresas que se olvidan de este principio elemental están condenadas a desaparecer en un plazo más o menos corto. La motivación del cliente es lo que determina la calidad del servicio ya que es frecuente encontrar que las empresas intentan juzgar la motivación del cliente sin basarse en estudios de investigación y no se preocupan por las motivaciones reales de compra, solo se centran en los aspectos técnicos de los productos y en su rendimiento, estableciendo así políticas inadecuadas de la calidad de servicio.

Cabe decir que el cliente es un eje muy importante para una empresa, para poder diseñar estrategias de servicio y lograr satisfacerlo y así contar siempre con los mismos clientes y por ende atraer a los potenciales y para que

finalmente la percepción del cliente frente hacia nuestro servicio sea positivo.

La percepción de la calidad

Vértice (2008) afirma que la percepción de la calidad se percibe mediante:

a. Símbolos

Por su parte vértice (2008) en la percepción de la calidad influyen también los símbolos que rodean al producto. Todos los signos, verbales que acompañan, tienen un papel fundamental en este sentido mirar al cliente a la cara, cederle el paso, expresar con una sonrisa el placer que nos produce verlo, llamarlo por su nombre, son otras ventajas para ofrecer un servicio de calidad que tenga por objeto la conquista del cliente. Es importante reseñar que el concepto de calidad varía según las culturas ya que la calidad es un coeficiente: es el valor obtenido a cambio del precio pagado.

b. La información

Por su parte vértice (2008) puede modificar la percepción de la calidad. Si va a existir alguna deficiencia en el servicio prestado al cliente, la explicación que se proporciona al cliente puede que aminoren las críticas e influir positivamente en la percepción de la calidad.

c. Dificultades de gestionar la calidad de servicio

Por su parte Vértice (2008) afirma que existen las siguientes dificultades para gestionar la calidad de servicio y son:

Cuando más elementos incluye la prestación de un servicio, mayor el riesgo de error y mayor riesgo de insatisfacción del cliente.

La duración del contacto con el cliente influye directamente el riesgo de error. Cuando más larga es la transacción, más posibilidad de insatisfacción presenta.

La planificación de los servicios requiere un acoplamiento cuidadoso entre la producción y la demanda, y conseguir esto puede ser muy difícil.

Para gestionar y controlar la calidad del servicio, resulta fundamental separar los elementos del mismo que están fuera del alcance del cliente de aquellos que no lo están, puesto que se puede llegar a dominar la calidad de los primeros tratándolos de la mejor manera posible.

d. Costo de la calidad total y la falta de calidad

Por su parte Vértice (2008) en el área de los servicios, la mejora de la calidad ofrece escasas posibilidades de reducir costos, en cambio, los beneficios de no incurrir en errores son considerables.

Es mucho más costoso conseguir un cliente nuevo que mantener un cliente satisfecho así lo demuestran los desorbitantes presupuestos clientes y la necesidad de retenerlos. El gestor deberá comparar las inversiones preventivas con los costos derivados de los fallos internos y externos de la compañía, para lograr esto, hay que valorar el costo total de la calidad, las inversiones en la calidad suponen una enorme fuente de nuevas ventas estos beneficios se obtienen gracias a los siguientes puntos:

- La disminución de la tasa de insatisfacción.
- Al impacto positivo de la boca en boca.
- Y el aumento de la tasa de lealtad.

e. Propiedades de los servicios

Para Vergara (2010) cuando se analizan procesos de servicios encontramos que estos presentan una serie de características y propiedades entre las cuales podríamos mencionar.

- Servicios intangibles.
- Los servicios que se prestan por única vez.
- Los servicios que se producen y se consumen de forma simultánea.
- El proceso de prestación de servicio juega un papel importante para el cliente.
- Una vez prestado el servicio no se puede corregir.

- Para garantizar la calidad de prestación del servicio hay que planificar la prestación del servicio con bastante anterioridad.
- Deben establecerse responsabilidades concretas para satisfacer las características y expectativas del cliente.
- La prestación de servicio es muy personal, es decir, la calidad casi estas determinada por un servicio que se presta de manera personal.
- En la prestación del servicio es difícil la estandarización, por lo cual existen muchas posibilidades de cometer errores.
- La prestación de servicio se caracteriza por transacciones directas

f. Categorías de los servicios

Vergara (2010) afirma que existen los siguientes servicios más usados:

- Servicios educativos
- Servicios de hotelería
- Servicio de transporte
- Servicios bancarios servicios públicos
- Servicios de mantenimiento
- Servicios de restaurante
- Servicios de salud
- Servicios de turismo
- Servicios de seguridad
- Servicios de correos

- Servicios de comunicaciones
- Servicios gubernamentales
- Compañías de seguros

g. Perspectiva de la calidad en la atención al clientes

Según Pérez (2006) estos tres tipos de atributos se consideran los fundamentales que condicionan el nivel de satisfacción del cliente.

- Los clientes internos. Cada unidad, departamento o área es cliente y proveedora de servicios al mismo tiempo, garantizando que la calidad interna de los procesos de trabajo se refleje en la que reciben los clientes externos. De ahí cuando las personas de una organización solicitan un servicio, lo que están pidiendo es apoyo, colaboración o una buena disposición para que se les brinde lo que necesitan. En la mayoría de las empresas no se tiene en cuenta la opinión de los clientes interno, esto es, de sus trabajadores y para que la atención al cliente posea calidad hay que tener en cuenta a todos los empleados y verlos como el aspecto más importante.
- Cliente final. Es aquella persona que utilizara el producto o servicio adquirido la empresa y se espera que se sienta complacida y satisfecha. También se le denomina usuario final o beneficiario. Se corresponde con el cliente externo.

- El cliente intermedio. Es el distribuidor que hace posible que los productos o servicios que provee la empresa estén disponibles para el usuario final o beneficiario.
- El público objetivo. Es aquel que no se interesa de forma particular en el servicio o el producto de la empresa ofrece, pero al cual la empresa dirige su publicidad para captarle.
- El cliente potencial. Es aquel que muestra interés por los productos o servicios de la empresa, pero aún no se ha decidido a comprar o utilizar los servicios.

F. La importancia de la calidad de servicio

Vértice (2008) menciona que la calidad de servicio se ha convertido en un factor fundamental en la decisión de compra. Para ello hay varias razones, en todos los sectores, desde el turismo a la informática, desde banca a la industria del vidrio, la competencia cada vez es mayor y atrae al cliente mediante una diversidad de servicios que añaden valor al producto que se ofrece. Finalmente no se cabe destacar que la empresa con más éxito sea aquella que ofrezca mejor su servicio.

Finalmente cabe mencionar que la calidad de servicio es muy importante dentro de una empresa ya que será un

indicador que lo llevará al éxito y mantendrá sus clientes bien identificados con la empresa

1.2. Justificación de la Investigación

Justificación Teórica

Los resultados de la presente investigación servirán de material de consulta y fuente de referencia para investigadores que realicen estudios posteriores sobre la materia

Justificación Práctica

Esta investigación es necesaria para el propietario de la Empresa “Cruz del Norte S.A”, porque solucionara y resolverá problemas reales existentes en la empresa así mismo se propondrá recomendaciones la cual ayudara al desarrollo de la empresa estudiada para tener un mejor clima laboral y con esto proporcionar una buena calidad servicio al cliente

Justificación Metodológica:

Para la investigación se utilizó técnicas como el cuestionario el cual fue validado mediante el juicio de expertos y su procesamiento en software para medir el nivel de influencia del clima laboral sobre la calidad de servicio; así los resultados de la investigación mostraron la situación real en la que se encuentra la empresa y a la vez puede servir como referencia para futuros trabajos que tengan que ver con el tema de estudio.

1.3. Problema

¿De qué manera influye el clima laboral en la calidad de servicio de los colaboradores de la empresa de transporte Cruz del Norte S.A 2017?

1.4. Conceptuación y Operacionalización de variables

1.4.1. Marco Conceptual

Autorrealización: Es desarrollar todo nuestro potencial para convertirnos en todo lo que somos. Es llegar a ser uno mismo en plenitud.

Calidad de Servicio: Es el conjunto de posibilidades que tiene o espera el cliente al momento de recibir un servicio

Clima Laboral: Es el **medio** en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. La calidad de este clima influye directamente en la satisfacción de los trabajadores y por lo tanto en la **productividad empresarial**.

Comunicación: Es la actividad que consiste en intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir mensajes.

Condiciones laborales: Son cualquier aspecto del trabajo que pueden tener repercusiones para la salud de los trabajadores, incluyendo, además de los aspectos ambientales y los tecnológicos, las cuestiones de organización y ordenación del trabajo.

Expectativas: Es lo que se ve mas allá de lo que puedes ver, puede o no ser realidad

Involucramiento laboral: Es saber escuchar la voz del colaborador y hacerlo partícipe de la mejora del ambiente laboral o del propio trabajo

Motivación: Es la voluntad que estimula a hacer un esfuerzo con el propósito de alcanzar ciertas metas.

Supervisión: Vigilancia o dirección de la realización de una actividad determinada por parte de una persona con autoridad o capacidad para ello.

Valor agregado: El valor agregado es la característica extra que un producto o servicio ofrece con el propósito de generar mayor valor dentro de la percepción del consumidor

1.4.2. Operacionalización de Variables

Identificación de variables

Variable independiente: Clima Laboral

Variable dependiente: Calidad de Servicio

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSION	INDICADOR	ITEMS
CLIMA LABORAL	Es un medio donde se manifiestan las habilidades o problemas que los trabajadores tienen dentro de la empresa para aumentar o disminuir sus productividad Maish (2004)	PERSONAL "Es el conjunto de las personas que trabajan en un mismo organismo, empresa o entidad" Pereyra (2013)	AUTORREALIZACION	Existen oportunidades de progresar en la Organización.
				El jefe se interesa por el éxito de sus empleados.
		LABORAL "Es el aspecto que permite conocer las características y dar seguimiento a la evolución del trabajo" Lynch (2008)	SUPERVISION	El supervisor brinda apoyo para superar los obstáculos que se presentan
				En la empresa, se mejoran continuamente los métodos de trabajo
			INVOLUCRAMIENTO LABORAL	Se siente comprometido con el éxito de la empresa.
				Cada trabajador asegura sus niveles de logro en el trabajo.
		CONDICIONES LABORALES	Los compañeros de trabajo cooperan entre sí.	
			Los objetivos de trabajo son retadores	
		INTERACCION "Acción, relación o influencia recíproca entre dos o más personas o cosas". Maish (2004)	COMUNICACIÓN	Se cuenta con acceso a la información necesaria para cumplir con el trabajo.
				En mi area, la información fluye adecuadamente.

