



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

**TESIS**

**EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN LA**  
**CALIDAD DE SERVICIO QUE BRINDAN LOS**  
**TRABAJADORES DE LA EMPRESA TRANSPORTES**  
**FLORES SRL, LIMA-PERÚ, PRIMER TRIMESTRE DEL**  
**2020.**

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

**AUTOR:**

**Bach. HUAMAN SANCHEZ, MARILIN LUCERO**

**LIMA – PERÚ**

**2020**

**ASESOR DE TESIS**

---

**Dr. GONZALEZ ZAVALA EDMUNDO**

**JURADO EXAMINADOR**

---

**Dr. FERNANDO LUIS TAM WONG**  
**Presidente**

---

**Mg. ARCE GUEVARA ERNESTO**  
**Secretario**

---

**Mg. FRANCISCO EDUARDO DIAZ ZARATE**  
**Vocal**

## **DEDICATORIA**

A Dios nuestro Señor.

A mis padres Elda y Henry, ya que muchos de mis logros se los debo a ellos, quienes motivaron a alcanzar mis anhelos.

A mis hermanos por el apoyo y motivación diaria, a mi abuelita Teresa quien me enseñó a confiar y a estar al lado de Dios logrando que todo sea posible.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por darme la oportunidad de llegar a cumplir un objetivo más.

A toda mi familia que me apoyó; y a todas las personas que contribuyeron a hacer posible esta investigación.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado El clima organizacional y su incidencia en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa Transportes Flores SRL, Lima-Perú, primer trimestre del 2020, tipo aplicada, de nivel descriptivo-correlacional. Cualitativa y cuantitativa, con diseño de estudio no experimental y transversal sobre una población 250 trabajadores de la empresa, donde se llegaron a las conclusiones siguientes:

Se determinó que el clima organizacional incide en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, porque en la prueba de  $t = 36.6525$  y  $\text{valor-P} = 0$ , donde se rechaza la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$  y en la prueba de Wilcoxon tiene un valor  $W = 22781.0$  y  $\text{valor-P} = 0.0$  que permite rechazar la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$ , por lo que existe un potencial en recursos humanos del personal de la empresa para experiencia del agrado de los usuarios.

Se estableció que las relaciones de trabajo influyen en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, porque en la prueba de  $t = 43.066$  y  $\text{valor-P} = 0$ , donde se rechaza la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$  y en la prueba de Wilcoxon tiene un valor  $W = 22801.0$  y  $\text{valor-P} = 0.0$  que permite rechazar la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$ , porque existe un potencial en los trabajadores respecto a su autonomía, reconocimiento y equidad en recursos humanos del personal de la empresa para el agrado de los usuarios.

Se analizó la evaluación de la satisfacción y se encontró que impacta en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, porque en la prueba de  $t = 42.7147$  y  $\text{valor-P} = 0$ , donde se rechaza la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$  y en la prueba de Wilcoxon tiene un valor  $W = 22801.0$  y  $\text{valor-P} = 0.0$  que permite rechazar la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$ . porque existe un potencial en los trabajadores respecto a su cohesión, implicación y apoyo en los recursos humanos del personal de la empresa para el agrado de los usuarios.

Se definió como el vandalismo repercute en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, porque en la prueba de  $t = 49.5308$  y  $\text{valor-P} = 0$ , donde se rechaza la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$  y en la prueba de Wilcoxon tiene un valor  $W = 22801.0$  y  $\text{valor-P} = 0.0$  que permite rechazar la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$ , porque se evita el retraso y los perjuicios en el trabajo del personal de la empresa para el agrado de los usuarios.

**Palabras Clave:** Clima organizacional, Calidad de servicio.

## ABSTRACT

This research work entitled The organizational climate and its impact on the quality of service provided by the workers of the company Transportes Flores SRL, Lima-Peru, first quarter of 2020, applied type, descriptive level. Qualitative and quantitative descriptive with non-experimental and cross-cutting study design on a population of 250 workers of the company, where the following conclusions were reached:

It was determined that the organizational climate affects the quality of service provided by workers of the transport company Flores Hnos. S.R.L., Lima – Peru, because in the test of  $t = 36.6525$  and  $P\text{-value} = 0$ , where the null hypothesis for alpha is rejected  $0.05$  and in the Wilcoxon test has a value of  $W = 22781.0$  and  $P\text{-value} = 0.0$  that allows to reject the null hypothesis for  $\alpha = 0.05$ , so there is a potential in human resources of the company's staff for user-friendly experience.

It was established that working relationships influence the quality of service provided by workers of the transport company Flores Hnos. S.R.L., Lima – Peru, because in the test of  $t = 43.066$  and  $P\text{-value} = 0$ , where the null hypothesis for alpha is rejected  $= 0.05$  and in the Wilcoxon test has a value of  $W = 22801.0$  and  $P\text{-value} = 0.0$  that allows to reject the null hypothesis for  $\alpha = 0.05$ , because there is a potential in workers with regard to their autonomy, recognition and equity in human resources of the company's staff to the liking of users.

The satisfaction assessment was analyzed and found to impact the quality of service provided by workers at the Flores Hnos Transport company. S.R.L., Lima – Peru, because in the test of  $t = 42.7147$  and  $P\text{-value} = 0$ , where the null hypothesis for alpha is rejected and in the Wilcoxon test it has a value of  $W = 22801.0$  and  $\text{value-P} = 0.0$  that allows to reject the null hypothesis for  $\alpha = 0.05$ . because there is a potential in workers with regard to their cohesion, involvement and support in the human resources of the company's staff to the liking of users.

It was defined as vandalism has an impact on the quality of service provided by workers of the transport company Flores Hnos. S.R.L., because in the test of  $t = 49.5308$  and  $P\text{-value} = 0$ , where the null hypothesis for alpha is rejected  $= 0.05$  and

in the Wilcoxon test has a value of  $W = 22801.0$  and value  $-P = 0.0$  that allows to reject the null hypothesis for  $\alpha = 0.05$ , because the delay and damage to the work of the company's staff is avoided for the pleasure of the users.

**Keywords:** Organizational climate, Quality of service.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA .....	i
ASESOR DE TESIS .....	ii
JURADO EXAMINADOR.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT.....	viii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	xix
<b>I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>21</b>
1.1. Planteamiento del problema.....	21
1.2. Formulación del problema .....	23
1.2.1. Problema general.....	23
1.2.2. Problemas específicos.....	23
1.3. Justificación del estudio.....	23
1.3.1. Justificación práctica.....	23
1.3.2. Justificación teórica.....	23
1.3.3. Justificación metodológica.....	24
1.3.4. Justificación social.....	24
1.4. Objetivos de la investigación .....	24
1.4.1. Objetivo general.....	24
1.4.2. Objetivos específicos.....	24
<b>II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>25</b>
2.1. Antecedentes de la investigación .....	25
2.1.1. Antecedentes nacionales.....	25
2.1.2. Antecedentes internacionales.....	27
2.2. Bases teóricas de las variables .....	29
2.2.1. Variable independiente: clima organizacional.....	29
2.2.2. Variable dependiente: Calidad de servicio.....	33

2.3.	Definición de términos básicos .....	36
<b>III.</b>	<b>MÉTODOS Y MATERIALES .....</b>	<b>40</b>
3.1.	Hipótesis de la investigación .....	40
3.1.1.	Hipótesis general. ....	40
3.1.2.	Hipótesis específicas. ....	40
3.2.	Variables de estudio .....	40
3.2.1.	Definición conceptual.....	40
3.2.2.	Definición operacional.....	43
3.3.	Tipo y nivel de la investigación .....	45
3.3.1.	Tipo de investigación. ....	45
3.3.2.	Nivel de la investigación. ....	46
3.4.	Diseño de la investigación .....	46
3.5.	Población y muestra de estudio.....	47
3.5.1.	Población. ....	47
3.5.2.	Muestra.....	47
3.5.3.	Muestreo.....	48
3.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	48
3.6.1.	Técnicas de recolección de datos.....	48
3.6.2.	Instrumentos de recolección de datos. ....	49
3.7.	Métodos de análisis de datos .....	49
3.8.	Aspectos éticos .....	49
<b>IV.</b>	<b>RESULTADOS .....</b>	<b>50</b>
4.1.	Resultados de la validación del instrumento de la investigación .....	50
4.1.1.	Validez y confiabilidad de los instrumentos. ....	50
4.2.	Resultados de la Estadística Descriptiva.....	52
4.2.1.	Estadística descriptiva de la variable: Clima organizacional.....	52
4.2.2.	Estadística descriptiva de la variable: Calidad de servicio.....	84
4.3.	Resultados de la Estadística Inferencial para la Contrastación de las hipótesis .....	116
4.3.1.	Contrastación de las hipótesis específicas. ....	116
4.3.2.	Contrastación de la hipótesis general.....	130
<b>V.</b>	<b>DISCUSIÓN.....</b>	<b>134</b>
5.1.	Discusión sobre los resultados de la estadística descriptiva .....	134

5.1.1. Discusión sobre los resultados de la estadística descriptiva de la variable independiente.....	134
5.1.2. Discusión sobre los resultados de la estadística descriptiva de la variable dependiente.....	134
5.2. Discusión sobre los resultados de la estadística inferencial.....	135
5.2.1. Discusión de los resultados de la contrastación de las hipótesis específicas.....	135
5.2.2. Discusión de los resultados de la contrastación de la hipótesis general.....	136
<b>VI. CONCLUSIONES.....</b>	<b>137</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>138</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>139</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>142</b>
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	143
Anexo 2: Matriz de operacionalización.....	144
Anexo 3: Instrumentos.....	145
Anexo 4: Validez de instrumentos.....	147
Anexo 5: Matriz de datos.....	149
Anexo 6: Propuesta de valor.....	157

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	44
Tabla 2. Resultados de la validación del Clima Organizacional .....	50
Tabla 3. Suma de las Validaciones para clima organizacional.....	51
Tabla 4. Suma de las Validaciones Calidad de servicio .....	51
Tabla 5. Resultados del ítem 1 .....	52
Tabla 6. Resultados estadísticos del ítem 1 .....	53
Tabla 7. Resultados del ítem 2.....	54
Tabla 8. Resultados estadísticos del ítem 2 .....	55
Tabla 9. Resultados del ítem 3.....	56
Tabla 10. Resultados estadísticos del ítem 3 .....	57
Tabla 11. Resultados del ítem 4.....	58
Tabla 12. Resultados estadísticos del ítem 4 .....	59
Tabla 13. Resultados del ítem 5.....	60
Tabla 14. Resultados estadísticos del ítem 5 .....	61
Tabla 15. Resultados del ítem 6.....	62
Tabla 16. Resultados estadísticos del ítem 6 .....	63
Tabla 17. Resultados del ítem 7.....	64
Tabla 18. Resultados estadísticos del ítem 7 .....	65
Tabla 19. Resultados del ítem 8.....	66
Tabla 20. Resultados estadísticos del ítem 8 .....	67
Tabla 21. Resultados del ítem 9.....	68
Tabla 22. Resultados estadísticos del ítem 9 .....	69
Tabla 23. Resultados del ítem 10.....	70
Tabla 24. Resultados estadísticos del ítem 10 .....	71
Tabla 25. Resultados del ítem 11 .....	72
Tabla 26. Resultados estadísticos del ítem 11 .....	73
Tabla 27. Resultados del ítem 12.....	74
Tabla 28. Resultados estadísticos del ítem 12 .....	75
Tabla 29. Resultados del ítem 13.....	76
Tabla 30. Resultados estadísticos del ítem 13 .....	77
Tabla 31. Resultados del ítem 14.....	78

Tabla 32. Resultados estadísticos del ítem 14 .....	79
Tabla 33. Resultados del ítem 15.....	80
Tabla 34. Resultados estadísticos del ítem 15 .....	81
Tabla 35. Resultados del ítem 16.....	82
Tabla 36. Resultados estadísticos del ítem 16 .....	83
Tabla 37. Resultados del ítem 17.....	84
Tabla 38. Resultados estadísticos del ítem 17 .....	85
Tabla 39. Resultados del ítem 18.....	86
Tabla 40. Resultados estadísticos del ítem 18 .....	87
Tabla 41. Resultados del ítem 19.....	88
Tabla 42. Resultados estadísticos del ítem 19.....	89
Tabla 43. Resultados del ítem 20.....	90
Tabla 44. Resultados estadísticos del ítem 20 .....	91
Tabla 45. Resultados del ítem 21 .....	92
Tabla 46. Resultados estadísticos del ítem 21 .....	93
Tabla 47. Resultados del ítem 22.....	94
Tabla 48. Resultados estadísticos del ítem 22 .....	95
Tabla 49. Resultados del ítem 23.....	96
Tabla 50. Resultados estadísticos del ítem 23 .....	97
Tabla 51. Resultados del ítem 24.....	98
Tabla 52. Resultados estadísticos del ítem 24 .....	99
Tabla 53. Resultados del ítem 25.....	100
Tabla 54. Resultados estadísticos del ítem 25 .....	101
Tabla 55. Resultados del ítem 26.....	102
Tabla 56. Resultados estadísticos del ítem 26 .....	103
Tabla 57. Resultados del ítem 27 .....	104
Tabla 58. Resultados estadísticos del ítem 27 .....	105
Tabla 59. Resultados del ítem 28.....	106
Tabla 60. Resultados estadísticos del ítem 28 .....	107
Tabla 61. Resultados del ítem 29.....	108
Tabla 62. Resultados estadísticos del ítem 29 .....	109
Tabla 63. Resultados del ítem 30.....	110
Tabla 64. Resultados estadísticos del ítem 30 .....	111

Tabla 65. Resultados del ítem 31 .....	112
Tabla 66. Resultados estadísticos del ítem 31 .....	113
Tabla 67. Resultados del ítem 32.....	114
Tabla 68. Resultados estadísticos del ítem 32 .....	115
Tabla 69. Tablas cruzadas de la comparación de dos muestras: Relaciones de trabajo & Calidad de servicio .....	117
Tabla 70. Tablas cruzadas de la Comparación de Dos Muestras - Satisfacción & Calidad de servicio .....	121
Tabla 71. Tablas cruzadas de la comparación de dos muestras: Vandalismo & Calidad de servicio .....	126
Tabla 72. Tablas cruzadas de la comparación de dos muestras: Clima Organizacional & Calidad de servicio .....	130

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo final de la investigación .....	45
Figura 2. Gráfica de los resultados del ítem 1 .....	52
Figura 3. Gráfica de la tendencia del ítem 1.....	53
Figura 4. Gráfica de los resultados del ítem 2.....	54
Figura 5. Gráfica de la tendencia del ítem 2.....	55
Figura 6. Gráfica de los resultados del ítem 3.....	56
Figura 7. Gráfica de la tendencia del ítem 3.....	57
Figura 8. Gráfica de los resultados del ítem 4.....	58
Figura 9. Gráfica de la tendencia del ítem 4.....	59
Figura 10. Gráfica de los resultados del ítem 5.....	60
Figura 11. Gráfica de la tendencia del ítem 5.....	61
Figura 12. Gráfica de los resultados del ítem 6.....	62
Figura 13. Gráfica de la tendencia del ítem 6.....	63
Figura 14. Gráfica de los resultados del ítem 7.....	64
Figura 15. Gráfica de la tendencia del ítem 7.....	65
Figura 16. Gráfica de los resultados del ítem 8.....	66
Figura 17. Gráfica de la tendencia del ítem 8.....	67
Figura 18. Gráfica de los resultados del ítem 10.....	68
Figura 19. Gráfica de la tendencia del ítem 9.....	69
Figura 20. Gráfica de los resultados del ítem 11.....	70
Figura 21. Gráfica de la tendencia del ítem 10.....	71
Figura 22. Gráfica de los resultados del ítem 12.....	72
Figura 23. Gráfica de la tendencia del ítem 11.....	73
Figura 24. Gráfica de los resultados del ítem 13.....	74
Figura 25. Gráfica de la tendencia del ítem 12.....	75
Figura 26. Gráfica de los resultados del ítem 13.....	76
Figura 27. Gráfica de la tendencia del ítem 13.....	77
Figura 28. Gráfica de los resultados del ítem 14.....	78
Figura 29. Gráfica de la tendencia del ítem 14.....	79
Figura 30. Gráfica de los resultados del ítem 15.....	80
Figura 31. Gráfica de la tendencia del ítem 15.....	81

Figura 32. Gráfica de los resultados del ítem 16.....	82
Figura 33. Gráfica de la tendencia del ítem 16.....	83
Figura 34. Gráfica de los resultados del ítem 17.....	84
Figura 35. Gráfica de la tendencia del ítem 17.....	85
Figura 36. Gráfica de los resultados del ítem 19.....	86
Figura 37. Gráfica de la tendencia del ítem 18.....	87
Figura 38. Gráfica de los resultados del ítem 19.....	88
Figura 39. Gráfica de la tendencia del ítem 19.....	89
Figura 40. Gráfica de los resultados del ítem 20.....	90
Figura 41. Gráfica de la tendencia del ítem 20.....	91
Figura 42. Gráfica de los resultados del ítem 21.....	92
Figura 43. Gráfica de la tendencia del ítem 21.....	93
Figura 44. Gráfica de los resultados del ítem 22.....	94
Figura 45. Gráfica de la tendencia del ítem 22.....	95
Figura 46. Gráfica de los resultados del ítem 23.....	96
Figura 47. Gráfica de la tendencia del ítem 23.....	97
Figura 48. Gráfica de los resultados del ítem 24.....	98
Figura 49. Gráfica de la tendencia del ítem 24.....	99
Figura 50. Gráfica de los resultados del ítem 25.....	100
Figura 51. Gráfica de la tendencia del ítem 25.....	101
Figura 52. Gráfica de los resultados del ítem 26.....	102
Figura 53. Gráfica de la tendencia del ítem 26.....	103
Figura 54. Gráfica de los resultados del ítem 27.....	104
Figura 55. Gráfica de la tendencia del ítem 27.....	105
Figura 56. Gráfica de los resultados del ítem 28.....	106
Figura 57. Gráfica de la tendencia del ítem 28.....	107
Figura 58. Gráfica de los resultados del ítem 29.....	108
Figura 59. Gráfica de la tendencia del ítem 29.....	109
Figura 60. Gráfica de los resultados del ítem 30.....	110
Figura 61. Gráfica de la tendencia del ítem 30.....	111
Figura 62. Gráfica de los resultados del ítem 31.....	112
Figura 63. Gráfica de la tendencia del ítem 31.....	113
Figura 64. Gráfica de los resultados del ítem 32.....	114

Figura 65. Gráfica de la tendencia del ítem 32.....	115
Figura 66. Frecuencia de las relaciones de trabajo frente a la frecuencia de la calidad de servicio.....	118
Figura 67. Densidad suavizada de las relaciones de trabajo frente a la densidad suavizada de la calidad de servicio que demuestran un comportamiento normal en la curva gaussiana.....	118
Figura 68. Gráfico de cajas y bigotes de la comparación de dos muestras: Relaciones de trabajo y la Calidad de servicio .....	120
Figura 69. Frecuencia de la satisfacción frente a la frecuencia de la calidad de servicio .....	122
Figura 70. Densidad suavizada de la satisfacción frente a la frecuencia de la calidad de servicio que demuestran un comportamiento normal en la curva gaussiana .....	122
Figura 71. Gráfico de cajas y bigotes de la comparación de dos muestras: Satisfacción y la Calidad de servicio .....	125
Figura 72. Frecuencia del vandalismo frente a la frecuencia de la calidad de servicio .....	127
Figura 73. Densidad suavizada del vandalismo frente a la frecuencia de la calidad de servicio que demuestran un comportamiento normal en la curva gaussiana .....	127
Figura 74. Gráfico de cajas y bigotes de la comparación de dos muestras: Vandalismo y la Calidad de servicio. ....	129
Figura 75. Frecuencia del clima organizacional frente a la frecuencia de la calidad de servicio .....	131
Figura 76. Densidad suavizada del clima organizacional frente a la frecuencia de la calidad de servicio que demuestran un comportamiento normal en la curva gaussiana .....	131
Figura 77. Gráfico de cajas y bigotes de la comparación de dos muestras: Clima organizacional y la Calidad de servicio.....	133

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación denominada El clima organizacional y su incidencia en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa Transportes Flores SRL, Lima-Perú, primer trimestre del 2020; con respecto al clima organizacional de la Empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L en la ciudad de Lima, observamos mediante el libro de reclamos que existe un alto índice de insatisfacción del cliente por causa de la mala calidad en el servicio o atención brindada por parte de los trabajadores, podemos deducir que el motivo se debe al ambiente inadecuado en la cual vienen trabajando estas personas, limitando así su desenvolvimiento, estas consideraciones permitieron establecer los objetivos siguientes:

Determinar como el clima organizacional incide en la calidad de servicio que brinda los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020.

Establecer como las relaciones de trabajo influyen en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020.

Analizar como la satisfacción impacta en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020.

Definir como el vandalismo repercute en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020.

El contenido del informe está estructurado en capítulos, de la siguiente manera:

CAPÍTULO I. Contiene el planteamiento del problema, abarcando la caracterización de la problemática, formulación del problema, objetivos de la investigación, justificación e importancia y delimitación del problema de la investigación, el clima organizacional y su incidencia en la calidad de servicio que

brindan los trabajadores de la empresa Transportes Flores SRL, Lima-Perú, primer trimestre del 2020.

CAPÍTULO II. Guarda relación con el desarrollo del marco teórico, comprendiendo los antecedentes de la investigación, teoría científica que fundamenta el estudio, y el marco teórico conceptual.

CAPÍTULO III. Abarca la parte metodológica de la investigación, en la que incluye el tipo y nivel, el método y diseño de investigación, población y muestra, procedimientos de la investigación, técnicas e instrumentos de recolección de datos, técnicas de análisis y procesamiento de datos.

CAPÍTULO IV. Detalla el análisis e interpretación de los resultados del clima organizacional y su incidencia en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa Transportes Flores SRL, Lima-Perú, primer trimestre del 2020.

Finalmente, se han establecido las respectivas discusiones, conclusiones y recomendaciones obtenidas.

## **I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Planteamiento del problema**

El clima organizacional dentro de una empresa ha tomado gran relevancia a menudo cada vez es más globalizado y competitivo, en el que los aspectos del clima organizacional son factores influyentes en el servicio al cliente, posibilitando así que una empresa sea más exitosa que sus principales competidores. A lo largo de los años en todas las empresas se han implementado una serie de estrategias para generar un adecuado clima o ambiente, en el cual permita a los trabajadores desarrollar todas sus habilidades, destrezas, conocimientos, en sus puestos designados, ya que todo ello contribuye al cumplimiento de metas u objetivos. Esto demuestra que el éxito o el fracaso de una organización va a depender en gran medida del grado de percepción que tienen los trabajadores con respecto a su lugar de trabajo, jefes, etc.

A nivel internacional en Guatemala en el año 2016, los hospitales privados de la zona 9 de la ciudad de Quetzaltenango, se pudo observar que existe una fuerte relación positiva entre el clima organizacional y el servicio que se brinda a los pacientes debido, a que los trabajadores reconocen que deben brindar el servicio de calidad para obtener la satisfacción del cliente. Por ello, se recomendó a estos hospitales fortalecer el clima dentro de sus instituciones y de cada uno de sus departamentos, brindando constantes capacitaciones a los trabajadores para generar un clima agradable dentro de los hospitales y pueda seguir brindando un servicio de alta calidad sin incidencias negativas.

A nivel nacional en Chiclayo tenemos a la empresa Tay Loy S.A., en la que mediante otro trabajo de investigación se pudo observar que no existe un clima organizacional óptimo entre los jefes de las áreas y los colaboradores, esto se ve reflejado mediante los trabajadores desmotivados, no pueden trabajar en equipo, inasistencia en sus labores, conflictos, etc., causados por la sobrecarga laboral, salarios bajos y falta de compromiso, todos estos problemas repercuten de manera negativa sobre el servicio al cliente, en el incumplimiento de las entregas, equivocaciones en reparto, entrega de productos caducados, entre otros. Para

finalizar el personal no está capacitado ni inducido en sus labores, lo que conduce a una escasa calidad en el servicio que Tay Loy S.A. brinda a sus clientes.

Por otro lado, podemos notar que esta investigación no solo se centra en el clima organizacional sino también en el servicio que brindan los trabajadores de la empresa Transportes Flores a sus clientes, que se tiene como consecuencia. Se reconoce que el clima organizacional es la base de la organización, pues tiene una relación directa con el desempeño y la satisfacción del trabajador, ya que si estos aspectos se encuentran estables se logrará brindar un buen servicio a los clientes.

Con respecto al clima organizacional de la Empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L en la ciudad de Lima, observamos mediante el libro de reclamos existe un alto índice de insatisfacción del cliente por causa de la mal servicio o atención brindada por parte de los trabajadores, podemos deducir que el motivo se debe al ambiente inadecuado en la que vienen trabajando estas personas, limitando así su desenvolvimiento. Estos podrían ser las relaciones de trabajo es decir la percepción negativa que tiene el trabajador de sus jefes y su forma de trabajo, seguido tenemos la insatisfacción del trabajador, la cual podría ser por falta de apoyo, compromiso o rencillas entre compañeros de trabajo. Todo esto repercute de manera notoria en el bajo nivel de productividad, eficiencia y eficacia para tender a los clientes, brindándoles un servicio que satisfaga las necesidades del mismo. A ello, le añadimos la opinión del Jefe de operaciones el Sr. Fidel Gutiérrez Castillo quien indica que otras causas de brindar un mal servicio en la empresa Transportes Flores se debe a la alta rotación del personal, el personal no da más tiempo de lo mencionado en su contrato, falta de comunicación y coordinación entre las jefaturas, personal no concentrado en sus funciones, todo ello ocasiona que no exista personal permanente y capacitado correctamente en la organización.

La relevancia y la pertinencia de estudiar el clima organizacional y su relación con la calidad de servicio en transportes, radica en que viene a constituirse en una de las herramientas más importantes, las cuales contribuyen al mejoramiento continuo de las empresas de este rubro, ya que estudiar estas variables ayudará a identificar los puntos claves que permitirán elevar la calidad de vida laboral de los trabajadores y por supuesto, la calidad de los servicios de transporte que se brindan a los usuarios de este medio de comunicación.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general.**

PG ¿Cómo el clima organizacional incide en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L., Lima-Perú, primer trimestre del 2020?

### **1.2.2. Problemas específicos.**

PE 1 ¿Cómo las relaciones de trabajo influyen en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020?

PE 2 ¿Cómo la satisfacción impacta en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020?

PE 3 ¿Cómo el vandalismo repercute en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020?

## **1.3. Justificación del estudio**

### **1.3.1. Justificación práctica.**

Se realiza la investigación de este proyecto, ya que se considera de suma importancia que la alta dirección de la empresa conozca los motivos o razones por la cual, sus trabajadores tienen o no un buen ambiente para laborar, también identificando la repercusión en el nivel de servicio que brindan los trabajadores de la empresa Transportes Flores a sus clientes, delimitando así la imagen y confianza de dicha empresa ante su público.

### **1.3.2. Justificación teórica.**

Esta investigación se realiza con el propósito de aportar conocimiento existente sobre la relación entre el clima laboral y su incidencia en el servicio que brindan los trabajadores de una empresa, ya que nos permitirá identificar las debilidades aplicando un modelo desarrollado teóricamente y poder corregirlas,

para que éstas puedan implementar herramientas que permitan el mejoramiento continuo.

### **1.3.3. Justificación metodológica.**

Esta investigación está basada en el método científico, la cual permitirá a esta investigación ser replicada en otras que cuenten con la misma problemática y así obtener resultados similares.

### **1.3.4. Justificación social.**

La sociedad se beneficiará ya que mediante esta investigación muchas empresas y microempresas podrán darle la debida importancia a mantener estable el ambiente laboral y llegar así a niveles de alta productividad y por consecuencia obtener alta rentabilidad.

## **1.4. Objetivos de la investigación**

### **1.4.1. Objetivo general.**

OG Determinar como el clima organizacional incide en la de servicio que brinda los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020.

### **1.4.2. Objetivos específicos.**

OE 1 Establecer como las relaciones de trabajo influyen en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020.

OE 2 Analizar como la satisfacción impacta en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020.

OE 3 Definir como el vandalismo repercute en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020.

## **II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes de la investigación**

#### **2.1.1. Antecedentes nacionales.**

Victorio, E. (2018), en la investigación La relación del clima organizacional y la satisfacción laboral de los trabajadores del área de operaciones de las tres principales empresas aseguradoras de Lima – Perú 2017, para optar al título de Licenciado en Administración, de la carrera de Administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales, en la Universidad San Ignacio de Loyola. Lima.

Tuvo como objetivo determinar la relación del clima organizacional y la satisfacción laboral de los trabajadores del área de operaciones de las tres principales empresas aseguradoras de Lima 2017, es una investigación que se aplicó a una población de 352 con una muestra de 183 trabajadores, mediante la correlación estadística Rho de Spearman se demostró que “el alto nivel de significancia del 5% que rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternante, concluyendo que el clima organizacional si se relaciona con la satisfacción laboral, confirmado por la prueba no paramétrica (software SPSS)”.

Solano, S. (2017), en la tesis Clima organizacional y desempeño laboral de los trabajadores de la Gerencia Territorial Huallaga Central de Juanjui - Perú, año 2017, para obtener el grado de Maestra en Gestión Pública, de la Escuela de Posgrado, en la Universidad César Vallejo. Tarapoto. San Martín.

Tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el clima organizacional y el desempeño laboral de los trabajadores de la gerencia Territorial Huallaga Central – Juanjui. Esta investigación se aplicó a una muestra de 20 trabajadores, se demostró la existencia de una correlación significativa debido a que la correlación de Pearson muestra un valor positivo y de 0,675, lo cual evidencia que la correlación es positiva y considerable, lo que conlleva aceptar la H1 es decir “el clima organizacional interviene negativamente en un 46% en el desempeño laboral”, en ese sentido existen otros factores que también son participes en el desarrollo del desempeño como las acciones mal ejecutadas, entre otros.

Alberca, E. & Valentín, C. (2017), en la tesis Clima organizacional y calidad de servicio del personal administrativo de la sede central del Ministerio de Educación, para optar al título de Licenciado en Administración, de la Facultad de Ciencias Administrativas y Ciencias Económicas, en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Lima.

Cuyo objetivo fue determinar de qué manera el clima organizacional influye en la calidad de servicio del personal administrativo de la sede central del ministerio de educación esta investigación uso una población de 350 trabajadores, se utilizó la técnica de estadística de prueba en la que se rechaza la  $H_0$  si el valor calculado de  $X^2$  es mayor o igual a 16.91, en el cálculo se obtuvo 34.85 mayor que la chi cuadrada concluyendo así que “el clima organizacional influye positivamente en la calidad de servicio del personal administrativo”

Segura, J. (2016), en la tesis Influencia del clima organizacional en la calidad del servicio en los trabajadores de la empresa comercializadora de útiles escolares y de oficina Tai Loy S.A. Chiclayo, para optar al título de Licenciado en Administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales, en la Universidad Señor de Sipán. Pimentel. Lambayeque.

Tuvo como objetivo determinar la influencia del clima organizacional y la calidad del servicio en los colaboradores de la empresa comercializadora de útiles escolares y de oficina Tai Loy S.A-Chiclayo, esta investigación se aplicó a una población de 300 personas entre trabajadores y clientes, con una muestra de 169 colaboradores, quien mediante la correlación de Pearson concluyó que “si existe influencia del clima organizacional en la calidad de servicio, dado que el 92% de las personas encuestadas considera que el clima en la empresa Tay Loy S.A; es autoritario y explotador”.

Huamaní, N. (2015), en la tesis titulada El clima organizacional y su influencia en el desempeño laboral del personal de conducción de trenes, del área de transportes del metro de Lima – Perú, la línea 1 en el 2013, para optar al título de Licenciado en Administración de Empresas, de la Facultad de Administración de Empresas e Ingeniería de Sistemas, en la Universidad Tecnológica de Lima Sur. Villa El Salvador. Lima.

Tuvo como objetivo explicar la influencia del clima organizacional en el desempeño laboral de los conductores de trenes, del área de transporte del metro de lima línea 1 en el 2013, en esta investigación se aplicó a una población fue de 71 trabajadores y una muestra de 60 trabajadores, a los que se le aplicó la técnica del muestreo probabilístico, las cuales fueron procesados en el software SPSS quien concluyó según los resultados obtenidos que " el 51% de encuestados indican que los supervisores y jefes juegan un papel primordial en el reconocimiento del desempeño laboral de los trabajadores y esto determina efectos positivos en el clima organizacional en el desarrollo de las funciones del colaborador" (p. 111).

