

# **UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
CONTABLES**

**CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**“CLIMA LABORAL Y CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA HONDA  
CREDI VARGAS, PUCALLPA, 2018”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**LINDALUZ PAOLA ESPINOZA DEL CASTILLO**

**MARIELA JESUS ISUIZA**

**JUANITA SADITH PANDURO VILLASIS**

**PUCALLPA – PERÚ**

**2020**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**COMISION DE GRADOS Y TITULOS**  
**"Año de la Universalización de Salud"**

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:**  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

Siendo las 8:00 am del día viernes 28 de Agosto del 2020, en los ambientes del Salón de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, en cumplimiento con lo señalado en los Artículos 17º y 18º del Reglamento de General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de segunda Especialidad Profesional, se reunió el jurado integrado por los docentes: **Dr. Manuel Rocha Gonzales (Presidente)**, **Dra. Leydi Perez Guimaraez (Miembro)**, y **Mg. Roger Lozano Ruiz (Miembro)**

Se realizó la Sustentación de la Tesis Titulada: **"Clima Laboral y Calidad del Servicio de la Empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018"**, por el/la/los Bachilleres en Ciencias Administrativas: **Lindaluz Paola Espinoza Del Castillo, Mariela Jesus Isuiza y Juanita Sadith Panduro Villasis**, y teniendo en cuenta:

Qué; según el Artículo 21º del Reglamento General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de Segunda Especialidad Profesional, que a la letra dice:

"La evaluación se hará de acuerdo a la siguiente escala de calificaciones:

- a) Sobresaliente con felicitación escrita y recomendaciones de publicación
- b) Aprobado por unanimidad y recomendación de publicación
- c) Aprobado por mayoría
- d) Desaprobado..."

El/la defensor(a) de la Tesis, ha obtenido la siguiente calificación;

Aprobado por unanimidad

Siendo las 9:30 am del mismo día, se dio por concluido el acto y luego de ser leído el acta, los miembros del Jurado Evaluador procedieron a suscribirlo.

[Signature]  
**Dr. Manuel Rocha Gonzales**  
Presidente

[Signature]  
**Dra. Leydi Perez Guimaraez**  
Miembro

[Signature]  
**Mg. Roger Lozano Ruiz**  
Miembro




[Signature]  
**Edgar Guizado Moscoso**  
Secretario Académico

## ACTA DE APROBACIÓN

La presente tesis fue aprobada por los miembros del jurado evaluador de la facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables de la Universidad Nacional de Ucayali como requisito para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Dr. Manuel Rocha Gonzales

  
.....  
Presidente


Dra. Leydi Pérez Guimaraes

  
.....  
Miembro

Mg. Roger Lozano Ruiz

  
.....  
Miembro

Dr. Limber Pinchi Fasanando

  
.....  
Asesor

Bach. Lindaluz Paola Espinoza Del Castillo

  
.....  
Tesisista

Bach. Mariela Jesús Isuiza

  
.....  
Tesisista

Bach. Juanita Sadith Panduro Villasis

  
.....  
Tesisista



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI  
VICERRECTORADO DE INVESTIGACION  
DIRECCION GENERAL DE PRODUCCION INTELECTUAL

**CONSTANCIA**  
**ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACION**  
**SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND**

**N°076-2020**

La Dirección General de Producción Intelectual, hace constar por la presente, que el Informe Final (Tesis), titulado:

**CLIMA LABORAL Y CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA HONDA CREDI VARGAS, PUCALLPA, 2018**

Cuyo autor (es) : ESPINOZA DEL CASTILLO, LINDALUZ PAOLA  
JESUS ISUIZA, MARIELA  
PANDURO VILLASIS, JUANITA SADITH

Facultad : CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
Escuela Profesional : ADMINISTRACIÓN  
Asesor : Dr. Pinchi Fasanando, Limber

Después de realizado el análisis correspondiente en el Sistema Antiplagio URKUND, dicho documento presenta un **porcentaje de similitud de 09%**.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentaje establecidos en el artículo 9 de la DIRECTIVA DE USO DEL SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND, el cual indica que no se debe superar el 10%. Se declara, que el trabajo de investigación: SI Contiene un porcentaje aceptable de similitud, por lo que SI se aprueba su originalidad.

En señal de conformidad y verificación se FIRMA Y SELLA la presente constancia.

**Fecha: 18/02/2020**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI  
DIRECCION GENERAL DE PRODUCCION INTELECTUAL  
DORA DINA PARÍ QUISPE  
Dirección General Prod. Intel

# AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

## REPOSITORIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

Yo, Lindoluz Pado Espinoza del Castillo

Autor de la TESIS titulada:

"Clima laboral y Calidad del servicio de la empresa HONDA CREDI UARGAS, PUCALLPA 2018"

Sustentada el año: 2020

Con la asesoría de: Dr. Limber Pinchi Tazanando

En la Facultad de: Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Carrera Profesional de: Administración

### Autorizo la publicación:

**PARCIAL**  Significa que se publicará en el repositorio institucional solo La caratula, la dedicatoria y el resumen de la tesis. Esta opción solo es válida marcar **si su tesis o documento presenta material patentable**, para ello deberá presentar el trámite de CATI y/o INDECOPI cuando se lo solicite la DGPI UNU.

**TOTAL**  Significa que todo el contenido de la tesis y/o documento será publicada en el repositorio institucional.

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali ([www.repositorio.unu.edu.pe](http://www.repositorio.unu.edu.pe)), bajo los siguientes términos:

**Primero:** Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali **licencia no exclusiva** para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

**Segundo:** Declaro que la **tesis es una creación de mi autoría** y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali y del Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 16 / 12 / 2020

Email: lindapaola.13@hotmail.com

Firma: 

Teléfono: 944861815

DNI: 48131030

# AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

## REPOSITORIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

Yo, MARIELA JESUS TSUZA

Autor de la TESIS titulada:

"CLIMA LABORAL Y CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA HONDA CREDI VARGAS, PUCALLPA 2018."

Sustentada el año: 2020

Con la asesoría de: DR. LIMBER PINLHI TASHANANDO

En la Facultad de: CIENCIAS ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Carrera Profesional de: ADMINISTRACION

### Autorizo la publicación:

**PARCIAL**  Significa que se publicará en el repositorio institucional solo La caratula, la dedicatoria y el resumen de la tesis. Esta opción solo es válida marcar **si su tesis o documento presenta material patentable**, para ello deberá presentar el trámite de CATI y/o INDECOPI cuando se lo solicite la DGPI UNU.

**TOTAL**  Significa que todo el contenido de la tesis y/o documento será publicada en el repositorio institucional.

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali ([www.repositorio.unu.edu.pe](http://www.repositorio.unu.edu.pe)), bajo los siguientes términos:

**Primero:** Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali **licencia no exclusiva** para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

**Segundo:** Declaro que la **tesis es una creación de mi autoría** y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali y del Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 16 / 12 / 2020

Email: ad-jesus-06@hotmail.com

Firma: 

Teléfono: 981696733

DNI: 48060406

# AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

REPOSITORIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

Yo, Juanita Sadith Panduro Villasis  
Autor de la TESIS titulada:  
"Clima Laboral y Calidad del Servicio de la empresa HONDA CREDI VARGAS, PUCALLPA, 2018"

Sustentada el año: 2020  
Con la asesoría de: Dr. Limber Pinchi Fasanando  
En la Facultad de: Ciencias Económicas, Administrativas y Contables  
Carrera Profesional de: Administración

## Autorizo la publicación:

**PARCIAL**  Significa que se publicará en el repositorio institucional solo La caratula, la dedicatoria y el resumen de la tesis. Esta opción solo es válida marcar **si su tesis o documento presenta material patentable**, para ello deberá presentar el trámite de CATI y/o INDECOPI cuando se lo solicite la DGPI UNU.

**TOTAL**  Significa que todo el contenido de la tesis y/o documento será publicada en el repositorio institucional.

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali ([www.repositorio.unu.edu.pe](http://www.repositorio.unu.edu.pe)), bajo los siguientes términos:

**Primero:** Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali **licencia no exclusiva** para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

**Segundo:** Declaro que la **tesis es una creación de mi autoría** y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali y del Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 16 / 12 / 2020

Email: juani\_1415@hotmail.com

Firma: 

Teléfono: 958838916

DNI: 70485446

## DEDICATORIA

A Dios por habernos dado sabiduría, y la fuerza para alcanzar nuestras metas académicas.

A nuestros queridos padres, por ser los promotores de este maravilloso sueño, gracias a ellos por confiar, y creer en nuestro proyecto profesional

A todos nuestros compañeros de clase, que, gracias a sus amistad y apoyo moral, contribuyeron a la culminación de nuestra carrera profesional.



## **AGRADECIMIENTO**

A los docentes que nos brindaron sus conocimientos y consejos para salir adelante día a día.

A nuestro asesor el Dr. Limber Pinchi Fasanando, por brindarnos su capacidad y experiencia para culminar la investigación.

A los directivos de la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, por haber aprobado la aplicación de nuestros instrumentos en sus instalaciones.

# ÍNDICE DEL CONTENIDO

	<b>Pag.</b>
DEDICATORIA.....	viii
AGRADECIMIENTO .....	ix
ÍNDICE DEL CONTENIDO.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN .....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
INTRODUCCIÓN .....	xviii
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	1
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA. ....	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.2.1. Problema General.....	5
1.2.2. Problemas Específicos.....	6
1.3. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS .....	6
1.3.1. Objetivo general.....	6
1.3.2. Objetivo específico.....	6
1.4. HIPÓTESIS.....	7
1.4.1. Hipótesis general.....	7
1.4.2. Hipótesis específica.....	7
1.5. VARIABLES .....	8
1.5.1. Definición conceptual.....	8
1.5.2. Definición Operacional.....	9

1.6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	10
1.7. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	11
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	12
2.1. ANTECEDENTES .....	12
2.1.1. Clima laboral.....	12
2.1.2. Calidad del servicio.....	14
2.2. BASES TÓRICAS .....	16
2.2.1. Clima laboral.....	16
2.2.2. Calidad del servicio.....	28
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS.....	39
2.3.1. Clima laboral.....	40
2.3.2. Calidad del servicio.....	42
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	45
3.1. MÉTODO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	45
3.1.1. Método.....	45
3.1.2. Diseño .....	45
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	46
3.2.1. Población.....	46
3.2.2. Muestra.....	47
3.3. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	48
3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	48
3.5. PROCESAMIENTO DE DATOS .....	48
3.6. PRESENTACIÓN DE DATOS .....	48
3.7. TRATAMIENTO DE DATOS.....	48
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	50

4.1. RESULTADOS EN TABLAS Y FIGURAS .....	50
4.2. CONSTRATACIÒN DE HIPÓTESIS.....	54
4.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	58
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	64
5.1. CONCLUSIONES .....	64
5.2. RECOMENDACIONES.....	66
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	69

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pag.</b>
<b>Tabla 1.</b> Operacionalización De Las Variables .....	10
<b>Tabla 2.</b> Nivel General Del Clima Laboral .....	50
<b>Tabla 3.</b> Nivel De Responsabilidad.....	51
<b>Tabla 4.</b> Nivel De Recompensa .....	51
<b>Tabla 5.</b> Nivel De Relaciones.....	52
<b>Tabla 6.</b> Nivel de identidad .....	53
<b>Tabla 7.</b> Nivel de calidad del servicio .....	54
<b>Tabla 8.</b> Correlación del clima laboral y calidad del servicio.....	55
<b>Tabla 9.</b> Correlación de la responsabilidad con calidad del servicio.....	56
<b>Tabla 10.</b> Correlación de la recompensa con la calidad del servicio .....	57
<b>Tabla 11.</b> Correlación de las relaciones con la calidad del servicio .....	57
<b>Tabla 12.</b> Correlación de la identidad con la calidad del servicio .....	58

## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
<b>Figura 1.</b> La trilogía de Juran .....	33
<b>Figura 2.</b> Estructura de causa efecto.....	35
<b>Figura 3.</b> Fórmula para calcular la muestra .....	47
<b>Figura 4.</b> Clima laboral .....	50
<b>Figura 5.</b> Responsabilidad .....	51
<b>Figura 6.</b> Recompensa .....	52
<b>Figura 7.</b> Relaciones .....	52
<b>Figura 8.</b> Identidad .....	53
<b>Figura 9.</b> Calidad del servicio .....	54

## ÍNDICE DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
<b>Anexo 1:</b> Instrumento 1 .....	76
<b>Anexo 2:</b> Instrumento 2 .....	81
<b>Anexo 3:</b> Matriz de consistencia.....	83

## RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue calificar la relación del clima laboral y la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018. Para cumplir tal propósito, se aplicó un cuestionario de 20 preguntas relacionadas con el clima laboral a 54 trabajadores, y de la misma forma, se aplicó otro cuestionario de 20 preguntas relacionadas a la calidad del servicio a 54 clientes. La hipótesis general señalaba que la relación del clima laboral y la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018, es directa y significativa. De acuerdo a los resultados, queda demostrado que existe relación directa y significativa entre el clima laboral y la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018. A nivel de hipótesis específicas, se comprobó que existe relación directa y significativa entre la responsabilidad, la recompensa, las relaciones, la identidad y la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.

**Palabras clave:** Responsabilidad, recompensa, accesibilidad, empatía.



## **ABSTRACT**

The objective of this research was to rate the relationship of the work environment and the quality of service at the Honda Credi Vargas company, Pucallpa, 2018. To accomplish this purpose, a questionnaire of 20 questions related to the work environment was applied to 54 workers, and in the same way, another questionnaire of 20 questions related to the quality of service was applied to 54 clients. The general hypothesis indicated that the relationship between the work environment and the quality of service in the Honda Credi Vargas company, Pucallpa, 2018, is direct and significant. According to the results, it is demonstrated that there is a direct and significant relationship between the work environment and the quality of service in the company Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018. At the level of specific hypotheses, it was proven that there is a direct and significant relationship between the responsibility, the reward, the relationships, the identity and the quality of the service in the company Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.

**Keywords:** Responsibility, reward, accessibility, empathy.

## INTRODUCCIÓN

Trabajar en un ambiente laboral agradable, repercute en la buena salud de los trabajadores y la productividad de la empresa. En la actualidad, muchos trabajadores prefieren un buen clima laboral que una mejora remunerativa. Esta condición requiere el cumplimiento de una serie de características: los espacios deben ser limpios y agradables, debe existir el respeto mutuo entre compañeros, el trabajador debe ser valorado, debe haber entendimiento y apoyo incondicional entre compañeros de trabajo. Estos son atributos muy importantes para que las empresas cumplan sus propósitos. Sin embargo, en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, sucede todo lo contrario, ya que la empresa cuenta con jefes autoritarios, no toman en cuenta la opinión de los subordinados, creen que lo saben todo, actitudes que ha generado una gran competitividad entre sucursales, cada uno lucha por tratar de sobresalir en este gran mercado de la competencia, acciones que afectan directamente a los clientes, ya que la empresa no puede brindar un servicio de calidad.