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSION	INDICADOR	ITEMS
CALIDAD DE SERVICIO	Es la calidad de servicio es el cumplimiento de los compromisos ofrecidos por las empresas hacia los clientes, medidos en tiempo (esperado por el cliente) y calidad (condiciones pactadas). Quijano (2004)	EXPECTATIVAS Es la percepción subjetiva sobre la probabilidad de que un determinado acto será seguido por un determinado resultado. Vroom (2010)	EXPECTATIVAS DESEADAS	El servicio de transporte que ofrece Cruz del Norte cumple con las expectativas deseadas requeridas por sus usuarios
				El precio por el servicio de transportes que ofrece Cruz del Norte se ajusta a las necesidades y expectativas de sus clientes
			EXPECTATIVAS DE CONFORT	Ofrece un servicio que cumple con las expectativas de confort hacia los clientes
			VALOR AGREGADO DEL SERVICIO	Cree que existe un valor agregado hacia los clientes
		EXPECTATIVAS CON RESPECTO AL SERVICIO Es el servicio que el cliente espera obtener	CORTESIA	Ofrece un trato amable y cortes a los usuarios
				Muestran respeto y asertividad frente a los usuarios
			SEGURIDAD	El personal de la empresa Cruz del Norte muestra un comportamiento confiable y seguro frente a sus usuarios
				El servicio de transportes que ofrece Cruz del Norte se muestre seguro frente a sus usuarios
		CAPACIDAD DE RESPUESTA	El personal se muestra dispuesto a responder las preguntas o críticas de los usuarios	
			Brinda rapidez al momento de prestar el servicio a sus usuarios	

1.5. Hipotesis

H1: El clima laboral influye significativamente en la calidad de servicio de los colaboradores de la empresa de transportes Cruz del Norte S.A Chimbote 2017

H0: El clima laboral no influye significativamente en la calidad de servicio de los colaboradores de la empresa de transportes Cruz del NorteS.A Chimbote 2017.

1.6. Objetivos

Objetivo General

Determinar si el clima laboral influye significativamente en la calidad de servicio de los colaboradores de la empresa Cruz del Norte S.A. Chimbote 2017.

Objetivos Especificos:

- ✓ Determinar el nivel de clima laboral de los colaboradores de la empresa Cruz del Norte S.A. Chimbote 2017.
- ✓ Determinar el nivel de calidad de servicio de los colaboradores de la empresa Cruz del Norte S.A. Chimbote 2017
- ✓ Determinar si el clima laboral influye significativamente en la calidad de servicio de los colaboradores de la empresa Cruz del Norte S.A. Chimbote 2017.

CAPITULO II: Metodología

2. Metodología

2.1. Tipo y Diseño de Investigación

a. Tipo de investigación

El tipo de investigación fue correlacional causal ya que permitió medir la relación de influencia que existe entre el clima laboral y la calidad de servicios de los trabajadores de la empresa de transportes Cruz del Norte S.A

b. Diseño de la Investigación

- De acuerdo al fin que persigue:

La investigación realizada fue de tipo aplicada.

- De acuerdo al diseño de contrastación:

La investigación fue de tipo transversal, correlacional causal, ya que se observó a una población en un momento dado para tratar entre las variables

- De acuerdo al diseño de experimento:

La investigación que se realizó fue no experimental, ya que no se manipularon las variables y de diseño Correlacional- Causal.



M: MUESTRA

O1: VARIABLE INDEPENDIENTE

O2: VARIABLE DEPENDIENTE

2.2. Población y Muestra

A. Población

Población 1: Estuvo constituida por 90 trabajadores de la empresa de transporte Cruz del Norte S.A

Población 2: Estuvo constituida por los 2100 clientes (promedio) de la empresa Cruz del Norte S.A

B. Muestra

Muestra 1: Estuvo constituida por el mismo número de trabajadores de Cruz del Norte S.A (90 trabajadores)

Muestra 2: Para determinar la muestra 2 se utilizó la siguiente fórmula para establecer el numero de clientes a encuestar.

$$\frac{N * Z^2 * p * q}{d^{2(N-1)} + Z^2 * p * q}$$

$$\frac{2100 * 3.8416 * 0.5 * 0.5}{0.0025 * 2099 * 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

325 *clientes*

2.3. Técnicas e instrumentos de Investigación

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
ENCUESTA	CUESTIONARIO

A. Técnicas:

La técnica que se utilizó en la investigación son las Encuestas, esta técnica se aplicó tanto a la muestra 1 (trabajadores de Cruz del Norte S.A) como también a la muestra 2 (clientes de Cruz del Norte).

B. Instrumentos:

Para la recopilación de la información, el instrumento que se utilizó fue el Cuestionario. El instrumento se validó mediante el juicio de expertos

2.4. Procedimiento y análisis de la información

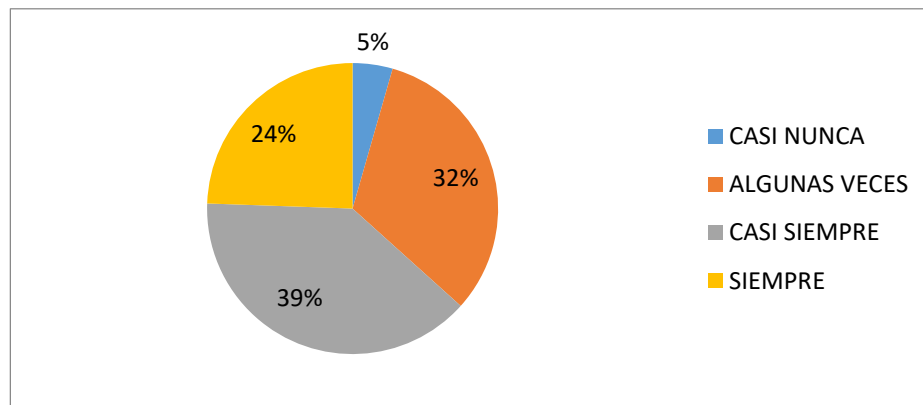
Se realizó mediante el procesamiento de los datos en la computadora aplicando el programa Microsoft Excel 2010, en el Excel se realizó el vaciado de los datos y se extrapolo al programa SPSS versión 21 en la cual se procedió a analizar los datos ingresados de la encuesta que se aplicó las muestras establecidas. Para determinar la relación entre las variables se recurrió a la técnica de análisis estadístico de Chi cuadrado

CAPITULO III: Resultados

Tabla 1: *Existen oportunidades de progresar en la Organización.*

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje%
CASI NUNCA	4	4.4
ALGUNAS VECES	29	32.2
CASI SIEMPRE	35	38.9
SIEMPRE	22	24.4
TOTAL	90	100.0

Fuente: Cuestionario



Fuente: Cuestionario

Figura 1: *Existen oportunidades de progresar en la Organización*

Interpretación: Según la encuesta realizada en la empresa de transporte Cruz

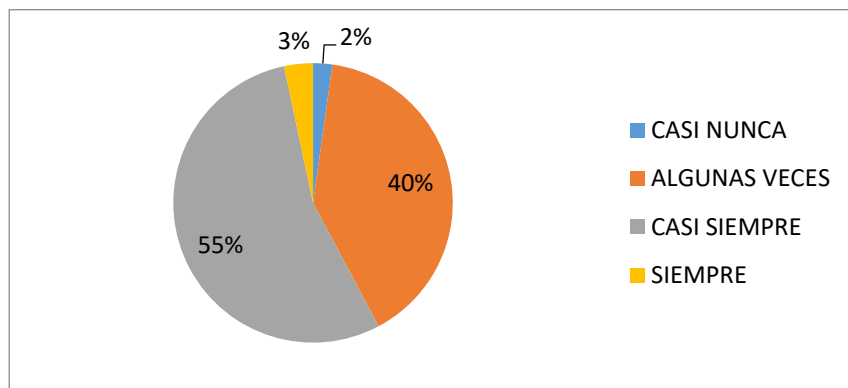
Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje%
CASI NUNCA	2	2.2
ALGUNAS VECES	36	40.0
CASI SIEMPRE	49	54.4
SIEMPRE	3	3.3
TOTAL	90	100.0

del Norte S.A se puede observar que el 39% del personal

considera que casi siempre existe oportunidad de progreso dentro de la empresa, el 32 % del personal considera que algunas veces existe oportunidad de progreso dentro de la empresa, el 24% considera que siempre existe oportunidad de progreso en la empresa por otro lado un porcentaje mínimo de 5% considera que casi nunca existe oportunidad de progreso dentro de la empresa.

Tabla 2: *El jefe se interesa por el éxito de sus empleados*

Fuente: Cuestionario



Fuente:
Cuestionario

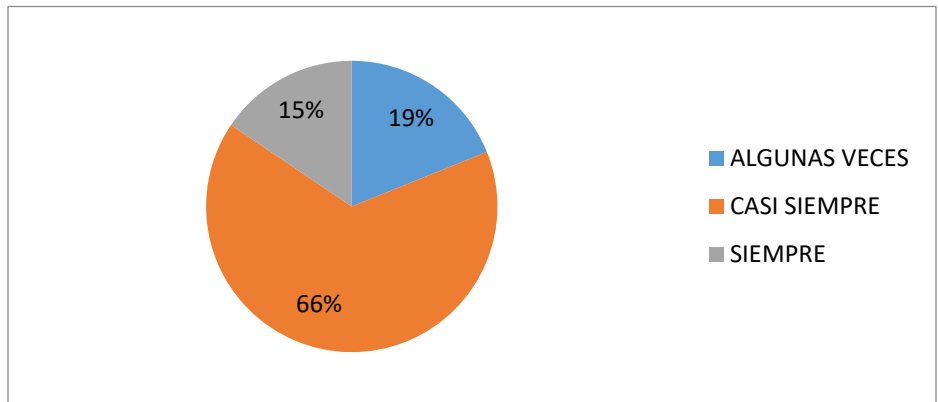
Figura 2: El jefe se interesa por el éxito de sus empleados

Interpretación: Según la encuesta realizada en la empresa de transporte Cruz del Norte S.A se puede observar que mas de la mitad del personal representado con un 55% considera que casi siempre existe interés por parte del jefe por el éxito de sus empleados, el 40% de los trabajadores considera que algunas veces el jefe muestra interés por el éxito de sus empleados y el 5% de los trabajadores considera que no existe un interés por parte del jefe por el éxito de sus trabajadores.