### **2.1.2. Antecedentes internacionales.**

**Zans (2017)**, en la tesis Clima Organizacional y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores administrativos y docentes de la Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa, UNAN – Managua – Nicaragua en el período 2016, tiene como objetivo analizar el clima organizacional y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores administrativos y docentes de la Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa, esta investigación se aplicó a 88 trabajadores y una muestra de 59 personas a las cuales se les aplicó el instrumento de la encuesta, asimismo fueron transformados en valores numéricos y analizados con técnicas estadísticas, en la cual se concluyó "que el 64% de trabajadores encuestados consideran que el clima organizacional es negativo debido a la falta de motivación, el cual incidiría de manera negativo en el desempeño laboral de sus tareas, funciones y las relaciones interpersonales."

**Jiménez y Mosquera (2017)**, en la tesis Clima organizacional y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores, de los departamentos financieros en entidades públicas, en la ciudad de Quito – Ecuador; tiene como objetivo analizar la incidencia del clima organizacional en el desempeño laboral de los colaboradores de un departamento financiero en una entidad pública, a fin de mejorar su rendimiento, esta investigación se aplicó a 32 personas, aplicando la metodología de Martha Alles se obtuvo como resultado " que el clima laboral tiene mayor incidencia en el desempeño de los trabajadores, el 100% de encuestados coincidieron que el problema radica en el liderazgo de las autoridades".

**Sotelo y Figueroa (2017)**, en el artículo de investigación El clima organizacional y su correlación con la calidad en el servicio de una institución de educación nivel medio superior, en la ciudad de Guadalajara – México, tiene como objetivo analizar la correlación entre el clima organizacional y la calidad en el servicio utilizando un modelo lineal, esta investigación se aplicó a una población de 52 individuos, para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta en la cual se utilizó la técnica de análisis estadístico de regresión lineal, y la confiabilidad del instrumento aplicado obtuvo un coeficiente alfa de Cronbach = 0.954; en la que se concluyó que “Existe correlación significativa 76% en como el Clima organizacional incide sobre la Calidad en el servicio que se presenta en la institución según la percepción de los trabajadores y queda demostrada estadísticamente la existencia de una estrecha correlación entre ambas variables”

**Jorge (2016)**, en la tesis Factores que impactan en el clima organizacional de un centro de servicios compartidos en México; quien tiene como objetivo de este trabajo de investigación es conocer cuáles son las necesidades, expectativas e inquietudes del personal del CSC, cuál es su percepción respecto al ambiente que se respira en la organización, así como los factores que influyen en la motivación de cada individuo, este estudio se aplicó a 93 integrantes. Se realizó la recolección de datos se aplicaron las técnicas de observación, entrevistas y encuestas; en la que se concluyó que “la falta de capacitaciones (56%) y la falta de oportunidad en el desarrollo profesional (41%) es importante en el sentimiento de los colaboradores, e influyen de manera negativa en el servicio que brindan al cliente”.

**Pereira (2014)**, en la investigación Clima laboral y servicio al cliente en hospitales privados de la zona 9 de la ciudad de Quetzaltenango – Guatemala, tiene como objetivo establecer la incidencia del clima laboral en el servicio al cliente en los hospitales privados de la zona 9 de la ciudad de Quetzaltenango. Esta investigación fue aplicada a 30 personas en las edades de 24 y 61 años, se usó la significancia y la fiabilidad de media aritmética en donde se concluyó que “en un 54% la de las personas encuestadas determinan que las remuneraciones, experiencia, armonía, comunicación, colaboración, seguridad e higiene, son factores que no les afecta de una manera negativa sino positiva en el servicio que brindan” (p. 90).

## **2.2. Bases teóricas de las variables**

### **2.2.1. Variable independiente: clima organizacional.**

#### **2.2.1.1. Clima organizacional según Palma.**

Según Palma (2004), citado por Saldaña (2017) sostiene que el “Clima es entendido como la percepción sobre los aspectos vinculados al ambiente de trabajo, permite ser un aspecto diagnóstico que orienta acciones preventivas y correctivas necesarias para optimizar y/o fortalecer el funcionamiento del proceso y resultados organizacionales” (p. 18). Quien a su vez nos menciona 5 dimensiones:

- **Autorrealización.**

Refiere a la apreciación que tienen el trabajador en relación a las posibilidades del entorno organizacional, básicamente se evalúa si el centro laboral favorece el desarrollo profesional y personal.

- **Involucramiento laboral.**

Hace referencia a la identificación y compromiso con los valores y desarrollo de la organización.

- **Supervisión.**

Describe las apreciaciones de funcionalidad y significado que asignan los superiores al monitorear y controlar la actividad laboral de sus subordinados. También registra la relación de apoyo y guía que reciben los trabajadores para las tareas y funciones que forman parte de su rendimiento diario.

- **Comunicación.**

Es la percepción de nivel de fluidez, celeridad, claridad, coherencia y precisión de la información relativa al funcionamiento interno de la organización, también, evalúa lo implicado en el proceso de atención a usuarios y/o clientes de la institución.

- **Condiciones laborales.**

Se refiere al reconocimiento que los empleados tienen sobre la organización, es decir aceptan o no que dicha entidad, brinda los elementos materiales, económicos y/o psicosociales requeridos para el cumplimiento de las tareas y funciones delegadas.

### ***2.2.1.2. Clima organizacional según Brunet.***

Según Brunet (2014) citado por Jiménez y Mosquera (2017):

Conjunto de características que son percibidas de una organización y/o de sus departamentos que pueden ser deducidas según la forma en la que la organización y/o sus departamentos actúan (consciente o inconscientemente) con sus empleados. Así, las variables que interactúan con la personalidad del individuo para producir las percepciones. (p. 19).

Dicho autor nos menciona los siguientes campos de estudio:

- **Relaciones de trabajo.**

Las relaciones de trabajo son un conjunto de comportamientos interpersonales de n individuo en la función, el papel es un componente importante del clima que contribuye al deseo de agruparse, cuando los papeles de dirección están mal definidos o son ambiguos, los riesgos de conflictos personales, interpersonales y organizacionales son excesivamente grandes y como el ser humano no puede soportar estar en un estado de inseguridad, entonces buscará controlar y estructurar su ambiente. (p. 72)

- **Satisfacción.**

El clima organizacional tiene un efecto directo sobre satisfacción y el rendimiento de los individuos en el trabajo. Cuando un individuo puede encontrar dentro de una organización una adecuación o una respuesta a sus necesidades, entonces puede asegurarse que estará satisfecho. Es obvio que un clima que permite al empleado alcanzar su plenitud personal y desarrollarse, es más susceptible de tener una visión positiva de su empleo. (p. 78)

- **Vandalismo.**

Estos son crímenes ocupacionales cometidos por un empleado, dentro del cuadro de su trabajo, para su ganancia personal. Los actos de vandalismo dentro de una organización son algunas veces verdaderos azotes para ciertas empresas que deben muchas veces establecer verdaderos regimenes, a fin de que reine el orden y el respeto a las reglas de conducta. (p. 64)

### ***2.2.1.3. Clima organizacional según Litwin y Stringer.***

Según Litwin y Stringer (1968) citado Mayuri (2017) define que “el clima organizacional como un conjunto de propiedades medibles del medio ambiente de trabajo, percibidas, directa o indirectamente por las personas que trabajan en la organización y que influyen el clima” (p. 28). Por otro lado, Según Litwin y Stringer (1968) citado por Ortiz y Guachamin (2016) menciona nueve dimensiones:

- 1) Estructura: “Conformada por una serie de directrices, políticas, reglamentos, procedimientos, instrucciones, es la percepción en cuanto a limitaciones que tiene el colaborador frente al grado de ambiente e trabajo libre, informal e estructurado en el que desarrolla sus actividades laborales”.
- 2) Responsabilidad: “Se refiere a la percepción sobre el empoderamiento que recibe y la autonomía para desarrollar su trabajo, es decir sentirse su propio jefe y no tener que someterse a revisiones de superiores meticulosas sino de manera general”.
- 3) Recompensa: “Empleo de métodos de motivación como la recompensa y el castigo, también es una dimensión del clima laboral que se ve marcada en la percepción del colaborador en cuanto a la adecuación de la recompensa recibida por el trabajo realizado”.
- 4) Desafío: “El reto es una dimensión interesante, ya que muestra la percepción del colaborador en cuanto al desafío que impone el trabajo, la toma de riesgos calculados que permiten lograr los objetivos institucionales especificados”.
- 5) Relaciones: “Esta dimensión se refiere al sentimiento del colaborador respecto a las relaciones humanas entre los miembros de la organización”.

que ocupan diferentes puestos jerárquicos en distintos niveles jefes, subordinados, que debe ser un ambiente de trabajo agradable y grato”.

- 6) Cooperación: “Se refiere a la percepción del colaborador sobre la contribución, participación, retribución y ayuda tanto de las autoridades como del equipo de trabajo para lograr objetivos”.
- 7) Estándares: “Las normas de productividad, rendimiento, indicadores, metas, son los factores que percibe el colaborador en esta dimensión del clima organizacional”.
- 8) Conflictos: “La percepción de los colaboradores sobre el tiempo y el método para brindar solución de problemas que se presentan en los distintos niveles de la organización y con distinta complejidad”.
- 9) Identidad: “Es la identificación, coincidencia entre los objetivos personales y organizacionales, donde el colaborador siente que está alineado a lo que persigue la institución y su aporte es importante para el equipo de trabajo, siente que pertenece a la organización”.

Con respecto a lo anterior, el ambiente donde una persona desempeña su trabajo diariamente, el trato que un jefe puede tener con sus subordinados, la relación entre el personal de la empresa e incluso la relación con proveedores y clientes, todos estos elementos van conformando lo que denominamos Clima Organizacional, este puede ser un vínculo o un obstáculo para el buen desempeño de la organización en su conjunto o de determinadas personas que se encuentran dentro o fuera de ella, también puede ser un factor de distinción e influencia en el comportamiento de quienes la integran. Es decir, es la percepción que los trabajadores y directivos se forman de la empresa y que incide directamente en el desempeño de la misma.

Para finalizar en la dimensión del clima organizacional se escogió al autor Brunet, L. con su libro Clima de Trabajo en las organizaciones del año 2014, ya que presenta información concreta y detallada que fue útil para la investigación y elaboración del cuestionario para la recolección de datos.

## **2.2.2. Variable dependiente: Calidad de servicio.**

### **2.2.2.1. Calidad de servicio según Pancorvo.**

Según Pancorvo (2010) Cuenta con una diversidad de definiciones como: “Es la experiencia de compra que satisfaga, atender las necesidades del cliente, o también la actividad compuesta de productos tangibles e intangibles que en su prestación puede darse en determinadas proporciones, fijas o variables” (p.24).

- **Valor.**

Concepto bastante difundido en el argot empresarial, persigue la identificación de las interrelaciones entre distintas organizaciones que participan en cierto sector, así como el aporte que éstas brindan para ir generando valor añadido a medida que se avance dentro de la cadena.

- **Espacio.**

Los servicios se ven afectados, en buen grado, por el contexto en las que estas se desarrollan. Los ámbitos en que se encuentran y se pueden dar los servicios, hoy en día, son generalmente cuatro: El espacio físico, el espacio social, el espacio de voz y espacio virtual.

- **Diseño.**

En el diseño del servicio se deberá distinguir tres aspectos: El aspecto operativo para apoyar y facilitar la prestación del servicio (plan operativo). El aspecto de la prestación en sí, que incluye al cliente y el aspecto de marketing, que influirá en el comportamiento o actitud de los clientes actuales o futuros.

### **2.2.2.2. Calidad de servicio según Zeithmal.**

Según Zeithmal (2009) investigado por Mayuri (2017) define “el servicio como un elemento básico de los conocimientos del cliente en el caso de los servicios puros, la calidad de servicio será la unidad predominante en las valorizaciones de los clientes” (p. 35). Se identificó las siguientes dimensiones:

- **Tangibles.**

Aspecto de la infraestructura, equipos, materiales, personal, tecnología moderna, instalaciones visibles y cómodas, apariencia de los empleados.

- **Confiabilidad.**

Capacidad para ejecutar el servicio promedio en forma digna de confianza y precisión, cumplimiento de compromiso, resolución de problemas, buen servicio, cumplimiento de tiempo, no cometer errores.

- **Capacidad de respuesta.**

Disposición para asistir a los clientes y facilitar un servicio expedito, información puntual, empleados rápidos y ágiles, disposición a ayudar, tiempo necesario para responder preguntas.

- **Seguridad.**

Conocimiento y cortesía de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad. Los empleados generan confianza, seguridad en las transacciones, trato amable.

- **Empatía.**

Cuidado, atención individualizada dada a los clientes. Seguimiento personalizado, horario adecuado, atención personalizada, preocupación por los intereses de los clientes.

### ***2.2.2.3. Calidad de servicio según Urriago.***

Según Urriago (2012), investigado por Ruiz (2017) define la atención como la percepción de los usuarios, teniendo en cuenta el método SERVQUAL que ha sido hasta la actualidad aplicada en diversos ámbitos para evaluar este componente, pero sin embargo Urriago modifica este método para ser aplicado en los ámbitos de la salud, dividiéndose de esta manera.

- **Elementos tangibles.**

Exterior que percibe el usuario de las instalaciones hospitalarias, las cuales intervienen en la eficiente atención de los mismos.

- **Fiabilidad.**

Actitud confiable y precisa que demuestra el enfermero, demostrando también prestar una atención de forma adecuada y cuidadosa. Tomando en consideración las siguientes características.

- **Capacidad de respuesta.**

Prontitud y espíritu servicial en la atención, ya que al paciente le ofusca estar esperando, por lo que exigen una atención rápida.

- **Seguridad.**

Credibilidad, confianza y garantía en la salud de los pacientes, de tal manera que estos también se sientan seguros con lo que le diagnostique el doctor.

- **Empatía.**

Conocer y comprender lo que el usuario necesita, tomando importancia a los sentimientos que la persona posee, es por ello que la atención debe adecuarse a las necesidades de los pacientes, de tal manera que el personal de enfermería demuestre.

Entonces, calidad de servicio es el conjunto de actividades intangibles y acciones, cliente basándose en la empatía, que busca satisfacer las necesidades del cliente, a través de producto, logrando así en el cliente una percepción agradable del servicio.

Para finalizar en la variable calidad de servicio se escogió al autor Pancovo, J. con su libro Organizaciones de los servicios del año 2010, ya que presenta información concreta y detallada que será útil para la investigación y elaboración del cuestionario para la recolección de datos.

### 2.3. Definición de términos básicos

**Acaparar el mercado.** Compra de valores a gran escala, para controlar el precio en el mercado. (Cárdenas, 2004, p. 17)

**Administración.** Gestión de gobierno de las posesiones e intereses propios o ajenos llevada a cabo por una o varias personas. (Cárdenas, 2004, p. 32)

**Atención al cliente.** Según Solórzano (2007, p. 6) “Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes”

**Balance.** Representación de la situación contable de la empresa; normalmente se forma con los valores de los bienes muebles e inmuebles, acreedores, deudores y bancos. Estado financiero estático, como una fotografía que muestra la situación económica de una empresa a una fecha determinada. (Cárdenas, 2004, p. 75)

**Balanza comercial.** Es el estado comparativo de la importación y exportación de un país. Registro de las importaciones y exportaciones netas de mercancía física de un país. (Cárdenas, 2004, p. 77)

**Caja y bancos.** Es el dinero en efectivo más el valor de los depósitos a favor del negocio, hechos en bancos diferentes. (Cárdenas, 2004, p. 99)

**Calidad.** Según Vértice (2009, p. 9), “Es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela clave; representa al mismo tiempo, la medida en que se logra dicha calidad”.

**Calidad laboral.** Situación laboral en la que se disfruta de un buen trabajo, una buena paga e incentivos. (Cárdenas, 2004, p. 102)

**Capital de trabajo.** Activos corrientes convertibles en efectivo en un plazo máximo de un año. (Cárdenas, 2004, p. 107)

**Cliente.** Según Estrada (2007, p. 15), “Es una persona impulsada por un interés personal y que tiene la opción de recurrir a nuestra organización en busca de un producto o servicio, o bien de ir a otra institución”.

**Clima económico.** Grado de riesgo asociado a las inversiones en los mercados financieros. (Cárdenas, 2004, p. 126)

**Clima organizacional.** Según Forehand (1965, p. 31), “El conjunto de características permanentes que describen una organización, la distinguen de otra e influye en el comportamiento de las personas que lo conforman”.

**Competencia pura.** Mercado en el que muchos compradores y vendedores negocian con un producto uniforme y ningún comprador ni vendedor ejerce mucho efecto sobre el precio corriente en el mercado. (Cárdenas, 2004, p. 150)

**Descuento.** Reducción de un adeudo por liquidarlo antes de su vencimiento. Deducción que se hace de una suma total. Concesión por pronto pago o pago al contado. Suma que se deduce de una factura en compensación por alguna consideración especial. Reducción directa del precio de compra durante un lapso establecido. (Cárdenas, 2004, p. 216)

**Desempeño laboral.** Según Quispe (2015, p. 51), “Es el rendimiento laboral y la actuación que manifiesta el trabajador al efectuar las funciones y tareas principales que exige su cargo en el contexto laboral específico de actuación, lo cual permite demostrar su idoneidad”.

**Economía.** Término aristotélico para hacer referencia a la Ciencia de la administración de los gastos e ingresos de una casa” (oikos: casa, nomos: ley). Ciencia social histórica que se encarga del estudio de los hechos, fenómenos y problemas económicos, que permite establecer leyes para predecir comportamientos de los fenómenos económicos y así poder influir en ellos. (Cárdenas, 2004, p. 245)

**Efectividad.** En el proceso, organización óptima entre cinco características: producción, eficiencia, satisfacción, adaptabilidad y desarrollo. (Cárdenas, 2004, p. 248)

**Eficacia.** Según Quispe (2015, p. 52), “Mide el grado de cumplimiento de los objetivos de la institución. En qué medida está cumpliendo con sus objetivos”.

**Eficiencia.** Según Quispe (2015, p. 51), “Grado o cantidad en que se utilizan los recursos de la organización para realizar un trabajo u obtener un producto. Implica la mejor manera de hacer o realizar las cosas (mínimo de esfuerzo y costo)”

**Empleado.** Persona que trabaja bajo la dirección y dependencia de un tercero. El que no desempeña su trabajo en forma independiente. (Cárdenas, 2004, p. 255)

**Empresa.** Unidad económico-social integrada por recursos humanos, materiales y técnicos. (Cárdenas, 2004, p. 256)

**Estrategia.** Determinación de las directrices y orientaciones para alcanzar los objetivos. Incluye prioridades, metas, criterios operativos y responsabilidades. (Cárdenas, 2004, p. 273)

**Estrategia del servicio.** Según Estrada (2007, p. 13) “Estratégica consiste en ofrecer un servicio bien diseñado. Para lograrlo se debe valorar correctamente las expectativas de los clientes y crear un conjunto de servicios que las satisfagan a la altura de la calidad preconcebida por el cliente”.

**Motivación.** Según Robbins (2019, p. 175), “El proceso que involucra la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo hacia el logro de un objetivo.

**Motivaciones internas, teoría de.** Teoría que otorga preponderancia a los factores que estimulan o controlan la conducta de la persona que empieza a trabajar. (Cárdenas, 2004, p. 463)

**Producción.** Análisis microeconómico de una empresa para comprender su transformación de algunos insumos en productos o servicios. (Cárdenas, 2004, p. 535)

**Productividad.** Según Quispe (2015, p. 52), “Es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción”.

**Satisfacción.** Según Bracho (2006, p. 47) “Indica que la satisfacción laboral refiere a la respuesta efectiva, resultante de la relación entre las experiencias, necesidades, valores y expectativas”.

**Servicio.** Según Kottler (2011, p. 52), “Cualquier actividad que una parte pueda ofrecer a otro y que es básicamente intangible y no tiene como resultado la propiedad de algo”.

**Utilidad.** Característica de gran número de bienes, que los hace propicios para satisfacer necesidades. Valor de un cierto resultado o pago para alguien; el placer o disgusto que alguien infiere a un resultado. (Cárdenas, 2004, p. 663)

**Verificación.** Comprobación, acción de asegurarse de la exactitud de algo. (Cárdenas, 2004, p. 676)

### **III. MÉTODOS Y MATERIALES**

#### **3.1. Hipótesis de la investigación**

##### **3.1.1. Hipótesis general.**

**Hi:** El clima organizacional incide en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020.

##### **3.1.2. Hipótesis específicas.**

**HE 1** Las relaciones de trabajo influyen en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020.

**HE 2** La satisfacción impacta en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020.

**HE 3** El vandalismo repercute en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020.

#### **3.2. Variables de estudio**

Variable independiente: clima organizacional

Variable dependiente: calidad de servicio

##### **3.2.1. Definición conceptual.**

###### **3.2.1.1. Variable independiente: clima organizacional.**

Según Brunet (2014). “El clima organizacional constituye una configuración de las características de una organización, así como las características personales de un individuo pueden constituir su personalidad” (p. 12). Considera las siguientes dimensiones:

### **Dimensión 1: relaciones de trabajo.**

Se conoce como relaciones laborales al vínculo que se establece entre dos o más personas en el ámbito laboral. Los indicadores son:

- a) Autonomía. La capacidad de decidir de manera propia, independiente, sin la coerción o la influencia de terceros.
- b) Reconocimiento. Es la acción de distinguir a una cosa, una persona o una institución entre las demás como consecuencia de sus características y rasgos.
- c) Equidad. Promover la igualdad, más allá de las diferencias en el sexo, la cultura, los sectores económicos a los que se pertenece, etc.

### **Dimensión 2: satisfacción.**

Según Brunet, quien menciona a Larouche y Delormen, nos dice que la satisfacción es una resultante efectiva del trabajador del que este dependa, el resultado final de la interacción dinámica (Brunet, 1987). Los indicadores de esta dimensión son los siguientes:

- a) Cohesión. Es la acción y efecto de adherirse o reunirse las cosas entre sí. Implica algún tipo de unión o enlace.
- b) Implicación. La relación de compromiso con la causa y efecto en relación a un fenómeno.
- c) Apoyo. Ayudar a que una persona consiga algo o a que una cosa se desarrolle o suceda, colaborando o influyendo en ciertos aspectos, o manifestando conformidad o acuerdo.

### **Dimensión 3: vandalismo.**

Estos son crímenes ocupacionales cometidos por un empleado, dentro del cuadro de su trabajo, para su ganancia personal (Brunet 1987). Los indicadores de esta dimensión son los siguientes:

- a) Retraso. Hecho de llegar demasiado tarde, de hacer algo más tarde que lo que se debía.
- b) Prejuicio. Proceso de formación de un concepto o juicio sobre alguna persona, objeto o idea de manera anticipada.

### **3.2.1.2. Variable dependiente: Calidad de servicio.**

Según Pancorvo, (2010). Como un co-producto, vale decir, una actividad compuesta de acciones tangible e intangibles que, en su prestación, son fijas o variables. Considera las siguientes dimensiones:

#### **Dimensión 1: Valor para el cliente.**

El cliente en los servicios, también puede valorar lo que recibe bajo otro esquema interpretativo. Hablamos del valor percibido por el cliente (Pancorvo, 2010). Los indicadores de esta dimensión son los siguientes:

- a) Tangibles. Puede percibir o comprobar de manera precisa o podemos percibir a través de nuestros sentidos.
- b) Intangibles. Aquello que no podemos tocar por carecer de materia o cuerpo.

#### **Dimensión 2: Espacio.**

El espacio implica una serie de relaciones de coexistencia explicadas desde diferentes perspectivas, en donde se dan los vínculos, las relaciones e interacciones (Ramírez, B., López, L. 2015). Los indicadores de esta dimensión son los siguientes:

- a) Físico. Contacto con las actividades y materiales diversos que componen un ambiente.
- b) Social. El conjunto de los individuos conforma una sociedad y todo aquello que forma parte de ella.
- c) Voz. Medio de comunicación entre dos a más personas.
- d) Virtual. Instrumento informático que permite a los usuarios tener la sensación de estar inmerso en un mundo paralelo al real.

#### **Dimensión 3: Diseño.**

Apoya y facilita la prestación del servicio que incluye al cliente y los aspectos que influirán en el comportamiento del cliente (Pancorvo, 2010). Los indicadores de esta dimensión son:

- a) Operativo. Documento en el cual los responsables de una organización donde se establecen los objetivos que desean cumplir y estipulan los pasos a seguir.
- b) Prestación. Conjunto de servicio o beneficios que una persona, una institución o una empresa ofrece a otra.
- c) Marketing. Gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades.

### **3.2.2. Definición operacional.**

#### ***3.2.2.1. Variable independiente: clima organizacional.***

La variable independiente Clima organizacional fue evaluada de acuerdo a las dimensiones: Relaciones, Satisfacción, Vandalismo, y sus respectivos indicadores como lo vemos en la tabla 1, mediante la valoración de la escala de Likert (nunca – casi nunca – a veces - casi siempre - siempre), compuesto por 16 ítems de acuerdo al tamaño de la muestra según la percepción de los trabajadores de la empresa colaboradores de la empresa Transportes Flores S.R.L. en el primer trimestre del 2020.

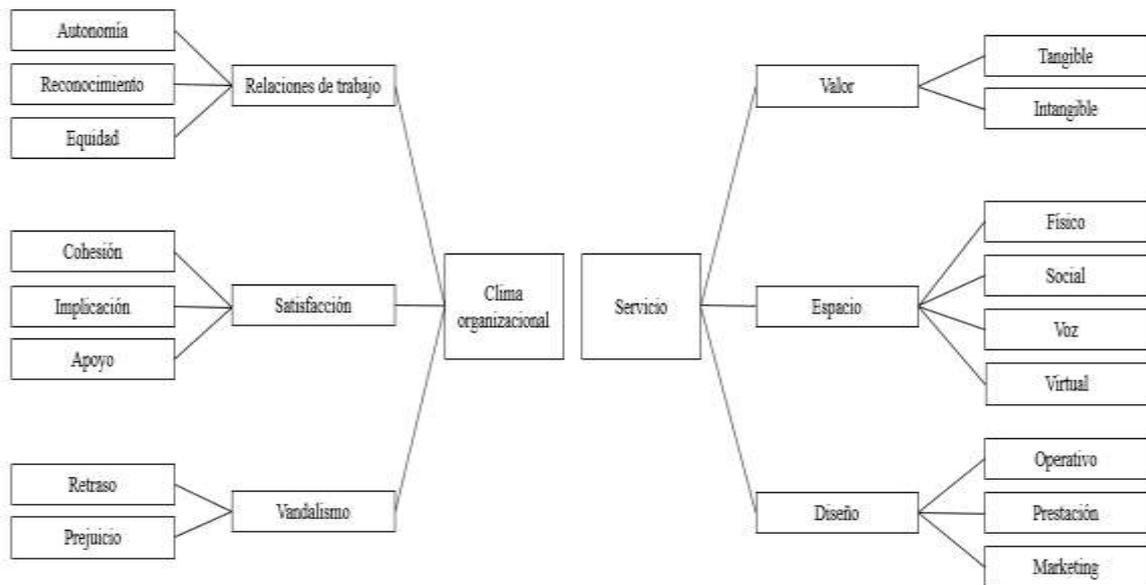
#### ***3.2.2.2. Variable dependiente: calidad de servicio.***

La variable dependiente Calidad de servicio fue evaluada de acuerdo a las dimensiones: Valor para el cliente, Espacio, Diseño, y sus respectivos indicadores como lo vemos en la tabla 1, mediante la valoración de la escala de Likert (nunca – casi nunca – a veces - casi siempre - siempre), compuesto por 16 ítems de acuerdo al tamaño de la muestra según la percepción de los trabajadores de la empresa colaboradores de la empresa Transportes Flores S.R.L. en el primer trimestre del 2020.

**Tabla 1.**  
*Operacionalización de variables*

<b>Operacionalización de variables</b>				
<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEM</b>	<b>ESCALA DE MEDICIÓN</b>
<b>Variable independiente: Clima organizacional</b>	Relaciones	Autonomía	1,2	Escala tipo Likert (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
		Reconocimiento	3,4	
		Equidad	5,6	
	Satisfacción	Cohesión	7,8	
		Implicación	9, 10	
		Apoyo	11,12	
	Vandalismo	Retraso	13,14	
		Prejuicios	15,16	
<b>Variable dependiente: Calidad de servicio</b>	Valor	Tangible	17,18	Escala tipo Likert (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
		Intangibles	19	
	Espacio	Físico	20,21	
		Social	22	
		Voz	23,24	
		Virtual	25,26	
	Diseño	Operativo	27,28	
		Prestación	29, 30	
		Marketing	31,32	

## Modelo final de la investigación



**Figura 1** Modelo final de la investigación

En el modelo final de investigación podemos observar dos variables:

Clima organizacional como variable independiente, que cuenta con tres dimensiones; 1) Relaciones de trabajo, con indicadores: autonomía, satisfacción y vandalismo; 2) Satisfacción, con indicadores: cohesión, implicación y apoyo; 3) Vandalismo, con indicadores: retraso y prejuicio.

Calidad de Servicio como variable dependiente, que cuenta con 3 dimensiones; 1) Valor, con indicadores: tangible e intangible; 2) Espacio, con indicadores: físico, social, voz y virtual; 3) Diseño, con indicadores: operativo, prestación y marketing.

### 3.3. Tipo y nivel de la investigación

#### 3.3.1. Tipo de investigación.

Es un tipo de investigación aplicada, porque se investiga parte de los fenómenos del ambiente laboral, para conocerlos y poderlos controlar; en este caso en particular, la investigación busca conocer cuál es la influencia del clima organizacional sobre el servicio que brindan los de la empresa transportes flores.

Cualitativa ya que brinda una descripción completa y detallada del tema de investigación, encaminada a comprender la conducta humana, conocer cuáles son sus percepciones con respecto al ambiente del trabajo.

Cuantitativa centra más en el conteo y clasificación de características y en la construcción de modelos estadísticos estas cifras para explicar lo que se observa., la cual nos va a permitir responder a las hipótesis y objetivos de la investigación.

### **3.3.2. Nivel de la investigación.**

El nivel de la investigación es descriptivo, ya que según Cortés e Iglesias (2004) la investigación descriptiva se ocupa del establecimiento específico de las características, propiedades y otros aspectos relevantes sobre personas, situaciones, grupos de estudio o fenómenos que se encuentran siendo objeto de estudio. En este estudio en particular, corresponde a un primer acercamiento al tema, considerando las variables clima organizacional y calidad de servicio dentro de la empresa Transportes Flores SRL, explicando todo lo referente a ellas, para lograr contribuir con otros investigadores en nuevos trabajos de investigación sobre estas variables.

También es correlacional, ya que tiene como propósito evaluar la relación que existe entre dos conceptos (variables); en este caso particular, determina la relación que existe entre clima organizacional y calidad de servicio.

### **3.4. Diseño de la investigación**

El diseño que se utilizó en la presente investigación fue de tipo no experimental, ya que no se manipulan las variables, por tanto, solo se observaron situaciones en su contexto natural dentro del área de estudio de la empresa Transportes Flores; las cuales no fueron provocadas intencionalmente.

A su vez también tiene el diseño transversal puesto que es una investigación observacional, individual, que mida a las variables y sus dimensiones en un solo momento y en un tiempo único (año 2020), recolectando y analizando información de conductas o experiencias de los trabajadores.

### 3.5. Población y muestra de estudio

#### 3.5.1. Población.

En el estudio de la población de la empresa Transportes Flores, está constituida por 250 trabajadores entre varones y mujeres, bajo planilla. Quienes están divididas entre conductores, tripulantes, counter, personal operativo de carga, limpieza, sistemas.

#### 3.5.2. Muestra.

La muestra está representada por aquellos usuarios que se encuentran en constante contacto con el cliente sea de manera presencial o vía llamada telefónica, indistintamente del área y cargo que ocupen; en la cual se obtuvo una muestra de 100 trabajadores, a quienes se le aplicó el instrumento.