La empresa que brinda un buen servicio al cliente, asegura un cliente satisfecho, incrementa sus clientes, por consiguiente, logra los objetivos y el crecimiento de la empresa, indirectamente un cliente satisfecho se convierte en un vocero de la empresa, condición más que importante para que la empresa permanezca y continúe en el mercado. Algo que no coordina con lo que viene haciendo la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, los clientes a diario se enfrentan con una serie de trámites engorrosos, en la evaluación del crédito hay mucha demora, aunado a ello muchas veces la activación del producto no es la correcta, los técnicos no indican sobre el uso y manejo de las motos y

motocares, reflejándose prácticamente una mala calidad del servicio, lo que constituye una problemática generalizada tanto para la empresa, trabajadores y usuarios, bajo este contexto se desarrolló el trabajo de investigación.

El primer apartado esboza la situación problemática, traza el problema, los objetivos, las hipótesis, conceptualiza y operacionaliza las variables, justifica y resalta la importancia del estudio.

El segundo apartado expresa los antecedentes, las bases teóricas y finalmente la definición de las terminologías básicas de la investigación.

El tercer apartado, da a conocer la metodología, el tipo y diseño de la investigación, la población y muestra, explica la elaboración de instrumentos, de las técnicas de recojo, de procesamiento, de presentación y análisis de datos.

El cuarto apartado versa sobre los resultados y la discusión de la investigación.

El quinto apartado contiene las conclusiones, producto de los resultados y propone sugerencias en relación a las conclusiones.

Finalmente, la investigación muestra las bibliográficas empleadas durante la investigación.

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

De acuerdo a INFOBAE (2016), Al menos una de cada cinco empresas japonesas tiene empleados que trabajan excesivamente y ponen en riesgo su vida por problemas cardíacos y de agotamiento, que en ocasiones pueden provocar la muerte o llevar al suicidio, según un informe gubernamental sobre este fenómeno característico de la sociedad nipona. Japón registra cada año cientos de fallecimientos y numerosos problemas de salud graves, lo que desemboca en demandas judiciales y llamamientos a resolverlo. Aunque la imagen típica del japonés que trabaja muchas horas y toma el último tren para volver a casa está cambiando, lo cierto es que pasa más horas en su lugar de trabajo que sus homólogos en otras economías modernas. Según el informe, el 22,7 por ciento de las compañías japonesas, consultadas entre diciembre de 2015 y enero de 2016, declaró que sus empleados hacen más de 80 horas extras por mes.

Sin embargo, según Diario La República de Colombia (2018), Menos del 10% de trabajadores de América Latina considera que tiene un empleo ideal. De los 18 países de la región tomados en cuenta en el estudio 'Gallup 2016 Global Great', resaltan Panamá y Chile con este mismo índice situado en 13% y 10%. Gallup estableció que en el mundo cerca de 1.300 millones de personas tienen un buen trabajo y si bien en Colombia 17% de los trabajadores considera que tiene un buen puesto,

también es consciente de que no era lo que soñaba. Esto toma relevancia en la medida que el informe indica que hay muchos empleados con buenos puestos, pero no están comprometidos y eso influye en la productividad. Iván Jaramillo, Director del Observatorio Laboral de la Universidad del Rosario, indicó que en Colombia el problema es que “el esquema de garantías laborales que teóricamente está construido en el sistema normativo, no es suficientemente eficiente y ello ocasiona que la gente en su mayoría no se sienta contenta con el trabajo que está desempeñando.

Situación parecida viven los trabajadores en el Perú, según (Perú 21, 2018), El 86% de trabajadores renunciaría por un mal clima laboral. Todo trabajador espera encontrar un buen clima laboral para poder desempeñar sus funciones. El 86% de peruanos aseguró que estaría dispuesto a renunciar a su actual trabajo ante un mal entorno laboral, según la encuesta de Aptitus. También se mencionó que el 81% de los empleados consideran que el clima laboral es muy importante para su desempeño laboral y el 19% que este aspecto no influye en sus funciones. El 49% de los trabajadores manifestó que practican la meritocracia como forma de reconocimiento o premio a su desempeño. Por otro lado, el 64% reconoció sentirse valorado por su jefe directo y el 36% no sienten que su trabajo sea apreciado. En cuanto al factor más importante para aceptar un puesto de trabajo es la remuneración (27%), seguido por un buen clima o ambiente laboral (23%), contar con todos los beneficios de un trabajador formal (22%), opción de línea de carrera (19%) e incentivos como los horarios flexibles (9%).

Mientras tanto en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, pareciera que los trabajadores viven en un clima laboral favorable, sin embargo en esa convivencia rutinaria se encuentran con jefes autoritarios ya que no toman en cuenta las opiniones de los subordinados, creen que lo saben todo, generando un malestar en el seno de los trabajadores, también se observa que existe una gran competitividad entre las dos sucursales, cada uno lucha por tratar de sobresalir en este gran mercado de la competencia, pero finalmente esta competencia ha creado ciertos conflictos entre los trabajadores de cada sucursal, no se ponen de acuerdo en muchos temas, lo peor del caso estas acciones afectan directamente a los clientes, especialmente en la calidad del servicio, por este motivo también se evaluará esta variable, en los diferentes contextos.

Las quejas de los clientes son constantes en el mundo y en todas las actividades económicas, en España según EUROPA PRESS, MADRID, (2018), Los consumidores presentaron el año pasado 1,5 millones de reclamaciones contra compañías de electricidad y de gas, según datos difundidos por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). En concreto, 1,13 millones de las reclamaciones correspondieron al sector eléctrico y 369.000 al del gas, lo que supone una media de cuatro reclamaciones por cada 100 clientes de electricidad y cinco reclamaciones por cada 100 clientes de gas natural. Más de la mitad de las reclamaciones contra el sector eléctrico que presentaron los consumidores tuvieron que ver con discrepancias en la medida de los consumos y en la facturación y cobro. En el caso del sector gasista, el

45% de las que quejas estaban relacionadas con problemas en la medición del consumo y la facturación.

Situación parecida vive Ecuador, de acuerdo, a Zapata (2018), La queja sobre la calidad del servicio al cliente en Ecuador es recurrente. Expertos en el área indican que existe una carencia de estudios, cifras desactualizadas y falta de ejecución de protocolos en atención al cliente. Sin embargo, la academia -especializada en mercadotecnia- instruye a los estudiantes sobre análisis del comportamiento de los mercados y consumidores; inclusive existen investigaciones. Héctor Delgado, exgerente del Banco Del Bank, señala que las situaciones desagradables que enfrenta el cliente no se da en todos los sitios, pero reconoce que la mayoría presenta falencias; esto, por dos razones: no tener una buena cultura de servir al cliente y la falta de una enseñanza desde establecimientos educativos sobre la importancia de un usuario satisfecho. En cambio, para Lady Briones, subgerente de Marketing y Alianzas Estratégicas de Forthright Trade Solutions, manifiesta que las condiciones de trabajo y falta de incentivos conllevarían a estos comportamiento.

En lo que respecta al Perú, según Redaccion del Comercio (2018), Solo tres de cada cuatro empresas (75% en total) no se disculpan frente al consumidor peruano, teniendo pleno conocimiento del reclamo, según el estudio de Experiencia al Cliente de Ipsos Perú. "Desde la perspectiva de la compañía, una disculpa no es cara", señala Jean-François Damais, director global de investigación en experiencia del cliente de Ipsos. Por ese motivo, llama la atención que esta tendencia se replique a nivel

mundial. Necesitan priorizar la respuesta en el impacto potencial y entender los diferentes tipos de consumidores que tienen. Por ejemplo, en Latinoamérica son más fuertes en responder, más emocionales", explica. En esa misma línea, solo el 15% de los clientes dice haber sido informado de la solución a su problema. Además, por cada tres compañías que se enteran del reclamo, una decide no hacer nada. "Las compañías necesitan hacer más para encontrar las expectativas cuando los consumidores tienen un problema. Todavía no toman los intereses del consumidor tan en cuenta", acota.

Es lo que sucede en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, la típica de los vendedores utilizan todo su verbo fluido para convencer a un cliente y cerrar el negocio, pero estos se enfrentan con una serie de trámites engorrosos, en la evaluación del crédito hay mucha demora, aunado a ello muchas veces la activación del producto no es la correcta, los técnicos no le indican al cliente sobre el uso y manejo de las motos y motocar, no lo cambian el aceite, y ante las fallas detectadas por los clientes, regresan nuevamente a la tienda, estableciéndose prácticamente una mala calidad del servicio que puede ser muy perjudicial para la empresa, afectando directamente a los propietarios y a los trabajadores, es por ello en interés por realizar el presente trabajo de investigación.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.**

### **1.2.1. Problema General**

- ¿De qué manera se relaciona el clima laboral con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018?



### **1.2.2. Problemas Específicos**

- ¿De qué manera se relaciona la responsabilidad con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018?
- ¿De qué manera se relaciona la recompensa con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018?
- ¿De qué manera se relaciona las relaciones con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018?
- ¿De qué manera se relaciona la identidad con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018?

## **1.3. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS**

### **1.3.1. Objetivo General**

- Calificar de qué manera se relaciona el clima laboral con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Indicar el nivel de clima laboral de los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.
- Identificar el nivel de calidad de servicio de los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.

- Determinar de qué manera se relaciona la responsabilidad con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.
- Establecer de qué manera se relaciona la recompensa con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.
- Precisar de qué manera se relaciona las relaciones con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.
- Conocer de qué manera se relaciona la identidad con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.

## **1.4. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Hipótesis General**

- El clima laboral se relaciona de manera directa y significativa con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.

### **1.4.2. Hipótesis Específicos**

- La responsabilidad se relaciona de manera directa y significativa con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.

- La recompensa se relaciona de manera directa y significativa con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.
- Las relaciones se relacionan de manera directa y significativa con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.
- La identidad se relaciona de manera directa y significativa con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.

## **1.5. VARIABLES**

### **1.5.1. Definición conceptual**

#### **- Clima laboral**

Según Salon de innovacion y emprendimiento (2018), es el conjunto de cualidades, atributos o propiedades relativamente permanentes de un ambiente de trabajo concreto que son percibidas, experimentadas o sentidas por las personas que componen la organización y que influyen sobre la conducta de las mismas.

#### **- Calidad del servicio**

Según UpSociative (2015), es la percepción que el cliente tiene del mismo. Es una fijación mental del consumidor que asume conformidad

con un producto o servicio determinado, que sólo permanece hasta el punto de necesitar nuevas especificaciones.

### **1.5.2. Definición operacional**

#### **- Clima laboral**

Son los datos proporcionados por los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, sobre el clima laboral que practican, con preguntas referidas a la responsabilidad, recompensa, relaciones e identidad.

#### **- Calidad del servicio**

Son los datos proporcionados por los clientes de la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa sobre la calidad del servicio que reciben, con preguntas referidas a la confiabilidad, capacidad de respuesta, accesibilidad y empatía.

## 1.6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

**Tabla 1: Operacionalización de la variable**

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
Clima laboral	Responsabilidad	Libertad de los trabajadores
		Inspección
		Expectativas de la actividad laboral
		Deber con los resultados
	Recompensa	Premio
		Remuneración justa
		Incentivos no monetarios
	Relaciones	Respeto mutuo
		Colaboración permanente
		Cordialidad
	Identidad	Vínculo con la empresa
		Nivel de desempeño
Sentimiento de orgullo con la empresa		
Calidad del servicio	Confiabilidad	Precisión del servicio
		Seriedad del servicio
		Eficiencia del servicio
		Eficacia del servicio
	Capacidad de respuesta	Libre ejercicio para responder a las peticiones
		Rapidez
	Accesibilidad	Tiempo de acceso al servicio
		Duración de atención del servicio
		Medios para acceder al servicio
	Empatía	Obligación con el cliente
		Cortesía con el cliente
		Amabilidad con el cliente
Entendimiento al cliente		

## **1.7. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA**

### **1.7.1. Justificación teórica**

La investigación entrega una serie de teorías referidas al clima laboral y calidad del servicio, con el propósito de crear reflexión y debate en la comunidad académica, investigadora y empresarial, es importante indicar que el clima laboral repercute en el éxito o fracaso empresarial, por ello se hace imprescindible que los empresarios se nutran de los conocimientos teóricos del clima laboral y calidad del servicio, conocimiento que por cierto garantizará un mejor manejo y administración del comportamiento de sus trabajadores.

### **1.7.2. Justificación metodológica**

Para lograr los propósitos de la investigación se hizo uso de dos cuestionarios, el primero referido al clima laboral y el segundo a la calidad del servicio, resultados que fueron procesados en el programa Excel y el SPSSv25, a través de estas herramientas se pudo conocer la relación entre variables, en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa.

### **1.7.3. Justificación práctica**

La investigación entrega resultados muy relevantes a la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, y a través de ella a las diferentes organizaciones públicas y privadas, ya que tendrán la oportunidad de solucionar los problemas referidos al clima laboral y calidad del servicio que enfrentan sus empresas.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

##### **2.1.1. Clima laboral**

En una investigación sobre el clima laboral en los/as colaboradores/as del área administrativa del Hospital Regional de Cobán, A.V. Sierra (2014), concluye: Se estableció que el clima laboral del área administrativa del Hospital Regional de Cobán se encuentra favorable, por la incidencia de factores positivos encontrados. Sin embargo, se encontró todavía un tanto deficiente los factores de orientación a la calidad y la remuneración.

Simultáneamente, Pereira (2014), estudió el “clima laboral y servicio al cliente” (estudio realizado en hospitales privados de la Zona 9 de la ciudad de Quetzaltenango), concluyendo: los factores determinantes que se detectaron en el hospital objeto de investigación fueron remuneraciones, experiencia, armonía, comunicación, colaboración, seguridad e higiene, estos son factores que no les afecta de una manera negativa sino positiva.

Del mismo modo, Santamaria & Zaña (2015), estudiaron la percepción del clima laboral de los trabajadores de una entidad universitaria. 2015, concluyendo: En el involucramiento laboral, la percepción que sobresale en los trabajadores, es muy favorable con un

25.84% y favorable con un 40.45%. Por lo que, la menor percepción reside, como mediamente favorable con un 14.61%, desfavorable con un 8.99% y muy desfavorable con un 10.11%, contexto que amerita establecer programas de orientación y capacitación de inserción laboral, con el fin de ayudar a los trabajadores a identificar su proyecto personal, intereses y expectativas.

De igual manera, Albañil (2015), estudió el clima laboral y la participación en la Institución Educativa Enrique López Albújar de Piura, concluyendo: La evaluación global del clima en opinión de los docentes encuestados va de regular a bueno en la institución, no obstante no es del todo satisfactorio, dado que los factores relevantes del clima laboral como el reconocimiento que reciben por parte de la comunidad educativa de la institución es de tendencia entre regular a muy bajo así como el reconocimiento que reciben los profesores por parte del equipo directivo que va de regular a bajo.

De igual forma, Castro & Ramón (2017), estudiaron la influencia del clima laboral en el desempeño de funcionarios de negocios del segmento exclusivo de una Empresa Bancaria en Lima – 2016, concluyendo: se ha podido determinar la influencia del clima laboral en el desempeño de los funcionarios de negocios segmento exclusivo, y de esta forma afirmar que las dimensiones que tienen influencia directa son la supervisión y las condiciones laborales, y respecto al desempeño hemos podido determinar que una dimensión importante y que impacta mucho son las características propias de los funcionarios de negocios segmento exclusivo y el desempeño objetivo.