Tabla 3: El supervisor brinda apoyo para superar los obstáculos que se presentan.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje%
ALGUNAS VECES	17	18.9
CASI SIEMPRE	59	65.6
SIEMPRE	14	15.6
TOTAL	90	100.0

Fuente: Cuestionario



	SIEMPRE	5	5.6
TOTAL	90	100.0	

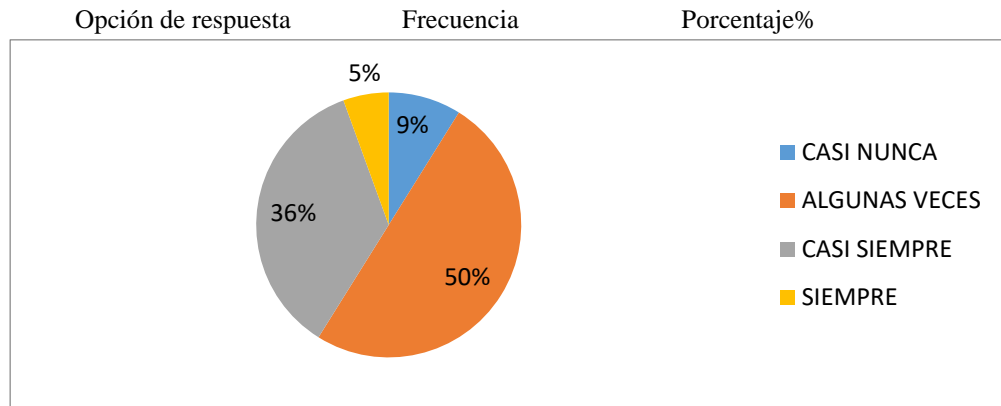
Fuente:
Cuestionario
Figura 3: Apoyo u

orientación por parte del supervisor

Interpretación: Según la encuesta realizada en la empresa de transporte Cruz del Norte S.A se puede observar que la mayoría del personal representado por el 66% considera que casi siempre cuenta con el apoyo u orientación por parte del supervisor mientras que el 19% y 15% del personal considera que algunas veces y siempre respectivamente se cuenta con el apoyo u orientación por parte del supervisor.

Tabla 4: *En la empresa, se mejoran continuamente los métodos de trabajo*

Fuente: Cuestionario



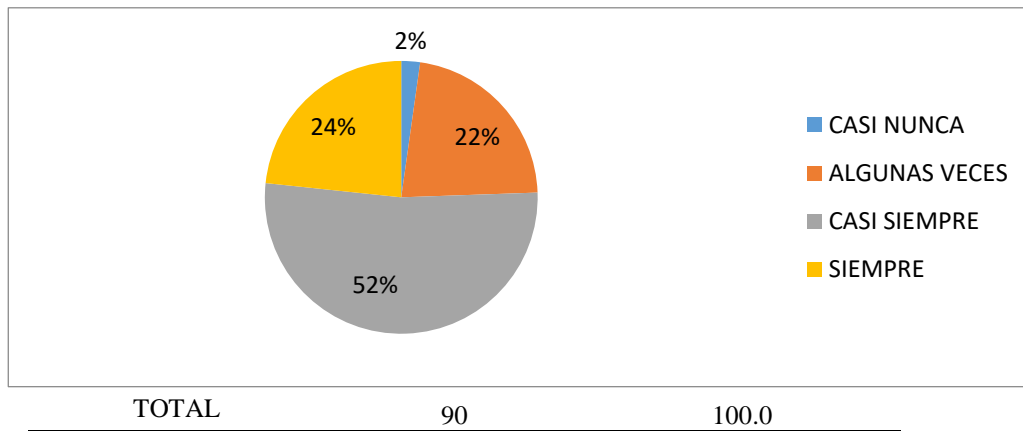
Fuente: Cuestionario

Figura 4: En la empresa, se mejoran continuamente los métodos de trabajo

Interpretación: Según la encuesta realizada en la empresa de transporte Cruz del Norte S.A se puede observar que la mitad del personal representado con un 50% considera que algunas veces existe una mejora continua en los métodos de trabajo, el 36% del persona cree que casi siempre existe una mejora continua en los métodos de trabajo, el 9% considera que casi nunca existe una mejora continua en los métodos de trabajo y el 5% considera que siempre existe una mejora continua en los métodos de trabajo.

Tabla 5: *Se siente comprometido con el éxito de la empresa*

Fuente: Cuestionario



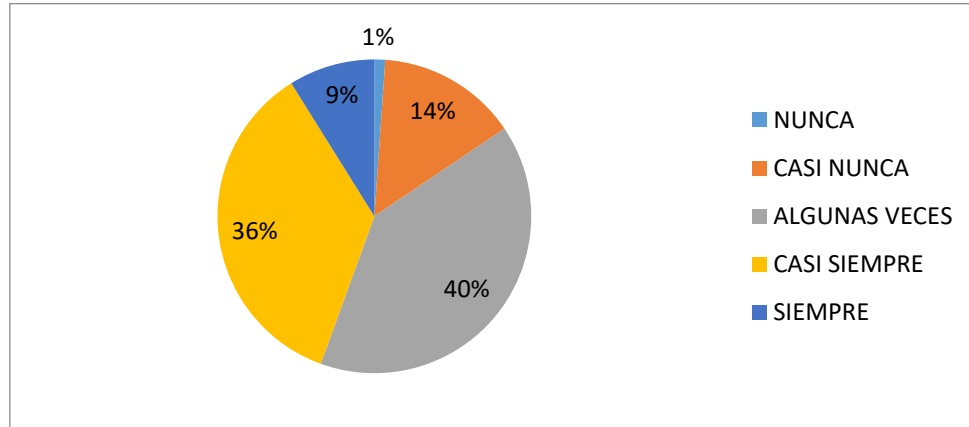
Fuente: Cuestionario

Figura 5: *Se siente comprometido con el éxito de la empresa*

Interpretación: Según la encuesta realizada en la empresa de transporte Cruz del Norte S.A se puede observar que en un porcentaje acumulado de 98% el personal muestra compromiso con el éxito de la empresa mientras que solo el 2% del personal casi nunca muestra compromiso por el éxito de la empresa

Tabla 6: *Cada trabajador asegura sus niveles de logro en el trabajo.*

Fuente: Cuestionario



Fuente: Cuestionario

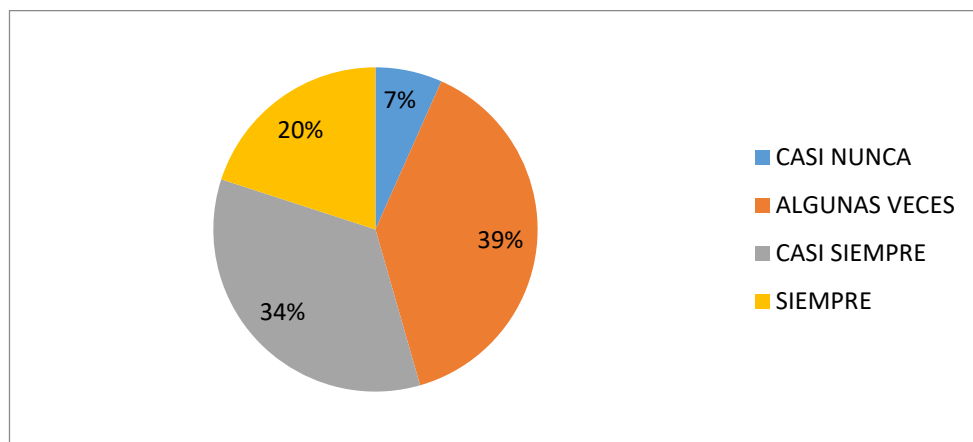
Figura 6: Cada trabajador asegura sus niveles de logro en el trabajo.

Interpretación: Según la encuesta realizada en la empresa de transporte Cruz del Norte S.A se puede observar que el 40% del personal considera que algunas veces cada trabajador asegura sus niveles de logro en la empresa, el 36% del personal considera que casi siempre que cada trabajador asegura sus niveles de logro en la empresa, el 14% considera que casi nunca cada trabajador asegura sus niveles de logro en la empresa, el 9% considera que siempre cada trabajador asegura sus niveles de logro en la empresa mientras que un porcentaje mínimo de 1% considera que nunca cada trabajador asegura sus niveles de logro en la empresa

Tabla 7: Existe un buen entorno laboral

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje%
CASI NUNCA	6	6.7
ALGUNAS VECES	35	38.9
CASI SIEMPRE	31	34.4
SIEMPRE	18	20.0
TOTAL	90	100.0

Fuente: Cuestionario



Fuente: Cuestionario

Figura 7: *Existe un buen entorno laboral*

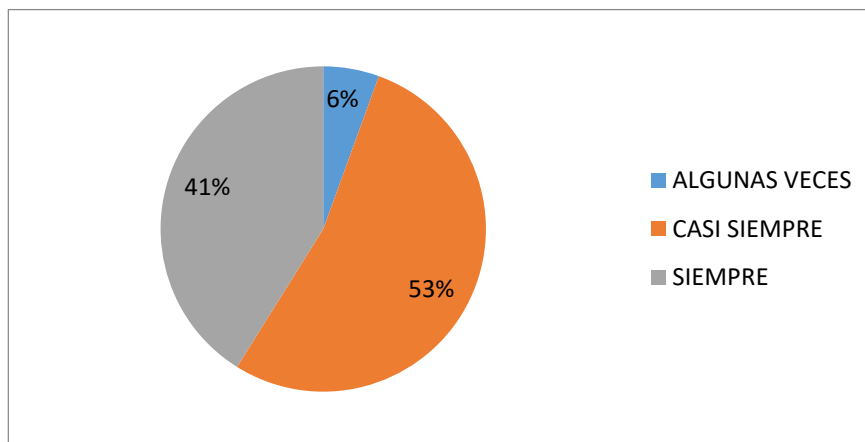
Interpretación: Según la encuesta realizada en la empresa de transporte Cruz del Norte S.A se puede observar que el 39% del personal considera que algunas veces existe un buen entorno laboral entre compañeros, el 34% considera que casi siempre existe un buen entorno laboral entre compañeros, el 20% del personal considera que siempre existe un buen entorno laboral entre compañeros y el 7% considera que casi nunca existe un buen entorno laboral entre compañeros para realizar el trabajo.