Ya que la población es finita, es decir conocemos el total de la población, se procedió a identificar la muestra que se estudia, a través de la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{E^2 * (n - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra

Z: Intervalo de confianza de 95%, en el cual "Z" es igual a 1.96

N: Población de 240 trabajadores que mantienen contacto con el cliente.

p: Probabilidad que el sujeto se encuentre dentro del perfil, p = 0.5

q: Probabilidad de no ocurrencia. Su valor es (1-p), q = 0.5

E: Error estándar, E = 7.5%

Reemplazando los valores obtenemos una muestra de 100 trabajadores

$$n = \frac{1.96^2 * 240 * 0.5 * 0.5}{7.5\%^2 * (240 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 100$$

Así mismo, se aplicó el instrumento a toda la muestra indistintamente, su cargo, sexo, años de antigüedad ya que se consideró irrelevante, puesto que la investigación tiene como objetivo, conocer los aspectos del clima organizacional que intervienen y causan un efecto negativo en el trabajador y este a su vez lo refleje mediante la conducta que tiene en la atención que brinda al cliente, ya sea por una venta, consulta, queja, reclamo solicitado por el cliente.

### **3.5.3. Muestreo.**

Para Kinnear y Taylor (1998) un muestreo probabilístico es el cual “cada elemento de la población tiene una oportunidad conocida de ser seleccionado” y el no probabilístico “la selección de elementos se basa parcialmente en el criterio del investigador”. Dentro de los no probabilísticos se incluyen: muestras por conveniencia, por juicios, y por cuotas. Para este estudio se utilizará en muestreo no probabilístico por conveniencia, en razón que por la facilidad de disponibilidad se encuestará de acuerdo al criterio de la encuestadora.

## **3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **3.6.1. Técnicas de recolección de datos.**

La técnica que se utilizó fueron las encuestas, ya que constituye el término de la observación, en ella se puede registrar situaciones, debido a que es un método de investigación capaz de dar respuestas a problemas descriptivos con el que se pueden detectar necesidades, preferencias, hábitos, etc. La información recolectada, se deriva de aquellos individuos escogidos por azar para la muestra, a quienes se les realizó las mismas preguntas, con la intención de obtener un perfil compuesto de la población.

Ficha técnica de recolección de datos.

Nombre del instrumento	Encuesta clima organizacional y su incidencia en el servicio que brindan los trabajadores de la Empresa Transportes Flores.
Autor de la ficha	Huamán Sánchez, Marilin Lucero
Año de elaboración	2020

Dirigido	Personal de la Empresa Transportes Flores S.R.L.
Tiempo de aplicación	15 a 20 minutos
Técnica de recolección	Encuesta
Periodo de recolección	15 días
Procedimiento de selección	100 colaboradores
Error	7.5 %

### **3.6.2. Instrumentos de recolección de datos.**

Para obtener la información se ha utilizado el instrumento del cuestionario, que es para la variable tanto dependiente como la variable independiente, cuenta con un total de 32 preguntas, en la que se utiliza la escala de Likert para la medición y valorización de las preguntas, en la cual 5 = Siempre; 4 = Casi siempre; 3 = A veces; 2 = Casi nunca; 1 = Nunca.

### **3.7. Métodos de análisis de datos**

Para el proceso analítico de los datos obtenidos de la encuesta sobre el Clima organizacional y el Servicio de la empresa Transportes Flores, se aplicaron de acuerdo a la muestra, los resultados fueron tabulados y codificados en una matriz de hoja de cálculo mediante el programa Microsoft Office Excel 2016, los cuales fueron transferidos y analizados mediante un software estadístico SPSS, en esta investigación utilizaremos la estadística descriptiva para el análisis de los resultados, en la cual analizaremos a detalle: la media, moda, frecuencia. También se utilizarán inferencias estadísticas tales como: correlación, análisis de regresión, prueba de hipótesis y los análisis factoriales.

### **3.8. Aspectos éticos**

Esta investigación no está sujeta a los aspectos éticos, dado que no se puede modificar la conducta humana de los entrevistados. Por otro lado, se informó a los trabajadores del anonimato de las encuestas respetando sus derechos, su integridad física y psicosocial, etc. Así como se ha considerado las normas básicas de convivencia, así como la moral y las buenas costumbres.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Resultados de la validación del instrumento de la investigación

#### 4.1.1. Validez y confiabilidad de los instrumentos.

##### 4.1.1.1. Instrumentos de la investigación.

Para la recopilación de datos durante el proceso de investigación, se han elaborado los siguientes instrumentos:

La encuesta oral se fundamenta en un interrogatorio “cara a cara”, en el cual el encuestador pregunta y el encuestado responde. Contraria a la entrevista, en la encuesta oral se realizan pocas y breves preguntas porque su duración es bastante corta. Sin embargo, esto permite al encuestador abordar una gran cantidad de personas en poco tiempo. Es decir, la encuesta oral se caracteriza por que se abordó como muestra de 50 trabajadores de una muestra de 100 trabajadores para el clima organizacional y su incidencia en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa Transportes Flores SRL

##### 4.1.1.2. Validez de los instrumentos.

El instrumento sobre la medición en la tesis El clima organizacional y su incidencia en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa Transportes Flores SRL, Lima-Perú, primer trimestre del 2020, que fue sometido a la validación de contenidos a través del juicio de expertos, utilizándose el formato de evaluación de los ítems en tabla de Evaluación de Instrumentos por expertos, el cual tuvo el resultado que se detalla a continuación.

A continuación, se muestran en la tabla a los expertos que participaron en la validación de contenidos, con el siguiente resultado:

**Tabla 2.**

*Resultados de la validación del clima organizacional*

EXPERTO	Institución	Precisar si hay suficiencia
Dr. Edmundo Gonzales Zavaleta	Universidad Privada Telesup	Si hay suficiencia
Mg.Percy Jorge Suarez Ymbertis	Universidad Privada Telesup	Si hay suficiencia

La prueba para la validación en piloto se aplicó a 50 trabajadores de la empresa Transportes Flores SRL

#### 4.1.1.3. La confiabilidad.

Para determinar la confiabilidad de la prueba de la El clima organizacional y su incidencia en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa Transportes Flores SRL, Lima-Perú, primer trimestre del 2020; a los que se aplicó los test y luego se analizó la confiabilidad de los ítems, correspondiente a los ítems de prueba, y posteriormente se calcula el coeficiente Alfa de Cronbach, mediante la varianza de los ítems y la varianza de puntaje total, cuya fórmula es la siguiente:

Donde:

K: número de preguntas o ítems

$S_i^2$ : suma de varianzas de cada ítem

$S_T^2$ : varianza del total de filas (puntaje total de los jueces)

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Cuanto menor sea la variabilidad de respuesta, es decir haya homogeneidad en la respuesta de cada ítem, mayor será el alfa de Cronbach. Para la prueba piloto se seleccionó 50 trabajadores de la empresa Transportes Flores SRL, con el fin de analizar la confiabilidad de los instrumentos y los resultados obtenidos.

**Tabla 3.**

*Suma de las Validaciones para clima organizacional*

Validez	Coficiente
Validez de contenido	0,998
Validez de criterio	0,999
Validez de constructo	0,998
Validez	0,998

Los resultados mostrados en tabla anterior nos permiten concluir que los instrumentos son confiables.

**Tabla 4.**

*Suma de las Validaciones Calidad de servicio*

Validez	Coficiente
Validez de contenido	0,998
Validez de criterio	0,999
Validez de constructo	0,996
Validez	0,997

Los resultados mostrados en tabla anterior nos permiten concluir que los instrumentos son confiables.

## 4.2. Resultados de la Estadística Descriptiva

### 4.2.1. Estadística descriptiva de la variable: clima organizacional.

#### 4.2.1.1. Dimensión: Relaciones de trabajo.

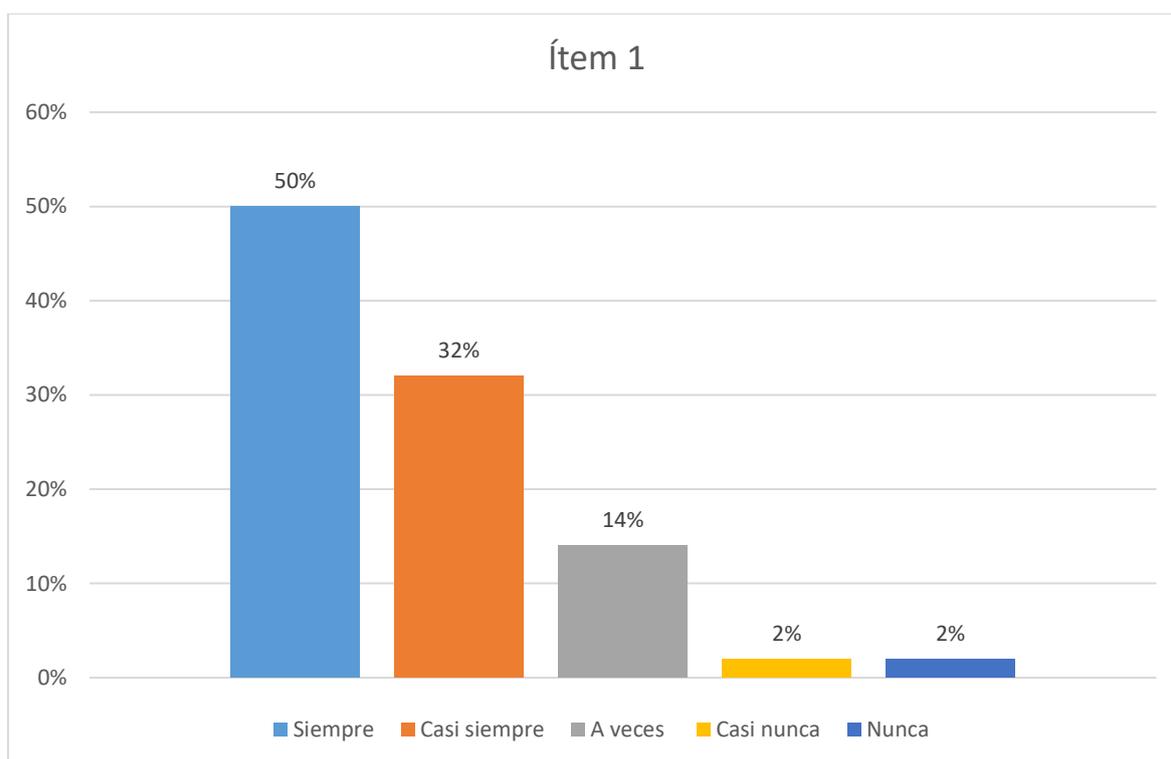
##### 4.2.1.1.1. Indicador: Autonomía.

**Ítem 1.** Organizo mi puesto de trabajo para automatizar el servicio al pasajero.

**Tabla 5.**

*Resultados del ítem 1*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
50	32	14	2	2	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
50%	32%	14%	2%	2%	100%



**Figura 2.** Gráfica de los resultados del ítem 1

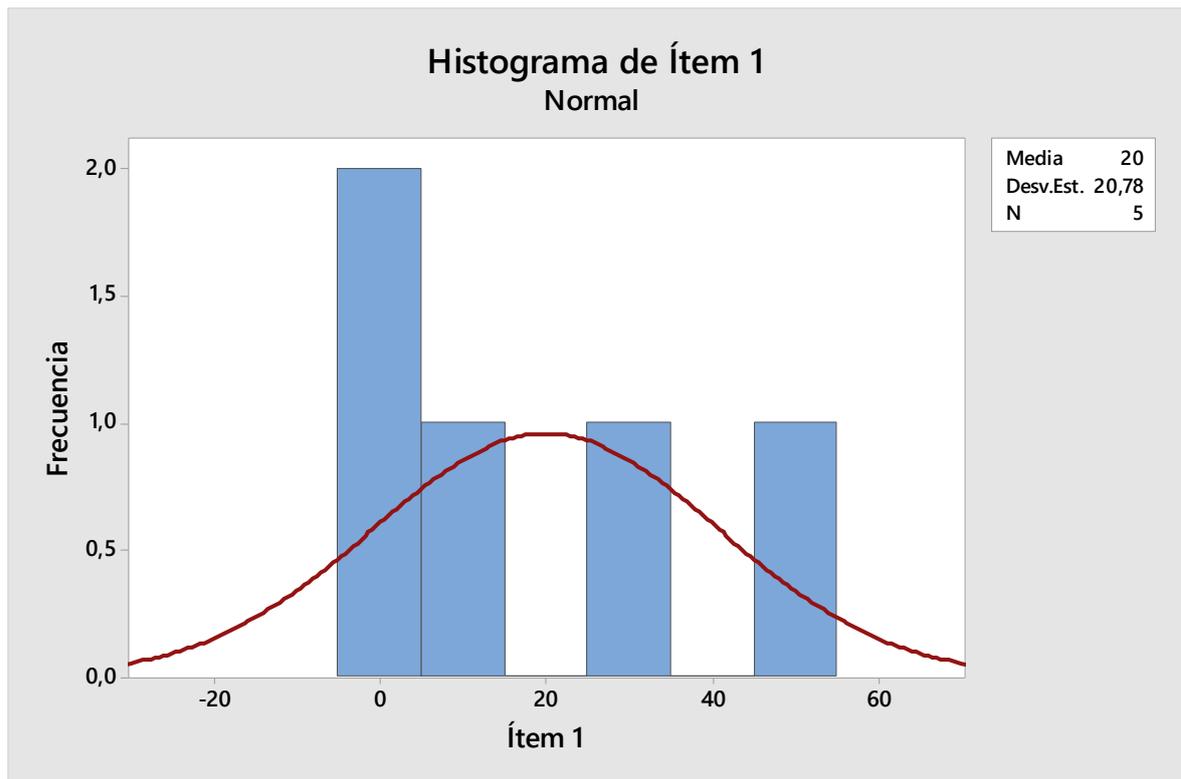
**Tabla 6.**

*Resultados estadísticos del ítem 1*

Variable	N	N*	Med	Error estándar de la media	Desv. Est.	Varianza	Coef. Var	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 1	5	0	20,0	9,30	20,78	432,0	103,92	3728,00	2,00	2,0
			0			0				0

Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis
Ítem 1	14,00	41,00	50,00	0,78	-1,02



**Figura 3.** Gráfica de la tendencia del ítem 1

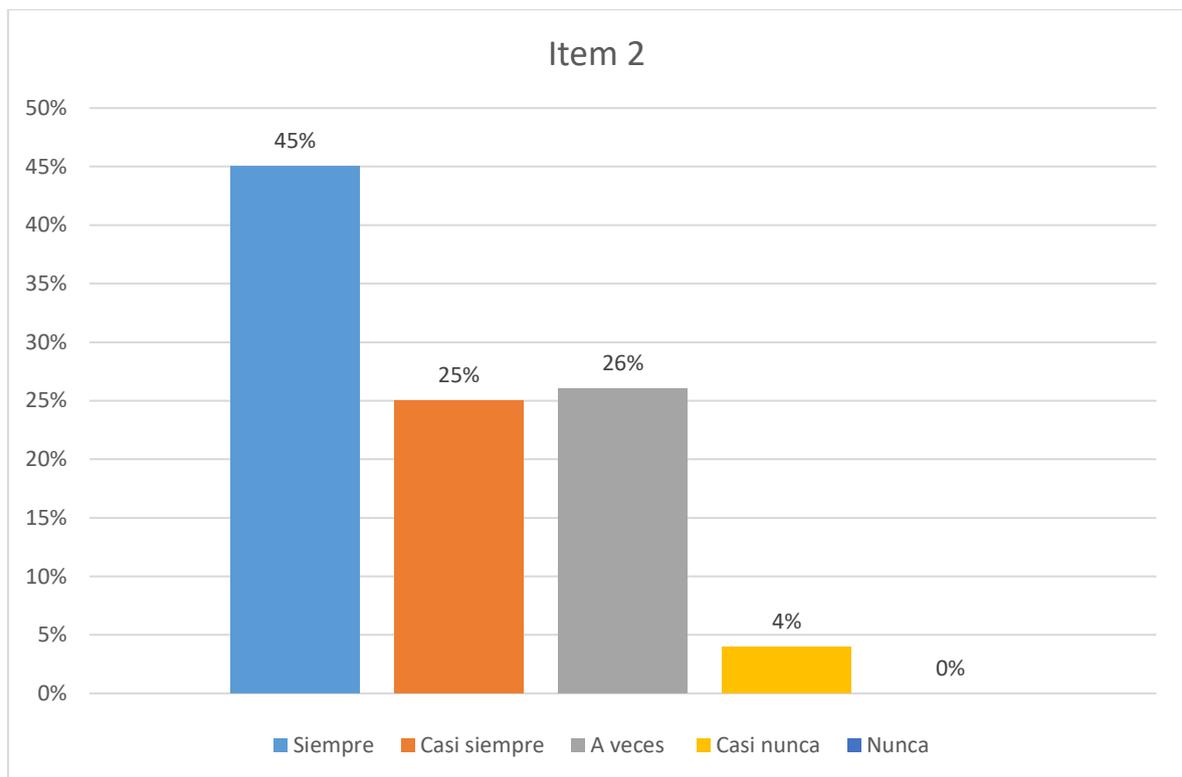
La variable independiente en su dimensión y su indicador tienen los valores similares a los indicados por los autores Alberca y Valentín (2017), Huamaní (2015), Pereira (2014), Ramírez (2015) y Guzmán (2018).

**Ítem 2.** Demuestra capacidad en la toma de decisiones.

**Tabla 7.**

*Resultados del ítem 2*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
45	25	26	4	0	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
45%	25%	26%	4%	0%	100%



**Figura 4.** Gráfica de los resultados del ítem 2

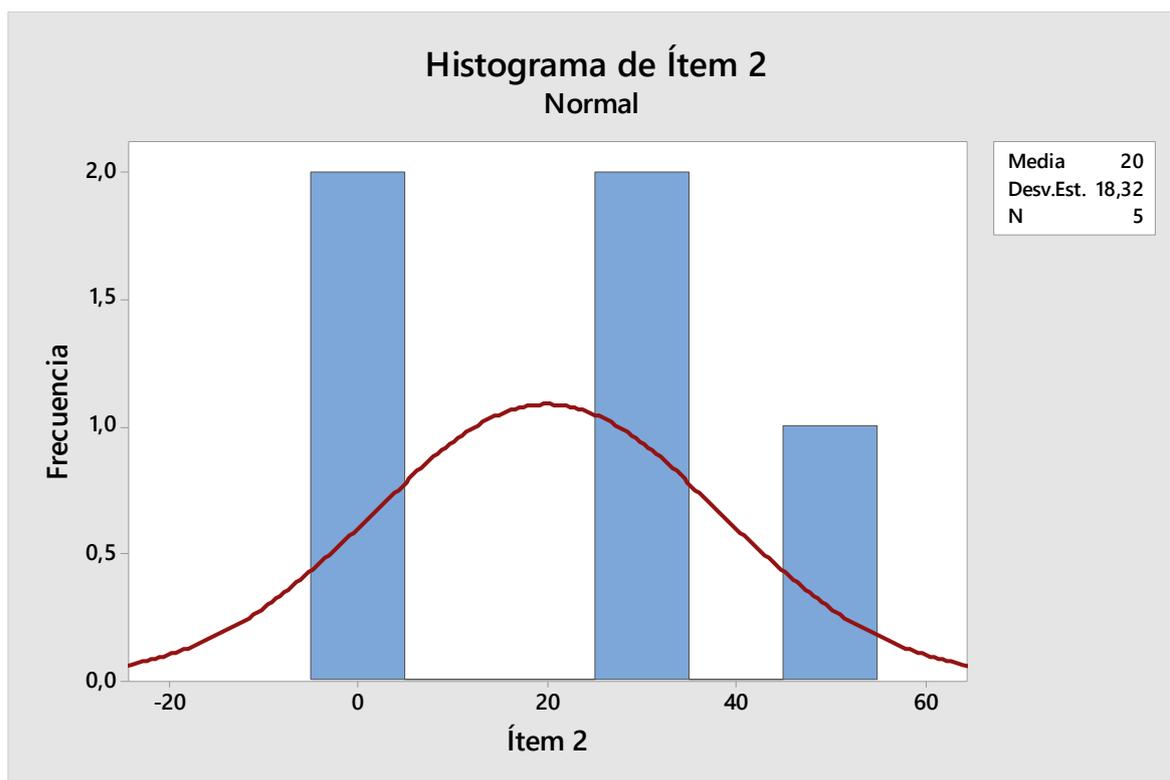
**Tabla 8.**

*Resultados estadísticos del ítem 2*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv. Est.	Varianza	Coef. Var	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 2	5	0	20,00	8,19	18,32	335,50	91,58	3342,00	0,00	2,00

Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis
Ítem 2	25,00	35,50	45,00	0,26	-1,14



**Figura 5.** Gráfica de la tendencia del ítem 2

La variable independiente en su dimensión y su indicador tienen los valores similares a los indicados por los autores Huamani (2015), Pereira (2014), Ramírez (2015) y Guzmán (2018).

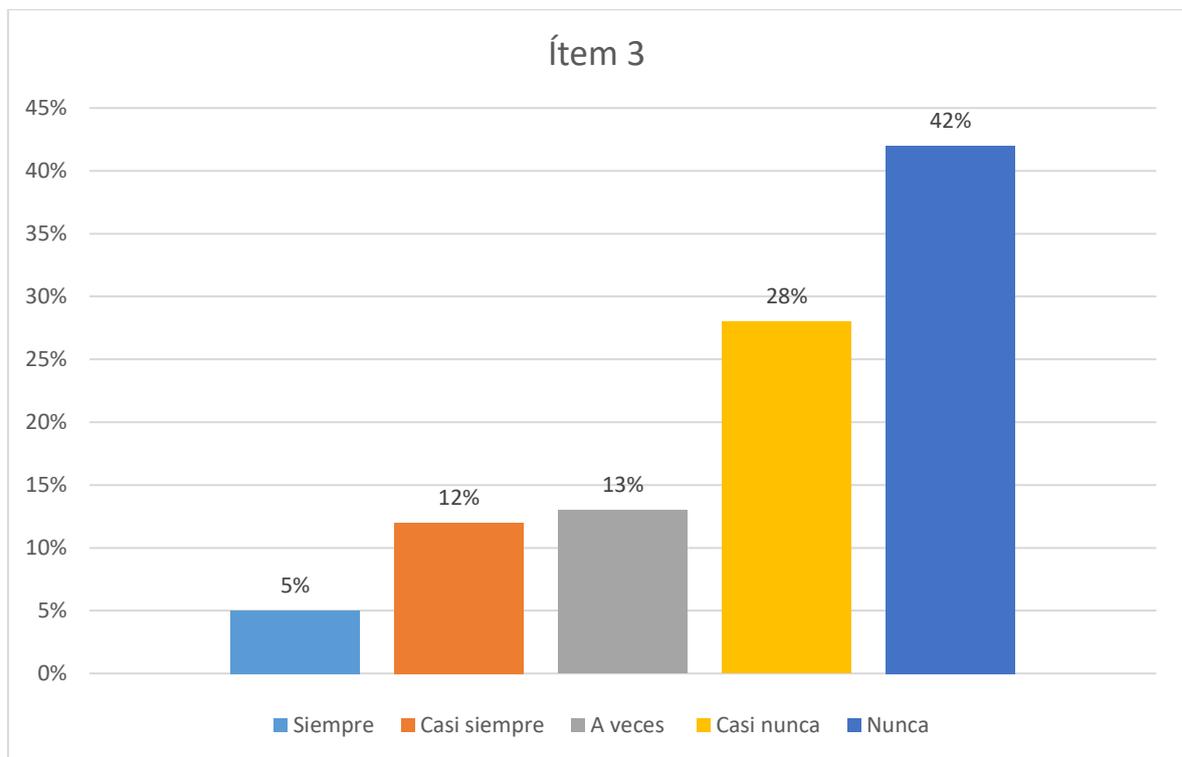
4.2.1.1.2. Indicador: Reconocimiento.

**Ítem 3.** La administración premia al trabajador con mejor conducta laboral.

**Tabla 9.**

*Resultados del ítem 3*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
5	12	13	28	42	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
5%	12%	13%	28%	42%	100%



**Figura 6.** Gráfica de los resultados del ítem 3

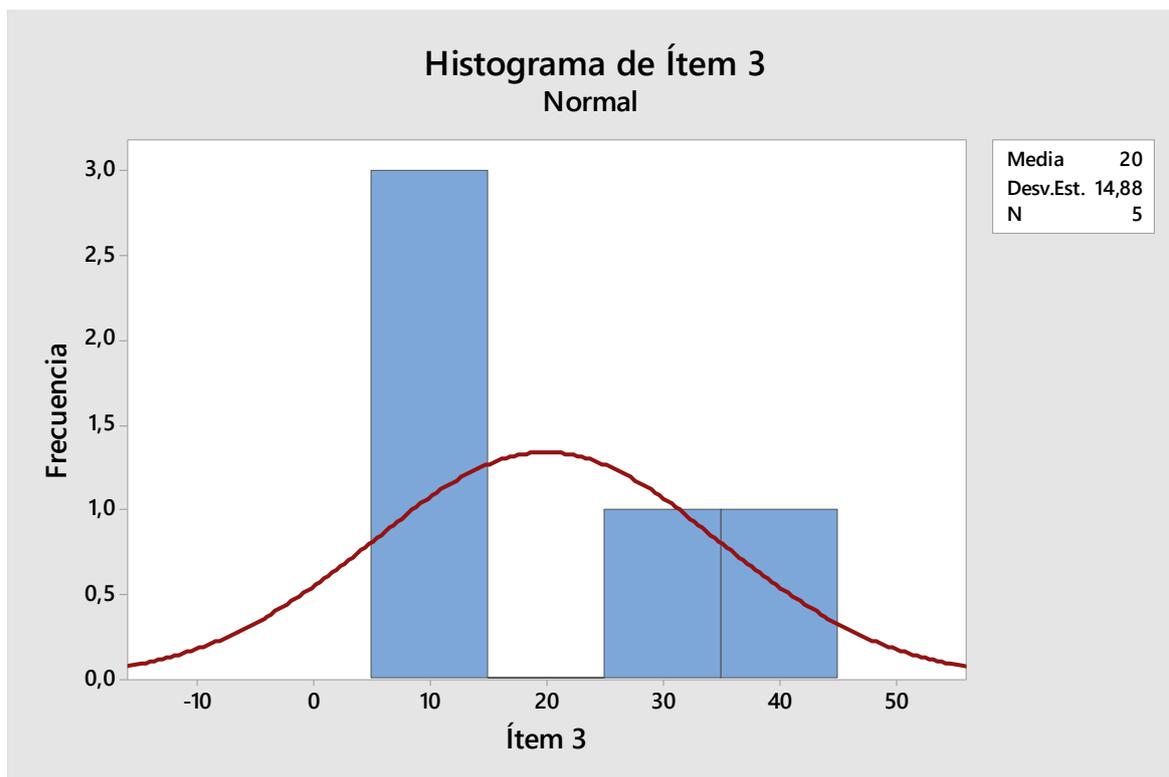
**Tabla 10.**

*Resultados estadísticos del ítem 3*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 3	5	0	20,00	6,66	14,88	221,50	74,41	2886,00	5,00	8,50

Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis
Ítem 3	13,00	35,00	42,00	0,88	-0,47



**Figura 7.** Gráfica de la tendencia del ítem 3

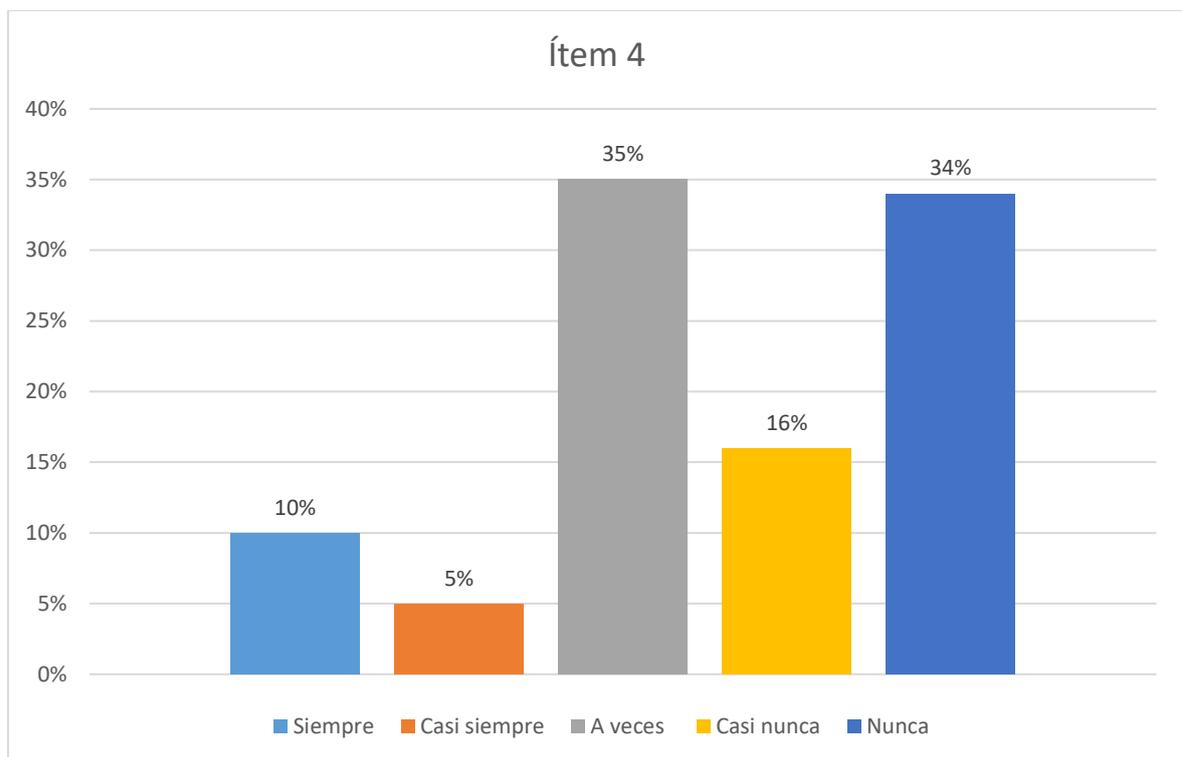
La variable independiente en su dimensión y su indicador tienen los valores similares a los indicados por los autores Alberca y Valentín (2017), Ramírez (2015) y Guzmán (2018).

**Ítem 4.** Mis jefes me felicitan cuando realizo bien mi trabajo o logro los objetivos.

**Tabla 11.**

*Resultados del ítem 4*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
10	5	35	16	34	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
10%	5%	35%	16%	34%	100%



**Figura 8.** Gráfica de los resultados del ítem 4

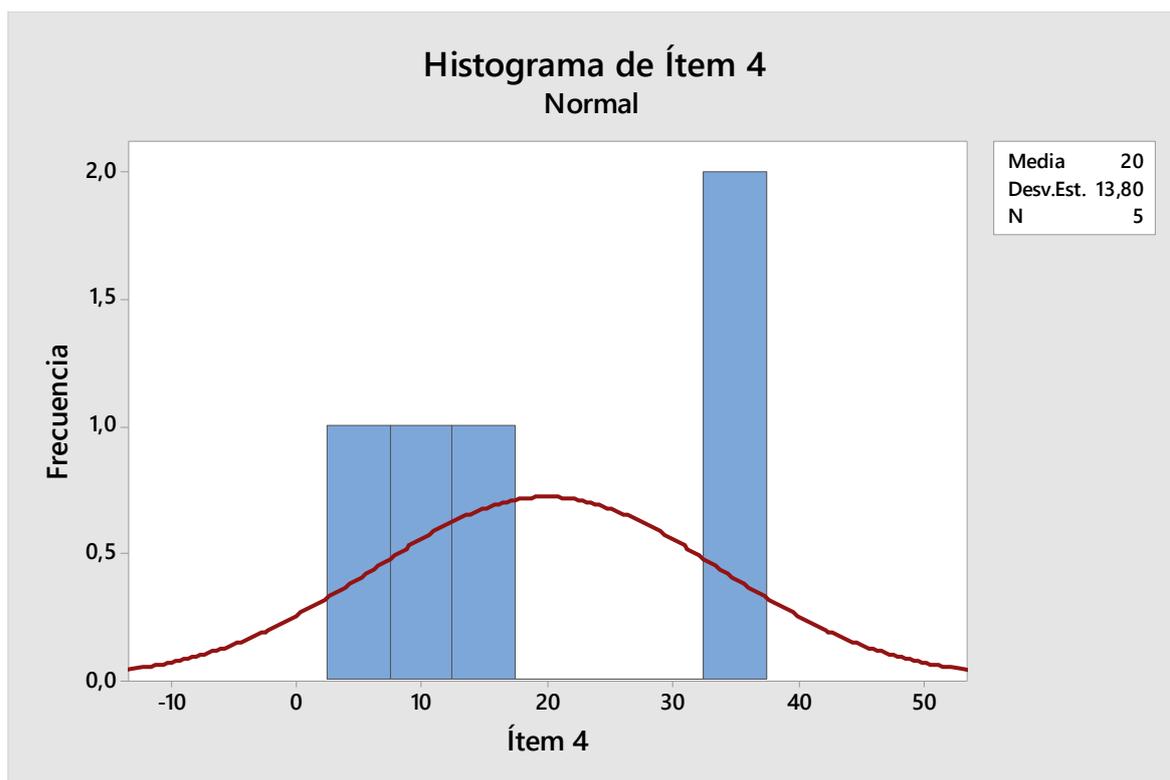
**Tabla 12.**

*Resultados estadísticos del ítem 4*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 4	5	0	20,00	6,17	13,80	190,50	69,01	2762,00	5,00	7,50

Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis
Ítem 4	16,00	34,50	35,00	0,27	-2,84



**Figura 9.** Gráfica de la tendencia del ítem 4

La variable independiente en su dimensión y su indicador tienen los valores similares a los indicados por los autores Alberca y Valentín (2017), Huamani (2015), Pereira (2014), Ramírez (2015) y Guzmán (2018).