Finalmente, Vásquez (2017), investigó el clima laboral y su influencia en la productividad de los trabajadores administrativos de la Municipalidad Distrital de Ciudad Eten, 2016, concluyendo: el clima laboral influye positiva y directamente sobre la productividad de los servidores públicos de la Municipalidad Distrital de Ciudad Eten, como lo demuestra la correlación de Pearson, cuyo valor es de 0.681, aceptándose la hipótesis, dando respuesta a los objetivos trazados.

### **2.1.2. Calidad del Servicio**

En una investigación sobre evaluación de la calidad del servicio que ofrece la empresa comercial RC a sus clientes – Sucursal Chiclayo, Peña (2015), concluye: Las cinco dimensiones muestran que aún falta mucho para llegar a brindarse un adecuado servicio. Podemos decir que las dimensiones menos cubiertas son elementos tangibles y fiabilidad, a las cuales los clientes dan mucha importancia, por encontrarse las variables de infraestructura que es indispensable para la conservación del material, variedad en las medidas que los clientes requieren. Los clientes ven que el personal de la empresa no está correctamente uniformado (polos con color característico y logo de la empresa), lo cual puede ser algo subjetivo para la identificación de la marca en otros escenarios.

De igual modo, Olortegui (2016), estudió la Calidad de Servicios y Ventas en el área de atención al cliente en la veterinaria Pet's Family EIRL Chiclayo 2016, concluyendo: De acuerdo al coeficiente de

correlación de Pearson, existe una relación altamente significativa entre la calidad de servicio y las ventas de la veterinaria Pet's Family, debido a que los resultados estadísticos indican un coeficiente de .098.

Igualmente, Liza & Siancas (2016), estudiaron la Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016, concluyendo: Se logró medir la relación entre la satisfacción del cliente y la calidad del servicio bancario, concluyendo que es positiva con un valor de 38.6% para el caso de calidad percibida, según el Coeficiente Rho de Spearman. Esto implica que, considerando una escala de medición de 1 a 7, mayores niveles de percepción de calidad de servicio, son acompañados por mayores niveles de satisfacción del cliente.

De igual manera, CRUZ (2016), estudió la calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente del Restaurante La Huerta- Puno, Periodo 2015, concluyendo: A través del desarrollo de esta investigación, se reveló que el restaurante "La huerta", ofrece un servicio regular con respecto a calidad de servicio, atendiendo moderadamente las necesidades de sus clientes, debido a que se identificó la existencia de aspectos que inciden de manera desfavorablemente en el nivel de satisfacción de los clientes, como se dio de manera gradual en la dimensión de Capacidad de respuesta (2,93) y seguridad (2,79), relacionado a la prestación del servicio de forma rápida, eficiente y sobre todo con la habilidad de poder transmitir confianza hacia nuestros clientes.

Finalmente, Sánchez (2017), estudió la evaluación de la calidad de servicio al cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa, concluyendo: Se determinó que la brecha de insatisfacción promedio es de -0.17. En la cual la dimensión o variable con mayor insatisfacción corresponde a elementos tangibles (- 0.22), seguida por capacidad de respuesta (-0.21), empatía (-0.16), fiabilidad (-0.14) y confiabilidad (-0.13). Estos valores indican que en ninguna de las cinco variables o dimensiones se superan las expectativas de los clientes.

## **2.2. BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1. Clima laboral**

#### **- Teoría X y teoría Y de Mcgregor**

Citado por Gutiérrez (2017), "ningún extremo es adecuado para los procesos de producción de las empresas".

El autor de las Teorías X - Y, Douglas McGregor, es uno de los personajes más influyentes de todos los tiempos en gestión de recursos humanos. Sus enseñanzas tienen aún hoy bastante aplicación a pesar de haber soportado el peso de más de cuatro décadas de teorías y modelos gerenciales. McGregor en su obra *El lado humano de las organizaciones* (1960) describe dos formas de pensamiento en los directivos a las que denominó "Teoría X" y "Teoría Y". Son dos teorías contrapuestas de dirección; en la primera, los directivos consideran que los trabajadores sólo actúan bajo amenazas, y en la segunda, los

directivos se basan en el principio de que la gente quiere y necesita trabajar.

- **Teoría X**

Está basada en el antiguo modelo de amenazas y la presunción de mediocridad de las masas, se asume que los individuos tienen tendencia natural al ocio y que el trabajo es una forma de castigo, lo cual presenta dos necesidades urgentes para la organización: la supervisión y la motivación. Las premisas de la teoría X son:

- Los seres humanos promedio poseen disgusto inherente por el trabajo y lo evitarán tanto como sea posible, dada esta característica humana de disgusto por el trabajo, la mayoría de las personas debe ser obligadas, controladas, dirigidas y amenazadas con castigos para que desempeñen los esfuerzos necesarios para el cumplimiento de los objetivos organizacionales.
- Los seres humanos promedio prefieren que se les dirija, desean evitar toda responsabilidad, poseen una ambición limitada y, por encima de todo, ansían seguridad.

"Este comportamiento no es una consecuencia de la naturaleza del hombre. Más bien es una consecuencia de la naturaleza de las organizaciones industriales, de su filosofía, política y gestión" McGregor.

## - **Teoría Y**

Los directivos de la Teoría Y consideran que sus subordinados encuentran en su empleo una fuente de satisfacción y que se esforzarán siempre por lograr los mejores resultados para la organización, siendo así, las empresas deben liberar las aptitudes de sus trabajadores en favor de dichos resultados.

Los supuestos que fundamentan la Teoría Y son:

- La invención de esfuerzo físico y mental en el trabajo es tan natural como el juego o el descanso.
- El control externo y la amenaza de castigo no son los únicos medios para producir esfuerzo dirigido al cumplimiento de objetivos organizacionales. Las personas ejercen autodirección y autocontrol a favor de los objetivos con los que comprometen.
- El grado de compromiso con los objetivos están en proporción con la importancia de las recompensas asociadas con su cumplimiento.
- En las condiciones adecuadas, los seres humanos promedio aprenden no solo a aceptar responsabilidades, sino también a buscarlas.
- La capacidad de ejercer un grado relativamente alto de imaginación, ingenio y creatividad en la solución de problemas organizacionales se halla estrechamente distribuida en la población.

- En las condiciones de la vida industrial moderna, las potencialidades intelectuales de los seres humanos promedio se utilizan solo parcialmente.

- **Teoría sobre Clima Laboral de Rensis Likert**

Citado por CASANA (2015), La teoría de Clima Laboral de Likert establece que el comportamiento asumido por los subordinados, dependen directamente del comportamiento administrativo y las condiciones organizacionales que los mismos perciben, por lo tanto, la reacción estará determinada por la percepción. Para este autor, existen algunos factores que influyen en la percepción del clima organizacional como: los parámetros ligados al contexto, a la tecnología y a la estructura del sistema organizacional, la posición jerárquica que ocupa dentro de la organización y el salario que gana, la personalidad, actitudes, nivel de satisfacción y la percepción que tienen los subordinados y superiores del clima organizacional. Asimismo, establece tres tipos de variables que definen las características propias de una organización y que influye en la percepción individual del clima, las cuales son:

- Variables Causales: definidas como variables independientes, las cuales están orientadas a indicar el sentido en el que una organización evoluciona y obtiene resultados. Comprende la estructura organizativa y administrativa como las reglas, decisiones, competencias y las actitudes.

- Variables Intermedias: orientadas a medir el estado interno de la empresa, reflejado en aspectos tales como motivación, rendimiento, comunicación y toma de decisiones. Estas variables revistan gran importancia ya que son las que constituyen los procesos organizacionales.
- Variables Finales: surgen como resultado del efecto de las variables causales y las intermedias referidas con anterioridad. Están orientadas a establecer los resultados obtenidos por la organización tales como: productividad, niveles de costos, calidad y utilidades.

La interacción de estas variables trae como consecuencia la determinación de dos (2) grandes tipos de clima organizacional, así como de cuatro (4) sistemas:

- Clima Autoritario: conformado por el sistema I, el cual es Autoritario- Explotador y el sistema II, que es Autoritario – Paternalista.
- Clima Autoritario – Explotador: se caracteriza porque la dirección no posee confianza en sus empleados, percibiéndose temor, castigos, amenazas, ocasionalmente recompensas, la satisfacción de las necesidades permanece en niveles psicológicos y de seguridad y la interacción entre los superiores y subordinados es casi nula. Las decisiones y objetivos se toman únicamente por alta gerencia. En este tipo de clima se presenta un ambiente estable y aleatorio en el que la

comunicación de la dirección con sus empleados no existe más que en forma de directrices e instrucciones específicas.

- **Clima Autoritario – Paternalista:** en este tipo de clima la dirección tiene confianza condescendiente en sus empleados, como la de un amo con su siervo. La mayor parte de las decisiones se toman en la cima, pero algunas se toman en los escalones inferiores. Bajo este tipo de Clima, la dirección juega mucho con las necesidades sociales de sus empleados que tienen, sin embargo da la impresión de trabajar dentro de un ambiente estable y estructurado.
  
- **Clima Participativo:** conformado por el sistema III, el cual es Consultivo y el sistema IV, que es el de Participación en grupo.  
**Clima Consultivo:** se caracteriza por la confianza que tienen los superiores en sus subordinados. Se permite a los empleados a tomar decisiones específicas, y se satisfacen necesidades de prestigio y autoestima, utilizándose recompensas y castigos sólo ocasionalmente. La comunicación es descendente. Hay interacción moderada de tipo superior – subordinada, y a veces un alto grado de confianza. El control se delega de arriba hacia abajo con un sentimiento de responsabilidad en los niveles superiores e inferiores. Pueden generarse grupos informales, pero éstos pueden negarse o resistirse a los fines de la organización. Este tipo de clima presenta dinamismo y la administración se da bajo la forma de objetivos por alcanzar.



- **Clima de Participación en Grupo:** aquí existe la plena confianza en los empleados por parte de la dirección, la toma de decisiones está diseminados en toda la organización, la comunicación fluye de forma ascendente – descendente y lateral. La motivación de los empleados se da por su participación e implicación, por el establecimiento de objetivos de rendimiento, por el mejoramiento de los métodos de trabajo y por la evaluación de rendimiento en función de los objetivos. Las relaciones de trabajo entre supervisor – supervisado se basa en la amistad y la confianza y las responsabilidades son compartidas; asimismo, los grupos formales e informales son frecuentemente los mismos. El funcionamiento de este sistema es el equipo de trabajo, siendo este el medio para alcanzar los objetivos a través de la participación estratégica.

- **Teoría de los Factores de Herzberg**

Citado por Amador (2013), La Teoría de la Motivación-Higiene, también conocida como Teoría de los dos Factores establece que los factores que generan insatisfacción en los trabajadores son de naturaleza totalmente diferente de los factores que producen la satisfacción. La teoría parte de que el hombre tiene un doble sistema de necesidades: la necesidad de evitar el dolor o las situaciones desagradables y la necesidad de crecer emocional e intelectualmente. Por ser cualitativamente distintos cada tipo de necesidad, en el mundo del trabajo

requiere de incentivos diferentes. Por eso se puede hablar de dos tipos de factores que intervienen en la motivación en el trabajo.

Formuló la teoría de los dos factores para explicar mejor el comportamiento de las personas en el trabajo y plantea la existencia de dos factores que orientan el comportamiento de las personas.

### **Factores Higiénicos:**

La insatisfacción es principalmente el resultado de los factores de higiene. Si estos factores faltan o son inadecuados, causan insatisfacción, pero su presencia tiene muy poco efecto en la satisfacción a largo plazo.

### **Factores de higiene:**

- Sueldo y beneficios: Una necesidad económica, siendo un factor higiénico porque el sueldo lo paga el jefe o la persona quien te contrata.
- Política de la empresa y su organización: Se refiere a que el empleado está regulado por una política de la empresa, que en mayor de los casos es vital para el cumplimiento del objetivo de la empresa.
- Relaciones con los compañeros de trabajo: El trabajador siempre estará en un ambiente laboral, por ello siempre habrá relaciones con los compañeros de trabajo, desde que inicia la jornada de manera directa e indirecta.

- Ambiente físico: El lugar, ya sea una oficina, una cocina, un área de producción, donde se lleve a cabo las labores del trabajador o colaborador.
- Supervisión: Cuando existe una persona que vigila todo tu procedimiento durante la jornada de trabajo, para algunas personas esto puede ser resultado de insatisfacción.
- Status: El “status” que llevas dentro de la organización de la empresa.
- Seguridad laboral: Como colaborador siempre buscamos en un trabajo tener un seguro dentro del trabajo, no solo eso, también una caja de ahorro, un incentivo que ayude.
- Crecimiento, madurez y consolidación: Esto se refiere a tu desarrollo en la empresa, te promueven y subes de puesto, que tanto aportas a la empresa y como ha sido tu desempeño, esto no lo puede controlar el trabajador por ende es un factor de insatisfacción, por el contrario la empresa mide eso y a veces los resultados no son lo que el trabajador espera.

### **Factores de motivación**

La satisfacción que es principalmente el resultado de los factores de motivación. Estos factores ayudan a aumentar la satisfacción del individuo pero tienen poco efecto sobre la insatisfacción.

- Logros y reconocimiento: Se refiere al reconocimiento que tienes dentro de la empresa, esto a la vez motiva al trabajador o colaborador.
- Independencia laboral y responsabilidad: Radica en el ámbito laboral, en el trabajo, la responsabilidad te da la confianza de hacer el trabajo, a su vez es motivación misma del trabajador.

#### - **La teoría de la Gestalt**

Por Lorella (2016), la palabra Gestalt viene del alemán y significa literalmente “forma” pero en general puede traducirse también como “representación”. La Psicología de la Gestalt es una corriente de la psicología moderna, surgida en Alemania a principios del siglo XX, y cuyos exponentes más reconocidos han sido los teóricos Max Wertheimer, Wolfgang Köhler, Kurt Koffka y Kurt Lewin. El pensamiento holístico sobre el que se funda la teoría se resume en la afirmación: “el todo es siempre más que la suma de sus partes”. Esta frase revela exactamente los principios de la teoría de esta corriente: es decir, descubrir porque el cerebro humano tiende a interpretar un conjunto de elementos diferentes como un único mensaje, y como nuestra mente agrupa las informaciones que recibimos en categorías mentales que nosotros mismos hemos establecido. En el ámbito de las artes gráficas, este estudio de la percepción es fundamental a la hora de analizar como el ojo humano lee un determinado esquema, como distingue las formas y los elementos que lo componen y la unidad del mensaje y del significado.

Según la teoría de la Gestalt, por lo tanto, el núcleo de fondo corresponde al todo, al conjunto, mientras los elementos individuales que lo componen no tienen alguna importancia o significado por sí solos.

#### La Gestalt y el proyecto gráfico

El estudio psicológico de la percepción de un mensaje tiene por supuesto una gran importancia en ámbito gráfico: si sabemos cómo formular un mensaje, cuales elementos emplear, como disponerlos en el espacio a disposición, lograremos comunicarlo mejor y más eficazmente a nuestra audiencia.