Tabla 8: *Los objetivos de trabajo son retadores*

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje%
ALGUNAS VECES	5	5.6
CASI SIEMPRE	48	53.3
SIEMPRE	37	41.1
TOTAL	90	100.0

Fuente:

Cuestionario



Fuente:

Cuestionario

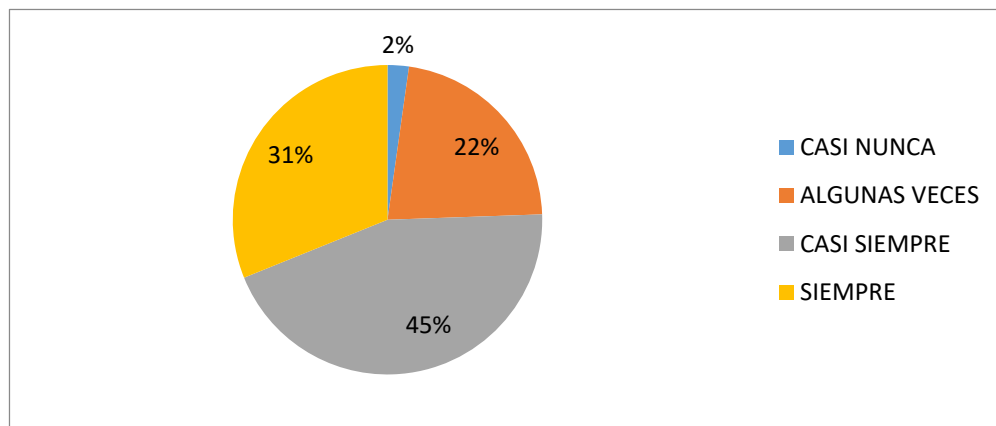
Figura 8: Los objetivos de trabajo son retadores

Interpretación: Según la encuesta realizada en la empresa de transporte Cruz del Norte S.A se puede observar que el 53% del personal considera que los objetivos que plantea la empresa son casi siempre retadores, el 41% del personal considera que los objetivos son siempre retadores y el 6% del personal considera que solo algunas veces los objetivos planteados por la empresa son retadores.

Tabla 9: *Se cuenta con acceso a la información necesaria para cumplir con el trabajo*

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje%
CASI NUNCA	2	2.2
ALGUNAS VECES	20	22.2
CASI SIEMPRE	40	44.4
SIEMPRE	28	31.1
TOTAL	90	100.0

Fuente: Cuestionario



Fuente: Cuestionario

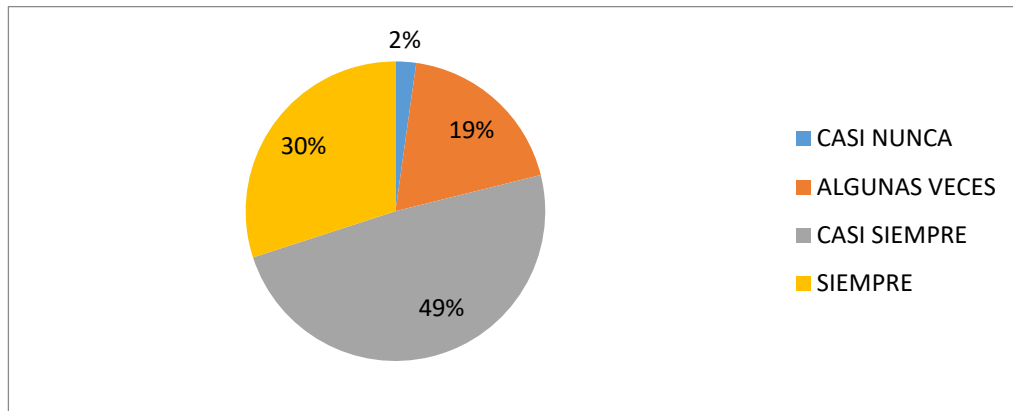
Figura 9: *Se cuenta con acceso a la información necesaria para cumplir con el trabajo*

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje%
CASI NUNCA	2	2.2
ALGUNAS VECES	17	18.9
CASI SIEMPRE	44	48.9
SIEMPRE	27	30.0
TOTAL	90	100.0

Interpretación: Según la encuesta realizada en la empresa de transporte Cruz del Norte S.A se puede observar que el 45% del personal considera que casi siempre existe acceso a la información necesaria para cumplir con el trabajo, el 31% de la población considera que siempre existe acceso a la información necesaria mientras que el 22% del personal cree que algunas veces se cuenta con el acceso a información necesaria para cumplir con su trabajo y solo el 2% cree que casi nunca existe acceso a la información necesaria para cumplir con el trabajo.

Tabla 10: *En mi área, la información fluye adecuadamente.*

Fuente: Cuestionario



Fuente: Cuestionario

Figura 10: *Fluidez adecuada de la información*

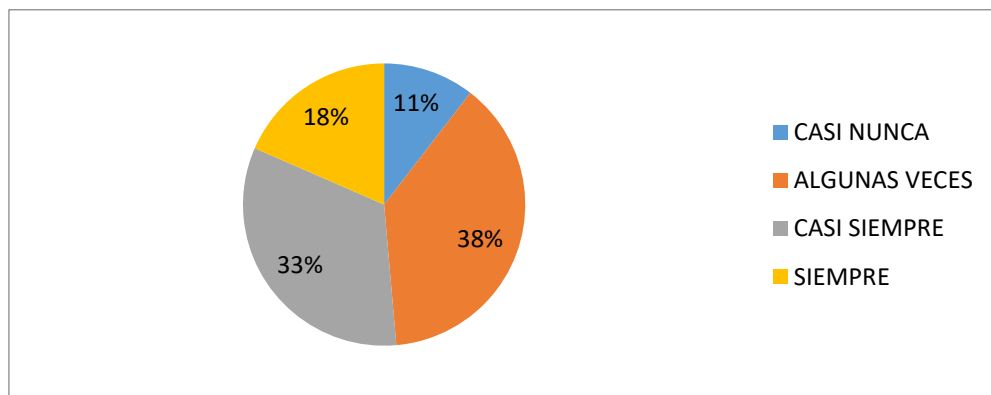
Interpretación: Según la encuesta realizada en la empresa de transporte Cruz del Norte S.A se puede observar que casi la mitad del personal del personal considera que casi siempre existe una adecuada fluidez de la información para poder cumplir con su trabajo, el 30% del personal considera que siempre existe fluidez adecuada de la información, el 19% del personal considera que alguna veces existe esta adecuada fluidez de la información mientras que un porcentaje mínimo del personal representado por el 2% considera que casi nunca existe fluidez adecuada de la información para cumplir con su trabajo.

Tabla 11: *El servicio de transporte que ofrece Cruz del Norte S.A. cumple con las expectativas deseadas requeridas por sus usuarios*

Opciones de respuesta	Frecuencia	Porcentaje%
CASI NUNCA	34	10.5
ALGUNAS VECES	124	38.2
CASI SIEMPRE	107	32.9
SIEMPRE	60	18.5
TOTAL	325	100.0

Fuente:

Cuestionario



Fuente: Cuestionario

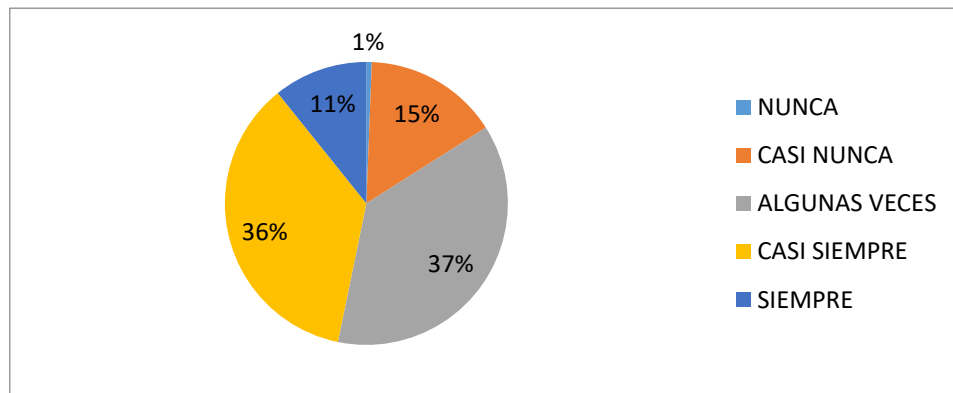
Figura 11: El servicio de transporte que ofrece Cruz del Norte S.A. cumple con las expectativas deseadas requeridas por sus usuarios

Interpretación: Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa de transporte Cruz del Norte S.A se puede observar que el 38% de los usuarios considera que algunas veces la empresa Cruz del Norte SA cumple con las expectativas requeridas por sus usuarios, el 33% de los usuarios considera que casi siempre la empresa Cruz del Norte S.A cumple con las expectativas requeridas por sus usuarios, el 18% de los usuarios considera que siempre se cumplen con dichas expectativas y el 11% de los usuarios considera que casi nunca se cumple con las expectativas requeridas.