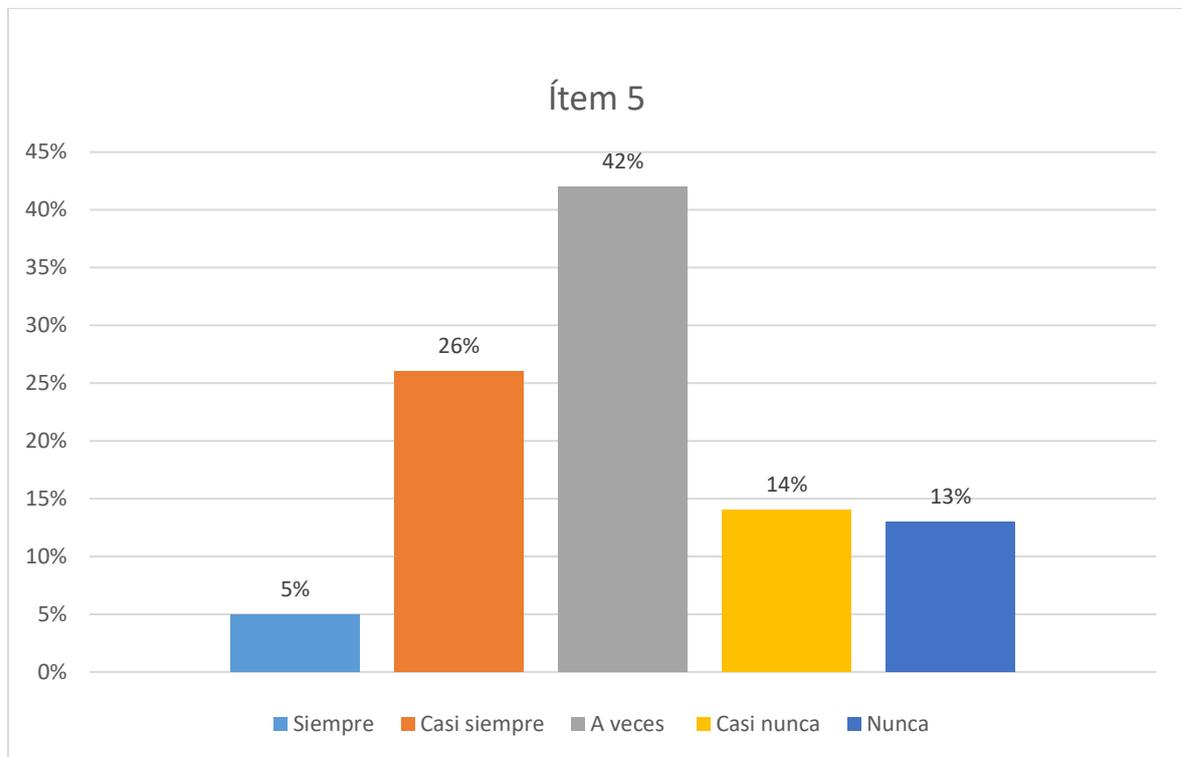
4.1.1.1.3. Indicador: Equidad.

**Ítem 5.** Las oportunidades de desarrollo laboral solo lo reciben trabajadores privilegiados.

**Tabla 13.**

*Resultados del ítem 5*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
5	26	42	14	13	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
5%	26%	42%	14%	13%	100%



**Figura 10.** Gráfica de los resultados del ítem 5

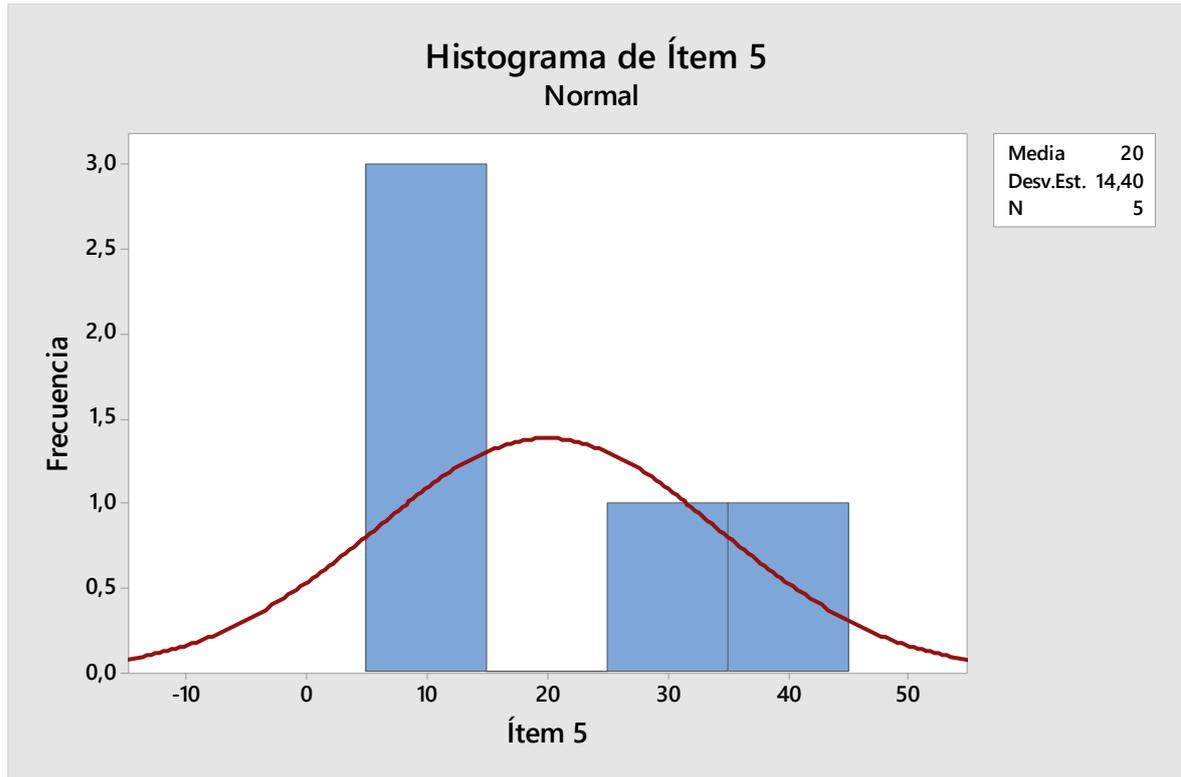
**Tabla 14.**

*Resultados estadísticos del ítem 5*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 5	5	0	20,00	6,44	14,40	207,50	72,02	2830,00	5,00	9,00

Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis
Ítem 5	14,00	34,00	42,00	0,97	0,42



**Figura 11.** Gráfica de la tendencia del ítem 5

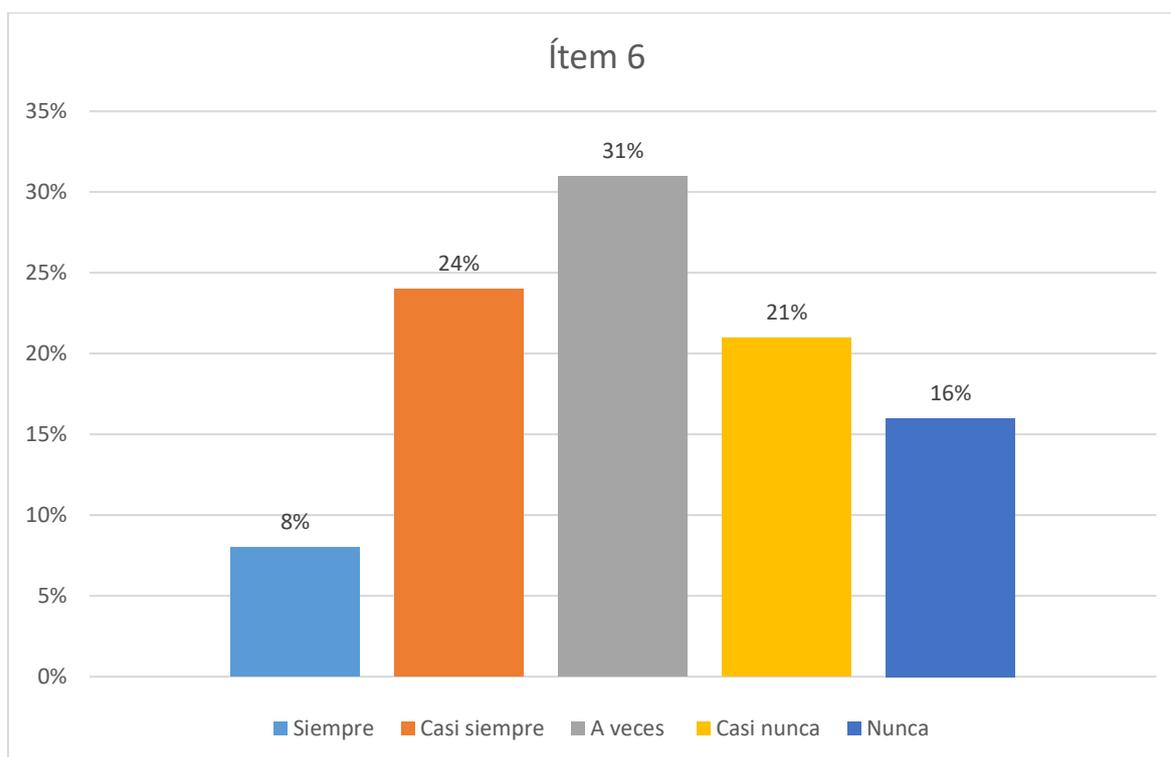
La variable independiente en su dimensión y su indicador tienen los valores similares a los indicados por los autores Alberca y Valentín (2017), Huamani (2015), y Guzmán (2018).

**Ítem 6.** Considera que el pago es equitativo con los otros trabajadores de su rango.

**Tabla 15.**

*Resultados del ítem 6*

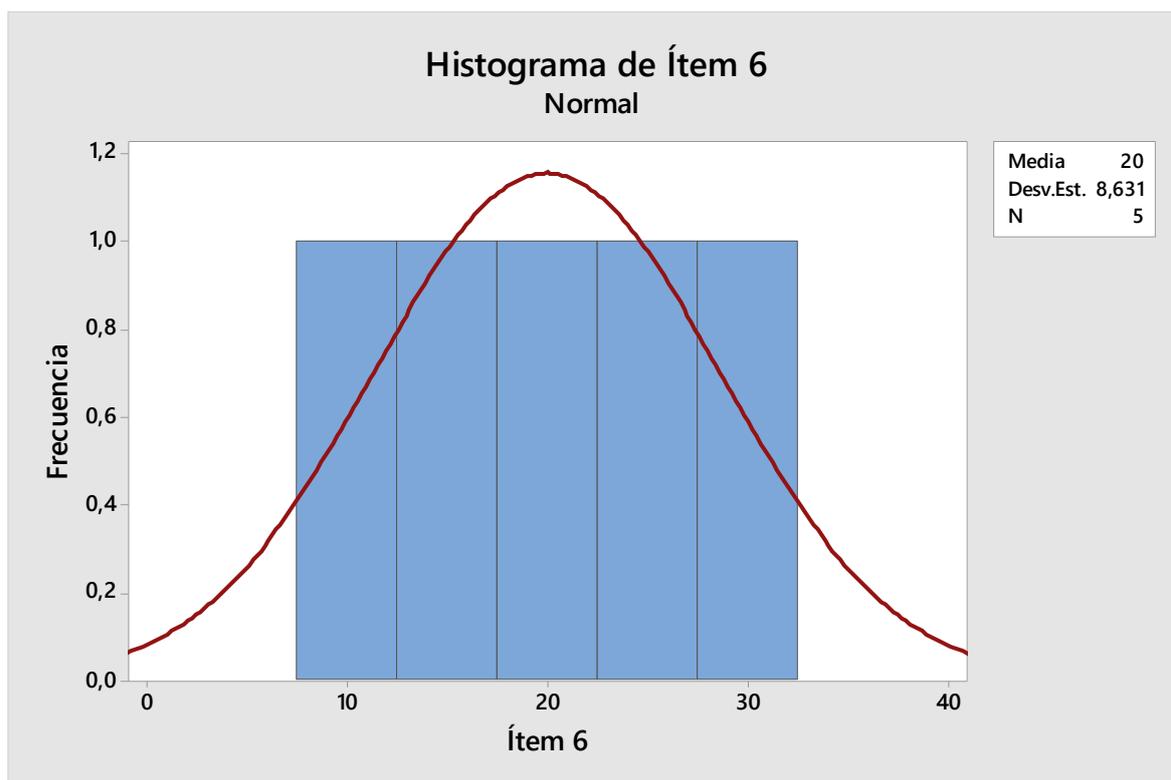
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
8	24	31	21	16	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
8%	24%	31%	21%	16%	100%



**Figura 12.** Gráfica de los resultados del ítem 6

**Tabla 16.****Resultados estadísticos del ítem 6**

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 6	5	0	20,00	3,86	8,63	74,50	43,16	2298,00	8,00	12,00
Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis					
Ítem 6	21,00	27,50	31,00	-0,26	0,08					

**Figura 13.** Gráfica de la tendencia del ítem 6

La variable independiente en su dimensión y su indicador tienen los valores similares a los indicados por los autores Alberca y Valentín (2017), Huamani (2015), Pereira (2014), Ramírez (2015) y Guzmán (2018).

#### 4.2.1.2. Dimensión: Satisfacción.

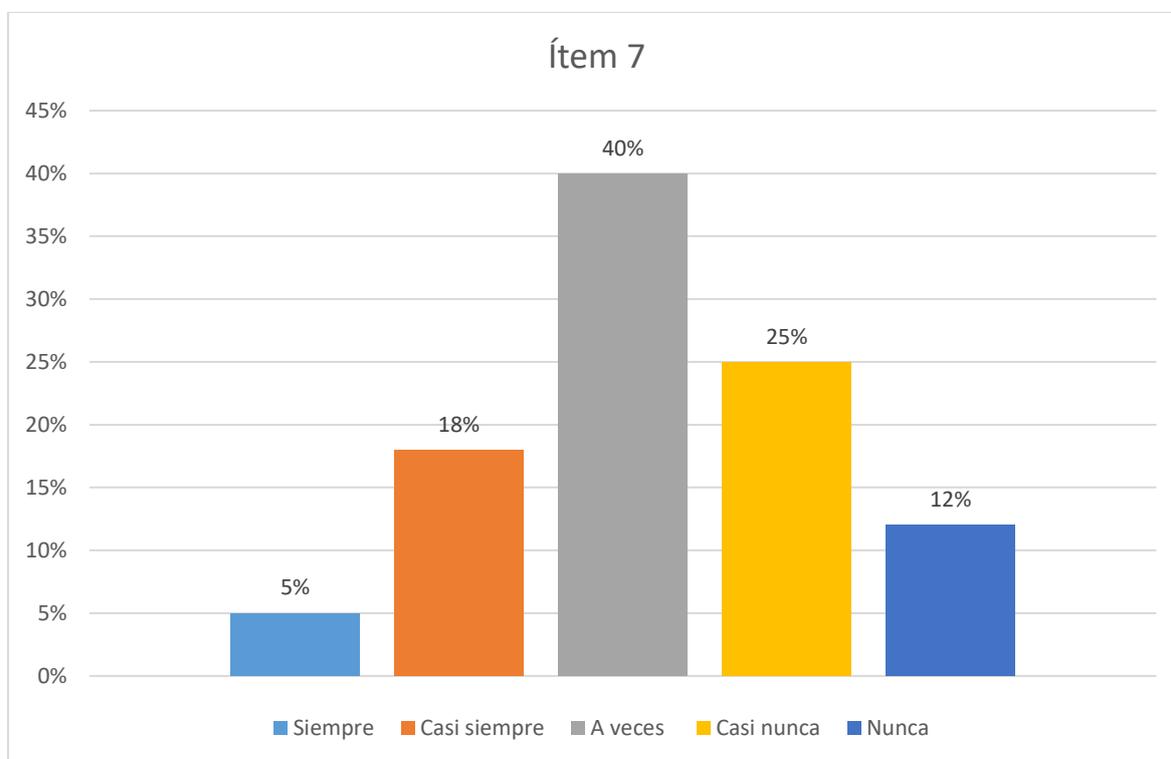
##### 4.2.1.2.1. Indicador: Cohesión.

**Ítem 7.** Existe apoyo de las áreas administrativas.

**Tabla 17.**

*Resultados del ítem 7*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
5	18	40	25	12	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
5%	18%	40%	25%	12%	100%

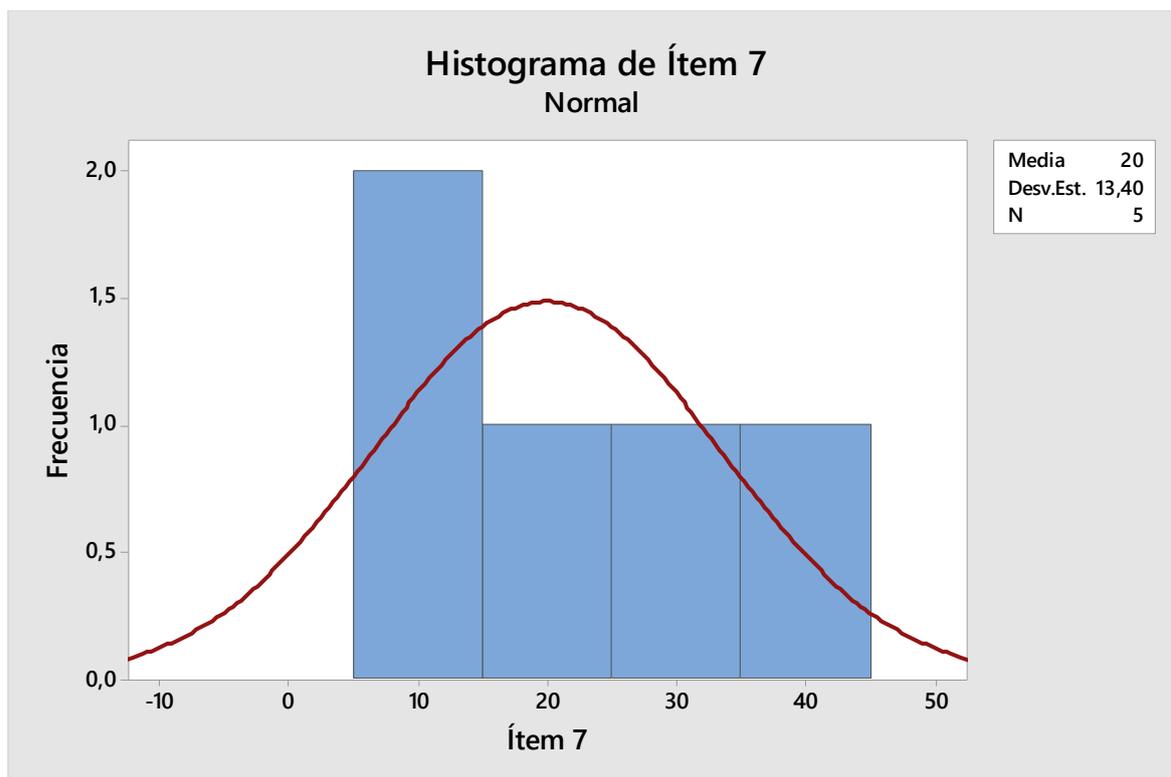


**Figura 14.** Gráfica de los resultados del ítem 7

**Tabla 18.**

*Resultados estadísticos del ítem 7*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 7	5	0	20,00	5,99	13,40	179,50	66,99	2718,00	5,00	8,50
Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis					
Ítem 7	18,00	32,50	40,00	0,73	0,36					



**Figura 15.** Gráfica de la tendencia del ítem 7

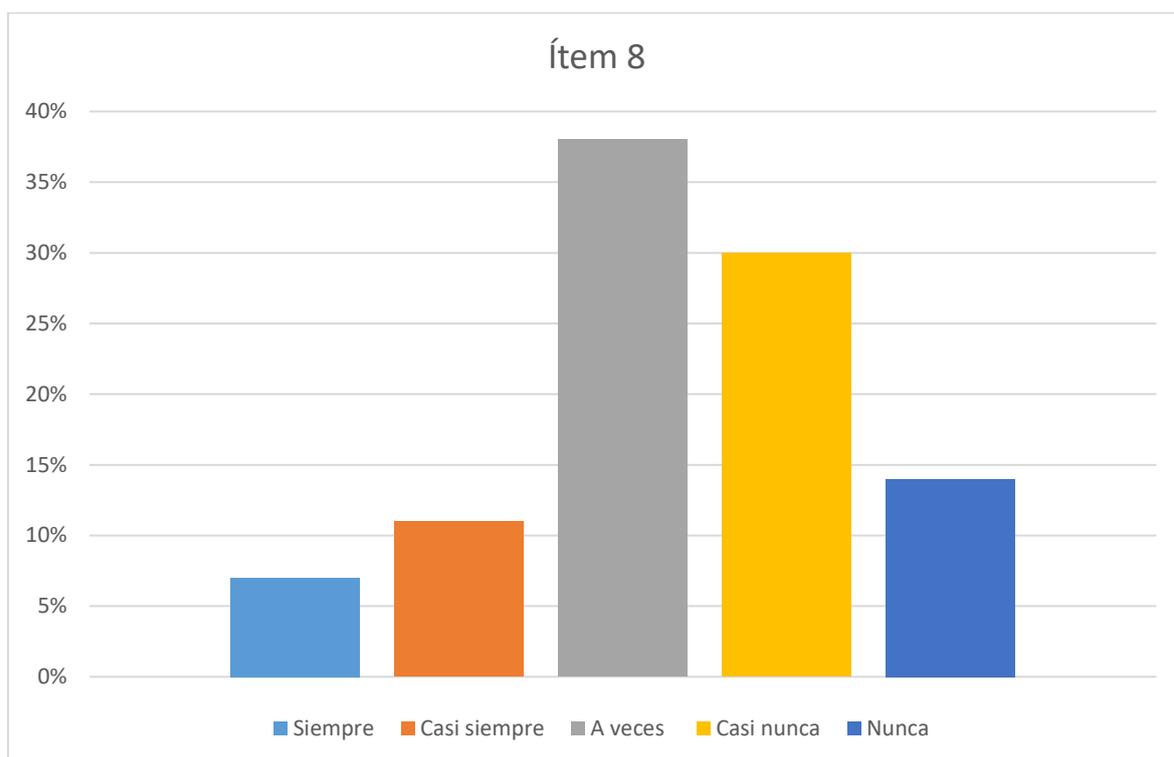
Segura (2016), Solano (2017), Guzmán (2018) y Novoa y Regalado (2017) indican que esas tendencias son similares para esos indicadores de las variables analizadas.

**Ítem 8.** Existe el trabajo en equipo entre las áreas administrativas y la suya.

**Tabla 19.**

*Resultados del ítem 8*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
7	11	38	30	14	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
7%	11%	38%	30%	14%	100%

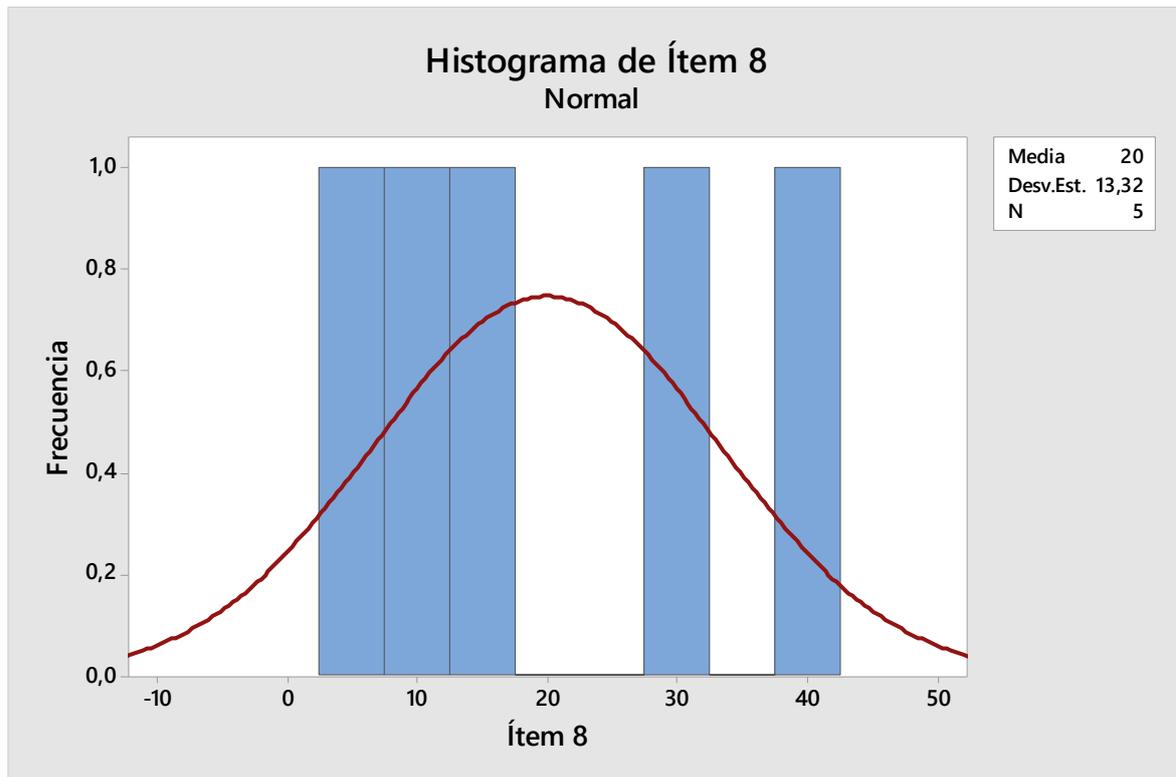


**Figura 16.** Gráfica de los resultados del ítem 8

**Tabla 20.**

*Resultados estadísticos del ítem 8*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 8	5	0	20,00	5,96	13,32	177,50	66,61	2710,00	7,00	9,00
Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis					
Ítem 8	14,00	34,00	38,00	0,65	-1,99					



**Figura 17.** Gráfica de la tendencia del ítem 8

Solano (2017), Guzmán (2018) y Novoa y Regalado (2017) indican que esas tendencias son similares para esos indicadores de las variables analizadas.

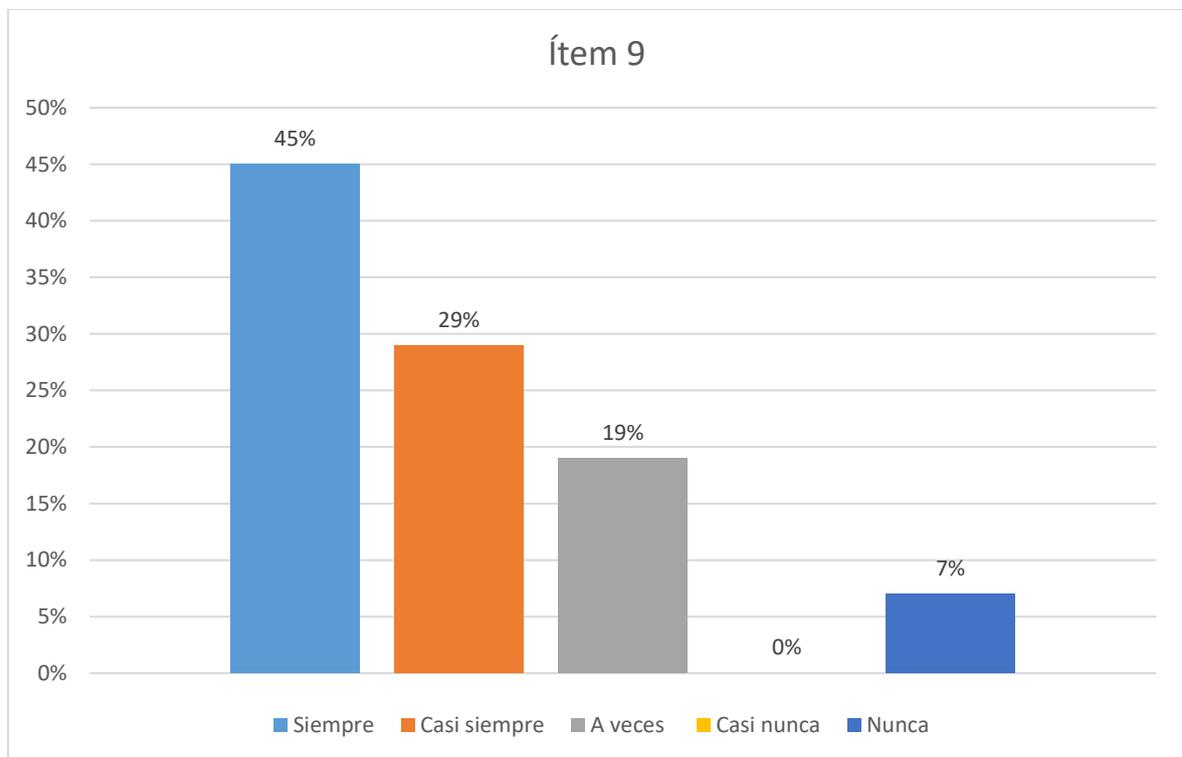
4.2.1.2.2. Indicador: Implicación.