La teoría de la Gestalt se compone de varios factores que ahora vamos a ilustrar.

#### - **La relación entre figura y fondo**

El cerebro humano suele percibir y escindir de manera inmediata un objeto de un fondo en cualquier contexto visual. El fondo es todo lo que no se percibe como figura, es decir todos aquellos elementos al margen del objeto principal. Para que se pueda apreciar la figura aparte del fondo, es necesario que los dos elementos sean bien definidos y separados entre ellos: el cerebro no puede interpretar un objeto como figura o fondo al mismo tiempo. El ojo reconoce una figura sobre un fondo, sin embargo figura y fondo pueden funcionar como fondo y figura respectivamente.

#### - **El cierre**

Este es uno de los principios más interesantes, en nuestra opinión. Esta ley afirma que los seres humanos tienden a completar la forma y el

significado de conformidad con el todo. Se produce cuando un objeto está incompleto o es un espacio que no está completamente cerrado y nuestra mente añade los elementos faltantes para completar una figura. En diseño, lograr que se intuyan determinadas formas es esencial para vehicular un mensaje al destinatario de la comunicación. Uno de los ejemplos más representativos de este principio es el panda de la WWF.

- **Simplicidad, continuidad, proximidad**

Con simplicidad se entiende la capacidad del cerebro de identificar signos y objetos en su forma más sencilla y elemental, destacando lo que realmente importa. El individuo organiza sus percepciones a través de rasgos simples y regulares sintetizándolos en un significado único.

A este concepto están estrechamente vinculados los de continuidad y proximidad: la mente humana, en efecto, tiende a percibir elementos continuos aunque estén interrumpidos entre sí. Los estímulos que están próximos tienden a percibirse como formando parte de la misma unidad. Por lo que concierne la proximidad, ésta tiene que ver con la distancia y con la tendencia de nuestro cerebro a interpretar objetos contiguos o secuenciales como una unidad.

- **Semejanza**

El principio de semejanza explica la capacidad de nuestro cerebro de agrupar los elementos similares en una entidad. En efecto, hay una tendencia natural a poner en relación los elementos parecidos o iguales.

Pueden ser, por ejemplo, similar en forma, color o dimensión. La percepción de similitudes no sólo nos ayuda a asumir la relación de elementos entre sí, sino que también implica una estructura basada en un patrón emergente.

- **Destino común y simetría**

El concepto de destino común consiste en el principio según el cual uno o más objetos distintos, que parecen moverse en la misma dirección y a la misma velocidad, se perciben como un grupo.

Este principio tiene mucho que ver con el de la simetría, que afirma que las imágenes simétricas son percibidas como iguales, como un solo elemento, en la distancia.

## **2.2.2. Calidad del servicio**

- **La Filosofía del Dr. Deming**

Por Excellence Management (2016), Hoy le toca el turno al Doctor Edwards Deming, difusor del concepto de Calidad Total. Tuvo una influencia enorme en el desarrollo de la industria japonesa post Segunda Guerra Mundial y sólo en los últimos años de su vida consiguió el reconocimiento que se merecía en su país de origen, Estados Unidos.

La idea que subyace bajo el modelo de “fabricación esbelta”, conocido como Lean Manufacturing, consiste básicamente en eliminar

aquellos pasos y procesos innecesarios en la producción. El control de calidad, que analiza cómo se fabrican los productos de una manera eficiente y adecuada, representa uno de los distintivos claves de un sistema Lean sólido.

Uno de los nombres más relevantes asociados al concepto de los principios de Lean Manufacturing fue W. Edwards Deming de Wyoming. Nació en 1900 en Iowa, pero su familia se trasladó a Wyoming donde el joven Deming creció con muy escasos recursos... vivía literalmente en una choza cubierta con papel de alquitrán.

Sin embargo, este joven no dejó que su vida se consumiera bajo tales circunstancias económicas y asistió a la universidad de Wyoming mientras trabajaba como conserje para pagarse los estudios. Realizó un máster en Física y Matemáticas en la Universidad de Colorado y, finalmente, en la Universidad de Yale, Deming culminó sus años universitarios con un Doctorado en Física.

Aunque el Dr. Deming había comenzado su carrera como ingeniero eléctrico, su trabajo en física matemática ha sido lo que sirvió para elaborar el censo en los Estados Unidos.

#### - **La Filosofía del Dr. Deming:**

No pasó mucho tiempo hasta que el Dr. Deming tuvo un momento de inspiración y correlacionó la idea de que las estadísticas y los principios existentes en Lean Manufacturing podrían funcionar juntos. Sus conceptos se convirtieron en la premisa de que los altos directivos de las



empresas eran los que tenían que solucionar los defectos en la fabricación usando las estadísticas para mejorar su funcionamiento.

Deming no tuvo problema alguno al señalar a los directivos de las compañías como responsables, o problema, al tener mayor o menor éxito. Fue él quien determinó que las compañías que fracasaban eran aquellas cuyos ejecutivos no habían diseñado planes de fabricación que tuvieran como objetivo la extrema calidad de sus productos finales.

Solía hacer la misma pregunta a los directivos: “¿*Culpa a los competidores de su fracaso?*” Esa manera tan directa de expresarse hizo que los altos cargos reconocieran que ellos mismos eran la causa del problema, y se dieran cuenta de que la manera en que fabricaban sus productos y su implicación en el proceso garantizaba el control de calidad de los productos fabricados.

#### - **Philip Crosby: la filosofía de cero defectos**

Citado por Ingrande (2015), En los años 60's Philip Crosby, conocido como el maestro de la calidad, propuso un programa de catorce pasos tendiente a lograr la meta de “cero defectos”. El programa de Crosby planteaba la posibilidad de alcanzar la perfección mediante la motivación de los trabajadores por parte de la dirección de la organización, dándole un gran peso a las relaciones humanas en el trabajo.

El programa se basaba en 14 pasos, a aplicar de forma metódica para mejorar la calidad (1979):

1. Establecer el compromiso de la dirección de participar en el programa de calidad para, de esta manera, asegurar la cooperación de todos y cada uno de los miembros de la organización.
2. Formar un equipo de mejora de calidad con representantes de cada departamento.
3. Definir indicadores de calidad de cada actividad de la compañía con el fin de medir dónde se encuentran los problemas reales y potenciales de calidad.
4. Evaluar el costo de la falta de calidad como un indicador que proporcione evidencia, de dónde es más conveniente para la compañía, desde el punto de vista económico, tomar acciones correctivas.
5. Desarrollar una conciencia de calidad y preocupación de todos los empleados por la mejora continua de la organización.
6. Tomar acciones correctivas para los problemas identificados.
7. Establecer un comité para poner en práctica un programa de cero defectos.
8. Capacitar a los supervisores y empleados en la forma de llevar a cabo su parte en el programa de mejoramiento de la calidad.
9. Realizar un día "Cero defectos" que simbolice y ayude a que todos los empleados comprendan que ha habido un cambio en la compañía en lo que se refiere a calidad.
10. Alentar a las personas para que establezcan objetivos de mejora para sí misma y sus grupos.

11. Identificar los problemas que impiden que el trabajo se realice libre de errores y eliminar sus causas.
12. Establecer un programa de reconocimiento para aquellos que logren sus objetivos de calidad a través de su participación en el programa de mejoramiento de la calidad.
13. Crear consejos de calidad para que se realicen reuniones frecuentes con el objetivo de intercambiar informaciones y determinar las acciones requeridas para mejorar la calidad.
14. Realizar de nuevo los pasos anteriores, destacando que el programa de mejoramiento de la calidad nunca termina.

- **La Trilogía de Juran**

Publicado por Sejzer (2015), El consultor y experto de la calidad rumano Joseph Juran propuso que una correcta Gestión de la Calidad se logra a través de una trilogía de procesos:

- En primer lugar, la Planificación de la Calidad. La planificación se basa en desarrollar lo que el cliente precisa, ya sea un producto o un servicio, y así satisfacerlo.
- En segundo lugar, el Control de Calidad. Es quien suministra los estándares de calidad que se utilizarán para la inspección.
- Por último, la Mejora de la Calidad. Generalmente nace de la detección de errores. Hallar errores y conocer su origen nos permite encontrar una oportunidad de mejora del proceso

La Trilogía de Juran hoy es una marca registrada y uno de los legados más importantes de su influyente obra.



Figura 1. La trilogía de Juran

### ¿Por qué planificar la calidad?

Cuando una organización no planifica la calidad, o tiene un proceso de planificación deficiente, aparecen errores y desperdicios originados por:

Pérdidas en las ventas debidas a fallos en el producto, a no cumplir con las especificaciones del cliente. Aquí entra en juego la reputación, tan difícil de cuantificar.

Costos de la mala calidad (de la "No Calidad"), los cuales pueden ser enormes si contemplamos todas las actividades necesarias para atender la queja del cliente, el retrabajo sobre el producto defectuoso o el recambio por un producto conforme. Este valor puede oscilar entre un 20 y un 40% en organizaciones sin una debida planificación.

Las amenazas a la sociedad. En un mundo sumamente industrializado, la gente posee una dependencia directa sobre la calidad de los productos que consume. Tal como lo define el autor, "las personas viven detrás de los diques protectores de la calidad". En muchas industrias esto es aún más evidente. Pensemos por ejemplo en productos defectuosos que provengan de la industria alimenticia, o la farmacéutica. O un automóvil que, por incumplimiento de especificaciones, pueda poner en riesgo la salud de sus ocupantes.

Una correcta planificación de la calidad se logra a través de una concientización profunda del personal sobre su importancia, la cual se consigue mediante formación y asistencia permanente. La organización debe ser clara en cuáles son los resultados que se esperan, cómo deben ser los procesos y cuál es la responsabilidad de cada integrante para que se cumpla. Las recompensas deberán estar vinculadas a los resultados logrados.

- **Herramientas básicas de calidad: el diagrama de causa y efecto**

Citado por Martín (2017) Kaoru Ishikawa, cabeza visible de la Japanese Union of Scientists and Engineers (J.U.S.E.), extendió su uso con la introducción de las llamadas 7 herramientas de control de la calidad (7QC), que pueden considerarse como las herramientas básicas de gestión y control de calidad.

Entre estas 7 herramientas se encuentra el diagrama de causa y efecto, también conocido como diagrama de espina de pescado, por su forma, o diagrama de Ishikawa, por ser él quien desarrolló esta herramienta, cuya finalidad es servir de ayuda para identificar, clasificar y poner de manifiesto posibles causas de un problema específico.

Este diagrama ilustra gráficamente las relaciones existentes entre un resultado (efectos) y los factores (causas) que influyen en ese resultado.

Es importante ser conscientes de que los diagramas de causa-efecto presentan y organizan teorías. Sólo cuando estas teorías son contrastadas con datos podemos probar las causas de los fenómenos observables.

Errores comunes son construir el diagrama antes de analizar globalmente los síntomas, limitar las teorías propuestas enmascarando involuntariamente la causa raíz.

A efectos de poder poner en práctica esta técnica, se comienza por situar a la derecha del diagrama, el efecto o problema sobre el que se quiere investigar. A la izquierda, se sitúan todas las causas o factores que influyen en dicha característica.

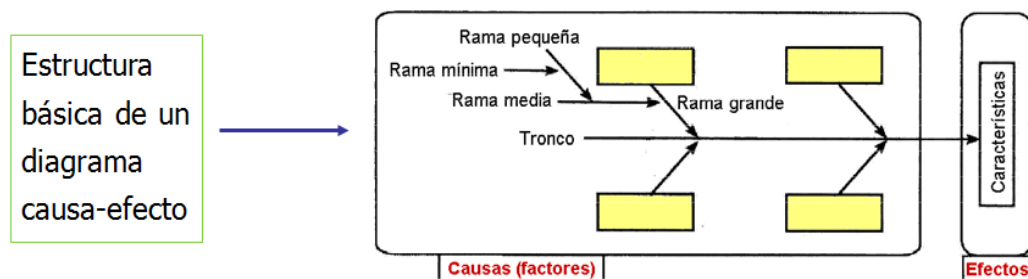


Figura 2: Diagrama de causa efecto

Las causas se van clasificando conforme a con dos políticas diferentes: expandiendo las ramas grandes o las pequeñas. En ambos casos, la clasificación se puede realizar agrupando las causas en:

4 grandes grupos: Materiales, Métodos, Máquinas y Medidas, que son las "4M" definidas por Ishikawa.

O bien en 5 M: Mano de obra, Método, Maquinaria, Materiales y Medio

O incluso en 6 M, si se fusionan las dos anteriores: Mano de Obra, Métodos, Maquinaria, Materiales, Medio y Medidas.

Para encontrar y estudiar las causas y subcausas es conveniente hacerse preguntas que guíen el proceso. Por ejemplo, si queremos agrupar en 5 M:

En cuanto a la Mano de Obra: ¿El trabajador...

... conoce su trabajo?

... está entrenado para el trabajo?

... tiene un reemplazo adecuado?

En cuanto al Método: ¿El método...

... está estandarizado?

... existen procedimientos claros?

... se han definido medidas de excepción?

En cuanto a la Maquinaria: ¿La maquinaria...

... es adecuada para el trabajo que realiza?

... está adecuadamente mantenida?

... se encuentra/es periódicamente ajustada?

En cuanto a los Materiales: ¿El material...

... es adecuado para la maquinaria usada?

... tiene una calidad aceptable?

... están siempre disponibles?

En cuanto al Medio: ¿El ambiente es adecuado para ...

... las personas que trabajan?

... los equipos de proceso?

... los equipos de medición?

#### - **Gestión de la calidad (i): método Kaizen**

Citado por Díaz (2014), En un mercado cada vez más globalizado y exigente, las empresas se ven obligadas a una constante búsqueda de nuevas estrategias y recursos para mantener la competitividad.

Los continuos avances en materia tecnológica, la evolución de los hábitos de los consumidores, la necesidad de reducir costes y tiempos de respuesta, y unos mercados cada vez más competitivos, son factores que exigen, cada vez más, la aplicación de métodos que permitan hacer frente a todos estos desafíos.

Pero en no pocas ocasiones, se habla de productividad y competitividad sin tener del todo claro sobre que parámetros actuar.

Y sobre todo, sin saber que el binomio productividad-competitividad carece de sentido si no va de la mano del concepto calidad.

¿Qué es?

El Método Kaizen fue desarrollado en Japón, tras la Segunda Guerra Mundial, ante la necesidad del país de alcanzar a las potencias



occidentales y estar en condiciones de competir económicamente con ellas.

Si atendemos a la traducción literal del término, Kai significa “cambio”, y Zen “mejora”.

El uso común de su traducción al castellano es “mejora continua”.

*Se trata de una metodología o sistema de gestión orientado a la mejora continua de procesos.*

Se basa en un enfoque caracterizado por los siguientes rasgos distintivos:

- Mejora en pequeños pasos
- Mejora sin grandes inversiones
- Mejora con la participación de todos los miembros de la organización
- Mejorar actuando, implantando rápidamente las mejoras

El Método Kaizen es, por tanto, lo opuesto a la conformidad, y su principal objetivo es erradicar todos aquellos desperdicios, despilfarros o ineficiencias que se puedan dar en los sistemas productivos, y que se pueden incluir en alguno de los grupos de categorías siguientes:

- Excesos de producción
- Defectos
- Inventarios
- Transportes
- Demoras
- Procesos innecesarios

Su filosofía es que no debe pasar un solo día sin que se haya hecho alguna clase de mejora.