Tabla 12: El precio por el servicio de transportes que ofrece Cruz del Norte S.A se ajusta a las necesidades y expectativas de sus clientes

Opciones de respuesta	Frecuencia	Porcentaje%
NUNCA	2	0.6
CASI NUNCA	50	15.4
ALGUNAS VECES	121	37.2
CASI SIEMPRE	117	36.0
SIEMPRE	35	10.8
TOTAL	325	100.0

Fuente: Cuestionario



Fuente: Cuestionario

Figura 12: El precio por el servicio de transportes que ofrece Cruz del Norte S.A se ajusta a las necesidades y expectativas de sus clientes

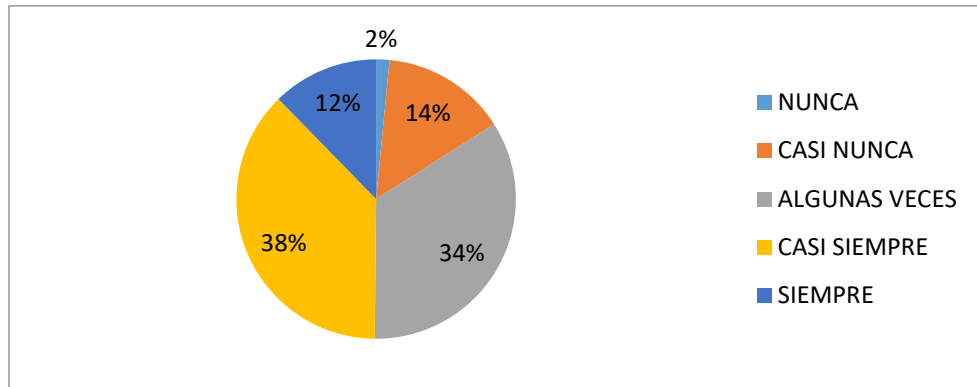
Interpretación: Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa de transporte Cruz del Norte S.A se puede observar que el 37% de los usuarios

Opciones de respuesta	Frecuencia	Porcentaje%
NUNCA	5	1.5
CASI NUNCA	47	14.5
ALGUNAS VECES	111	34.2
CASI SIEMPRE	122	37.5
SIEMPRE	40	12.3
TOTAL	325	100.0

considera algunas veces justo el precio por servicio que ofrece Cruz del Norte, el 36% de los usuarios considera que casi siempre es justo el precio por el servicio que ofrece Cruz Norte, el 15% de los usuarios considera que casi nunca que justo el precio por el servicio ofrecido mientras que el 11% de los usuarios considera siempre justo el precio y solo el 1% de los usuarios considera que nunca es justo el precio del servicio ofrecido por Cruz del Norte S.A.

Tabla 13: *El servicio que brinda la empresa de transportes Cruz del Norte S.A cumple con las expectativas de confort de los clientes*

Fuente: Cuestionario



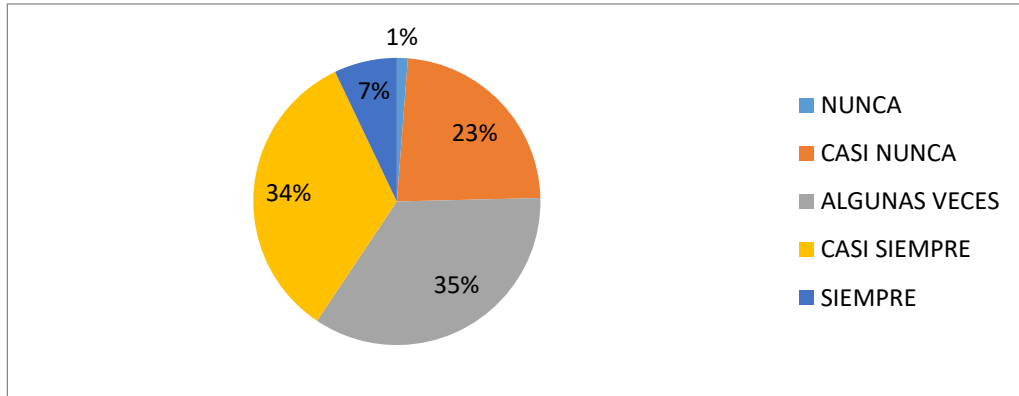
SIEMPRE	5	17.5	Fuente: Cuestionario
TOTAL	325	100.0	

Figura 3: El servicio que brinda la empresa de transportes Cruz del Norte S.A cumple con las expectativas de confort de los clientes

Interpretación: Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa de transporte Cruz del Norte S.A se puede observar que el 38% de los usuarios considera que casi siempre la empresa Cruz del Norte S.A cumple con las expectativas de confort requeridas, el 34% de los usuarios considera que algunas veces se cumple con las expectativas de confort requeridas, el 14% de los usuarios considera que casi nunca se cumple con las expectativas de confort, el 12% considera que siempre Cruz del Norte cumple con las expectativas de confort y solo el 2% considera que nunca Cruz del Norte cumple con las expectativas de Confort requeridas por los mismos usuarios.

Tabla 14: Existe un valor agregado en los servicios de Cruz del Norte S.A hacia sus clientes

Fuente: Cuestionario



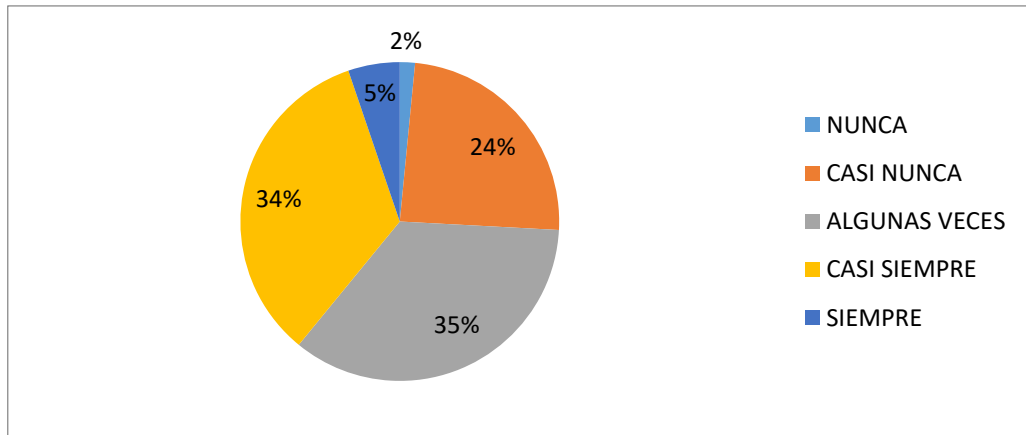
Fuente: Cuestionario

Figura 16: *El personal de Cruz del Norte muestra respeto y asertividad frente a sus usuarios*

Interpretación: Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa de transporte Cruz del Norte S.A se puede observar que el 35% de los usuarios considera que algunas veces existe respeto y asertividad por parte de la empresa hacia ellos, el 34% de los usuarios considera que casi siempre recibe respeto y asertividad por parte de la empresa, el 23% de los usuarios considera que casi nunca reciben respeto y asertividad por parte de la empresa, el 7% de los usuarios considera que siempre ha recibido un trato amable y asertivo por parte de la empresa y el 1% de los usuarios considera que nunca a recibido un trato amable y asertivo por parte de la empresa Cruz del Norte.

Tabla 17: *El personal de Cruz del Norte S.A muestra un comportamiento confiable y seguro frente a sus usuarios*

Fuente: Cuestionario



Fuente: Cuestionario

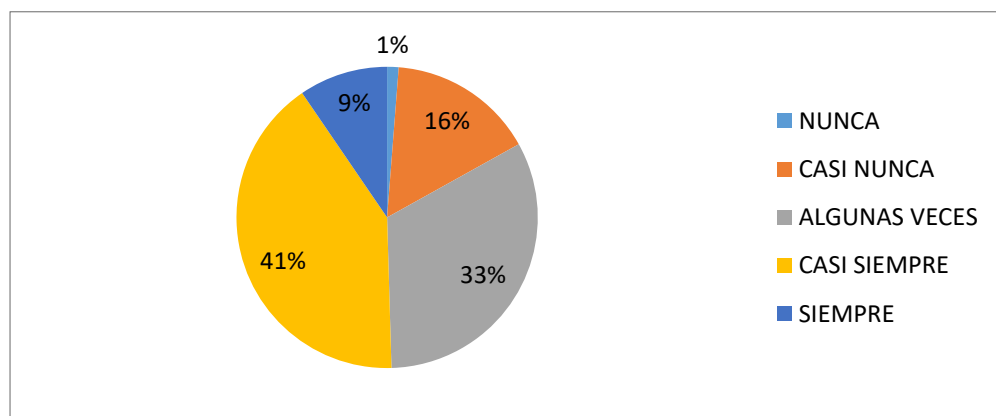
Figura 17: Comportamiento confiable y seguro hacia los usuarios

Interpretación: Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa de transporte Cruz del Norte S.A se puede observar que el 35% de los usuarios considera que algunas veces la empresa Cruz del Norte muestra un comportamiento confiable y seguro frente a sus usuarios, el 34% de los usuarios considera que casi siempre la empresa muestra un comportamiento confiable y seguro, el 24% de los usuarios considera que casi nunca la empresa muestra un comportamiento confiable y seguro, el 5% de los usuarios considera que siempre la empresa muestra un comportamiento confiable y seguro y el 2% de los usuarios consideran que nunca la empresa muestra un comportamiento confiable y seguro hacia los usuarios.