**Ítem 9.** Se siente identificado con las actividades de su puesto (counters, conductor, tripulantes, etc.).

**Tabla 21.**

*Resultados del ítem 9*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
45	29	19	0	7	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
45%	29%	19%	0%	7%	100%

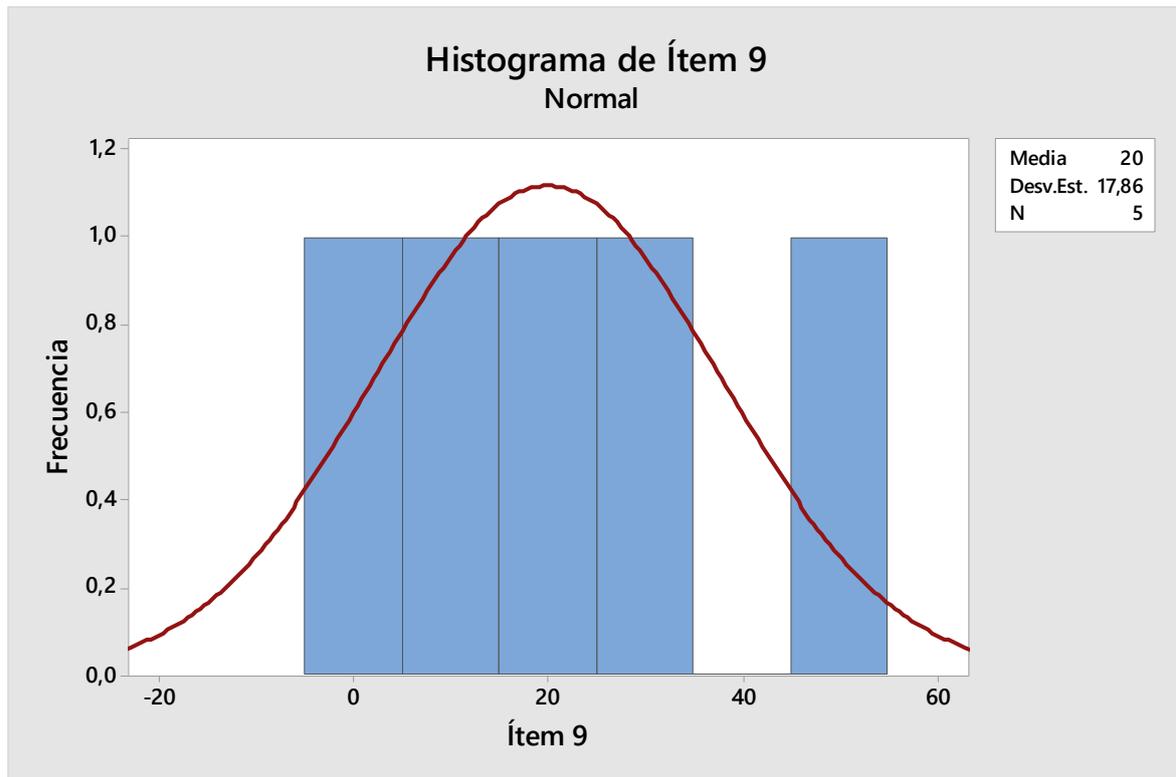


**Figura 18.** Gráfica de los resultados del ítem 10

**Tabla 22.**

**Resultados estadísticos del ítem 9**

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 9	5	0	20,00	7,99	17,86	319,00	89,30	3276,00	0,00	3,50
Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis					
Ítem 9	19,00	37,00	45,00	0,45	-0,80					



**Figura 19.** Gráfica de la tendencia del ítem 9

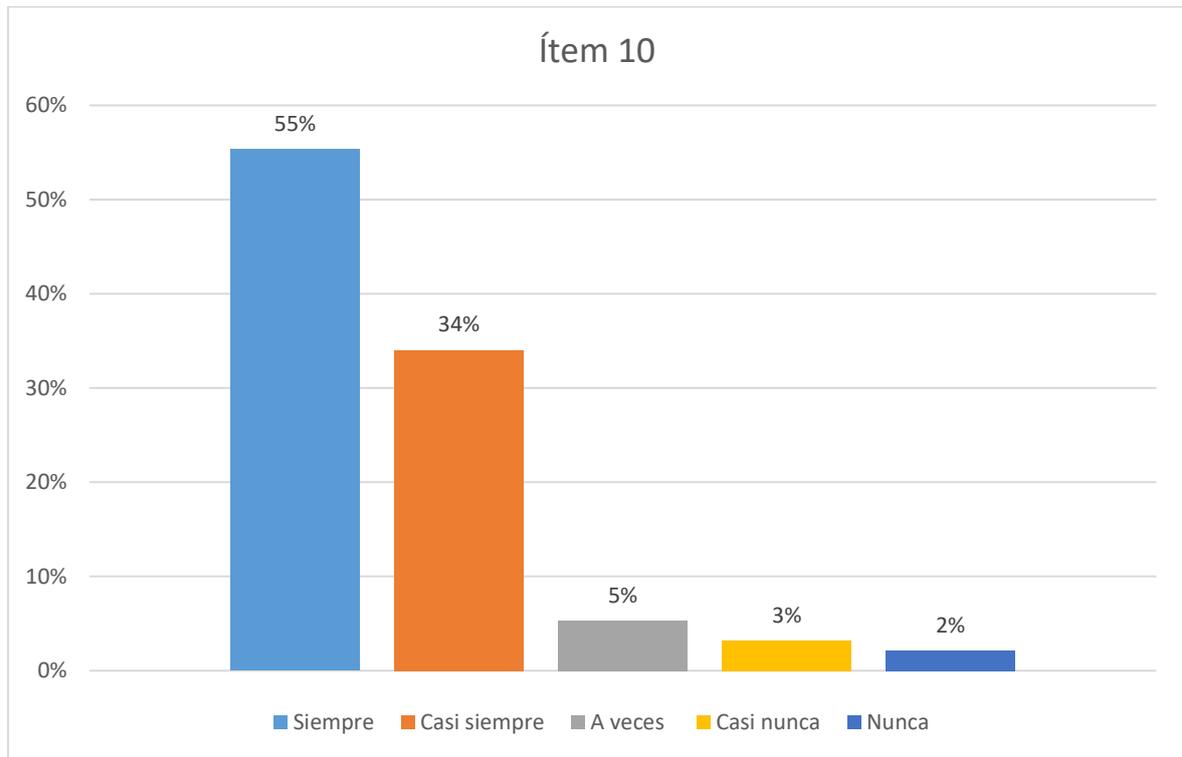
Segura (2016), Solano (2017), Guzmán (2018) y Novoa y Regalado (2017) indican que esas tendencias son similares para esos indicadores de las variables analizadas.

**Ítem 10.** Se compromete con la organización cumpliendo las metas u objetivos puestos por sus jefes.

**Tabla 23.**

*Resultados del ítem 10*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
52	32	5	3	2	94
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
55%	34%	5%	3%	2%	100%

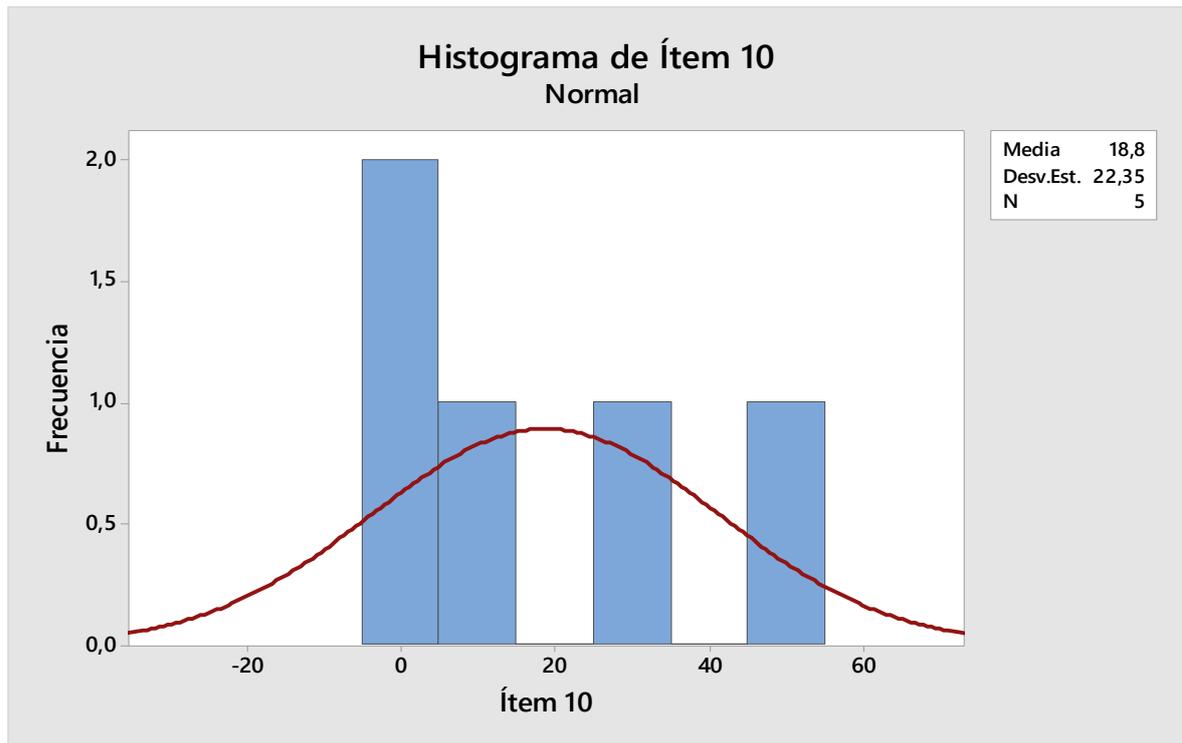


**Figura 20.** Gráfica de los resultados del ítem 11

**Tabla 24.**

*Resultados estadísticos del ítem 10*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 10	5	0	18,8	10,0	22,4	499,7	118,90	3766,0	2,0	2,5
Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis					
Ítem 10	5,0	42,0	52,0	1,03	-0,87					



**Figura 21.** Gráfica de la tendencia del ítem 10

Segura (2016), Solano (2017), Novoa y Regalado (2017) indican que esas tendencias son similares para esos indicadores de las variables analizadas.

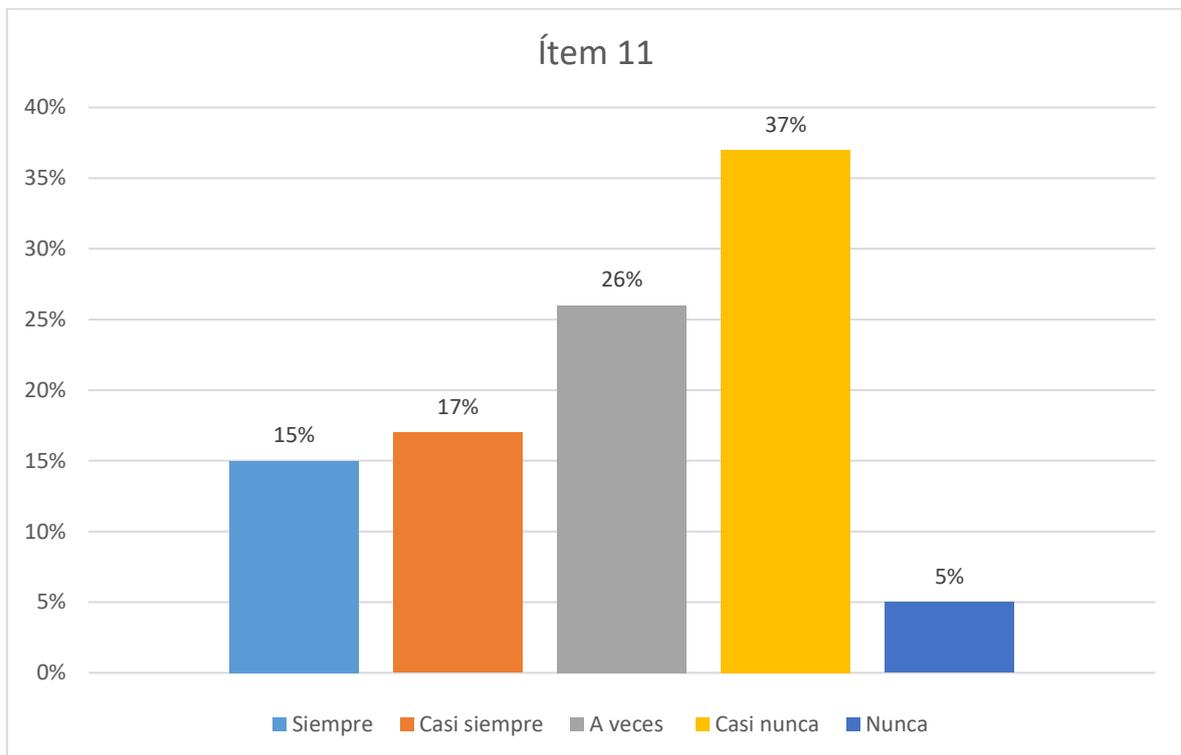
4.2.1.2.3. Indicador: Apoyo.

**Ítem 11.** A mi jefe le interesa que me desarrolle de manera profesional y laboral.

**Tabla 25.**

*Resultados del ítem 11*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
15	17	26	37	5	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
15%	17%	26%	37%	5%	100%

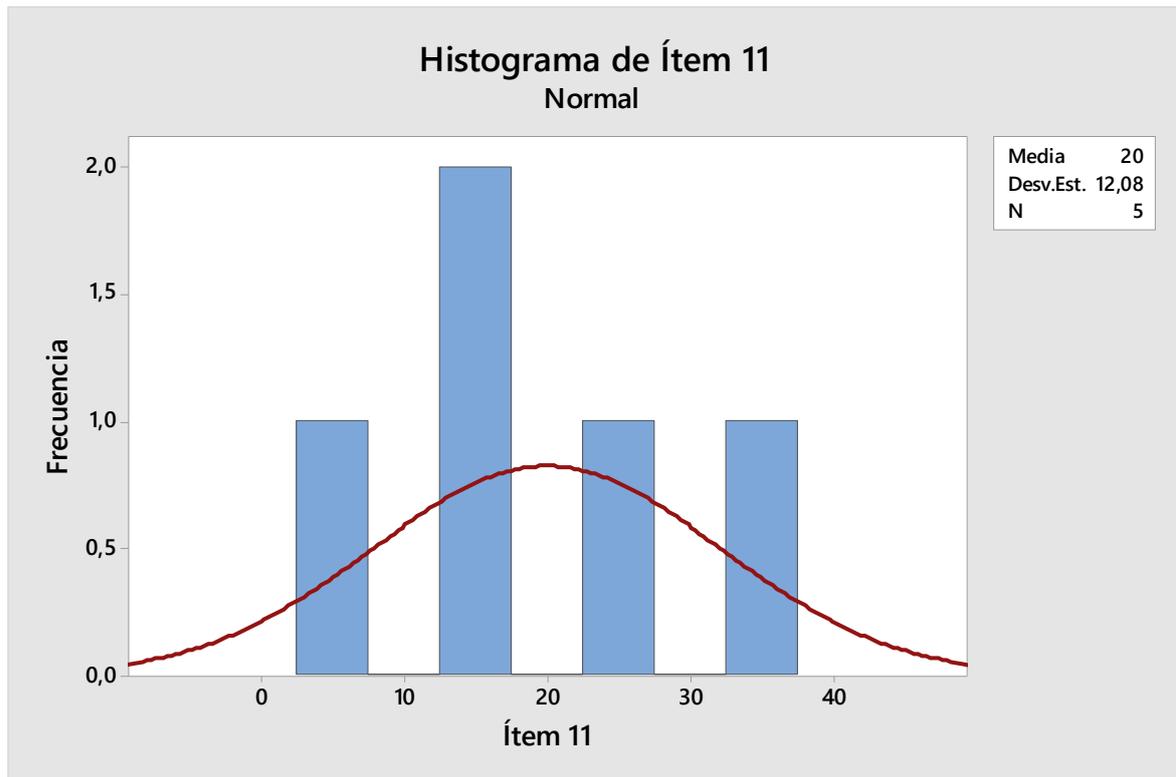


**Figura 22.** Gráfica de los resultados del ítem 12

**Tabla 26.**

*Resultados estadísticos del ítem 11*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 11	5	0	20,00	5,40	12,08	146,00	60,42	2584,00	5,00	10,00
Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis					
Ítem 11	17,00	31,50	37,00	0,38	-0,02					



**Figura 23.** Gráfica de la tendencia del ítem 11

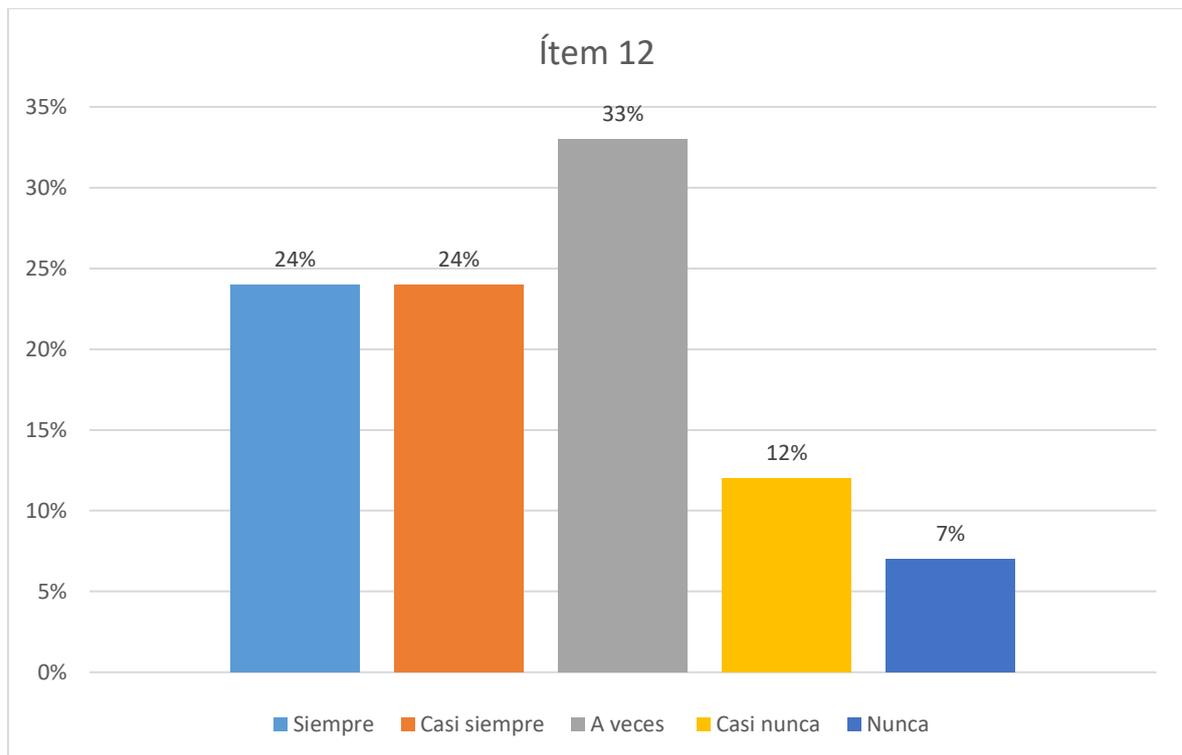
Segura (2016), Solano (2017), Guzmán (2018) y Novoa y Regalado (2017) indican que esas tendencias son similares para esos indicadores de las variables analizadas.

**Ítem 12.** Mi jefe es flexible y justo antes mis solicitudes de permisos de salud.

**Tabla 27.**

*Resultados del ítem 12*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
24	24	33	12	7	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
24%	24%	33%	12%	7%	100%



**Figura 24.** Gráfica de los resultados del ítem 13

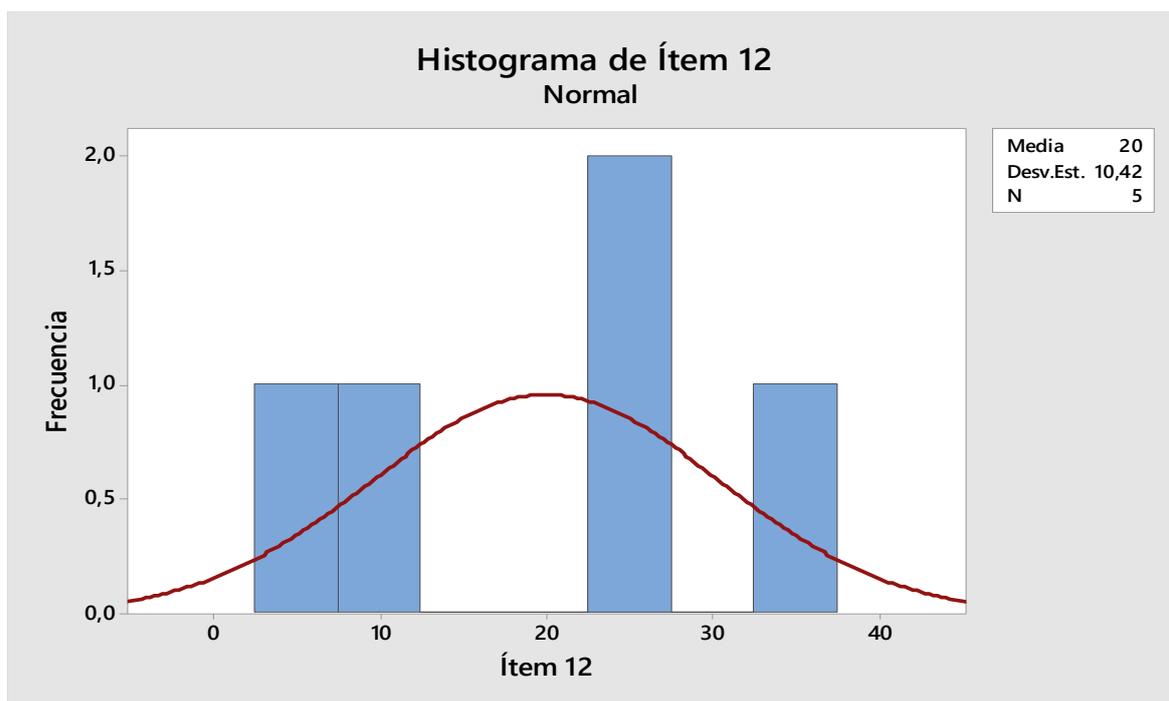
**Tabla 28.**

*Resultados estadísticos del ítem 12*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 12	5	0	20,00	4,66	10,42	108,50	52,08	2434,00	7,00	9,50

Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis
Ítem 12	24,00	28,50	33,00	-0,14	-1,45



**Figura 25.** Gráfica de la tendencia del ítem 12

Segura (2016), Solano (2017) y Novoa y Regalado (2017) indican que esas tendencias son similares para esos indicadores de las variables analizadas.

### 4.2.1.3. Dimensión: Vandalismo.

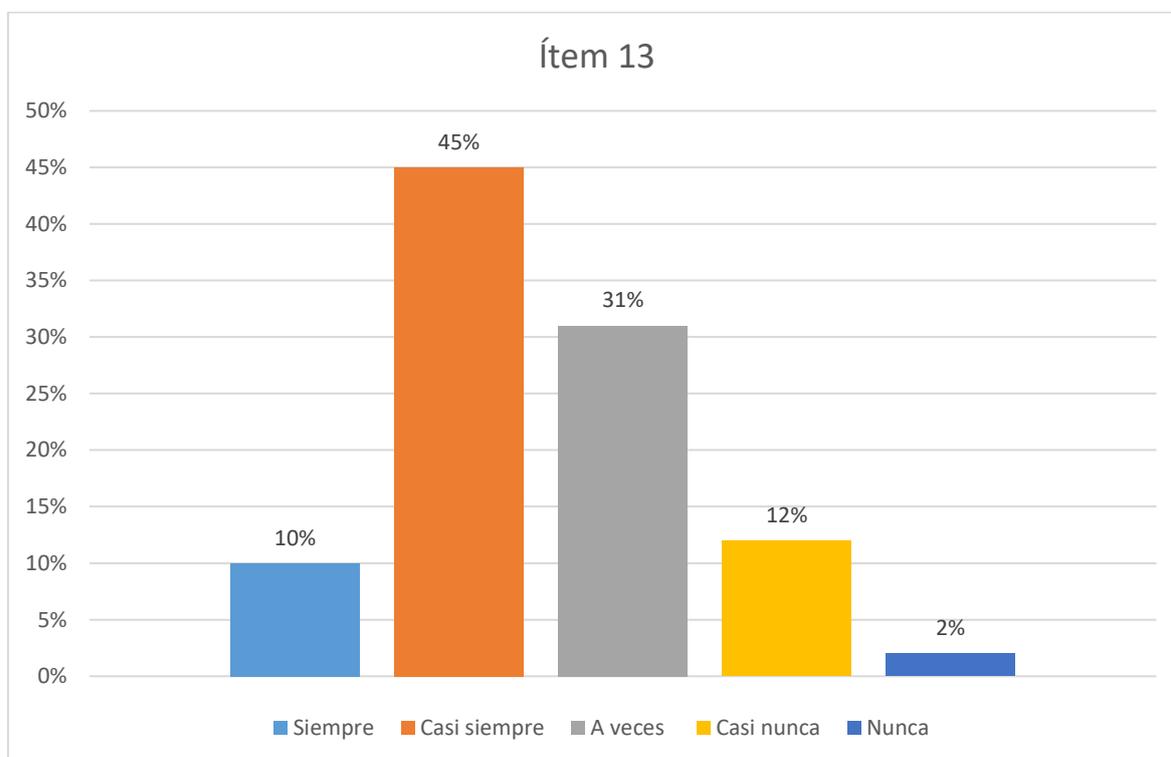
#### 4.2.1.3.1. Indicador: Retraso.

**Ítem 13.** Los equipos tecnológicos de la empresa se encuentran en perfecto funcionamiento dando así un efectivo servicio de transporte.

**Tabla 29.**

*Resultados del ítem 13*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
10	45	31	12	2	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
10%	45%	31%	12%	2%	100%

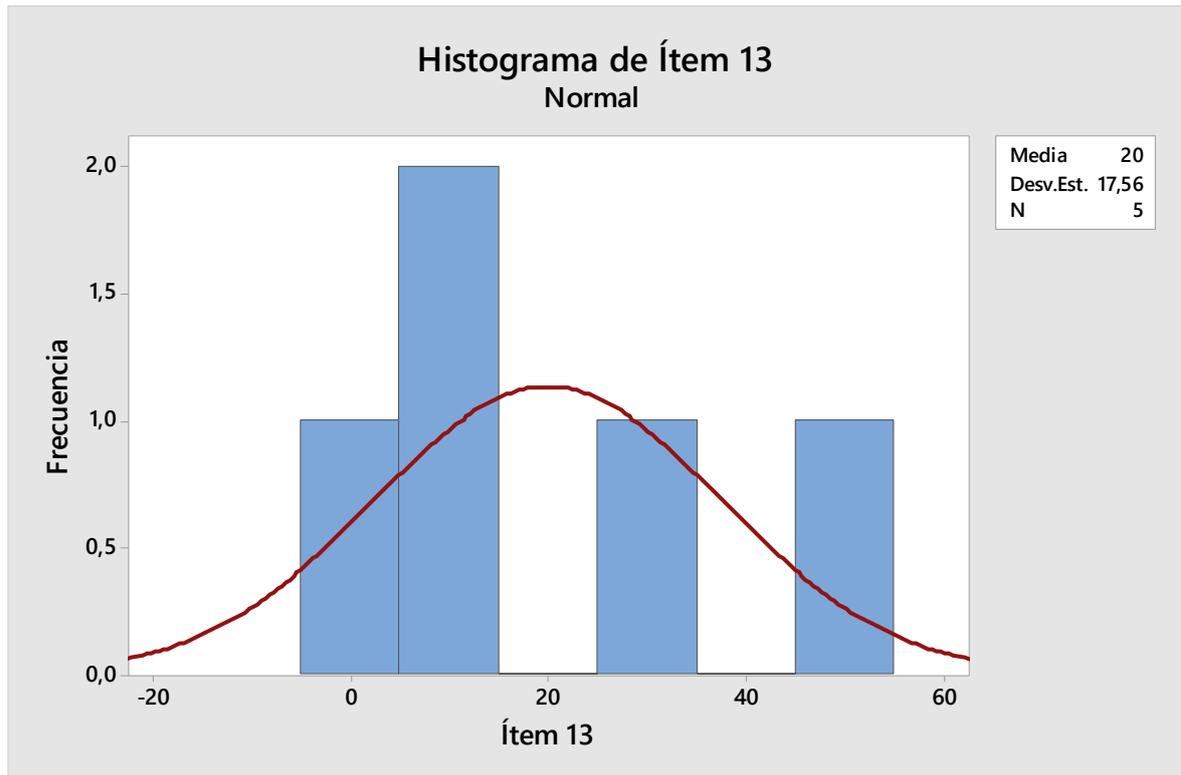


**Figura 26.** Gráfica de los resultados del ítem 13

**Tabla 30.**

*Resultados estadísticos del ítem 13*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 13	5	0	20,00	7,85	17,56	308,50	87,82	3234,00	2,00	6,00
Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis					
Ítem 13	12,00	38,00	45,00	0,74	-1,11					



**Figura 27.** Gráfica de la tendencia del ítem 13

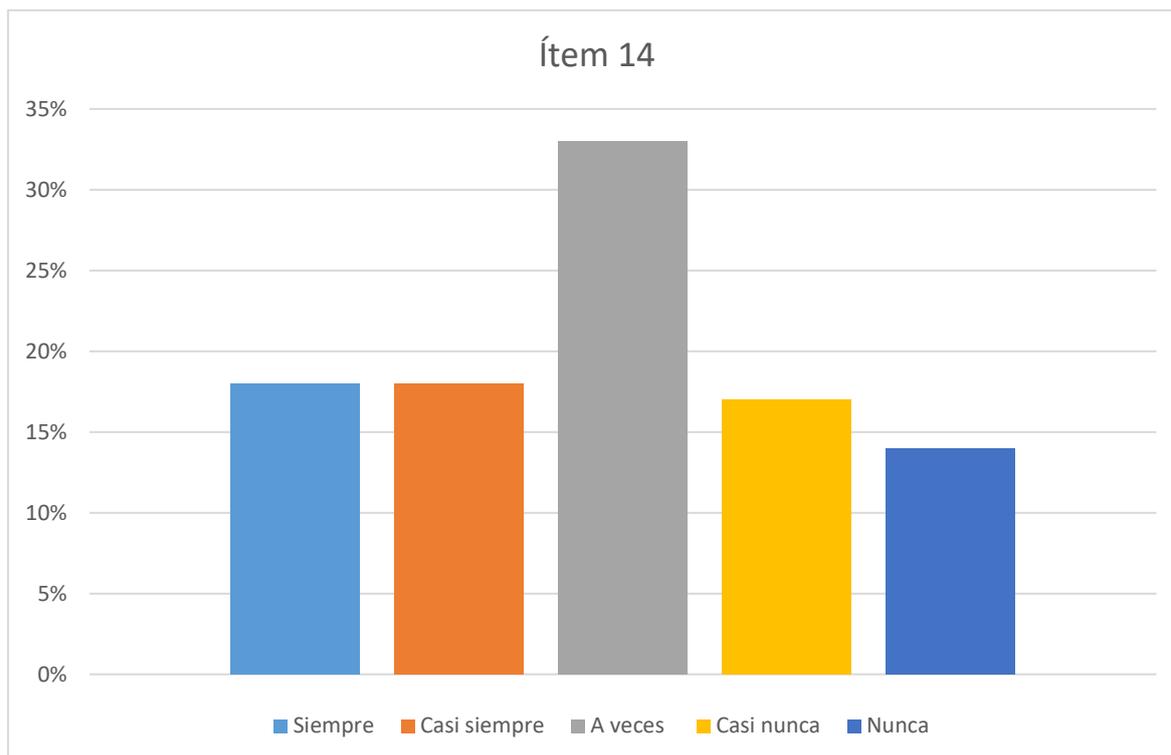
Segura (2016), Solano (2017), Guzmán (2018) y Novoa y Regalado (2017) indican que esas tendencias son similares para esos indicadores de las variables analizadas.