*Un reto continuo para la mejora de los estándares.*

Esta metodología destaca, además, sobre otros sistemas de gestión, porque puede ser aplicable no sólo a nivel empresarial o de negocios (enfoque desde el que lo estamos analizando), sino también a nivel personal o social.

En el primer caso (el empresarial o de negocios), el Método Kaizen se caracteriza, también, por utilizar una filosofía de involucración global de toda la empresa, incluyendo, por tanto, a todos sus miembros; así como a todas las fases del proceso productivo.

Pero siempre desde un enfoque básico, sin pretender grandes cambios, sino de forma gradual, ordenada y paulatina, pero que al aplicarse o implicar a todos los miembros de una organización y a todas las fases de un proceso productivo, desemboca necesariamente en un incremento global de la productividad.

## **2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS**

### **2.3.1. Clima laboral**

- **Responsabilidad laboral:** según Minsalud (2014), Es la obligación económica (prestaciones económicas y asistenciales) mediante la cual los trabajadores están protegidos de las contingencias que se ocasionen con causa o con ocasión del trabajo, por accidente de trabajo y enfermedad

profesional, que surge por la relación laboral o contrato de trabajo. Esta responsabilidad es la que el empleador debe asegurar a través de una administradora de riesgos profesionales.

- **Recompensa laboral:** según Aguado (2013), es ofrecida como compensación-remuneración de un servicio prestado, lo que nos lleva a la visión de que la recompensa tiene una finalidad «instrumental»: «Si hago esto, entonces conseguiré una recompensa».
- **Relaciones laborales:** publicado por Borreli (2014), son aquellas que se establecen entre el trabajo y el capital en el proceso productivo. En esa relación, la persona que aporta el trabajo se denomina trabajador, en tanto que la que aporta el capital se denomina empleador, patronal o empresario.
- **Identidad laboral:** Según Gonzalez (2017), Es un aspecto fundamental del trabajador. Sin esto, somos proclives a generar un sin sentido (SS) por nuestra labor.
- **Orgullo de pertenencia:** de acuerdo: a Periañez (2013), es vital para el buen funcionamiento del mismo. No es que éste sea un requisito único, pero sí indispensable. Una persona se preocupará por todos los aspectos y funciones de la Organización, e intentará apostar siempre por la mejora de toda ella en su conjunto, cuando sienta que la empresa donde trabaja es suya, es su organización, su cultura y su grupo.

- **Sentimiento de pertenencia:** según Daniel (2017), se define como el sentimiento de propiedad o posesión sobre un objeto de interés.
- **Involucramiento laboral:** Según Nalbadian, Haig R. y Shotter Andrew, citado por Zepeda , Delgado , Soto, & Soto (2016), consideran que el involucramiento laboral se refiere a la existencia de una estructura organizacional o mecanismos que utilizan el talento humano para participar en las decisiones en las estructuras laborales y en una amplia variedad de programas de involucramiento.
- **Buen trato:** según Alegria (2018), consiste en las diferentes manifestaciones de afecto, cuidado, crianza, apoyo y socialización que reciben los niños, niñas y jóvenes por parte de la familia, grupo social y el Estado: que les garanticen contar con las condiciones necesarias para un adecuado desarrollo integral: afectivo, psicológico, físico, sexual, intelectual y social.
- **Colaboración en el trabajo:** de acuerdo, a Christian Menda, citado Bécares (2014), trata de permitir que tanto empleados, como partners compartan conocimiento de forma más eficiente, colaboren en el contexto de un proceso de negocio y formen equipos a medida y bajo demanda, para reducir los ciclos de ejecución de un proyecto.

- **Respeto en el trabajo:** Educación sin fronteras (2014), es la consideración, atención o deferencia que se debe a una persona. Podemos decir también que es el sentimiento que lleva a reconocer los derechos y la dignidad del otro.

### 2.3.2. Calidad del servicio

- **Confiabilidad en el servicio:** de acuerdo, a Administración estratégica Univia (2014), la empresa que logra un alto nivel de fiabilidad es aquella que ofrece un alto y constante nivel de consistencia en la confiabilidad de sus prestaciones; entrega el servicio correcto desde el primer momento; cumple siempre las promesas que hace; si se equivoca, admite su error y hace todo lo necesario para dejar satisfecho al client
- **Capacidad de respuesta:** según Blog Calidad y Excelencia, (2015), Se refiere a la disposición de las empresas a prestar un servicio de orientación rápido y oportuno. Ningún cliente debe rogar para que sus inquietudes sean atendidas. Un buen indicador de este apartado suele ser la capacidad de respuesta de las compañías a la primera llamada de un cliente, que cuando se resuelve en términos positivos deriva en un aumento de la satisfacción y la confianza hacia la marca.
- **Accesibilidad al servicio:** según la Real Academia Española (RAE), citado por Web Mati (2015), permite que cualquier

persona pueda disponer y utilizar las edificaciones, servicios o productos en igualdad de condiciones que los demás.

- **Empatía en el servicio:** según Sastre (2016), es una habilidad fundamental en la atención al cliente, es la capacidad de entender el problema del otro, casi sentirlo, vivirlo y saber responder poniéndonos en la piel del otro. Cuando se consigue ser empático, podemos lograr cosas extraordinarias como convertir a nuestros clientes en embajadores de marca.
- **Compromiso con el cliente:** de acuerdo, a Customer Engagement (2018), es una relación positiva que aporta valor y que surge de una participación activa, la colaboración y las experiencias de calidad entre un cliente y su organización. El compromiso con el cliente abarca todos los aspectos de la experiencia que usted les ofrece a sus clientes y puede ayudarlo a aumentar los ingresos y el valor del ciclo de vida de sus clientes.
- **Cortesía:** según Significados (2018), es un acto de amabilidad, atención o buena educación que se tiene hacia otra persona.
- **Amabilidad:** de acuerdo, a Crecenegocios (2015), hace referencia al trato amable, cortés y servicial. Se da, por ejemplo, cuando los trabajadores saludan al cliente con una sonrisa sincera, cuando le hacen saber que están para servirlo, cuando le hacen sentir que están genuinamente interesados en satisfacerlo antes que en venderle, etc.

- **Efectividad:** de acuerdo, a Pérez (2013), es el grado de cumplimiento de los objetivos planificados o sea es el resultado o el producto de dividir el Real/Plan o lo que es lo mismo: los resultados obtenidos entre las metas fijadas o predeterminadas. Es el grado de cumplimiento de la entrega del producto o servicio en la fecha y momento en que el cliente realmente lo necesita.
- **Seriedad:** según General S – Definista (2018), expresa la falta de alegría de una persona y, por otra, la actitud responsable hacia algo. La seriedad a menudo se asocia con una forma de hablar o una cara rígida e inflexible. El que se comporta con seriedad actúa con formalidad y se mantiene a cierta distancia del resto del gente.
- **Duración de la atención:** por Schalit & Vermorel (2014), es, implícitamente, el lead time o tiempo de entrega. Si bien un nivel de servicio del 100 % — es decir, servir a todos los clientes todo el tiempo — podría parecer deseable, generalmente no es una opción factible

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. MÉTODO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

##### **3.1.1. Método**

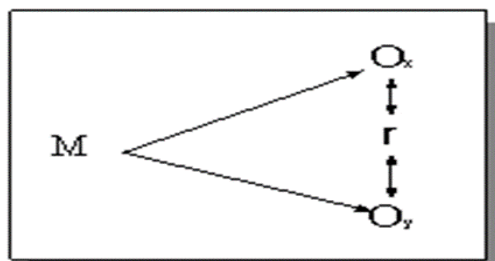
El método utilizado en la presente investigación es la descriptiva correlacional, según Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, Pilar, citado por (Tavarez, 2015), el propósito del investigador descriptivo es describir situaciones y eventos. Esto es, decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, - comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Dankhe, 1986). La utilidad y el propósito principal de los estudios correlacionales son saber cómo se puede comportar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otra u otras variables relacionadas. Es decir, para intentar predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos en una variable, a partir del valor que tienen en la variable o variables relacionadas.

##### **3.1.2. Diseño**

El diseño empleado en la presente investigación fue la transeccional correlacional, de acuerdo, a (Compendio Análisis De Investigación UCC, 2016), estos diseños indagan la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables. El procedimiento mide a un grupo de



personas u objetos una o generalmente más variables y proporcionan su descripción”. Son, estudios puramente descriptivos.



**Donde:**

**M** : Muestra de trabajadores y usuarios de la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa.

**OX:** Clima laboral.

**R** : Relación entre variables.

**OY:** Calidad del servicio.

## 3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

### 3.2.1. Población

#### - Variable clima laboral

La población estuvo constituida por 65 trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa.

#### - Variable calidad del servicio

La población estuvo constituida por 65 clientes de la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa que ingresan por día en promedio.

### 3.2.2. Muestra

Se aplicó la fórmula estadística para poblaciones menores a 100,000, para las dos variables:

$$n = \frac{(p.q)Z^2.N}{(EE)^2(N-1) + (p.q)Z^2}$$

Figura 3: Fórmula para calcular la muestra

**Donde:**

**N:** Tamaño de la muestra.

**P:** Proporción de trabajadores que apoyan el clima laboral y la calidad del servicio (50%)

**Q:** Proporción de trabajadores que no apoyan el clima laboral y la calidad del servicio (50%)

$$Z_{\alpha/2} = 1,96$$

**N:** Trabajadores (65) usuarios (65)

**EE:** 0,05

**Despejando la fórmula:**

$$n: (0.5*0.5*(1.96)^2*65) / (((0.05)^2*64) + (0.5*0.5*(1.96)^2))$$

n: 54 trabajadores y 54 usuarios

### **3.3. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Se empleó la técnica de encuesta autoadministrada, según Cruz, (2016), se entrega la encuesta a los respondientes, quienes marcan la opción de respuesta, lo que mejor les parece.

### **3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Se elaboraron dos instrumentos, mediante la técnica de encuesta de preguntas cerradas con múltiples opciones, según Universidad de Cantabria (2017), aquí, el encuestado elige entre varias respuestas aquella que considere más oportuna. Cada instrumento constó con 20 ítems, 5 opciones de respuesta,

### **3.5. PROCESAMIENTO DE DATOS**

Se trabajó el procesamiento de datos en el programa Excel, y en el Software estadístico SPSSv25.

### **3.6. PRESENTACIÓN DE DATOS**

Los datos se presentan en tablas de frecuencias y correlación bivariadas, y en figuras de barras.

### **3.7. TRATAMIENTO DE DATOS**

Se hizo uso de la escala de clima organizacional (EDCO), según Llerena (2015), un puntaje alto revela un buen clima organizacional y un

puntaje bajo indica problemas dentro de la organización. Y para determinar la relación entre variables se ha utilizado el coeficiente estadístico de correlación de Pearson, según Questionpro (2019). El coeficiente de correlación de Pearson es una prueba que mide la relación estadística entre dos variables. Puede tomar un rango de valores de +1 a -1. Un valor de 0 indica que no hay asociación entre las dos variables. Un valor mayor que 0 indica una asociación positiva. Es decir, a medida que aumenta el valor de una variable, también lo hace el valor de la otra. Un valor menor que 0 indica una asociación negativa; es decir, a medida que aumenta el valor de una variable, el valor de la otra disminuye.

## CAPITULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. RESULTADOS EN TABLAS Y FIGURAS

##### 4.1.1. Clima laboral

**Tabla 2. Nivel general del clima laboral**

Niveles	Rangos	Fi	%
Bajo	[20-47]	6	11
Intermedio	[48-74]	16	30
Alto	[75-100]	32	59
n		54	100

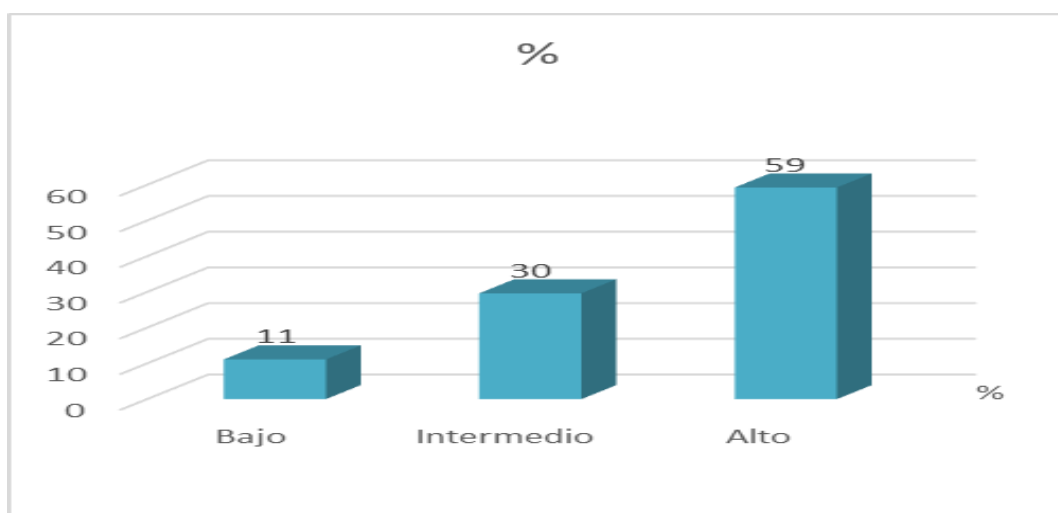


Figura 4: Clima laboral

Análisis: el 11% de los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa, manifiesta que el nivel de clima laboral es bajo, el 30% que es intermedio y el 59% que es alto.

**Tabla 3. Nivel de responsabilidad**

Niveles	Rangos	Fi	%
Bajo	[5-11]	4	7
Intermedio	[12-18]	15	28
Alto	[19-25]	35	65
<b>n</b>		<b>54</b>	<b>100</b>

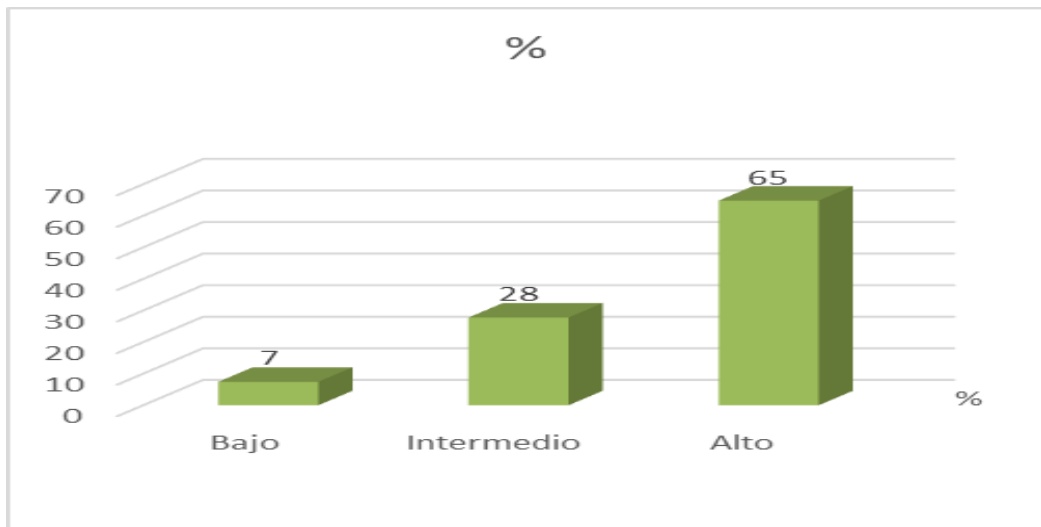


Figura 5: Responsabilidad

Análisis: el 7% de los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa, manifiesta que el nivel de responsabilidad es bajo, el 28% que es intermedio y el 65% que es alto.