Tabla 18: El servicio de transportes que ofrece Cruz del Norte S.A se muestra seguro frente a sus usuarios

Opciones de respuesta	Frecuencia	Porcentaje%
NUNCA	4	1.2
CASI NUNCA	51	15.7
ALGUNAS VECES	106	32.6
CASI SIEMPRE	133	40.9
SIEMPRE	31	9.5
TOTAL	325	100.0

Fuente: Cuestionario



Fuente: Cuestionario

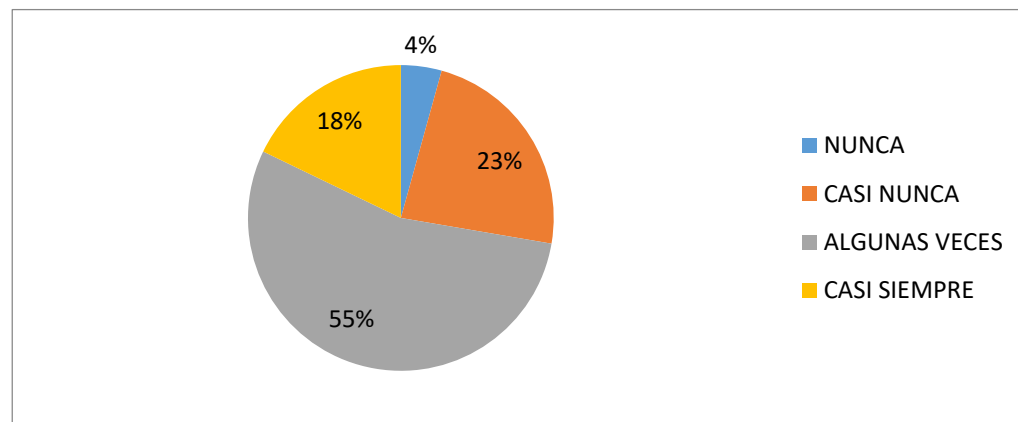
Figura 18: El servicio de transportes que ofrece Cruz del Norte S.A se muestra seguro frente a sus usuarios

Interpretación: Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa de transporte Cruz del Norte S.A se puede observar que el 41% de los usuarios considera que casi siempre la empresa Cruz del Norte ofrece seguridad a sus clientes, el 33% de los usuarios consideran que algunas veces existe seguridad por parte de la empresa Cruz Norte S.A, el 16% considera que casi nunca existe seguridad por parte de la empresa, el 9% de los usuarios considera que siempre existe seguridad por parte de la empresa hacia sus usuarios y el 1% considera que nunca existe seguridad por parte de la empresa para sus clientes.

Tabla 19: *El servicio de transportes que ofrece Cruz del Norte S.A siempre está dispuesto a responder sus preguntas o criticas frente a la empresa*

Opciones de respuesta	Frecuencia	Porcentaje%
NUNCA	14	4.3
CASI NUNCA	76	23.4
ALGUNAS VECES	177	54.5
CASI SIEMPRE	58	17.8
TOTAL	325	100.0

Fuente: Cuestionario



Fuente: Cuestionario

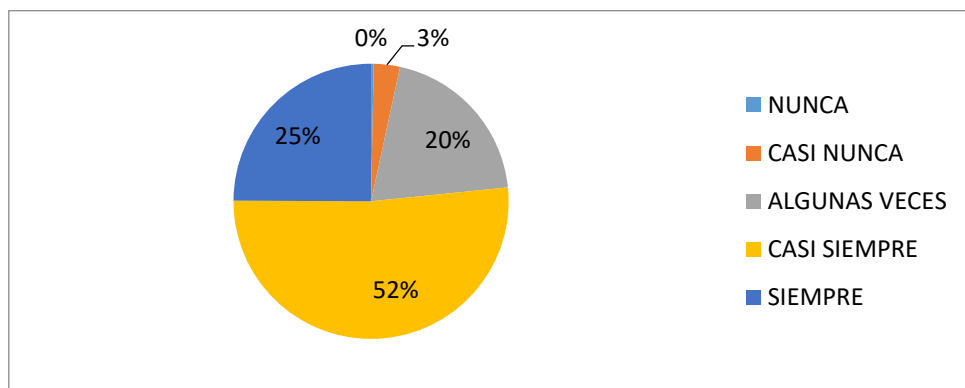
Figura 19: *El servicio de transportes que ofrece Cruz del Norte S.A siempre está dispuesto a responder sus preguntas o criticas frente a la empresa*

Interpretación: Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa de transporte Cruz del Norte S.A se puede observar que mas de la mitad de los usuarios representada con el 55% considera que la empresa muestra algunas veces disponibilidad de ofrecer respuesta a las preguntas o críticas de sus mismos usuarios, el 23% considera que casi nunca la empresa muestra dicha disponibilidad, el 18% de los usuarios considera que casi siempre la empresa muestra dicha disponibilidad, el 4% de los usuarios considera que nunca existe la disponibilidad de ofrecer respuesta a las preguntas o críticas de los usuarios.

Tabla 20: La empresa de transporte Cruz del Norte S.A brinda rapidez al momento de prestar el servicio a sus usuarios

Opciones de respuesta	Frecuencia	Porcentaje%
NUNCA	1	0.3
CASI NUNCA	10	3.1
ALGUNAS VECES	65	20.0
CASI SIEMPRE	168	51.7
SIEMPRE	81	24.9
TOTAL	325	100.0

Fuente: Cuestionario



Fuente: Cuestionario

Figura 10: La empresa de transporte Cruz del Norte S.A brinda rapidez al momento de prestar el servicio a sus usuarios

Interpretación: Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa de transporte Cruz del Norte S.A se puede observar que mas de la mitad de los usuarios representada con el 52% considera que casi siempre existe rapidez de atención hacia los usuarios, el 25% de los usuarios considera que siempre existe rapidez de atención, el 20% considera que algunas veces existe rapidez de atención y el 3% de los usuarios considera que casi nunca existe rapidez de atención hacia los usuarios.

Análisis estadísticos de los resultados

Se analizaron los datos en base a las hipótesis que se habían planteado, presentándose los valores, cálculos y la relación que existe entre la variable de clima laboral y calidad de servicio.

Para el análisis y tabulación se elaboraron tablas y figuras para cada una de las preguntas del cuestionario.

Con la finalidad de comprobar la existencia o no de relación entre las variables, se utilizó la prueba estadística del Chi cuadrado el cual nos indica que si (p) es menor que 0.05 ($p < 0.05$) entonces se afirma que la relación entre las variables es significativa. En caso de nuestro estudio el valor de probabilidad asociado al Chi cuadrado (p) es de 0.16 lo cual demuestra que no existe relación entre las variables, dejando de lado la hipótesis alternativa y tomando como respuesta la hipótesis nula planteada, porque 0.16 es mayor que alfa

Aplicando la técnica estadística Chi Cuadrado, nos permite inferir que no existe relación significativa entre las dos variables en estudio.

Haciendo un análisis de ello la causa puede deberse a otras variables las cuales pueden ser motivo de otra investigación

CAPITULO IV: Análisis y Discusión

En la relación al objetivo N° 01: Analizar el nivel de clima laboral de los colaboradores de la empresa Cruz del Norte S.A Chimbote 2017

1. Según la tabla y figura N° 07 de acuerdo al cuestionario aplicado en la empresa de transporte Cruz del Norte S.A muestra un porcentaje acumulado de 93% de trabajadores opina que existe cooperación entre compañeros

Al respecto Monteza (2012), infiere que el clima laboral y la satisfacción laboral son pilares fundamentales en las organizaciones competitivas y que ambos están relacionados con el mismo trabajo que cumplan los integrantes de la empresa tanto para intereses propios como para intereses comunes , la cooperación y desarrollo que existe entre compañeros permitirá alcanzar el objetivo común del grupo y por ende sentir la satisfacción por haber alcanzado determinado logro; cualquier variación en estos, afectaría el ambiente de trabajo y forzosamente a los que lo integran.

2. Según la tabla y figura N°02 de acuerdo al cuestionario aplicado en la empresa de transporte Cruz del Norte S.A muestra que un porcentaje acumulado de 98% el personal muestra compromiso con el éxito de la empresa

Al respecto Subauste (2013), llega a la conclusión que fomentar la buena conducta dentro de la organización ayudara a obtener un buen nivel del clima laboral enfatizando en el compromiso personal de cada trabajador para cumplir con objetivos planteados.

En relación al objetivo N°02: Analizar el Nivel de Calidad de servicio de los colaboradores de la empresa Cruz del Norte S.A Chimbote 2017

1. Según la tabla y figura N°11 de acuerdo al cuestionario aplicado a los usuarios de Cruz del Norte S.A muestra que en un porcentaje acumulado de 89% los usuarios consideran que las empresa cumple con las expectativas requeridas por los propios usuarios

Al respecto Lascurain (2012) infiere que la calidad en el servicio se ha convertido en una medida de satisfacción de las expectativas de los clientes. Alrededor del mundo, las compañías se han dado cuenta de que prestar atención a la calidad en el servicio que brinde resulta beneficioso para obtener mayor rentabilidad y crecimiento en el mercado por lo tanto, la calidad de servicio se ha convertido en un factor estratégico para las empresas para diferenciar sus productos y servicio de la competencia

2. Según la tabla y figura N° 14 de acuerdo al cuestionario aplicado a los clientes de la empresa de transporte Cruz del Norte S.A muestra que el 37% de los usuarios considera que casi nunca existe un valor agregado por parte del servicio que ofrece Cruz del Norte S.A

Al respecto Sandoval (2002) infiere que la ventaja competitiva que lleve a ser mejor a la empresa será implantar una estrategia para mejorar la calidad en el servicio ser diferente la distinguirá de los de más para saber dónde desea llegar ,también nos dice que el servicio como actividad y como producto siempre debe ser de la mejor calidad, aún más en el caso cuando se brinda como producto ,sin embargo cuando es parte de un producto no deja de ser trascendental a que el cliente compra donde lo atienden de manera eficiente y corté.

En relación al objetivo N° 03: Determinar si el clima laboral influye significativamente en la calidad de servicio de los colaboradores de la empresa Cruz del Norte S.A Chimbote 2017

1. Según la tabla y figura N° 06 de acuerdo al cuestionario aplicado en la empresa Cruz del norte acerca del nivel de logro de cada trabajador se mostró que el 40% del personal algunas veces asegura sus niveles de logro en la empresa

Al respecto Pereira (2014) infiere que el clima laboral incide en la calidad de servicio porque si existe armonía y respeto entre los colaboradores de una organización, la productividad va ser mas asequible y el entorno laboral en el que se desarrolle el trabajador va permitirle sentirse a gusto y realizar mejor sus funciones.