**Ítem 14.** Existe pérdida de materiales y/o insumos en mi puesto de trabajo.

**Tabla 31.**

*Resultados del ítem 14*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
18	18	33	17	14	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
18%	18%	33%	17%	14%	100%

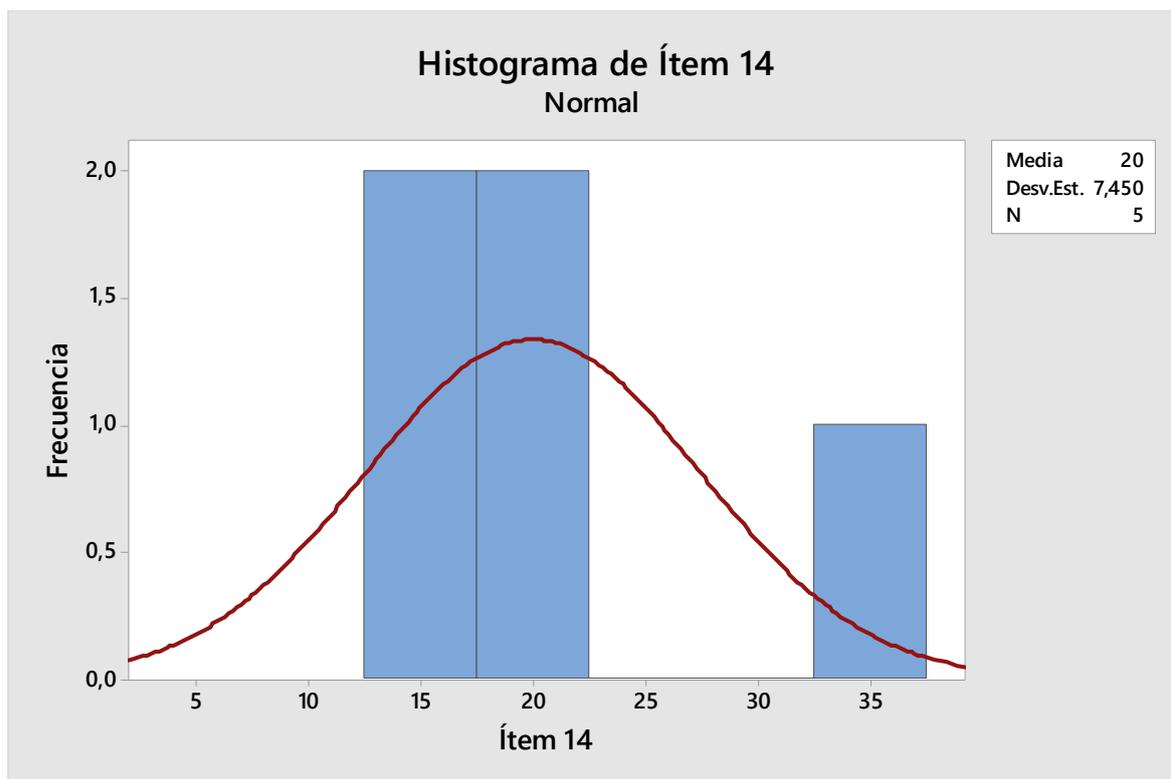


**Figura 28.** Gráfica de los resultados del ítem 14

**Tabla 32.**

*Resultados estadísticos del ítem 14*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 14	5	0	20,00	3,33	7,45	55,50	37,25	2222,00	14,00	15,50
Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis					
Ítem 14	18,00	25,50	33,00	1,95	4,16					



**Figura 29.** Gráfica de la tendencia del ítem 14

Guzmán (2018) y Novoa y Regalado (2017) indican que esas tendencias son similares para esos indicadores de las variables analizadas.

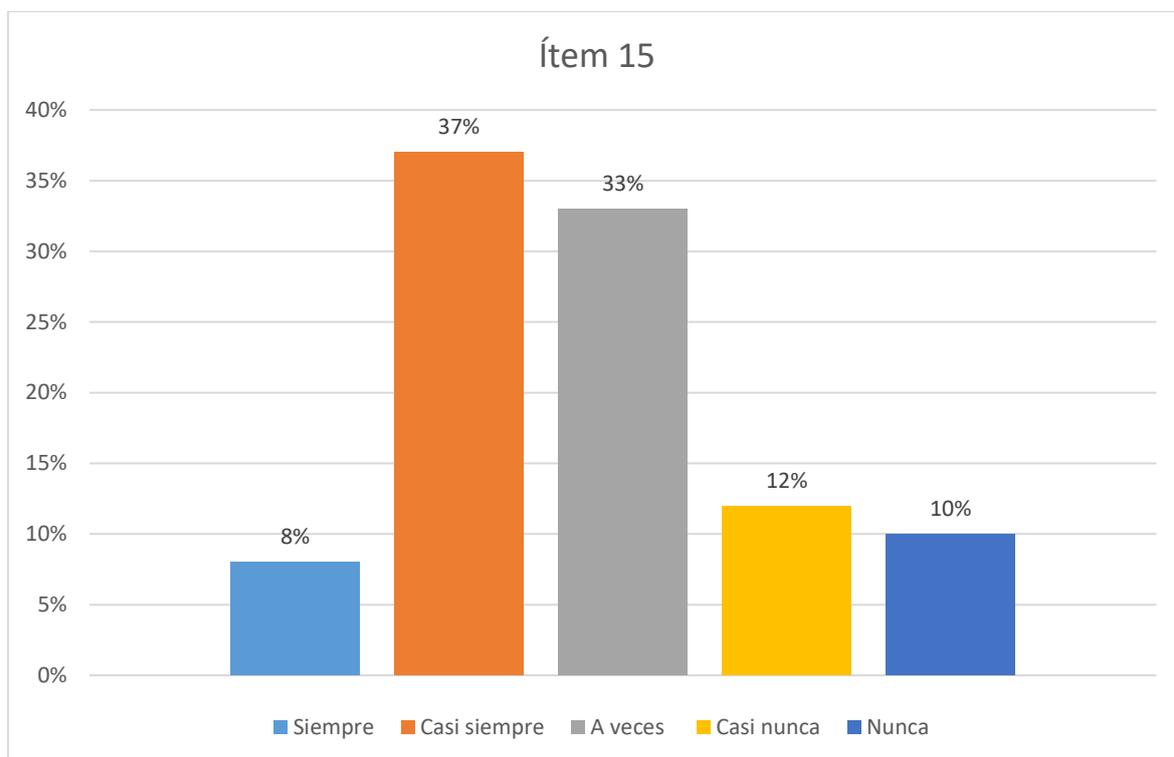
4.2.1.3.2. Indicador: Prejuicios.

**Ítem 15.** Existe superioridad de un compañero de trabajo de tu mismo rango.

**Tabla 33.**

*Resultados del ítem 15*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
8	37	33	12	10	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
8%	37%	33%	12%	10%	100%

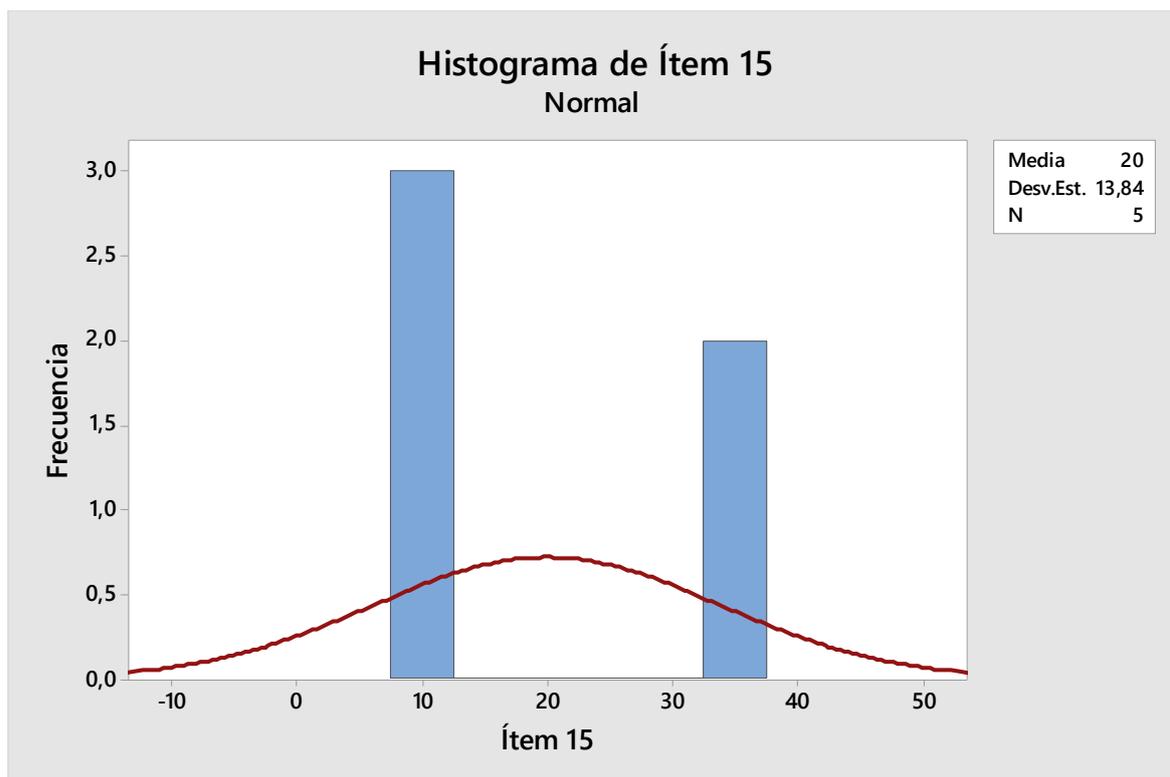


**Figura 30.** Gráfica de los resultados del ítem 15

**Tabla 34.**

*Resultados estadísticos del ítem 15*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 15	5	0	20,00	6,19	13,84	191,50	69,19	2766,00	8,00	9,00
Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis					
Ítem 15	12,00	35,00	37,00	0,61	-2,99					



**Figura 31.** Gráfica de la tendencia del ítem 15

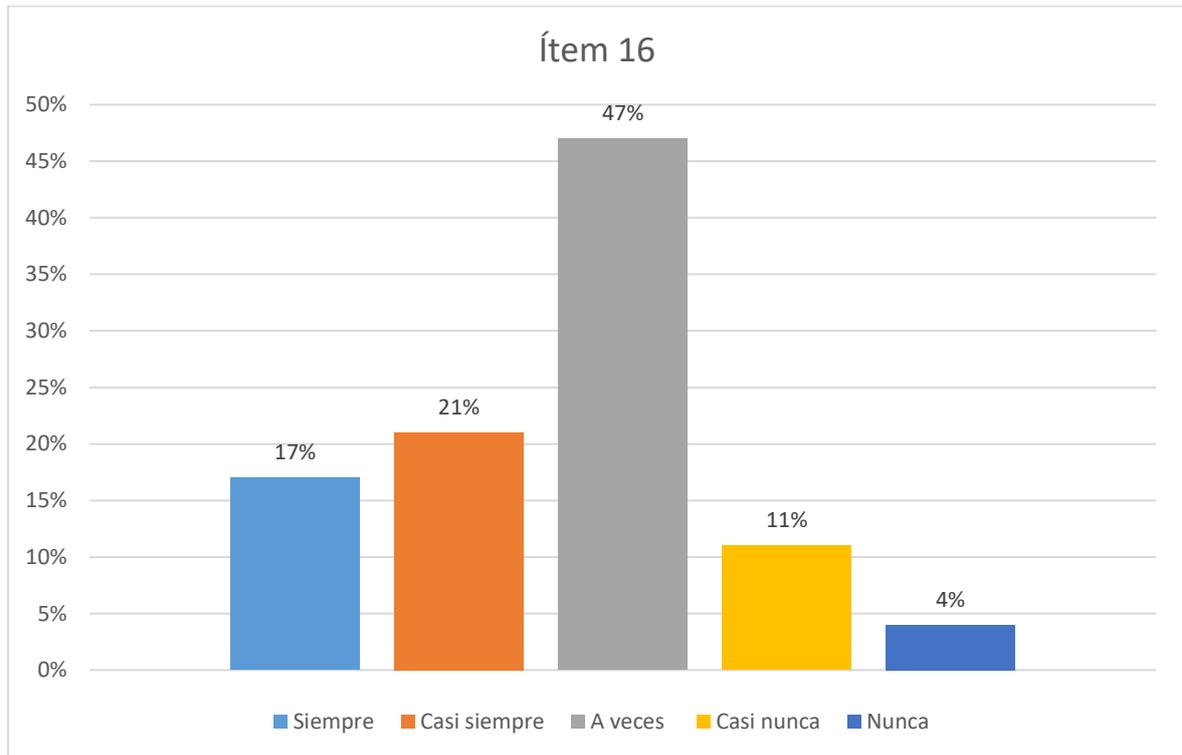
Segura (2016), Solano (2017), Guzmán (2018) y Novoa y Regalado (2017) indican que esas tendencias son similares para esos indicadores de las variables analizadas.

**Ítem 16.** Existe tolerancia entre los trabajadores de mi grupo de trabajo.

**Tabla 35.**

*Resultados del ítem 16*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
17	21	47	11	4	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
17%	21%	47%	11%	4%	100%

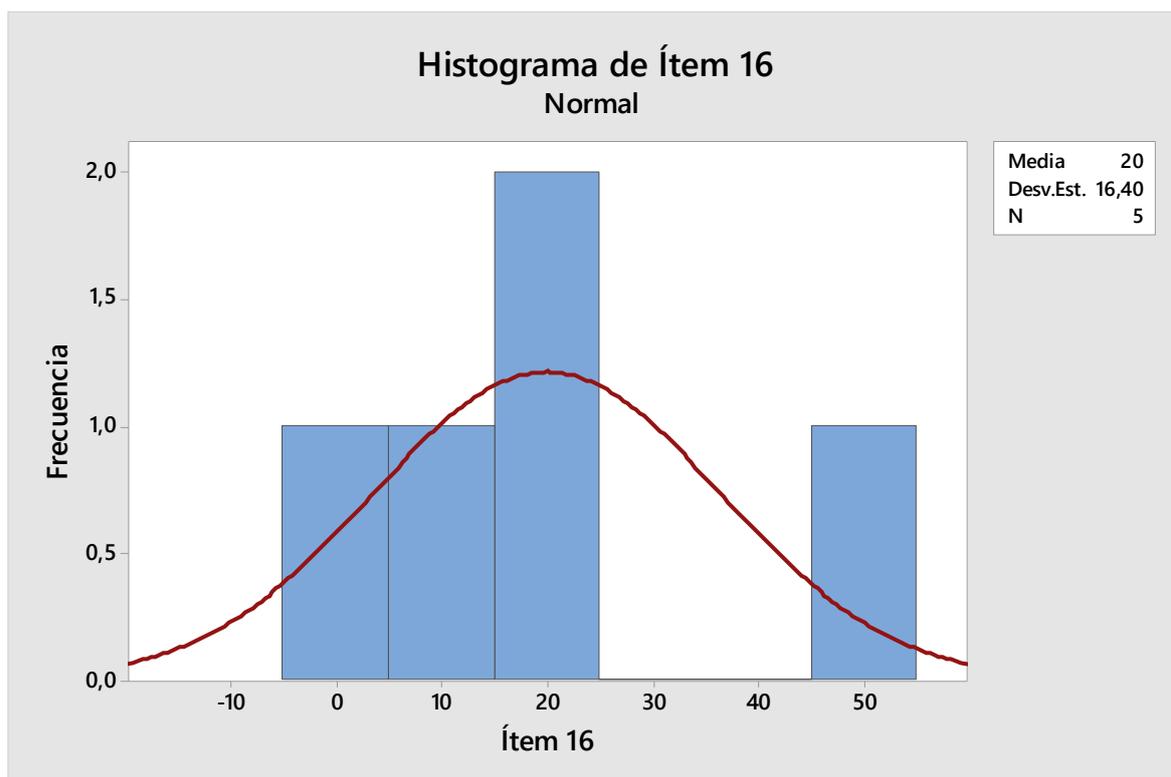


**Figura 32.** Gráfica de los resultados del ítem 16

**Tabla 36.**

*Resultados estadísticos del ítem 16*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 16	5	0	20,00	7,33	16,40	269,00	82,01	3076,00	4,00	7,50
Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis					
Ítem 16	17,00	34,00	47,00	1,40	2,43					



**Figura 33.** Gráfica de la tendencia del ítem 16

Segura (2016), Solano (2017), Guzmán (2018) y Novoa y Regalado (2017) indican que esas tendencias son similares para esos indicadores de las variables analizadas.

## 4.2.2 Estadística descriptiva de la variable: Calidad de servicio.

### 4.2.2.1. Dimensión: Valor.

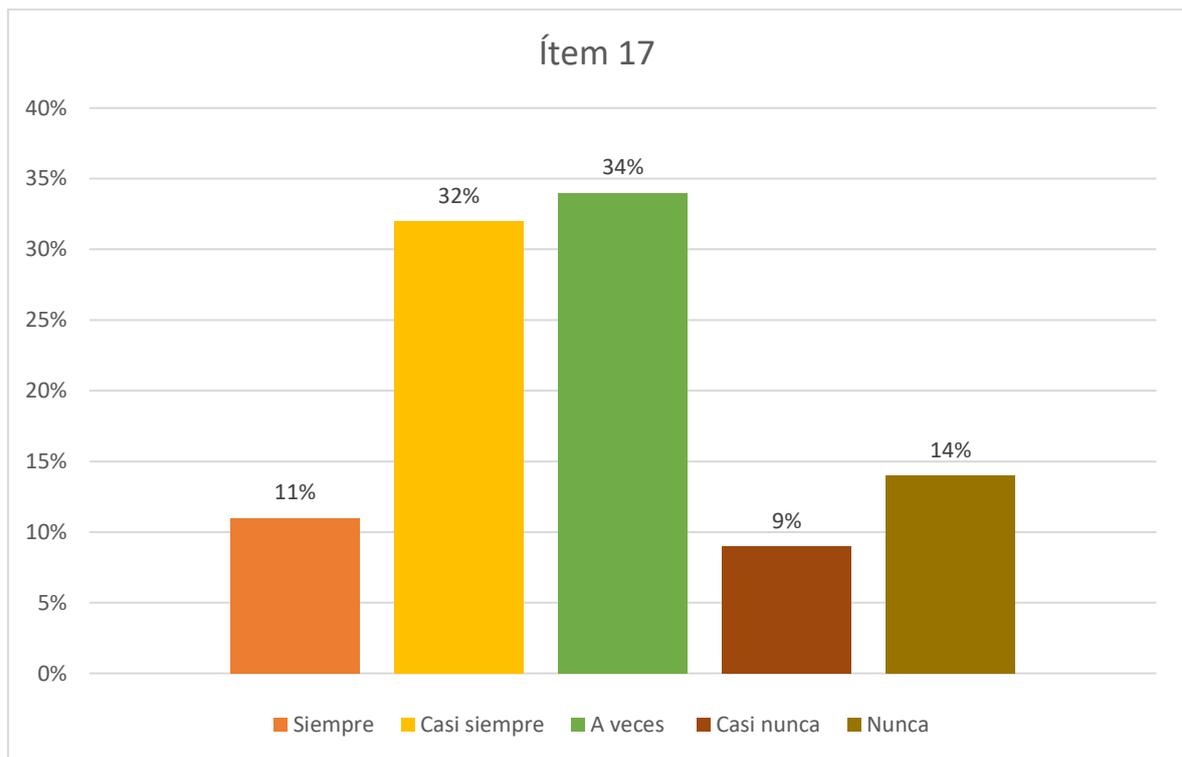
#### 4.2.2.1.1. Indicador: Tangibles.

**Ítem 17.** La empresa usa equipos y tecnología moderna que me generan autonomía en el desarrollo de mis funciones para brindar un servicio de calidad al pasajero.

**Tabla 37.**

*Resultados del ítem 17*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
11	32	34	9	14	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
11%	32%	34%	9%	14%	100%

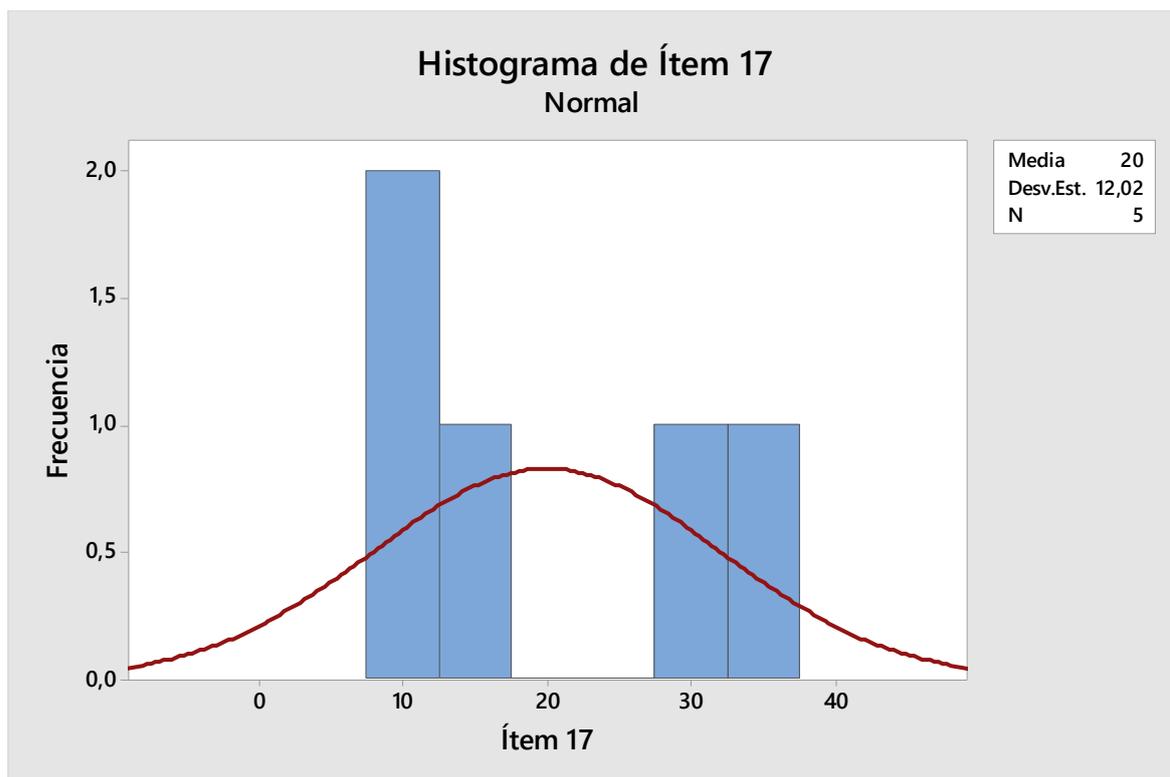


**Figura 34.** Gráfica de los resultados del ítem 17

**Tabla 38.**

*Resultados estadísticos del ítem 17*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 17	5	0	20,00	5,38	12,02	144,50	60,10	2578,00	9,00	10,00
Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis					
Ítem 17	14,00	33,00	34,00	0,53	-3,11					



**Figura 35.** Gráfica de la tendencia del ítem 17

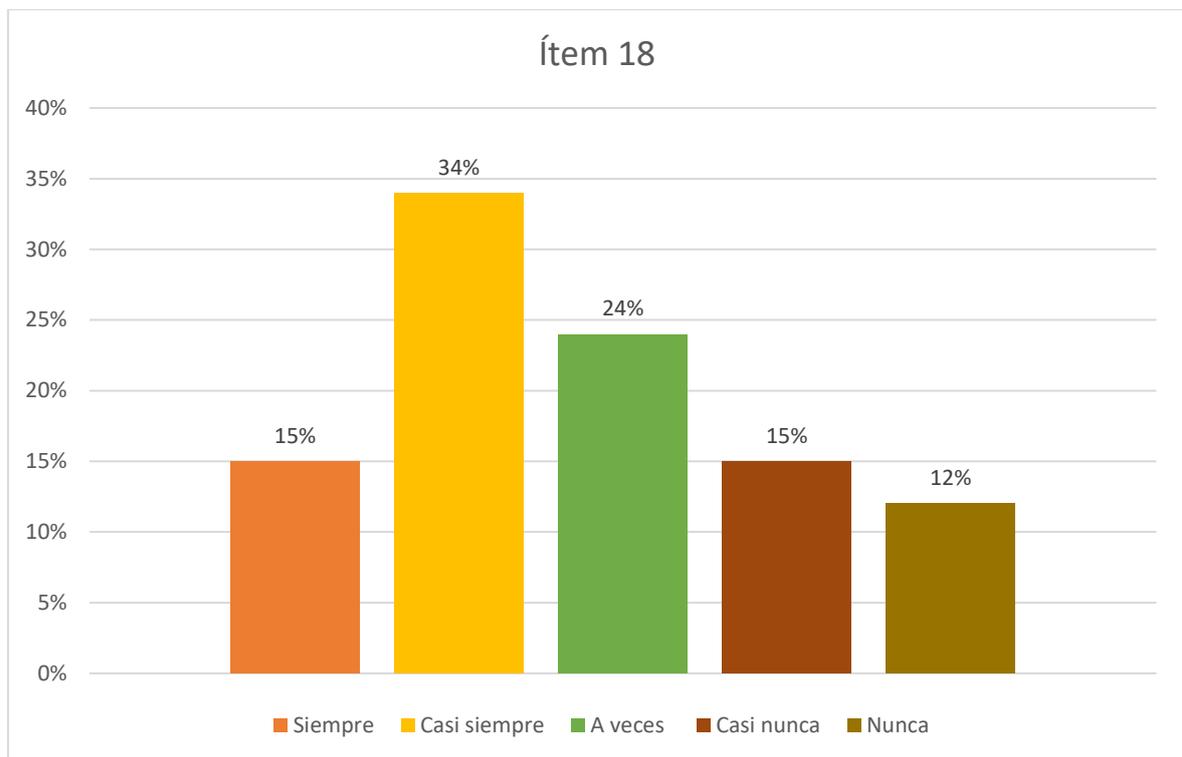
La variable dependiente en su dimensión y su indicador tienen los valores similares a los indicados por los autores Pereira (2014), Ramírez (2015), Guzmán (2018), Novoa y Regalado (2017) y Panca y Supo (2015).

**Ítem 18.** Los folletos, volantes, letreros contienen información precisa del servicio y evitan tiempo de retraso al brindar calidad de servicio al pasajero.

**Tabla 39.**

*Resultados del ítem 18*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
15	34	24	15	12	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
15%	34%	24%	15%	12%	100%

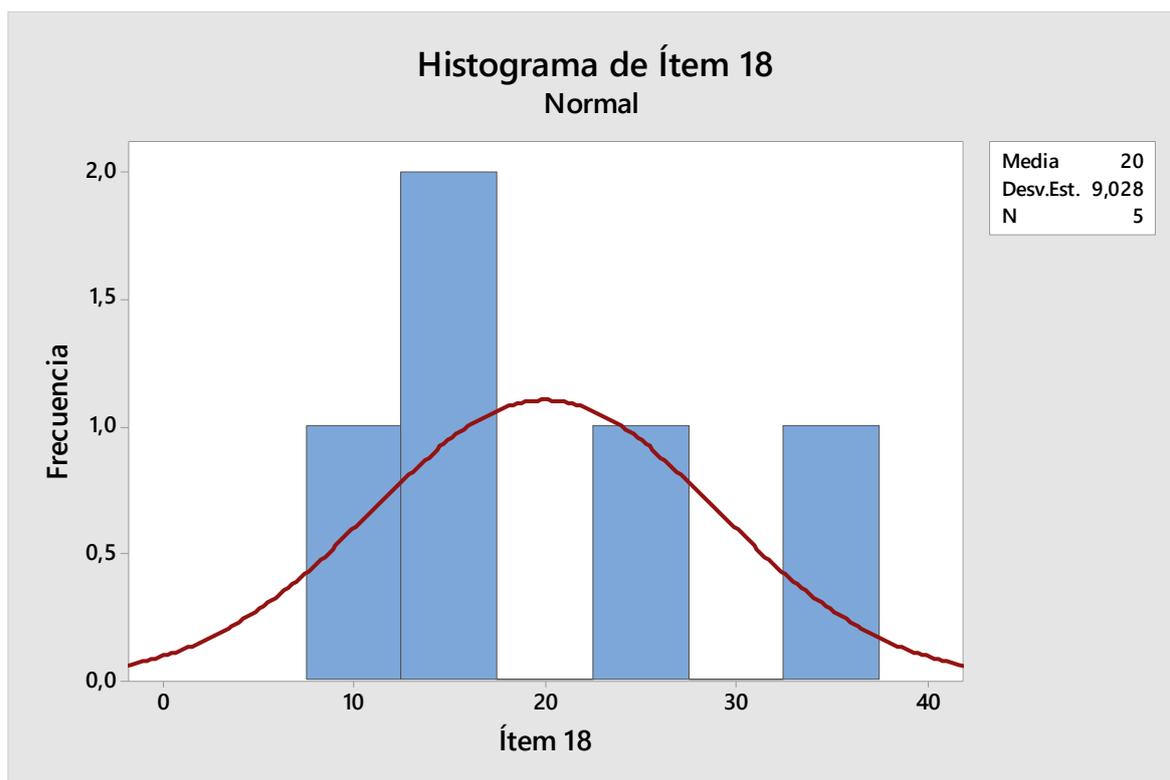


**Figura 36.** Gráfica de los resultados del ítem 19

**Tabla 40.**

*Resultados estadísticos del ítem 18*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 18	5	0	20,00	4,04	9,03	81,50	45,14	2326,00	12,00	13,50
Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis					
Ítem 18	15,00	29,00	34,00	1,16	0,28					



**Figura 37.** Gráfica de la tendencia del ítem 18

La variable dependiente en su dimensión y su indicador tienen los valores similares a los indicados por los autores Novoa y Regalado (2017) y Panca y Supo (2015).

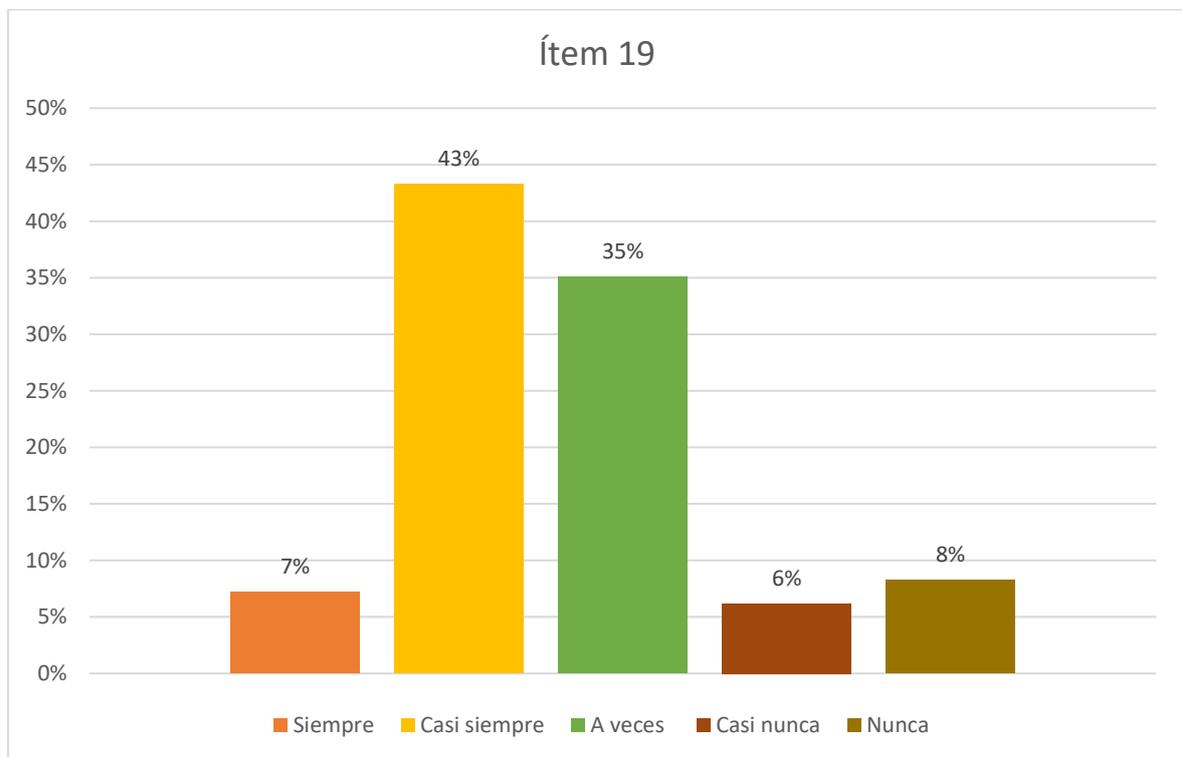
4.2.2.1.2. Indicador: Intangibles.

**Ítem 19.** La equidad dentro de mi grupo de trabajo genera clientes complacidos con la atención ya que estamos implicados a cumplir con la satisfacción del pasajero.