**Tabla 4. Nivel de recompensa**

Niveles	Rangos	Fi	%
Bajo	[5-11]	13	24
Intermedio	[12-18]	14	26
Alto	[19-25]	27	50
<b>n</b>		<b>54</b>	<b>100</b>

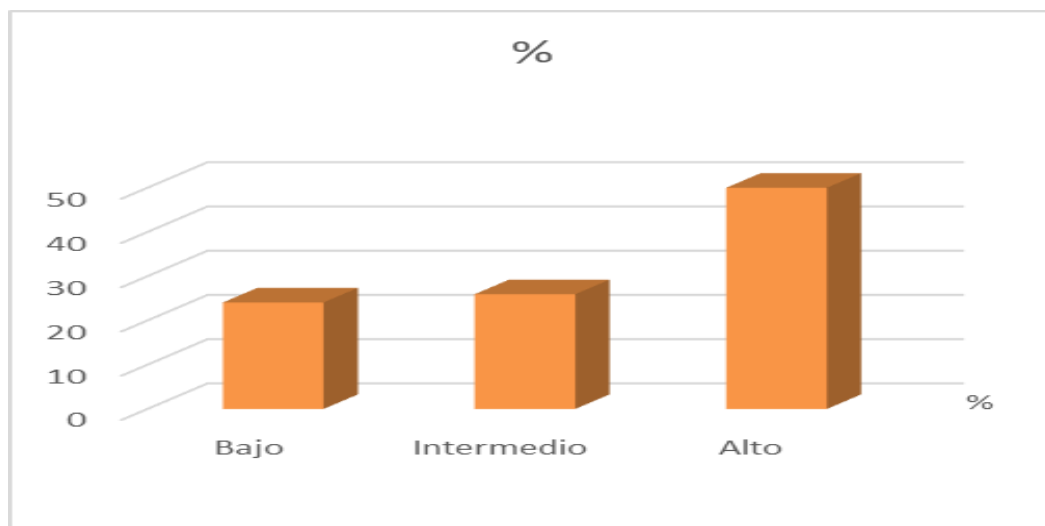


Figura 6: Recompensa

Análisis: el 24% de los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa, manifiesta que el nivel de recompensa es bajo, el 26% que es intermedio y el 50% que es alto.

**Tabla 5. Nivel de relaciones**

Niveles	Rangos	Fi	%
Bajo	[5-11]	3	6
Intermedio	[12-18]	10	19
Alto	[19-25]	41	76
<b>n</b>		<b>54</b>	<b>100</b>

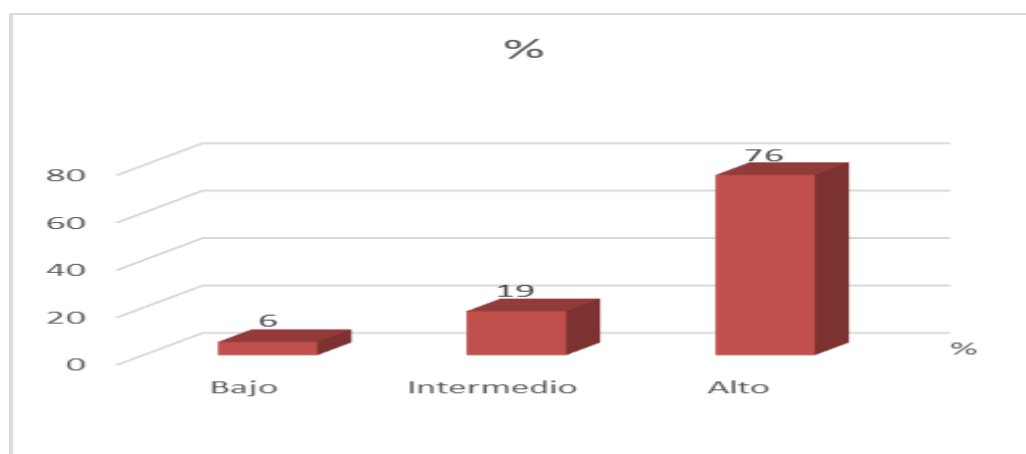
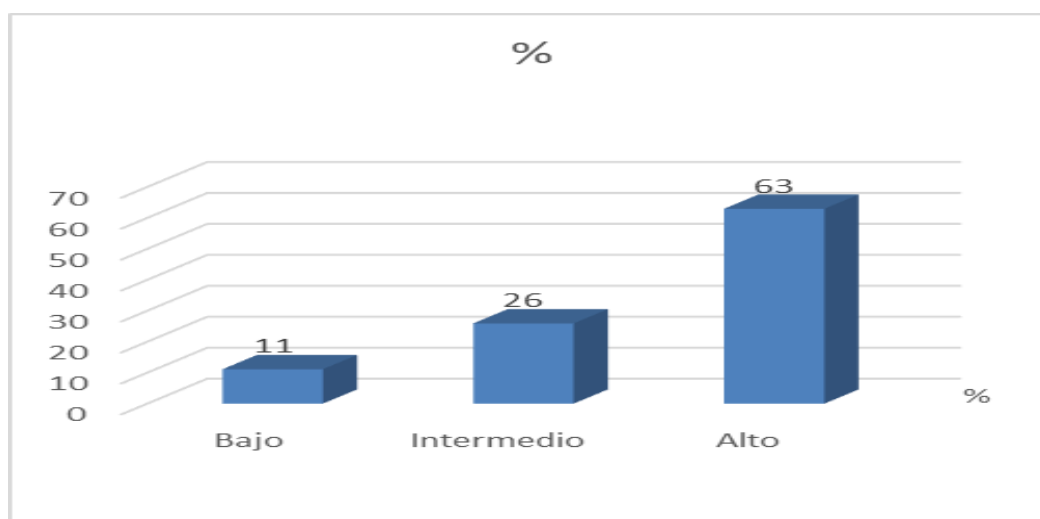


Figura 7: Relaciones

Análisis: el 6% de los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa, manifiesta que el nivel de relaciones es bajo, el 19% que es intermedio y 76% que es alto.

**Tabla 6. Nivel de identidad**

Niveles	Rangos	Fi	%
Bajo	[5-11]	6	11
Intermedio	[12-18]	14	26
Alto	[19-25]	34	63
<b>n</b>		<b>54</b>	<b>100</b>



F

Figura 8: Identidad

Análisis: el 11% de los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa, manifiesta que el nivel de identidad es bajo, el 26% que es intermedio y el 63% que es alto.



#### 4.1.2. Calidad del servicio

**Tabla 7. Nivel de calidad del servicio**

Niveles	Escala	Fi	%
Bajo	20-47	9	17
Moderado	48-74	21	39
Alto	75-100	24	44
<b>n</b>		<b>54</b>	<b>100</b>

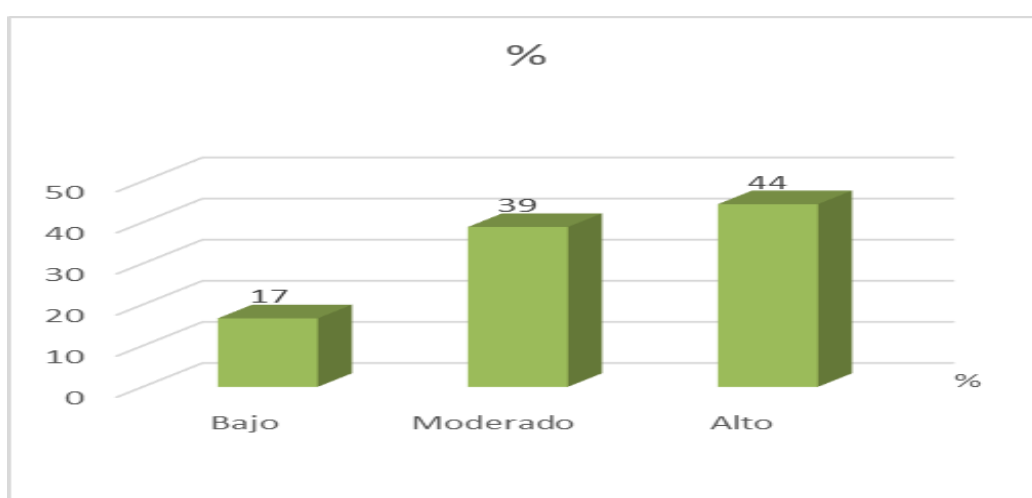


Figura 9: Calidad del servicio

Análisis: el 17% de los clientes de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa, manifiesta que el nivel de calidad del servicio es bajo, el 39% que es intermedio y 44% que es alto.

## 4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

### 4.2.1. Hipótesis general

El clima laboral se relaciona de manera directa y significativa con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.

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

#### Significación estadística:

- Si el valor de P es inferior a 0.05 la relación se considera significativa.
- Si el valor de P es superior a 0.05 la relación no se considera significativa.

**Tabla 8. Correlación del clima laboral y calidad del servicio**

Variable 1: Clima laboral	Correlación de Pearson	1	,980**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	54	54
Variable 2: calidad del servicio	Correlación de Pearson	,980**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	54	54

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

Análisis: existe relación directa y significativa entre el clima laboral y la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018, dado que la correlación de Pearson arrojó (0.980) y la significancia bilateral arrojó, (0.000), en consecuencia, la hipótesis general se confirma.

#### 4.2.2. Hipótesis Específicas

##### - Hipótesis Específica 1

La responsabilidad se relaciona de manera directa y significativa con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.

**Tabla 9. Correlación de la responsabilidad con calidad del servicio**

Dimensión 1: responsabilidad	Correlación de Pearson	1	,959**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	54	54
Variable 2: calidad del servicio	Correlación de Pearson	,959**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	54	54

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

Análisis: existe relación directa y significativa entre la responsabilidad y la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018, dado que la correlación de Pearson arrojó (0.959) y la significancia bilateral arrojó, (0.000), en consecuencia, la hipótesis específica 1 se confirma.

##### - Hipótesis específica 2

La recompensa se relaciona de manera directa y significativa con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.

**Tabla 10. Correlación de la recompensa con la calidad del servicio**

Dimensión 2: recompensa	Correlación de Pearson	1	,979**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	54	54
Variable 2: calidad del servicio	Correlación de Pearson	,979**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	54	54

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

Análisis: existe relación directa y significativa entre la recompensa y la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018, dado que la correlación de Pearson arrojó (0.979) y la significancia bilateral arrojó, (0.000), en consecuencia, la hipótesis específica 2 se confirma.

### - Hipótesis específica 3

Las relaciones se relacionan de manera directa y significativa con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.

**Tabla 11. Correlación de las relaciones con la calidad del servicio**

Dimensión 3: relaciones	Correlación de Pearson	1	,955**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	54	54
Variable 2: calidad del servicio	Correlación de Pearson	,955**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	54	54

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

Análisis: existe relación directa y significativa entre las relaciones y la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018, dado que la correlación de Pearson arrojó (0.955) y la significancia

bilateral arrojó, (0.000), en consecuencia, la hipótesis específica 3 se confirma.

**- Hipótesis específica 4**

La identidad se relaciona de manera directa y significativa con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.

**Tabla 12. Correlación de la identidad con la calidad del servicio**

Dimensión 4: identidad	Correlación de Pearson	1	,972**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	54	54
Variable 2: calidad del servicio	Correlación de Pearson	,972**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	54	54

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

Análisis: existe relación directa y significativa entre la identidad y la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018, dado que la correlación de Pearson arrojó (0.972) y la significancia bilateral arrojó, (0.000), en consecuencia, la hipótesis específica 4 se confirma.

### 4.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Existe relación directa y significativa entre el clima laboral y la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018, dado que la correlación de Pearson arrojó (0.980) y la significancia bilateral arrojó, (0.000), en consecuencia, la hipótesis general se confirma. Lo que hace suponer que la responsabilidad, la recompensa, las relaciones y la identidad, son sinónimos de buenas prácticas de la

empresa, para mantener una relación directa y significativa entre el clima laboral y la calidad del servicio. Resultados que coinciden con lo investigado, por (Vásquez , 2017), quien estudió el clima laboral y su influencia en la productividad de los trabajadores administrativos de la Municipalidad Distrital de Ciudad Eten, 2016, concluyendo: el clima laboral influye positiva y directamente sobre la productividad de los servidores públicos de la Municipalidad Distrital de Ciudad Eten, como lo demuestra la correlación de Pearson, cuyo valor es de 0.681, aceptándose la hipótesis, dando respuesta a los objetivos trazados.

El 11% de los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa, manifiesta que el nivel de clima laboral es bajo, el 30% que es intermedio y el 59% que es alto. Resultados que amerita establecer que la gran mayoría de los trabajadores se consideran responsables, que son bien recompensados, mantienen buenas relaciones entre ellos, y se sienten identificados con la organización. Resultados que coinciden con lo encontrado, por (Santamaria & Zaña, 2015), quienes estudiaron la percepción del clima laboral de los trabajadores de una entidad universitaria. 2015, concluyendo: En el involucramiento laboral, la percepción que sobresale en los trabajadores, es muy favorable con un 25.84% y favorable con un 40.45%. Por lo que, la menor percepción reside, como mediamente favorable con un 14.61%, desfavorable con un 8.99% y muy desfavorable con un 10.11%, contexto que amerita establecer programas de orientación y capacitación de inserción laboral, con el fin de ayudar a los trabajadores a identificar su proyecto personal, intereses y expectativas.

El 17% de los clientes de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa, manifiesta que el nivel de calidad del servicio es bajo, el 39% que es intermedio y 44% que es alto. Resultados que amerita establecer que el 57% de los clientes considera, que a la empresa le falta mejorar la confiabilidad, la capacidad de respuesta, la accesibilidad y la empatía. Resultados que coinciden con lo encontrado, por Peña (2015), quien investigó la evaluación de la calidad del servicio que ofrece la empresa comercial RC a sus clientes – Sucursal Chiclayo, concluyendo: Las cinco dimensiones muestran que aún falta mucho para llegar a brindarse un adecuado servicio. Podemos decir que las dimensiones menos cubiertas son elementos tangibles y fiabilidad, a las cuales los clientes dan mucha importancia, por encontrarse las variables de infraestructura que es indispensable para la conservación del material, variedad en las medidas que los clientes requieren. Los clientes ven que el personal de la empresa no está correctamente uniformado (polos con color característico y logo de la empresa), lo cual puede ser algo subjetivo para la identificación de la marca en otros escenarios.