CAPITULO V: Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- En la presente investigación se llegó a analizar el Clima Laboral en la empresa de transporte Cruz del Norte S.A. Chimbote – 2017, determinando un buen nivel de clima laboral, ya que en un porcentaje acumulado del 93% de los colaboradores de la empresa de transporte Cruz del Norte S.A, consideran que existe un buen entorno laboral y finalmente un porcentaje acumulado de 98% del personal muestra compromiso con el éxito de la empresa.

Esta información obtenida por los trabajadores de la empresa determina que el clima laboral es adecuado porque tienen un buen ambiente de trabajo entre compañeros y jefes, generando en ellos el apoyo mutuo y sentirse identificados con la empresa compartiendo sus objetivos personales con los de la empresa.

- Se alcanzó analizar la Calidad de Servicio de la empresa de transporte Cruz del Norte S.A. Chimbote – 2017, determinando un nivel bajo de la calidad de servicio ya que un 38% de los usuarios encuestados de la empresa de transportes Cruz del Norte S.A. considera que solo algunas veces se cumple con las expectativas de confort que los propios clientes requieren, lo que significa que la calidad de servicio que ofrece Cruz del Norte presenta debilidades que tienen que ser resueltas para poder posicionarse mejor con respecto al nivel de satisfacción de sus propios usuarios
- Se determinó la relación del clima laboral y la Calidad de Servicio de la empresa de transporte Cruz del Norte S.A – 2017, se aplicó la técnica estadística Chi cuadrado donde el valor de probabilidad asociado (p) es de 0.16, lo que nos indica que no existe una relación directa entre las variables

de Clima Laboral y Calidad de Servicio. Por lo que aceptamos la hipótesis nula de la investigación: El Clima Laboral no influye en la Calidad de Servicio de la empresa de transporte Cruz del Norte S.A, Chimbote-2017. Al no existir relación entre las variables de Clima Laboral y Calidad de Servicio es muy probable que se deba a la influencia de otras variables que podrían estar afectando a la Calidad de Servicio tal como sociabilidad, comunicación clara y directa y conocimiento de cliente lo cual puede ser motivo para otro trabajo de investigación.

Recomendaciones

- Se recomienda a la empresa Cruz del Norte S.A, seguir con la misma disposición de brindar un entorno laboral adecuado donde siga prevaleciendo el compromiso con la empresa y así alcanzar los objetivos en común que se persiguen.
- Se recomienda a la empresa hacer una investigación que resuelva el motivo por el cual sus usuarios no consideran que se cumplen con sus expectativas en un nivel adecuado pudiendo resolver dicha insatisfacción por parte de sus clientes.
- Se recomienda hacer más investigaciones acerca de los posibles factores que generen una mayor relación con la calidad de servicio ya que no se encontró una relación directa entre Clima Laboral y Calidad de servicio.
- Al establecer los factores que generan una relación directa con la calidad de servicio que ofrece la empresa se recomienda plantear y ejecutar una estrategia que permita desarrollar dichas variables con el propósito de conseguir un adecuado nivel de aceptación por parte de sus usuarios.

Agradecimientos

A Dios

Por darme paciencia y perseverancia para cumplir mis propósitos y bendecirme siempre en mi vida.

A mi familia

Por el amor y apoyo incondicional en cada etapa de mi vida siempre estando a mi lado

A mis profesores

Por haberme enseñado y brindado todo el conocimiento necesario con su experiencia.

Referencias Bibliográficas

Alles, A. (2009). *“Cómo llevarme bien con mi jefe”*. Argentina. Ed. Granica

- Baguer, A. (2001) “*Cómo implementar con sencillez la gestión de los recursos humanos en la empresa.*” Universidad de Chile- Chile
- Baguer, A. (2005). “*Descubre de forma sencilla y practica los problemas graves de tu empresa sus vías de agua*”. España. Ed. Diaz de Santos
- Cava, H. (2011). *El clima Organizacional y el desempeño Laboral del Personal Operativo de la empresa Damper Trujillo SAC 2010*. Tesis de Licenciatura. Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo. Peru.
- Gan, F. y Trigine, F. (2012), *Clima laboral*. Huaraz. Ed. Diaz de Santos
- Hinojosa, M. (2010). *Clima Laboral y Satisfacción Laboral de los profesores del colegio. Sagrados Corazones Padres Franceses*. Tesis de Licenciatura. Universidad de Lima. Lima. Perú.
- Lascurain, A (2012). *Diagnóstico y propuesta de mejora de calidad de servicio de una empresa de unidades de energía eléctricas*. Tesis de Licenciatura. Universidad Iberoamericana de México. Monterrey. México
- Méndez, C. (2006). “*Clima organizacional en Colombia*” - Colombia. Ed. Universidad del Rosario.
- Miranda, F. Chamorro, A y Rubio, S. (2007) “*Introducción a la gestión de calidad*”- Madrid. Ed. Delta

- Monteza, E. (2012) *Influencia del Clima Laboral en la satisfaccion de las enfermeras del centro quirurgico del hospital Essalud. Chiclayo- 2010*. Tesis de Licenciatura. Universidad Catolica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo. Peru.
- Moya, J. (2001). *Modelo de Servicio de atencion al cliente con apoyo tecnologico*. Tesis de maestria. Universidad de Chile. Santiago de Chile. Chile
- Palma, S. (2004). *Escala Clima Laboral CL – SPC*. Manual. Lima
- Pereira, A. (2014). *Clima Laboral y calidad de Servicio*. Tesis de Bachiller. Universidad de Quetzaltemango. Mexico
- Perez, P. (2014). *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados economicos y financieros de la empresa restaurant campestre SAC*. Tesis de Bachiller. Universidad de Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo. Peru.
- Pérez, V. (2006).”*Calidad total en la atención al cliente*” - España.Ed IdeasPropias
- Sandoval, M. (2002). *La calidad en el servicio al cliente, una ventaja competitiva para las empresas*. Tesis de bachiller. Universidad tecnologica de Mixteca. Huajuapma de Leon. Mexico
- Subauste, E. (2013). *Clima Laboral en el área de atencion al cliente EMAPA Cañete 2013*. Tesis de Bachiller. Universidad los Ángeles de Chimbote. Chimbote. Perú.

Apéndices y anexos

Anexo 01: Cuestionario

**CUESTIONARIO PARA ANALIZAR EL CLIMA LABORAL DE LA EMPRESA
CRUZ DEL NORTE S.A CHIMBOTE**

Instrucciones: Emplee un lápiz o un bolígrafo para rellenar el cuestionario, al hacerlo piense en la alternativa que usted crea conveniente, marque con claridad la opción elegida con un aspa (X) o una cruz (+), se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible gracias.

ITMS	Nunca	Casi Nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
Existen oportunidades de progresar en la Organización.					
El jefe se interesa por el éxito de sus empleados					
El supervisor brinda apoyo para superar los obstáculos que se presentan.					
En la empresa, se mejoran continuamente los métodos de trabajo					
Se siente comprometido con el éxito de la empresa					
Cada trabajador asegura sus niveles de logro en el trabajo.					
Existe un buen entorno laboral					
Los objetivos de trabajo con retos					
Se cuenta con acceso a la información necesaria para cumplir con el trabajo					
En mi área, la información fluye adecuadamente					

**CUESTIONARIO PARA ANALIZAR LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA
CRUZ DEL NORTE S.A CHIMBOTE**

Instrucciones: Marcar con un aspa (x) la alternativa que usted crea conveniente, se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible

Género: Masculino () Femenino ()

Expectativas

1. ¿El servicio de transporte que ofrece Cruz del Norte S.A. cumple con las expectativas deseadas requeridas por sus usuarios?

Siempre casi siempre a veces Casi nunca Nunca

2. ¿El precio por el servicio de transportes que ofrece Cruz del Norte S.A se ajusta a las necesidades y expectativas de sus clientes?

Siempre casi siempre a veces Casi nunca Nunca

3. ¿El servicio que brinda la empresa de transportes Cruz del Norte S.A cumple con las expectativas de confort de los clientes?

Siempre casi siempre a veces Casi nunca Nunca

4. ¿Existe un valor agregado en los servicios de Cruz del Norte S.A hacia sus clientes?

Siempre casi siempre a veces Casi nunca Nunca

Cortesía

5. ¿Al momento de prestar, el servicio de la empresa de transporte Cruz del Norte, el personal brinda un trato amable y cortés?

Siempre casi siempre a veces Casi nunca Nunca

6. El personal de Cruz del Norte muestra respeto y asertividad frente a sus usuarios?

Siempre casi siempre a veces Casi nunca Nunca

Seguridad

7. ¿El personal de Cruz del Norte S.A muestra un comportamiento confiable y seguro frente a sus

Siempre casi siempre a veces Casi nunca Nunca
usuarios?

8. ¿El servicio de transportes que ofrece Cruz del Norte S.A se muestra seguro frente a sus usuarios?

Siempre casi siempre a veces Casi nunca Nunca

Capacidad de respuesta

9. ¿El servicio de transportes que ofrece Cruz del Norte S.A siempre está dispuesto a responder sus preguntas o críticas frente a la empresa?

Siempre casi siempre a veces Casi nunca Nunca

10. ¿La empresa de transporte Cruz del Norte S.A brinda rapidez al momento de prestar el servicio a sus usuarios?