**Tabla 41.**

*Resultados del ítem 19*

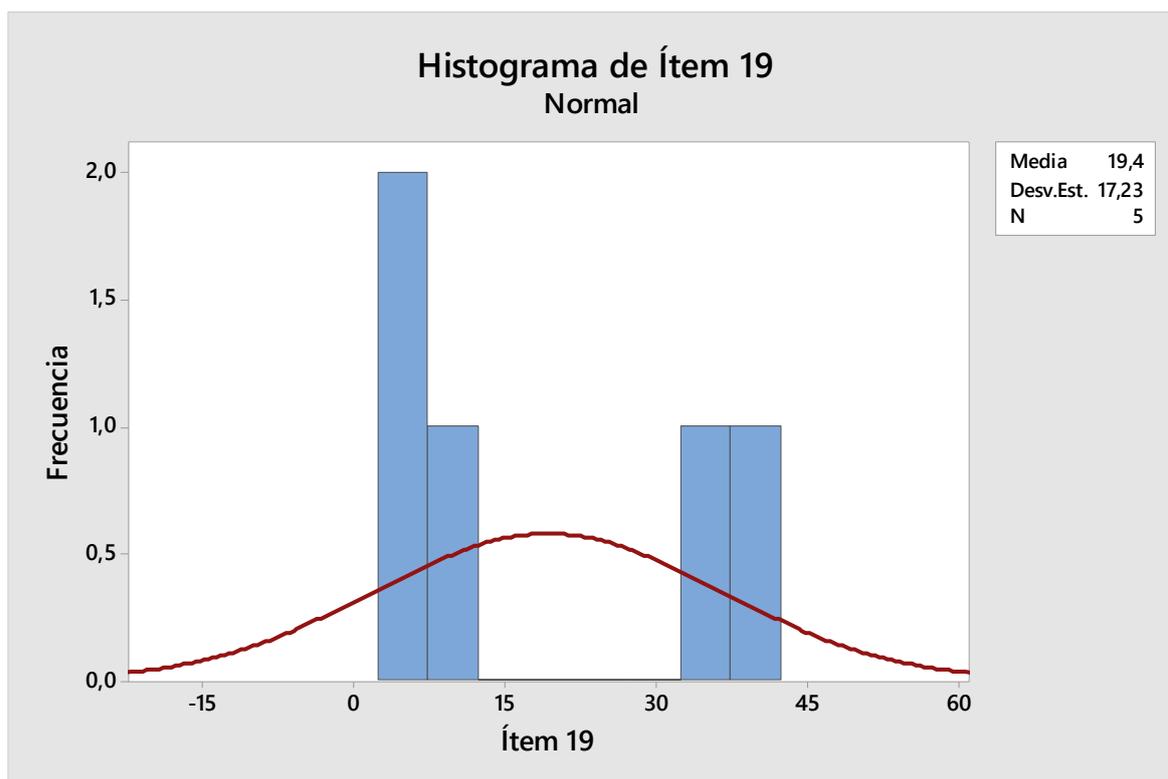
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
7	42	34	6	8	97
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
7%	43%	35%	6%	8%	100%



**Figura 38.** Gráfica de los resultados del ítem 19

**Tabla 42.****Resultados estadísticos del ítem 19**

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 19	5	0	19,40	7,70	17,23	296,80	88,80	3069,00	6,00	6,50
Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis					
Ítem 19	8,00	38,00	42,00	0,72	-2,62					

**Figura 39.** Gráfica de la tendencia del ítem 19

La variable dependiente en su dimensión y su indicador tienen los valores similares a los indicados por los autores Pereira (2014), Ramírez (2015), Novoa y Regalado (2017) y Panca y Supo (2015).

#### 4.2.2.2. Dimensión: Espacio.

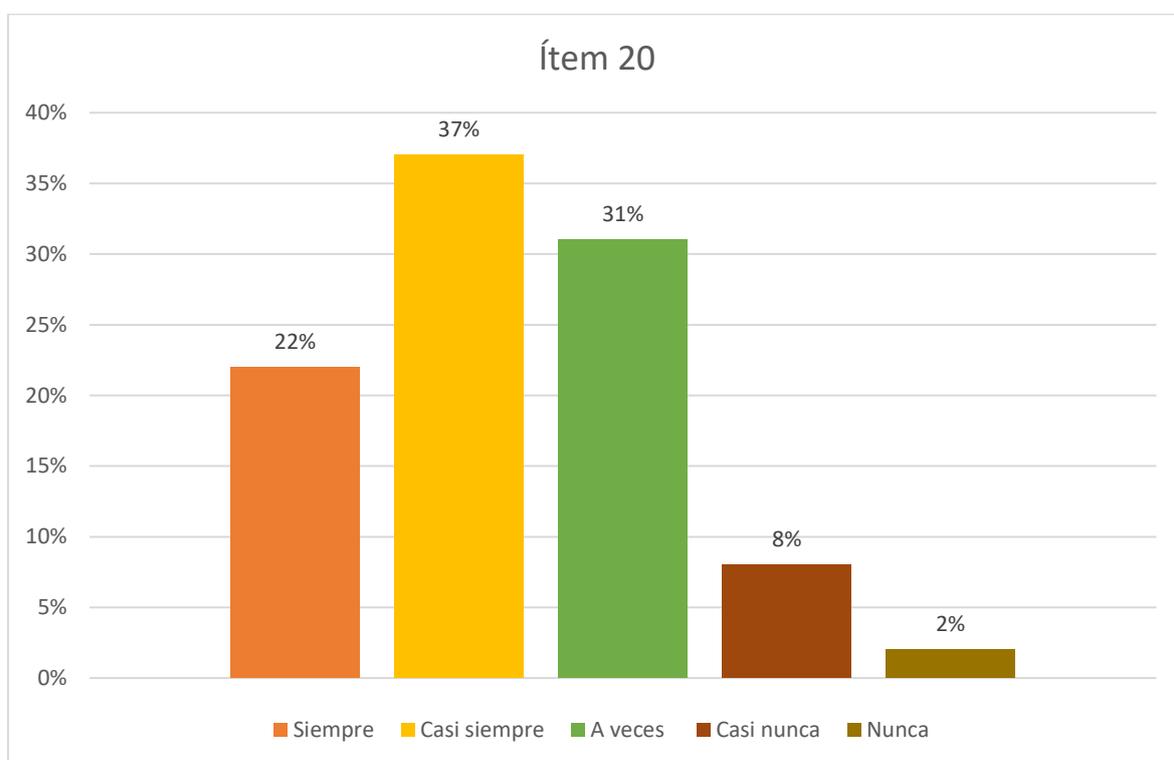
##### 4.2.2.2.1. Indicador: Físico.

**Ítem 20.** Los boletos de pasaje contienen información clara y sencilla de comprender para el pasajero.

**Tabla 43.**

*Resultados del ítem 20*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
22	37	31	8	2	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
22%	37%	31%	8%	2%	100%

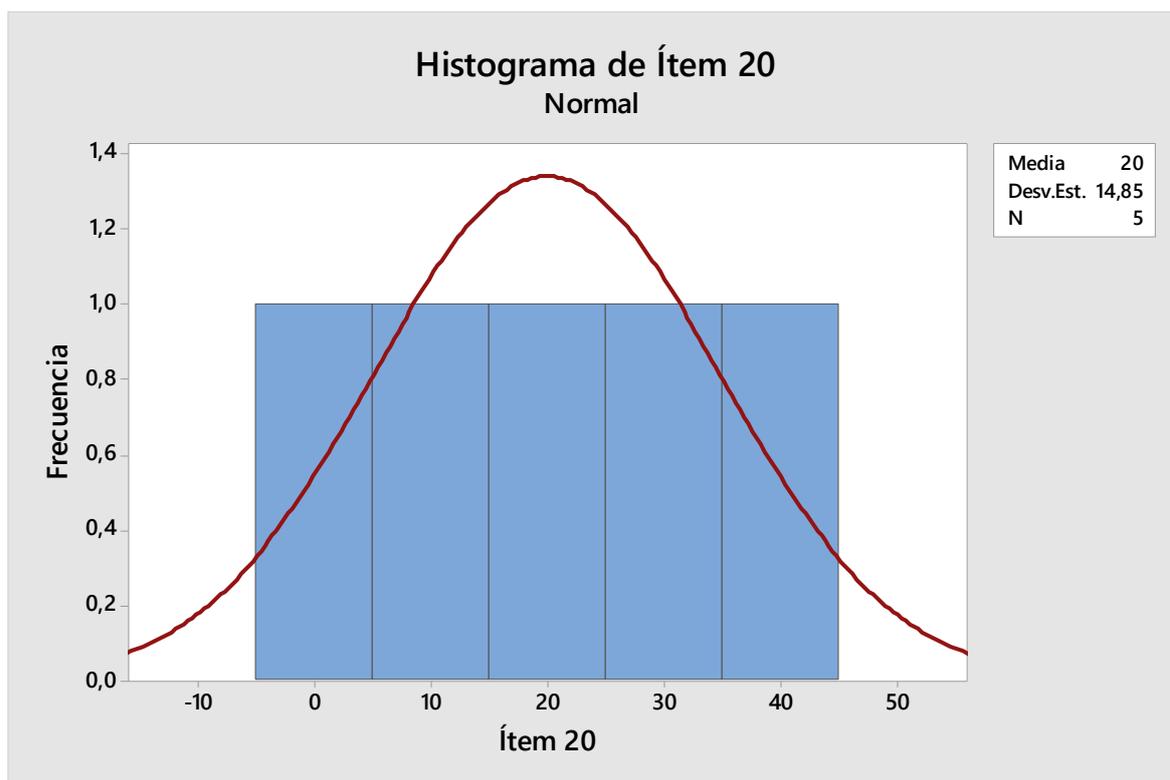


**Figura 40.** Gráfica de los resultados del ítem 20

**Tabla 44.**

*Resultados estadísticos del ítem 20*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 20	5	0	20,00	6,64	14,85	220,50	74,25	2882,00	2,00	5,00
Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis					
Ítem 20	22,00	34,00	37,00	-0,17	-2,24					



**Figura 41.** Gráfica de la tendencia del ítem 20

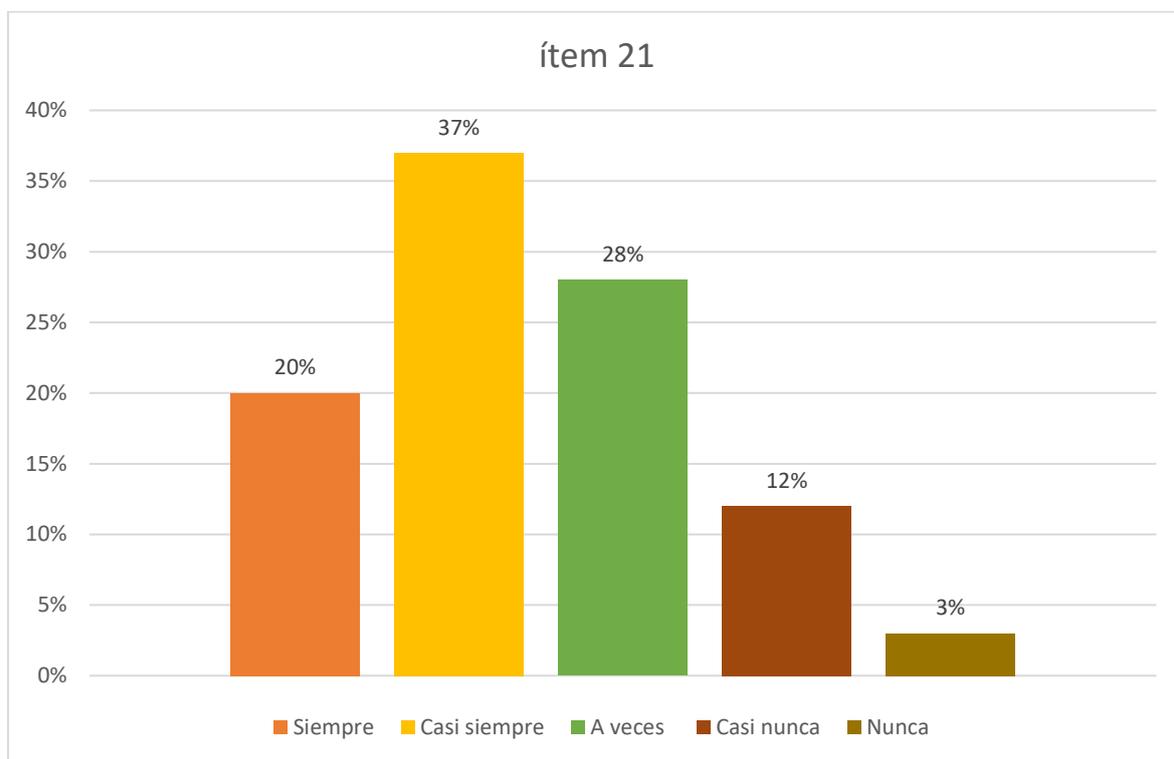
La variable dependiente en su dimensión y su indicador tienen los valores similares a los indicados por los autores Guzmán (2018), Novoa y Regalado (2017) y Panca y Supo (2015)

**Ítem 21.** Tu área de trabajo cubre todas tus necesidades para evitar retraso al brindar el servicio de transporte.

**Tabla 45.**

*Resultados del ítem 21*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
20	37	28	12	3	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
20%	37%	28%	12%	3%	100%

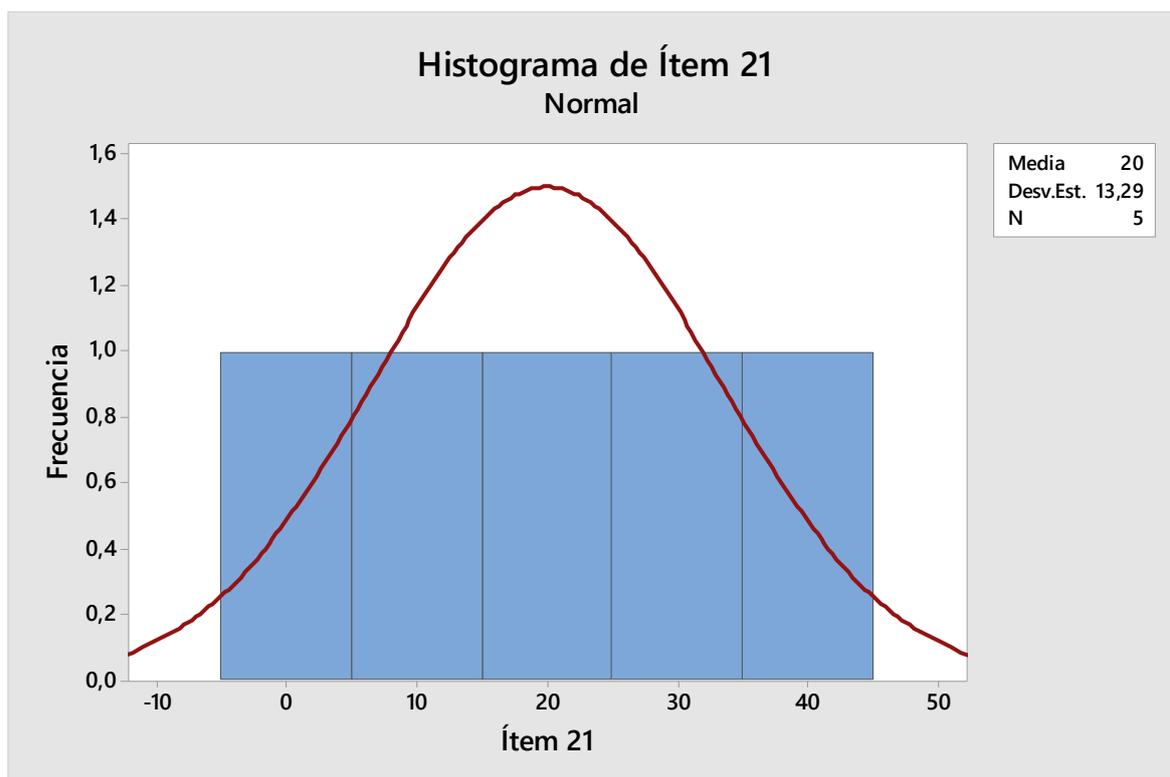


**Figura 42.** Gráfica de los resultados del ítem 21

**Tabla 46.**

*Resultados estadísticos del ítem 21*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 21	5	0	20,00	5,94	13,29	176,50	66,43	2706,00	3,00	7,50
Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis					
Ítem 21	20,00	32,50	37,00	0,00	-0,97					



**Figura 43.** Gráfica de la tendencia del ítem 21

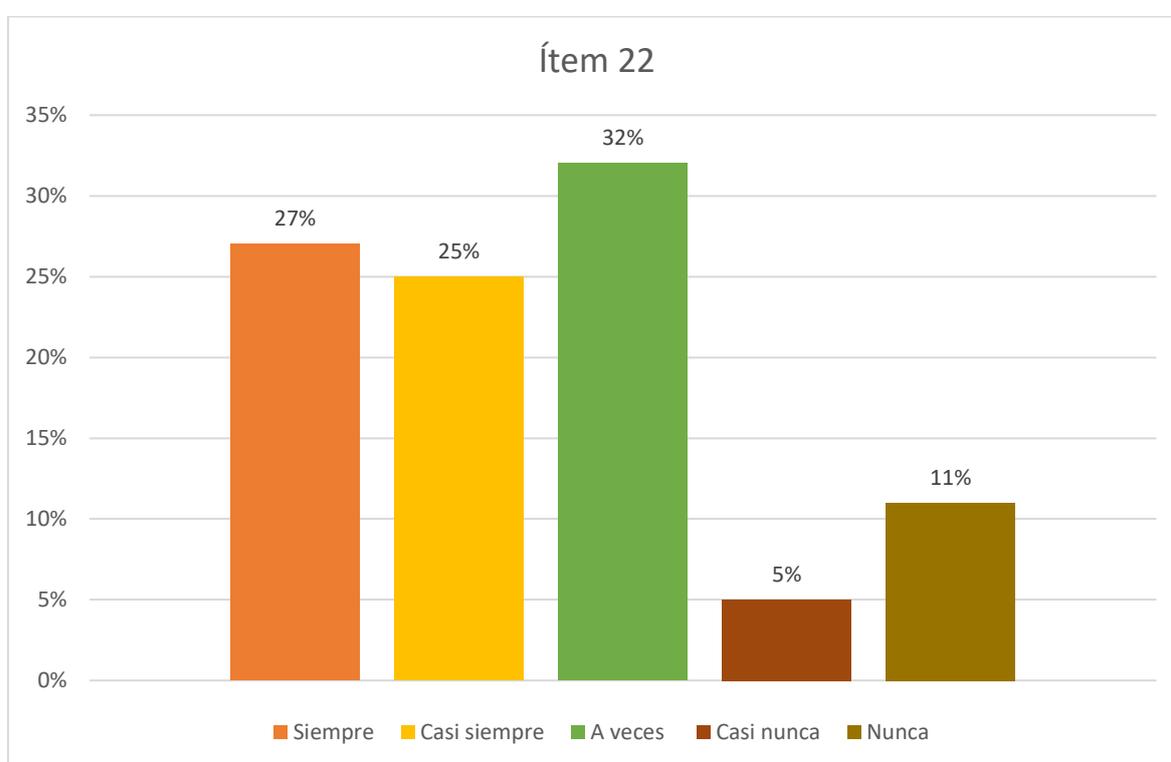
Viteri (2017), Victorio (2018), Cossio (2018), y Guzmán (2018) establecen que este indicador de las dimensiones tiene ese comportamiento y son característicos de esa variable.

4.2.2.2.2. *Indicador: Social.*

**Ítem 22.** Las relaciones de los trabajadores no generan un trato cordial hacia el cliente.

**Tabla 47.**  
*Resultados del ítem 22*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
27	25	32	5	11	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
27%	25%	32%	5%	11%	100%



**Figura 44.** Gráfica de los resultados del ítem 22

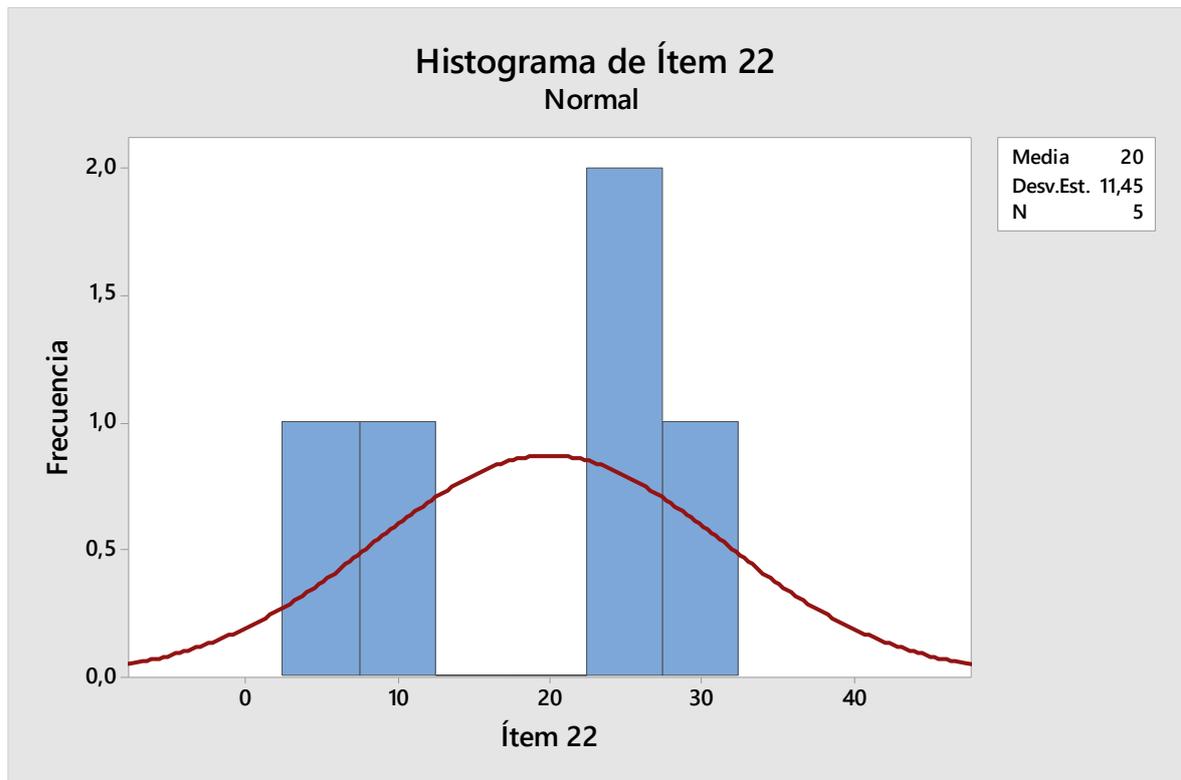
**Tabla 48.**

*Resultados estadísticos del ítem 22*

Variabl e	N	N *	Medi a	Error estándar de la media	Desv.Est .	Varianz a	CoefVa r	Suma de cuadrados	Mínim o	Q1
Ítem 22	5	0	20,00	5,12	11,45	131,00	57,23	2524,00	5,00	8,00

Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis
Ítem 22	25,00	29,50	32,00	-0,53	-2,10



**Figura 45.** Gráfica de la tendencia del ítem 22

Victorio (2018), Cossío (2018), y Guzmán (2018) establecen que este indicador de las dimensiones tiene ese comportamiento y son característicos de esa variable.

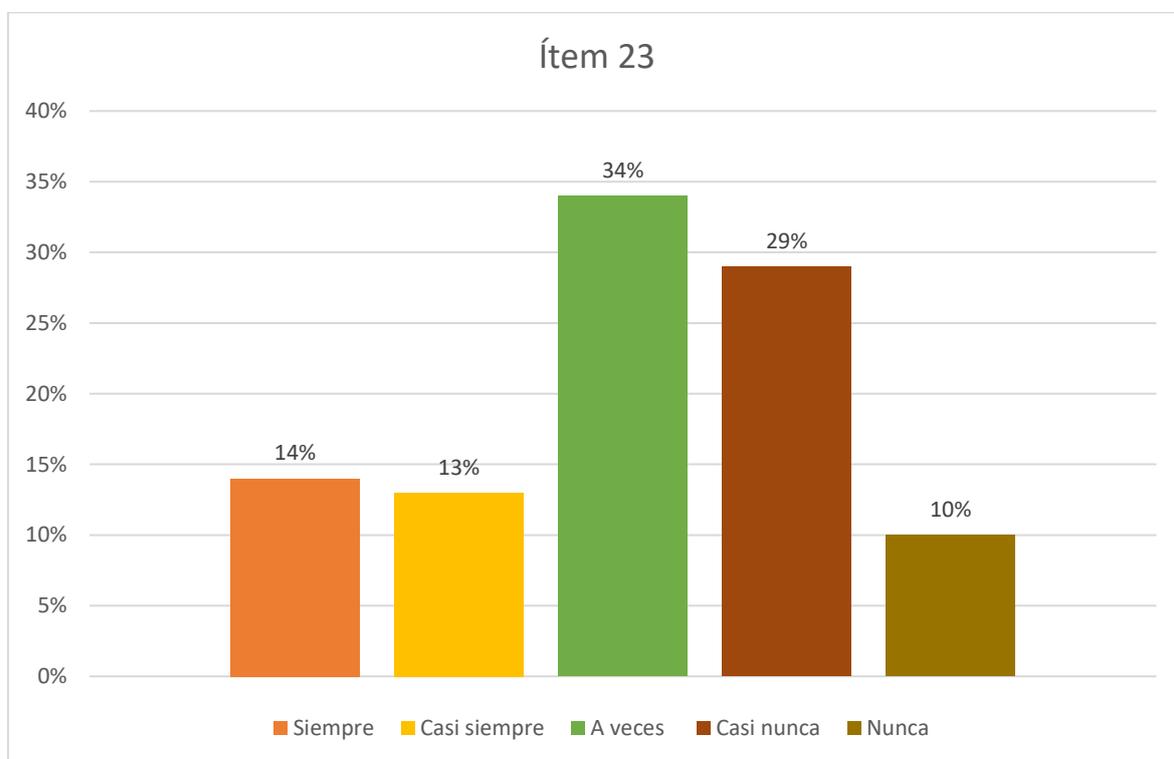
4.2.2.2.3 Indicador: Voz.

**Ítem 23.** El clima organizacional favorece la comunicación efectiva al brindar el servicio.

**Tabla 49.**

*Resultados del ítem 23*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
14	13	34	29	10	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
14%	13%	34%	29%	10%	100%

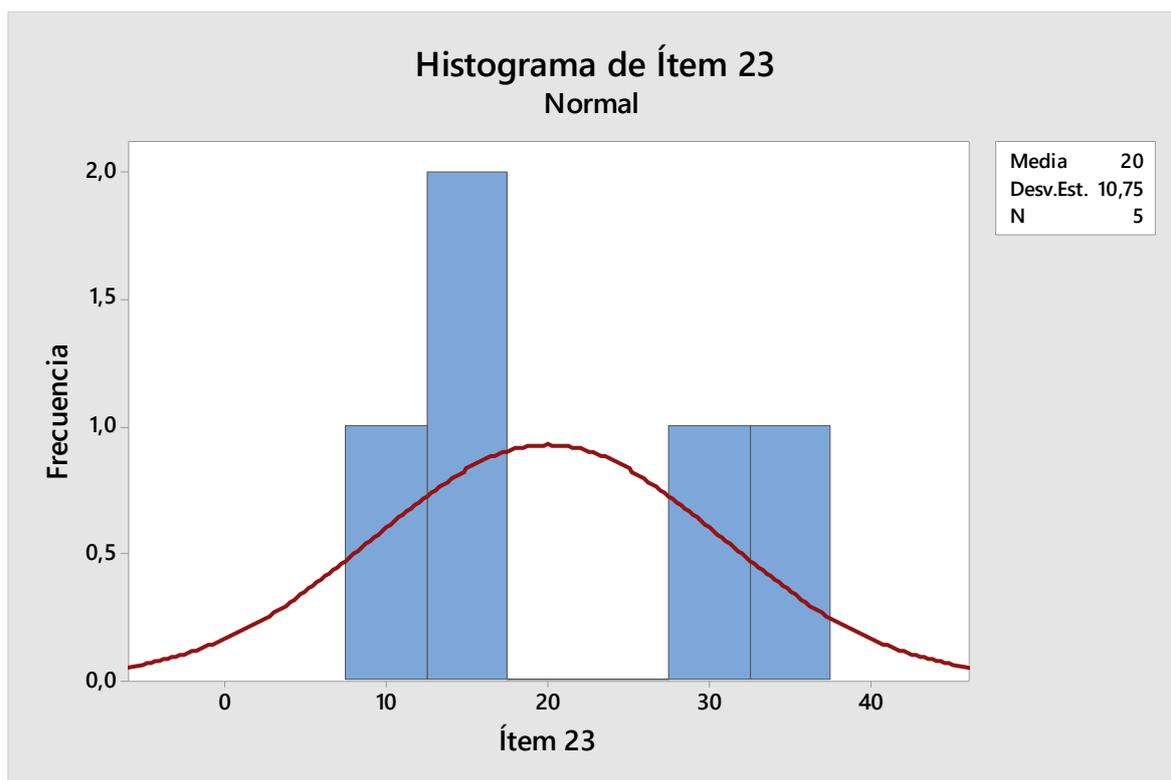


**Figura 46.** Gráfica de los resultados del ítem 23

**Tabla 50.**

*Resultados estadísticos del ítem 23*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 23	5	0	20,00	4,81	10,75	115,50	53,74	2462,00	10,00	11,50
Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis					
Ítem 23	14,00	31,50	34,00	0,64	-2,50					



**Figura 47.** Gráfica de la tendencia del ítem 23

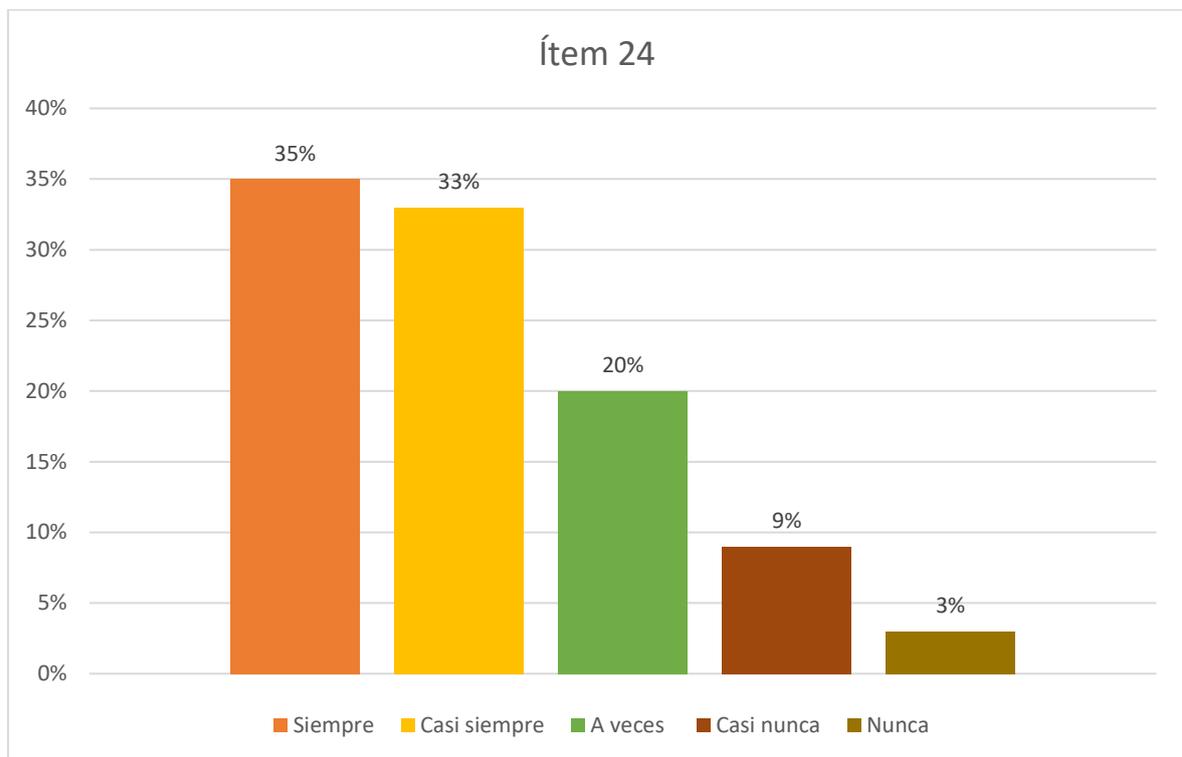
Viteri (2017), Victorio (2018), Cossio (2018), y Guzmán (2018) establecen que este indicador de las dimensiones tiene ese comportamiento y son característicos de esa variable.