Existe relación directa y significativa entre la responsabilidad y la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018, dado que la correlación de Pearson arrojó (0.959) y la significancia bilateral arrojó, (0.000), en consecuencia, la hipótesis específica 1 se confirma. Lo que hace suponer que la empresa brinda autonomía, la supervisión contribuye a mejores desempeños, que el trabajo significa un desafío, los trabajadores se sienten comprometidos con los objetivos de la empresa, atributos que aseguran una relación directa y significativa entre la responsabilidad y la calidad del servicio. Resultados que no coinciden

con lo encontrado, por Sierra (2014), quien estudió el clima laboral en los/as colaboradores/as del área administrativa del Hospital Regional de Cobán, A.V. concluye: Se estableció que el clima laboral del área administrativa del Hospital Regional de Cobán se encuentra favorable, por la incidencia de factores positivos encontrados. Sin embargo, se encontró todavía un tanto deficiente los factores de orientación a la calidad y la remuneración.

Existe relación directa y significativa entre la recompensa y la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018, dado que la correlación de Pearson arrojó (0.979) y la significancia bilateral arrojó, (0.000), en consecuencia, la hipótesis específica 2 se confirma. Lo que hace suponer que la empresa premia a sus trabajadores que se entregan y se esfuerzan más, a través de un incentivo económico, un diploma de reconocimiento, y los promueve a un mejor cargo, acciones que le garantizan una relación directa y significativa entre la recompensa y la calidad del servicio. Resultados que no coinciden con lo encontrado, por Albañil (2015), quien estudió el clima laboral y la participación en la Institución Educativa Enrique López Albújar de Piura, concluyendo: La evaluación global del clima en opinión de los docentes encuestados va de regular a bueno en la institución, no obstante no es del todo satisfactorio, dado que los factores relevantes del clima laboral como el reconocimiento que reciben por parte de la comunidad educativa de la institución es de tendencia entre regular a muy bajo así como el reconocimiento que reciben los profesores por parte del equipo directivo que va de regular a bajo.



Existe relación directa y significativa entre las relaciones y la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018, dado que la correlación de Pearson arrojó (0.955) y la significancia bilateral arrojó, (0.000), en consecuencia, la hipótesis específica 3 se confirma. Lo que hace suponer que en la empresa se practica el respeto mutuo entre compañeros, los ejecutivos dan un buen trato y amable a los trabajadores, los trabajadores se encuentran predispuestos a colaborar, practican una comunicación fluida, actitudes que respaldan una relación directa y significativa de las relaciones con la calidad del servicio. Resultados que coinciden con lo encontrado, por Pereira (2014), quien estudió el “clima laboral y servicio al cliente” (estudio realizado en hospitales privados de la Zona 9 de la ciudad de Quetzaltenango), concluyendo: Los factores determinantes que se detectaron en el hospital objeto de investigación fueron remuneraciones, experiencia, armonía, comunicación, colaboración, seguridad e higiene, estos son factores que no les afecta de una manera negativa sino positiva.

Existe relación directa y significativa entre la identidad y la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018, dado que la correlación de Pearson arrojó (0.972) y la significancia bilateral arrojó, (0.000), en consecuencia, la hipótesis específica 4 se confirma. Lo que hace suponer que los trabajadores sienten como suyo la empresa, que sus deberes y derechos son reconocidos, se involucran con sus objetivos, se sienten orgullosos de pertenecer la empresa, se sienten identificados con el trabajo que realizan, motivos más que suficientes para garantizar una relación directa y significativa entre la identidad y la calidad del

servicio. Resultados que coinciden con lo encontrado, por Castro & Ramón (2017), quienes estudiaron la influencia del clima laboral en el desempeño de funcionarios de negocios del segmento exclusivo de una Empresa Bancaria en Lima – 2016, concluyendo: se ha podido determinar la influencia del clima laboral en el desempeño de los funcionarios de negocios segmento exclusivo, y de esta forma afirmar que las dimensiones que tienen influencia directa son la supervisión y las condiciones laborales, y respecto al desempeño hemos podido determinar que una dimensión importante y que impacta mucho son las características propias de los funcionarios de negocios segmento exclusivo y el desempeño objetivo.

## CAPITULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. CONCLUSIONES

1. Existe relación directa y significativa entre el clima laboral y la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018, dado que la correlación de Pearson arrojó (0.980) y la significancia bilateral arrojó, (0.000). Queda demostrado que la responsabilidad, la recompensa, las relaciones y la identidad, ocasiona una relación directa y significativa entre el clima laboral y la calidad del servicio.
2. Se determinó que el nivel de clima organizacional que predomina en la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa, es el alto (59%). Queda demostrado que la gran mayoría de los trabajadores se consideran responsables, que son bien recompensados, que mantienen buenas relaciones entre ellos, y se sienten identificados con la empresa.
3. Se determinó que el nivel de calidad del servicio que predomina en la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa, es el alto (44%). Queda demostrado según los clientes, que la empresa brinda un servicio confiable, muestra una capacidad de respuesta rápida, que es accesible y empática.

4. Existe relación directa y significativa entre la responsabilidad y la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018, dado que la correlación de Pearson arrojó (0.959) y la significancia bilateral arrojó, (0.000). Queda demostrado que la autonomía que brinda, la supervisión que aplica, el trabajo desafiante que ofrece, y el compromiso que muestran los trabajadores con los objetivos de la empresa, asegura una relación directa y significativa entre la responsabilidad y la calidad del servicio.
  
5. Existe relación directa y significativa entre la recompensa y la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018, dado que la correlación de Pearson arrojó (0.979) y la significancia bilateral arrojó, (0.000). Queda demostrado que la forma como la empresa premia a los mejores trabajadores, los incentivos económicos y reconocimientos que entrega, la promoción hacia mejores cargos, le garantiza una relación directa y significativa entre la responsabilidad y la calidad del servicio.
  
6. Existe relación directa y significativa entre las relaciones y la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018, dado que la correlación de Pearson arrojó (0.955) y la significancia bilateral arrojó, (0.000). Queda demostrado que el respeto mutuo que practican los trabajadores, el buen trato y amable que dan los ejecutivos, la predisposición de los trabajadores a colaborar, y el desarrollo de una buena comunicación, contribuyen al logro de una

relación directa y significativa entre las relaciones y la calidad del servicio

7. Existe relación directa y significativa entre la identidad y la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018, dado que la correlación de Pearson arrojó (0.972) y la significancia bilateral arrojó, (0.000). Queda demostrado que al hacer suyo los trabajadores a la empresa, que sus deberes y derechos sean reconocidos, su involucramiento con los objetivos de la empresa, y el orgullo que siente por pertenecer a la empresa, son motivos suficientes para alcanzar una relación directa y significativa entre la identidad y la calidad del servicio

## **5.2. RECOMENDACIONES**

1. Socializar los resultados de la investigación a todos los trabajadores, de la empresa Honda Credi Vargas, de Pucallpa, con el propósito de mantener y consolidar las acciones de responsabilidad, seguir recompensando a los mejores trabajadores, propiciar reuniones para conservar las mejores relaciones, y motivar a los trabajadores en forma permanente para lograr mayores niveles de identidad.
2. Es importante que la empresa Honda Credi Vargas, de Pucallpa, realice talleres en temas referidos a mejorar las acciones de responsabilidad, recompensa, relaciones e identidad, con el propósito de elevar los niveles de clima laboral de los trabajadores.

3. Los ejecutivos de la empresa Honda Credi Vargas, de Pucallpa, deben analizar con sus trabajadores los resultados de la calidad del servicio, ya que un porcentaje considerable de los clientes, manifiesta que el servicio que reciben no es tan confiable, que debe mejorar la capacidad de respuesta, hacer más accesible el servicio, y que deben empatizar un poco más con ellos.
4. La empresa Honda Credi Vargas, de Pucallpa, debe continuar brindando la autonomía de manera adecuada, fortalecer las acciones de supervisión, para mejorar el desempeño, establecer metas que busquen el mejor desempeño, para generar mayores compromisos de los trabajadores, de esta manera conservar la relación directa y significativa de la responsabilidad con la calidad del servicio.
5. La empresa Honda Credi Vargas, de Pucallpa, debe seguir premiando a los mejores trabajadores, continuar otorgando los incentivos económicos y reconocimientos, promoverlos y promocionarlos hacia mejores cargos, acciones que le permitirá consolidar la relación directa y significativa de la recompensa con la calidad del servicio.
6. Las organizaciones y las personas se diferencian por una serie de atributos, según los resultados la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa, se diferencia por el respeto mutuo que practican sus trabajadores, por el buen trato amable que dan sus ejecutivos, por la predisposición de sus trabajadores a colaborar, y por el desarrollo de

una buena comunicación, por lo que se recomienda que la empresa debe aprovechar estas actitudes para preservar la relación directa y significativa de las relaciones con la calidad del servicio.

7. La empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa, debe mantener las buenas prácticas de identidad, con el propósito de mantener los niveles de pertenencia de los trabajadores, reconocer sus deberes y derechos como manda la Ley, involucrarlos con los objetivos de la empresa, y de esta manera mantener la relación directa y significativa con la calidad del servicio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Administración estratégica Univia. (2014). *Las diez expectativas clave de los clientes*. Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de <https://univiaserviciocliente.wordpress.com/2014/08/13/las-diez-expectativas-clave-de-los-clientes/>
- Aguado, D. (2013). *Motivación y Reconocimiento*. Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de <http://www.iic.uam.es/rr-hh/motivacion-y-reconocimiento/>
- Albañil, A. (2015). *El clima laboral y la participación en la Institución Educativa Enrique López Albújar de Piura (Tesis de maestría, Universidad de Piura, Perú)*. Recuperado el 29 de Setiembre de 2018, de [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2243/MAE\\_EDUC\\_130.pdf?...1](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2243/MAE_EDUC_130.pdf?...1)
- Alegria, H. (2018). *El buen trato ...Los derechos de los niños prevalecen sobre los derechos de los demás*. Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de <http://www.actiweb.es/debarbosalaalegria/pagina10.html>
- Amador, O. (2013). *Teoría de los dos factores de Herzberg*. Recuperado el 29 de Setiembre de 2018, de <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-los-dos-factores-de-herzberg/>
- Bécares, B. (2014). *La colaboración empresarial o cómo trabajar de forma más eficiente*. Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de <https://www.channelbiz.es/2014/02/26/la-colaboracion-empresarial-o-como-trabajar-de-forma-mas-eficiente/>



- Blacutt , M. (2013). *La Teoría Estructuralista*. Recuperado el 29 de Setiembre de 2018, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1252/teoria-estructuralista.html>
- Blog Calidad y Excelencia. (2015). *Principales indicadores para valorar la calidad de servicios de atención al cliente*. Recuperado el 2015 de Setiembre de 2018, de <https://www.isotools.org/2015/06/24/principales-indicadores-para-valorar-la-calidad-de-servicios-de-atencion-al-cliente/>
- Borrelli, E. (2014). *Concepto de Relaciones Laborales*. Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de <http://www.folcanarias.com/2014/09/concepto-de-relaciones-laborales.html>
- Casana , M. (2015). *Clima organizacional y satisfacción laboral en trabajadores de una Empresa Azucarera de Chiquitoy*. Recuperado el 29 de Setiembre de 2018, de [http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/1809/1/RE\\_PSICOLOGIA\\_CLIMA.ORGANIZACIONAL.SATISFACCI%C3%93N.LABORAL.TRABAJADORES.EMP.AZUCARERA\\_TESIS.pdf](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/1809/1/RE_PSICOLOGIA_CLIMA.ORGANIZACIONAL.SATISFACCI%C3%93N.LABORAL.TRABAJADORES.EMP.AZUCARERA_TESIS.pdf)
- Castro, F., & Ramón, S. (2017). *Influencia del clima laboral en el desempeño de funcionarios de negocios del segmento exclusivo de una empresa bancaria en Lima - 2016 (Tesis de grado, Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú)*. Recuperado el 28 de Setiembre de 2018, de [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2883/1/2017\\_Castro\\_Influencia-del-clima-laboral.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2883/1/2017_Castro_Influencia-del-clima-laboral.pdf)
- Compendio Análisis De Investigación UCC. (2016). *Tipos de investigación transversal*. Por: Carlos A. Hernandez Ruiz. Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de <http://investigaciucc.blogspot.com/2016/11/tipos-de-investigacion-transversal-por.html>

- Crecenegocios. (2015). *Qué es el servicio al cliente y cuál es su importancia*. Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de <https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>
- Cruz , M. (2016). *Concepto y contenido de la investigación comercial*. Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de [https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/14448/Tema\\_4\\_Concepto\\_y\\_contenido\\_de\\_la\\_Investigaci%C3%B3n\\_Comercial.pdf?sequence=1](https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/14448/Tema_4_Concepto_y_contenido_de_la_Investigaci%C3%B3n_Comercial.pdf?sequence=1)
- CRUZ , R. (2016). *“la calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente del Restaurante la Huerta- Puno, periodo 2015 (Tesis para título, Universidad Nacional del Altiplano, Puno – Peru)*. Recuperado el 29 de Setiembre de 2018, de [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/2962/Cruz\\_Atamari\\_Rocio.pdf?sequence=1](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/2962/Cruz_Atamari_Rocio.pdf?sequence=1)
- Customer Engagement. (2018). *¿Qué es el compromiso con el cliente?* Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de <https://www.avaya.com/es/faqs/faq-detail-customer-engagement/>
- Daniel, G. (2017). *Sentido de pertenencia en las organizaciones*. Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de <https://www.gestiopolis.com/sentido-pertenencia-las-organizaciones-concepto-nos-queda-grande/>
- Diario La República de Colombia. (27 de Setiembre de 2018). Recuperado el <http://www.infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/noticias-y-movidas/menos-del-10-de-trabajadores-de-america-latina-considera-que-tiene-un-empleo-ideal/>

- Díaz , D. (2014). *Gestión de la calidad (I): Método Kaizen*. Recuperado el 29 de Setiembre de 2018, de <https://www.educadictos.com/gestion-de-la-calidad-i-metodo-kaizen/>
- Educación sin fronteras. (2014). *Respeto a los demas*. Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de [http://www.aulased.org/wp-content/uploads/2014/07/Respeto\\_a\\_los\\_demas\\_1\\_.pdf](http://www.aulased.org/wp-content/uploads/2014/07/Respeto_a_los_demas_1_.pdf)
- EUROPA PRESS, MADRID. (2018). *Los clientes presentaron más de un millón de reclamos contra las eléctricas en 2017*. Recuperado el 28 de Setiembre de 2018, de <https://www.lavanguardia.com/economia/20180816/451336995854/electricidad-luz-reclamos-competencia.html>
- Excellence Management. (2016). *La Filosofía del Dr. Deming*. Recuperado el 29 de Setiembre de 2018, de <https://excelencemanagement.wordpress.com/2016/02/28/la-filosofia-del-dr-deming/>
- General S - Definista. (2018). *Definición de Seriedad*. Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de <https://conceptodefinicion.de/seriedad/>
- Gonzalez, M. (2017). *Análisis de la Identidad Laboral y el sin Sentido en Relación al Trabajo Tercerizado*. Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de [https://www.researchgate.net/publication/315716958\\_Analisis\\_de\\_la\\_Identidad\\_Laboral\\_y\\_el\\_sin\\_Sentido\\_en\\_Relacion\\_al\\_Trabajo\\_Tercerizado](https://www.researchgate.net/publication/315716958_Analisis_de_la_Identidad_Laboral_y_el_sin_Sentido_en_Relacion_al_Trabajo_Tercerizado)
- Gutiérrez, J. (2017). *Teoría X y teoría Y de Mcgregor*. Recuperado el 29 de Setiembre de 2018, de <https://www.gerencie.com/teoria-x-y-teoria-y-de-mcgregor.html>