Siempre casi siempre a veces Casi nunca Nunca

Anexo 02: Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA					
TITULO	PROBLEMA	HIPOTESIS	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICOS	METODOLOGIA
“CLIMA LABORAL Y CALIDAD DE SERVICIO DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA DE CRUZ DEL NORTE S.A. CHIMBOTE-2017”	¿De que manera influye el clima laboral y la calidad de servicio de los colaboradores de la empresa de transportes Cruz del Norte S.A Chimbote 2017?	El clima laboral influye positivamente en la calidad de servicio de los colaboradores de la empresa de transporte Cruz del Norte S.A Chimbote 2017	Determinar si el clima laboral influye positivamente en la calidad de servicio de los colaboradores de la empresa Cruz del Norte S.A. Chimbote 2017	<p>Analizar el clima laboral de los colaboradores de la empresa Cruz del Norte S.A. Chimbote 2017.</p> <p>Analizar la calidad de servicio de los colaboradores de la Cruz del Norte S.A. Chimbote 2017..</p> <p>Determinar la relación del clima laboral y la calidad de servicio de los colaboradores de la empresa Cruz del Norte S.A. Chimbote 2017.</p>	<p>❖ TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: TIPO: Correlacional. DISEÑO: No experimental - transversal.</p> <p>❖ POBLACIÓN - MUESTRA: POBLACIÓN 1 :90 trabajadores de la empresa Cruz del Norte POBLACION 2: Clientes de la empresa Cruz del Norte MUESTRA 1 : La muestra es de 90 personas que son los trabajadores de la empresa. MUESTRA 2: la conforman 325 clientes</p> <p>❖ TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN : TÉCNICAS: Encuestas. INSTRUMENTOS :Cuestionario.</p>

Anexo 03: Validación mediante el Juicio de Expertos



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADEMICO
ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento siguiente ENCUESTA PARA Determinar la Influencia del Clima Laboral en la Calidad de Servicio de los colaboradores de la empresa Cruz del Norte S.A. de la investigación TITULADA CLIMA LABORAL Y CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE CRUZ DEL NORTE S.A a evaluación del instrumento es de relevancia para validarla y lograr sea utilizado eficientemente en la investigación. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EXPERTO: Pablo Arnulfo Santos Díaz
 FORMACIÓN ACADÉMICA: Administración de Empresas
 AREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: William Ojeda, Ricardo Haskelberg, RICH
 TIEMPO: 26 años CARGO ACTUAL: Docente de la USP
 INSTITUCIÓN: Universidad San Pedro

Objetivo general: Determinar si el clima laboral influye positivamente en la calidad de servicio de los colaboradores de la empresa Cruz del Norte S.A. Chimbote 2017

Objetivo del juicio de expertos: Validar la encuesta

Objetivo de la prueba: Evaluar la encuesta y dar sugerencias

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda

CATEGORIA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- Los ítems no son suficientes para medir la dimensión - Los ítems miden algún aspecto de la dimensión pero no corresponden con la dimensión total - Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. - Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no es claro - El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. - Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. - El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no tiene relación lógica con la dimensión - El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. - El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. - El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión - El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. - El ítem es relativamente importante. - El ítem es muy importante en la investigación.

MATRIZ DE VALIDACION POR EXPERTOS

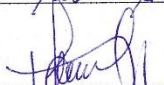
TITULO DE LA INVESTIGACION: "CLIMA LABORAL Y CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA CRUZ DEL NORTE S.A." CHIMBOTE, 2017

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA*	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (si debe modificarse un ítem por favor indique)
PERSONAL	Existen oportunidades de progresar en la Organización.	4	4	4	4	
	El jefe se interesa por el éxito de sus empleados.	4	4	4	4	
LABORAL	El supervisor brinda apoyo para superar los obstáculos que se presentan.	4	4	4	4	
	En la Organización, se mejoran continuamente los métodos de trabajo.	4	4	4	4	
	Se siente comprometido con el éxito de la Organización.	4	4	4	4	
	Cada trabajador asegura sus niveles de logro en el trabajo.	4	4	4	4	
	Los compañeros de trabajo cooperan entre sí.	4	4	4	4	
	Los objetivos de trabajo son retador	4	4	4	4	
INTERACTIVA	Se cuenta con acceso a la información necesaria para cumplir con el trabajo.	4	4	4	4	
	En mi oficina, la información fluye adecuadamente.	4	4	4	4	

	En mi oficina, la información fluye adecuadamente.	4	4	4	4	
EXPECTATIVAS	El servicio de transporte que ofrece Cruz del Norte S.A cumple con las expectativas deseadas requeridas por sus usuarios	4	4	4	4	
	El precio por el servicio de transportes que ofrece Cruz del Norte S.A se ajusta a las necesidades y expectativas de sus clientes	4	4	4	4	
	El servicio que brinda la empresa de transportes Cruz del Norte S.A cumple con las expectativas de confort de los clientes	4	4	4	4	
	Existe un valor agregado en los servicios de Cruz del Norte S.A hacia sus clientes	4	4	4	4	
	Al momento de prestar, el servicio de la empresa de transportes Cruz del Norte S.A los choferes les brindan un trato amable y cortés	4	4	4	4	
Expectativas respecto a la calidad del servicio	El personal de Cruz del Norte S.A muestra respeto y asertividad frente a sus usuarios	4	4	4	4	
	El personal de la empresa Cruz del Norte S.A muestra un comportamiento confiable y seguro frente a sus usuarios	4	4	4	4	
	El servicio de transportes que ofrece Cruz del Norte S.A se muestra seguro	4	4	4	4	

frente a sus usuarios					
El servicio de transportes que ofrece Cruz del Norte S.A siempre está dispuesto a responder sus preguntas o criticas frente a la empresa	4	4	4	4	
La empresa de transportes Cruz del Norte S.A brinda rapidez al momento de prestar el servicio a sus usuarios	4	4	4	4	

ASPECTO GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	<input checked="" type="checkbox"/>		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	<input checked="" type="checkbox"/>		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial	<input checked="" type="checkbox"/>		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	<input checked="" type="checkbox"/>		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada		<input checked="" type="checkbox"/>	
VALIDEZ			
APLICABLE	<input checked="" type="checkbox"/>	NO APLICABLE	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI NO
Validado por: <i>Gabriel Arnulfo Santos Díaz</i>			Fecha:
Firma: 	Teléfono: 943 643426	Email: <i>gabrito165333@hotmail.com</i>	



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADEMICO
ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento siguiente ENCUESTA PARA Determinar la Influencia del Clima Laboral en la Calidad de Servicio de los colaboradores de la empresa Cruz del Norte S.A. de la investigación TITULADA CLIMA LABORAL Y CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE CRUZ DEL NORTE S.A a evaluación del instrumento es de relevancia para validarla y lograr sea utilizado eficientemente en la investigación. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EXPERTO: FAUSTINO LUTAN BERNABE
FORMACIÓN ACADÉMICA: LIC. ADMINISTRACION
AREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: MARKETING, RECURSOS HUMANOS
TIEMPO: 20 AÑOS CARGO ACTUAL: GERENTE
INSTITUCIÓN: EMPRESA CONSORCIO SANTA FE S.A.C.

Objetivo general: Determinar si el clima laboral influye positivamente en la calidad de servicio de los colaboradores de la empresa Cruz del Norte S.A. Chimbote 2017

Objetivo del juicio de expertos: Validar la encuesta

Objetivo de la prueba: Evaluar la encuesta y dar sugerencias

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda

CATEGORIA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- Los ítems no son suficientes para medir la dimensión - Los ítems miden algún aspecto de la dimensión pero no corresponden con la dimensión total - Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. - Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no es claro - El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. - Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. - El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no tiene relación lógica con la dimensión - El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. - El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. - El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión - El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. - El ítem es relativamente importante. - El ítem es muy importante en la investigación.

MATRIZ DE VALIDACION POR EXPERTOS


TITULO DE LA INVESTIGACION: "CLIMA LABORAL Y CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA CRUZ DEL NORTE S.A." CHIMBOTE, 2017

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA*	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (si debe modificarse un ítem por favor indique)
PERSONAL	Existen oportunidades de progresar en la Organización.	4	4	4	4	
	El jefe se interesa por el éxito de sus empleados.	4	4	4	4	
LABORAL	El supervisor brinda apoyo para superar los obstáculos que se presentan.	4	4	4	4	
	En la Organización, se mejoran continuamente los métodos de trabajo.	4	4	4	4	
	Se siente comprometido con el éxito de la Organización.	4	4	4	4	
	Cada trabajador asegura sus niveles de logro en el trabajo.	4	4	4	4	
	Los compañeros de trabajo cooperan entre sí.	4	4	4	4	
	Los objetivos de trabajo son retador	4	4	4	4	
INTERACTIVA	Se cuenta con acceso a la información necesaria para cumplir con el trabajo.	4	4	4	4	
	En mi oficina, la información fluye adecuadamente.	4	4	4	4	

	En mi oficina, la información fluye adecuadamente.	4	4	4	4	
EXPECTATIVAS	El servicio de transporte que ofrece Cruz del Norte S.A cumple con las expectativas deseadas requeridas por sus usuarios	4	4	4	4	
	El precio por el servicio de transportes que ofrece Cruz del Norte S.A se ajusta a las necesidades y expectativas de sus clientes	4	4	4	4	
	El servicio que brinda la empresa de transportes Cruz del Norte S.A cumple con las expectativas de confort de los clientes	4	4	4	4	
	Existe un valor agregado en los servicios de Cruz del Norte S.A hacia sus clientes	4	4	4	4	
Expectativas respecto a la calidad del servicio	Al momento de prestar, el servicio de la empresa de transportes Cruz del Norte S.A los choferes les brindan un trato amable y cortés	4	4	4	4	
	El personal de Cruz del Norte S.A muestra respeto y asertividad frente a sus usuarios	4	4	4	4	
	El personal de la empresa Cruz del Norte S.A muestra un comportamiento confiable y seguro frente a sus usuarios	4	4	4	4	
	El servicio de transportes que ofrece Cruz del Norte S.A se muestra seguro	4	4	4	4	

	frente a sus usuarios	4	4	4	4	
	El servicio de transportes que ofrece Cruz del Norte S.A siempre está dispuesto a responder sus preguntas o criticas frente a la empresa	4	4	4	4	
	La empresa de transportes Cruz del Norte S.A brinda rapidez al momento de prestar el servicio a sus usuarios	4	4	4	4	

ASPECTO GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	X		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada		X	
VALIDEZ			
APLICABLE	<input checked="" type="checkbox"/>		NO APLICABLE
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			NO SI NO
Validado por: Lic. ADM. FAUSTINO LUJAN BERNABE			Fecha: 31/10/17
Firma: 	Teléfono: 994007407	Email: COSAFESAC@HOTMAIL.COM	