- INFOBAE. (2016). *En Japón, una de cada cinco empresas tiene empleados en peligro de morir por exceso de trabajo*. Recuperado el 27 de Setiembre de 2018, de <https://www.infobae.com/america/mundo/2016/10/09/en-japon-una-de-cada-cinco-empresas-tiene-empleados-en-peligro-de-morir-por-exceso-de-trabajo/>
- Ingrande, T. (2015). *Philip Crosby: la filosofía de cero defectos*. Recuperado el 29 de Setiembre de 2018, de <http://kailean.es/la-filosofia-de-cero-defectos/>
- Liza , C., & Siancas , C. (2016). *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016*. Recuperado el 29 de Setiembre de 2018, de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10969/Liza%20Soriano%20de%20Silva%20Claudia%20Milsa%20%20Siancas%20Ascoy%20Cecilia%20de%20Lourdes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Llerena, I. (2015). *Diagnóstico del clima laboral y su influencia en la satisfacción del personal de la empresa Audicomer S.A.*”. Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/7323/1/T-UCE-0007-408i.pdf>
- Lorella. (2016). *¿Qué es la teoría de la Gestalt?* Recuperado el 29 de Setiembre de 2018, de <https://www.stampaprint.net/es/blog/acerca-de-la-impresion/la-teoria-la-gestalt>
- Martín, A. (2017). *Herramientas básicas de calidad: el diagrama de causa y efecto*. Recuperado el 29 de Setiembre de 2018, de <http://queaprendemoshoy.com/herramientas-basicas-de-calidad-el-diagrama-de-causa-y-efecto/>

- Minsalud. (2014). *Responsabilidad Laboral*. Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de <http://minsalud.gov.co/Lists/Glosario/DispForm.aspx?ID=57&ContentTypeld=0x0100B5A58125280A70438C125863FF136F22>
- Olortegui , V. (2016). *La calidad de servicios y ventas en el área de atención al cliente en la Veterinaria Pet´S Family EIRL CHICLAYO 2016 (Tesis para título, Universidad Señor de Sipan, Pimentel-Perú)*. Recuperado el 29 de Setiembre de 2018, de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/2289/Tesis%20de%20Olortegui%20Quispe%20Victor.pdf;jsessionid=D4B5476DAF809C3C8EACAFA768441DB4?sequence=1>
- Peña, A. (2015). *Evaluación de la calidad del servicio que ofrece la Empresa Comercial RC a sus clientes – sucursal Chiclayo (Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo-Perú)*. Recuperado el 29 de Setiembre de 2018, de [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/61/1/TL\\_Pena\\_Pena\\_Anggela.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/61/1/TL_Pena_Pena_Anggela.pdf)
- Pereira, C. (2014). *Clima laboral y servicio al cliente (Estudio realizado en hospitales privados de la Zona 9 de la ciudad de Quetzaltenango (Tesis de Pregrado, Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango)*. Recuperado el 29 de Enero de 2020, de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Pereira-Catherine.pdf>
- Pérez, A. (2013). *Eficiencia, eficacia y efectividad en la calidad empresarial*. Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de <https://www.gestiopolis.com/eficiencia-eficacia-y-efectividad-en-la-calidad-empresarial/>

- Periañez, B. (2013). *El Orgullo de Pertenencia*. Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de <http://www.borjaperianez.com/2013/07/el-orgullo-de-pertenencia.html>
- Perú 21. (2018). *El 86% de trabajadores renunciaría por un mal clima laboral*. Recuperado el 27 de Setiembre de 2018, de <https://peru21.pe/peru/86-trabajadores-renunciaria-mal-clima-laboral-encuesta-aptitus-422589>
- Questionpro. (2019). *¿Qué es el coeficiente de correlación de Pearson?* Recuperado el 21 de Noviembre de 2019, de <https://www.questionpro.com/blog/es/coeficiente-de-correlacion-de-pearson/>
- Redaccion del Comercio. (2018). *75% de empresas no se disculpan con el cliente que reclama*. Recuperado el 28 de Setiembre de 2018, de <https://elcomercio.pe/economia/peru/75-empresas-disculpan-cliente-reclama-noticia-534850>
- Salon de innovacion y emprendimiento. (2018). <http://www.siehuesca.es/el-clima-laboral/>. Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de <http://www.siehuesca.es/el-clima-laboral/>
- Sánchez, A. (2017). *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa (Tesis de pregrado, Universidad Rafael Landívar, Zacapa-Guatemala)*. Recuperado el 29 de Setiembre de 2018, de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- Santamaria , F., & ZAÑA , K. (2015). *Percepción del clima laboral de los trabajadores de una entidad universitaria. 2015 (Tesis de pregrado, Universidad Privada Juan Mejía Baca, Chiclayo - Perú)*. Recuperado el 28 de Setiembre de 2018, de

<http://repositorio.umb.edu.pe/bitstream/UMB/69/1/Tesis%20Santamaria%20%26%20Za%C3%B1a.pdf>

Sastre, B. (2016). *Cómo conquistar el corazón de tus clientes con la empatía*.

Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de <http://billiesastre.com/como-conquistar-el-corazon-de-tus-clientes-con-la-empatia/>

Schalit, S., & Vermorel, J. (2014). *Definición de (ciclo del) nivel de servicio*.

Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de <https://www.lokad.com/es/definicion-nivel-de-servicio>

Sejzer, R. (2015). *La Trilogía de Juran*. Recuperado el 29 de Setiembre de

2018, de <http://ctcalidad.blogspot.com/2015/09/la-trilogia-de-juran.html>

Sierra, M. (2014). *"el clima laboral en los/as colaboradores/as del área administrativa del Hospital Regional De Cobán, A.V. (Tesis de pregrado, Universidad Rafael Landívar, San Juan Chamelco, Guatemala)*.

Recuperado el 28 de Setiembre de 2018, de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2014/05/43/Sierra-Maria.pdf>

Significados. (2018). *Qué es Cortesía*. Recuperado el 30 de Setiembre de

2018, de <https://www.significados.com/cortesia/>

Tavarez, J. (2015). *Proceso de investigación*. Recuperado el 30 de Setiembre

de 2018, de <http://josetavarez.net/Compendio- Metodologia-de-la- Investigacion.pdf>

Universidad de Cantabria. (2017). *Tema 2. Métodos de Valoración*.

*Cuestionarios*. Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de <https://ocw.unican.es/mod/page/view.php?id=498>

UpSociative. (2015). *Calidad: más que un concepto, un estilo de vida*.

Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de <http://josetavarez.net/Compendio- Metodologia-de-la- Investigacion.pdf>

- Vásquez , J. (2017). *El clima laboral y su influencia en la productividad de los trabajadores administrativos de la Municipalidad Distrital de Ciudad Eten, 2016 (Tesis de pregrado, Universidad Privada Juan Mejía Baca, Chiclayo, Perú)*. Recuperado el 29 de Setiembre de 2018, de <http://repositorio.umb.edu.pe/bitstream/UMB/93/1/Tesis%20Oficial%20Jhon%20Vasquez.pdf>
- Web Mati. (2015). *La definición de accesibilidad*. Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de [http://www.webmati.es/index.php?option=com\\_content&view=article&id=12:que-es-accesibilidad&catid=13&Itemid=160](http://www.webmati.es/index.php?option=com_content&view=article&id=12:que-es-accesibilidad&catid=13&Itemid=160)
- Zapata, B. (2018). *Atención al cliente con falencias en Ecuador*. Recuperado el 28 de Setiembre de 2018, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/04/26/nota/6731814/atencion-cliente-falencias-ecuador>
- Zepeda , J., Delgado , Z., Soto, J., & Soto , J. (2016). *Involucramiento laboral y productividad en un agronegocio en Sinaloa, Mexico*. Recuperado el 30 de Setiembre de 2018, de <http://www.ucla.edu.ve/dac/revistateacs/articulos/Rev19-Art5-ZepedayOtros.pdf>



## **ANEXOS**

## ANEXO 1

### INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI**  
**FACULTAD DE CS. ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**  
**CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Estimado señor (a), el presente cuestionario pretende conocer tu opinión en relación Clima laboral en la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa. Por favor indica tu satisfacción marcando con una X tu respuesta, es totalmente confidencial.

#### INSTRUMENTO 1: CLIMA LABORAL

Nº	ITEMS	Nunca	Casi Nunca	A Veces	Casi siempre	Siempre
01	La libertad del trabajador es una práctica constante en la empresa Honda Credi Vargas.					
02	La empresa Honda Credi Vargas otorga libertad y poder de decisión en el desarrollo de tus actividades					
03	El control a tu trabajo en la empresa Honda Credi Vargas contribuye al mejoramiento de tu desempeño					
04	Las funciones que desarrollas en la empresa Honda Credi Vargas es un desafío y/o reto para ti					
05	Las actividades que desarrollas en la empresa Honda Credi Vargas significa un compromiso con sus objetivos					
06	La empresa Honda Credi Vargas, por la mayor entrega en tus funciones, te otorga alguna recompensa fuera de lo normal					
07	El esfuerzo en tus funciones es compatible con la remuneración que percibes en la empresa Honda Credi Vargas					
08	La entrega mayor en tus funciones en la empresa Honda Credi Vargas significa recibir un incentivo mas					
09	La entrega mayor en tus funciones en la empresa Honda Credi Vargas significa recibir algún reconocimiento en especial					
10	La entrega mayor en tus funciones en la empresa Honda Credi Vargas significa ser promovido a un cargo mayor					
11	En la empresa Honda Credi Vargas se practica el respeto mutuo entre compañeros de trabajo					
12	En la empresa Honda Credi Vargas se práctica un buen trato y amable entre trabajadores					
13	Los trabajadores están predispuestos a colaborar en la empresa Honda Credi Vargas					
14	Existe una comunicación fluida en la empresa Honda Credi Vargas					
15	Existe comprensión mutua entre trabajadores, en la empresa Honda Credi Vargas					
16	Te consideras parte de la empresa Honda Credi Vargas con sentimientos de pertenencia y propiedad					

17	Tus deberes y derechos en la empresa Honda Credi Vargas te asegura una permanencia indeterminada					
18	Te involucras con los objetivos de la empresa					
19	Es orgullo trabajar en la empresa Honda Credi Vargas					
20	Te sientes identificado con el trabajo que realizas en la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa					

## ANEXO 2

### INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI  
FACULTAD DE CS. ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



#### CUESTIONARIO APLICADO A LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA HONDA CREDI VARGAS PUCALLPA.

Estimado señor (a), el presente cuestionario pretende conocer tu opinión en relación a la calidad del servicio que brinda la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa. Por favor indica tu satisfacción marcando con una X tu respuesta, es totalmente confidencial.

#### INSTRUMENTO 2: CALIDAD DEL SERVICIO

Nº	ITEMS	Nunca	Casi Nunca	A Veces	Casi siempre	Siempre
01	La infraestructura y los ambientes que ofrece la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa, son los adecuados					
02	La empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa está ubicado en el sitio adecuado					
03	La empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa posee equipos informáticos y mobiliarios adecuados					
04	Los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa muestran una vestimenta agradable					
05	Los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa son cordiales y muestran buen comportamiento					
06	Los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa conocen las funciones que desarrollan					
07	Los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa te aclaran y orientan tus dudas					
08	Los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa ingresan puntualmente al trabajo					
09	Las respuestas de los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas S.A ofrecen confianza					
10	Los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa son profesionales y hábiles al emitir una respuesta					
11	Los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa desarrollan sus actividades con actitud positiva					
12	Los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa te ofrecen un servicio rápido					
13	Los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa S.A ayudan a los clientes.					

14	Los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa responden tus preguntas					
15	Los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa poseen capacidad de respuesta rápida					
16	Los trabajadores la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa ejecutan el servicio bien a la primera vez					
17	Los horarios de atención al cliente de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa son los adecuados					
18	Los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa se esfuerzan por conocer y entender tus necesidades					
19	Los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas de Pucallpa hacen suyo tus problemas planteados					
20	Los trabajadores de la empresa Honda Credi Vargas muestran un clima organizacional agradable					

**GRACIAS POR SU COLABORACION**

**ANEXO 3**  
**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

**TÍTULO: “EL CLIMA LABORAL Y CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA HONDA CREDI VARGAS, PUCALLPA, 2018”**

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
<p><b><u>Problema General:</u></b> ¿De qué manera se relaciona el clima laboral con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018?</p> <p><b><u>Problemas específicos:</u></b> a) ¿De qué manera se relaciona la responsabilidad con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018? b) ¿De qué manera se relaciona la recompensa con la</p>	<p><b><u>Objetivo General:</u></b> Calificar de qué manera se relaciona el clima laboral con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.</p> <p><b><u>Objetivos específicos:</u></b> a) Determinar de qué manera se relaciona la responsabilidad con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018. b) Establecer de qué manera se</p>	<p><b><u>Hipótesis General:</u></b> El clima laboral se relaciona de manera directa y significativa con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.</p> <p><b><u>Hipótesis específicas:</u></b> a) La responsabilidad se relaciona de manera directa y significativa con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018. b) La recompensa se relaciona de</p>	<b>Clima Laboral</b>	Responsabilidad	Libertad de los trabajadores
					Inspección
					Expectativas de la actividad laboral
					Deber con los resultados
				Recompensa	Premio
					Remuneración justa
					Incentivos no monetarios
				Relaciones	Respeto mutuo
					Colaboración permanente
					Cordialidad
				Identidad	Vínculo con la empresa
					Nivel de desempeño
Sentimiento de orgullo con la empresa					

<p>calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018?</p> <p>c) ¿De qué manera se relaciona las relaciones con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018?</p> <p>d) ¿De qué manera se relaciona la identidad con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018?</p>	<p>relaciona la recompensa con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.</p> <p>c) Precisar de qué manera se relaciona las relaciones con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.</p> <p>d) Conocer de qué manera se relaciona la identidad con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.</p>	<p>manera directa y significativa con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.</p> <p>c) Las relaciones se relacionan de manera directa y significativa con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.</p> <p>d) La identidad se relaciona de manera directa y significativa con la calidad del servicio en la empresa Honda Credi Vargas, Pucallpa, 2018.</p>	<b>Calidad del Servicio</b>	Confiabilidad	Precisión del servicio
					Seriedad del servicio
					Eficiencia del servicio
					Eficacia del servicio
				Capacidad de Respuesta	Libre ejercicio para responder a las peticiones
					Rapidez
				Accesibilidad	Tiempo de acceso al servicio
					Duración de atención del servicio
					Medios para acceder al servicio
				Empatía	Obligación con el cliente
					Cortesía con el cliente
					Amabilidad con el cliente
Entendimiento al cliente					