**Ítem 24.** Mi capacidad de autonomía dentro de mi puesto hace que brinde información al cliente fácil de comprender.

**Tabla 51.**

*Resultados del ítem 24*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
35	33	20	9	3	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
35%	33%	20%	9%	3%	100%

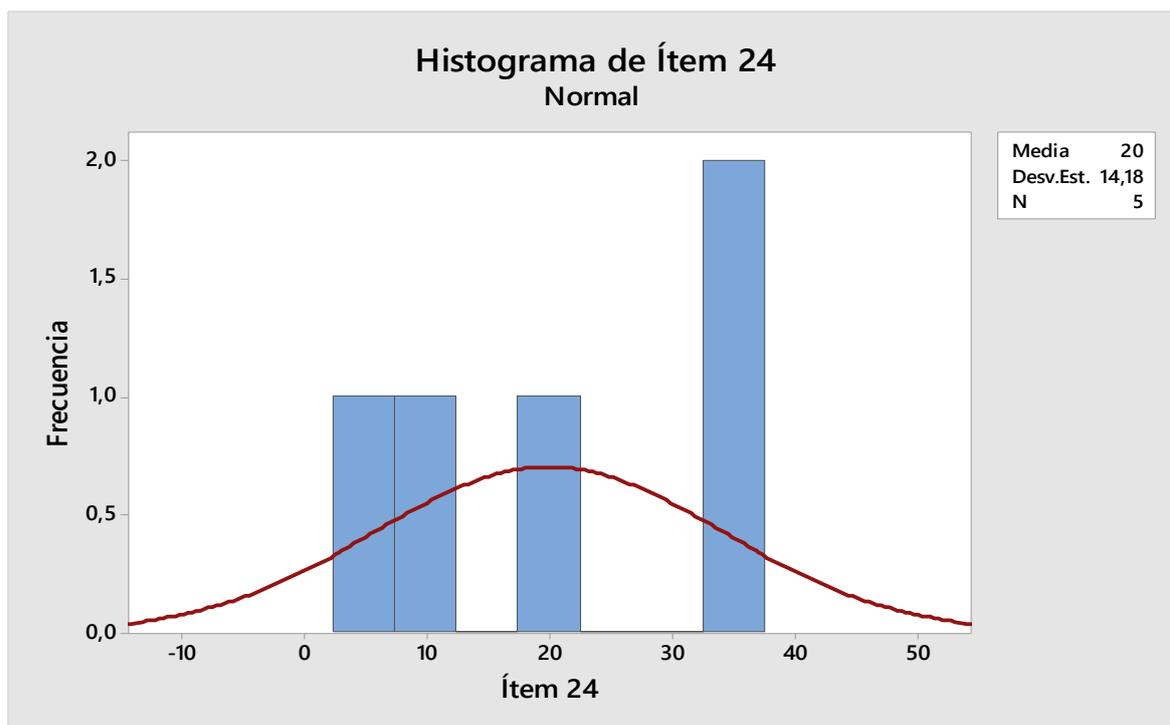


**Figura 48.** Gráfica de los resultados del ítem 24

**Tabla 52.**

*Resultados estadísticos del ítem 24*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 24	5	0	20,00	6,34	14,18	201,00	70,89	2804,00	3,00	6,00
Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis					
Ítem 24	20,00	34,00	35,00	-0,10	-2,51					



**Figura 49.** Gráfica de la tendencia del ítem 24

Viteri (2017) y Guzmán (2018) establecen que este indicador de las dimensiones tiene ese comportamiento y son característicos de esa variable.

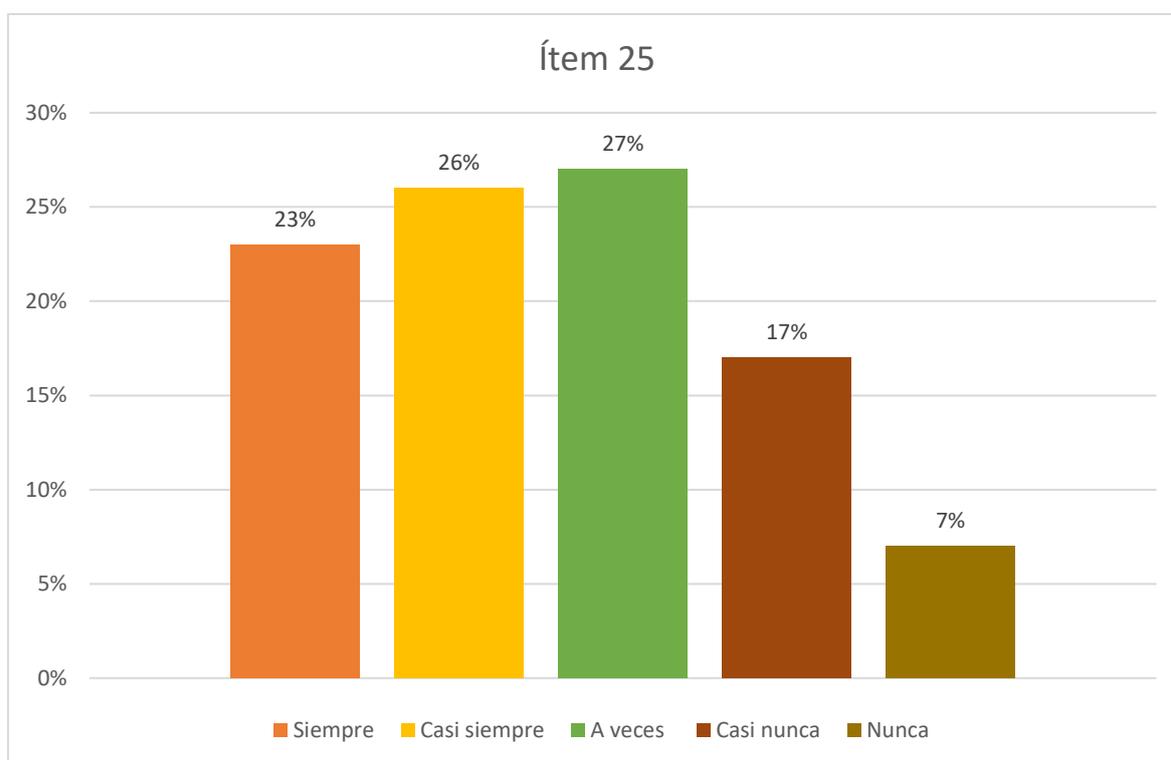
4.2.2.2.4. Indicador: Virtual.

**Ítem 25.** Existe retraso en brindar información rápida del servicio de transporte vía correos electrónicos, Facebook y llamadas al cliente .

**Tabla 53.**

*Resultados del ítem 25*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
23	26	27	17	7	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
23%	26%	27%	17%	7%	100%



**Figura 50.** Gráfica de los resultados del ítem 25

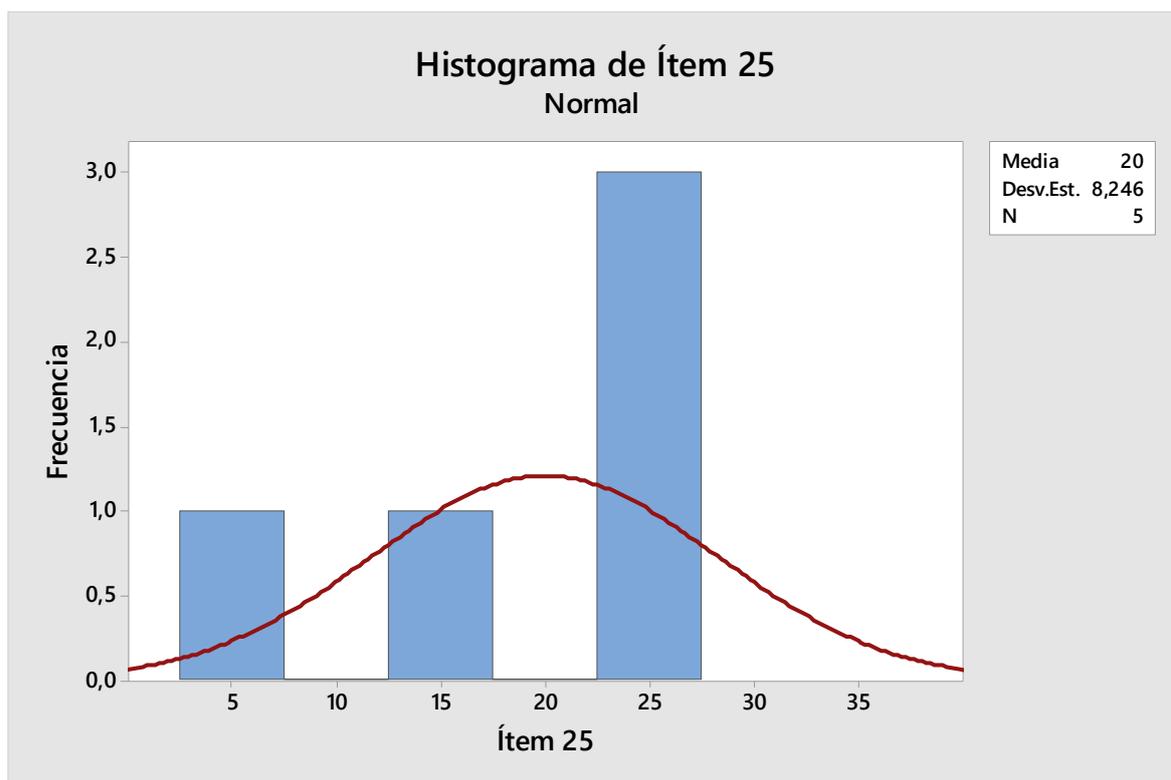
**Tabla 54.**

*Resultados estadísticos del ítem 25*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 25	5	0	20,00	3,69	8,25	68,00	41,23	2272,00	7,00	12,00

Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis
Ítem 25	23,00	26,50	27,00	-1,22	0,76



**Figura 51.** Gráfica de la tendencia del ítem 25

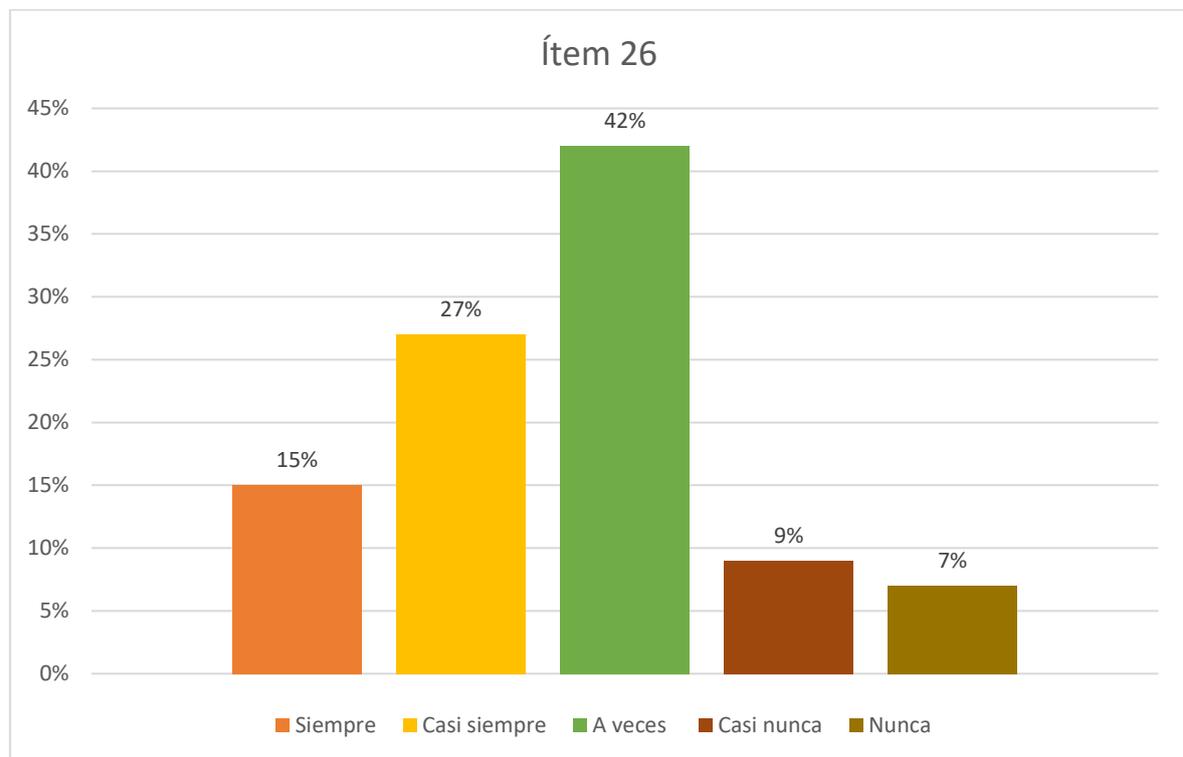
Viteri (2017), Victorio (2018), Cossío (2018), y Guzmán (2018) establecen que este indicador de las dimensiones tiene ese comportamiento y son característicos de esa variable.

**Ítem 26.** El área de marketing apoya con información del servicio de transporte publicada en la web y Facebook es ventajosa para el cliente.

**Tabla 55.**

*Resultados del ítem 26*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
15	27	42	9	7	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
15%	27%	42%	9%	7%	100%



**Figura 52.** Gráfica de los resultados del ítem 26

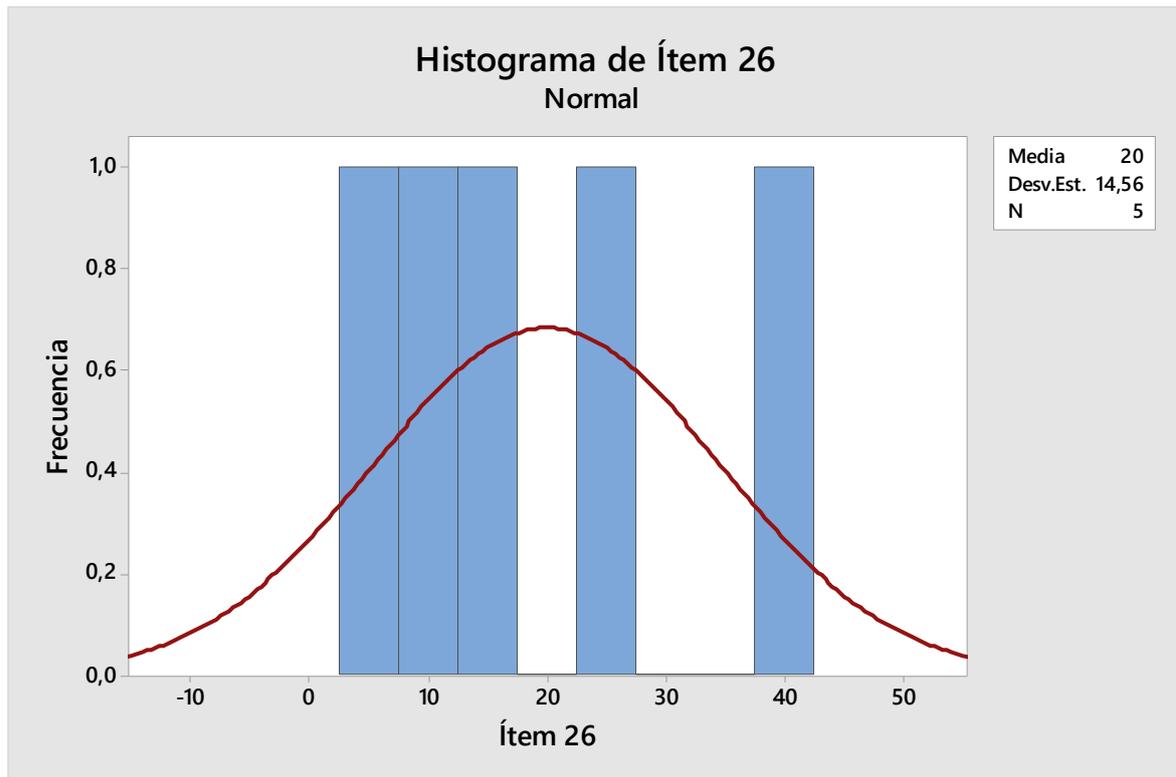
**Tabla 56.**

*Resultados estadísticos del ítem 26*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 26	5	0	20,00	6,51	14,56	212,00	72,80	2848,00	7,00	8,00

Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis
Ítem 26	15,00	34,50	42,00	0,99	-0,20



**Figura 53.** Gráfica de la tendencia del ítem 26

Viteri (2017), Victorio (2018), Cossío (2018), y Guzmán (2018) establecen que este indicador de las dimensiones tiene ese comportamiento y son característicos de esa variable.

### 4.2.2.3. Dimensión: Diseño.

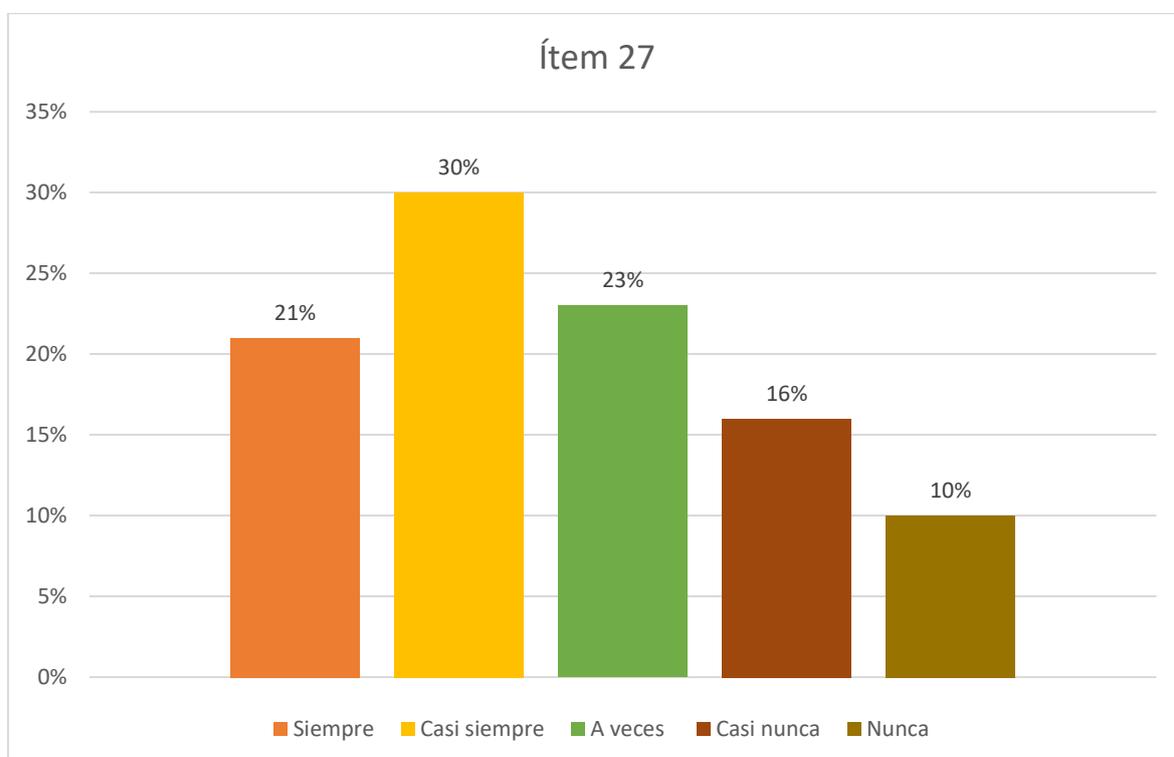
#### 4.2.2.3.1. Indicador: Operativo.

**Ítem 27.** Existe plan de contingencia en caso de fallas tecnológicas que faciliten la rápida atención al pasajero.

**Tabla 57.**

*Resultados del ítem 27*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
21	30	23	16	10	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
21%	30%	23%	16%	10%	100%



**Figura 54.** Gráfica de los resultados del ítem 27

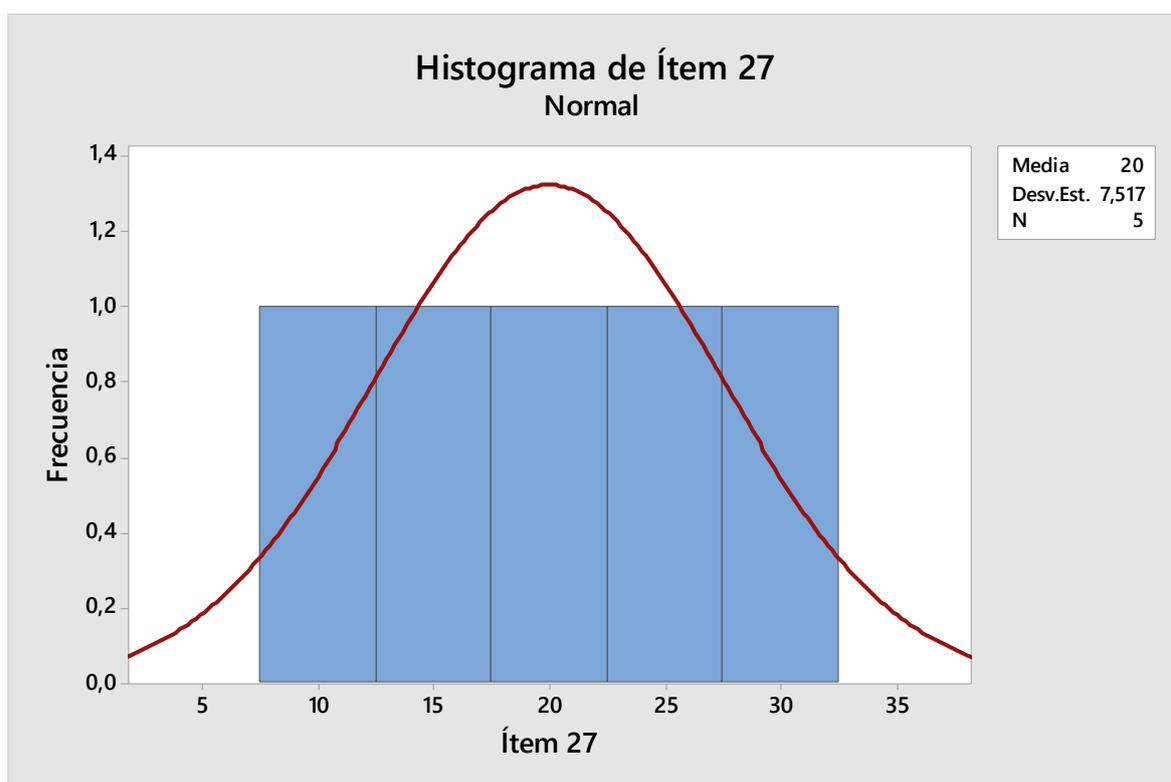
**Tabla 58.**

*Resultados estadísticos del ítem 27*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 27	5	0	20,00	3,36	7,52	56,50	37,58	2226,00	10,00	13,00

Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis
Ítem 27	21,00	26,50	30,00	-0,04	-0,04



**Figura 55.** Gráfica de la tendencia del ítem 27

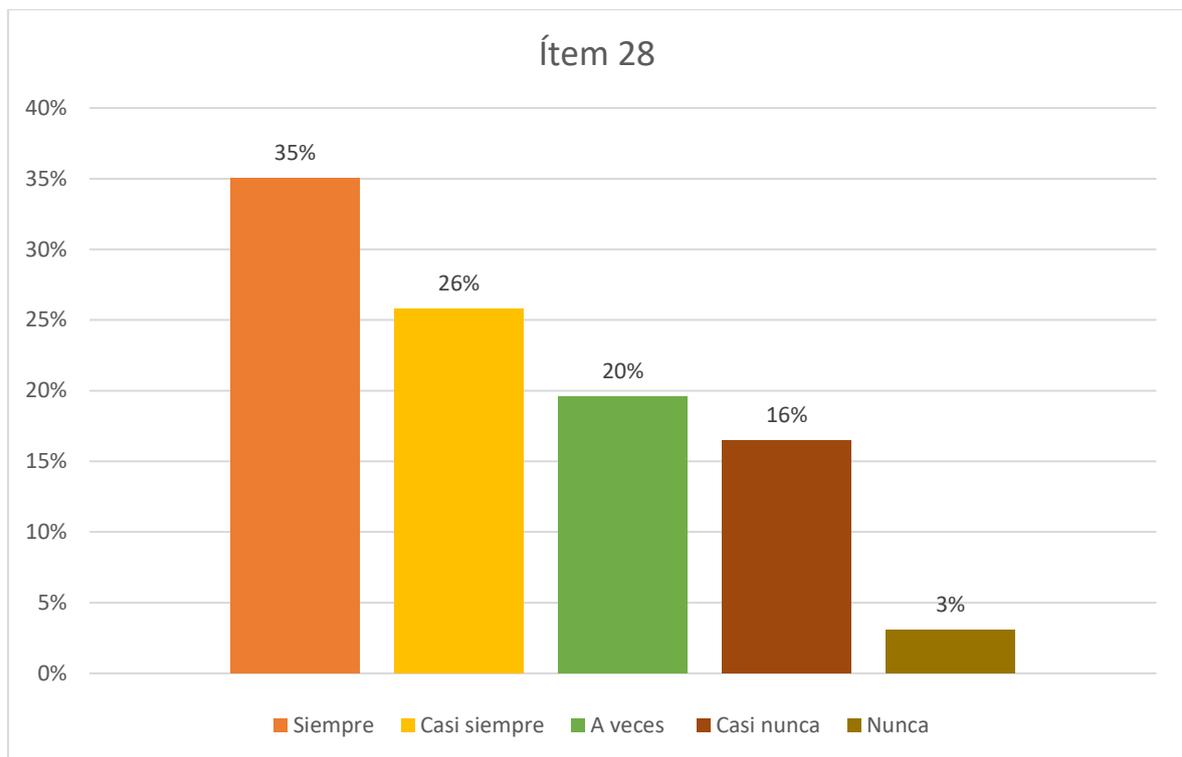
Cossío (2018), y Guzmán (2018) establecen que este indicador de las dimensiones tiene ese comportamiento y son característicos de esa variable.

**Ítem 28.** Las salidas, ingresos, lugar de partida, caja, etc. es de fácil identificación del cliente.

**Tabla 59.**

*Resultados del ítem 28*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
34	25	19	16	3	97
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
35%	26%	20%	16%	3%	100%

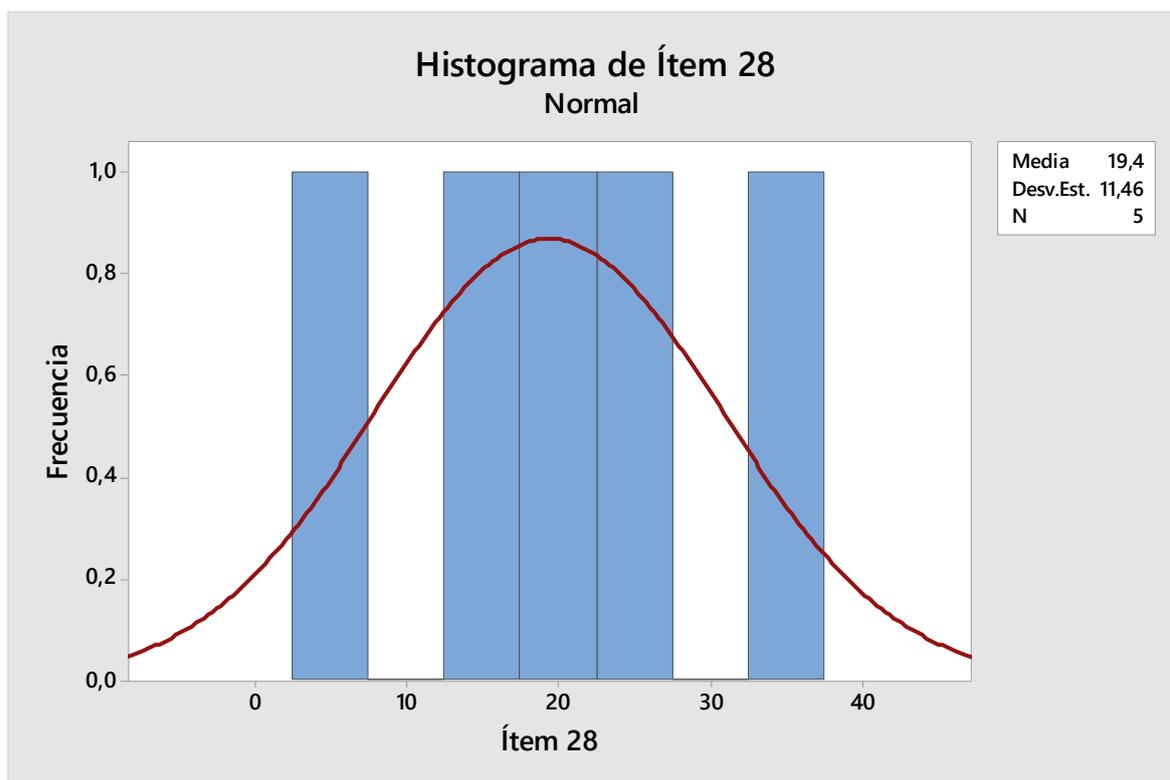


**Figura 56.** Gráfica de los resultados del ítem 28

**Tabla 60.**

**Resultados estadísticos del ítem 28**

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 28	5	0	19,40	5,12	11,46	131,30	59,07	2407,00	3,00	9,50
Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis					
Ítem 28	19,00	29,50	34,00	-0,32	0,62					



**Figura 57.** Gráfica de la tendencia del ítem 28

Viteri (2017), Victorio (2018), Cossio (2018), y Guzmán (2018) establecen que este indicador de las dimensiones tiene ese comportamiento y son característicos de esa variable.

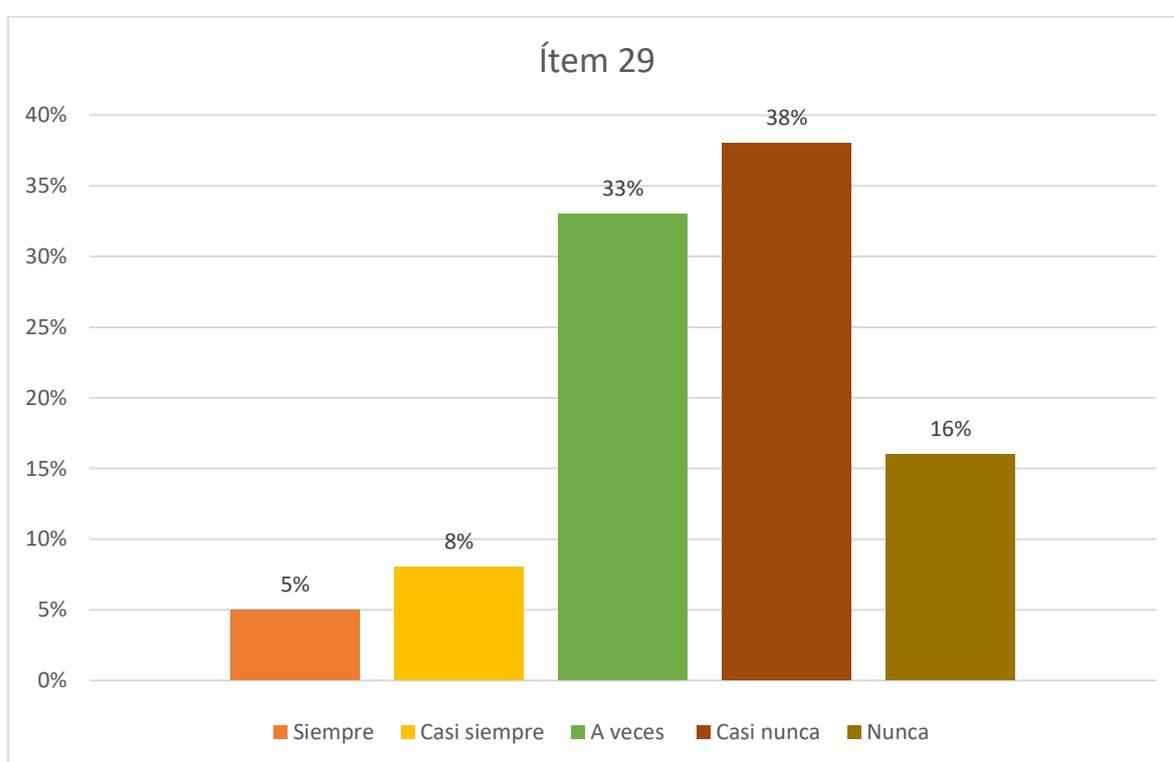
4.2.2.3.2. *Indicador: Prestación.*

**Ítem 29.** La administración apoya mediante capacitaciones al trabajador que brindara un servicio directo al cliente.

**Tabla 61.**

*Resultados del ítem 29*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
5	8	33	38	16	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
5%	8%	33%	38%	16%	100%

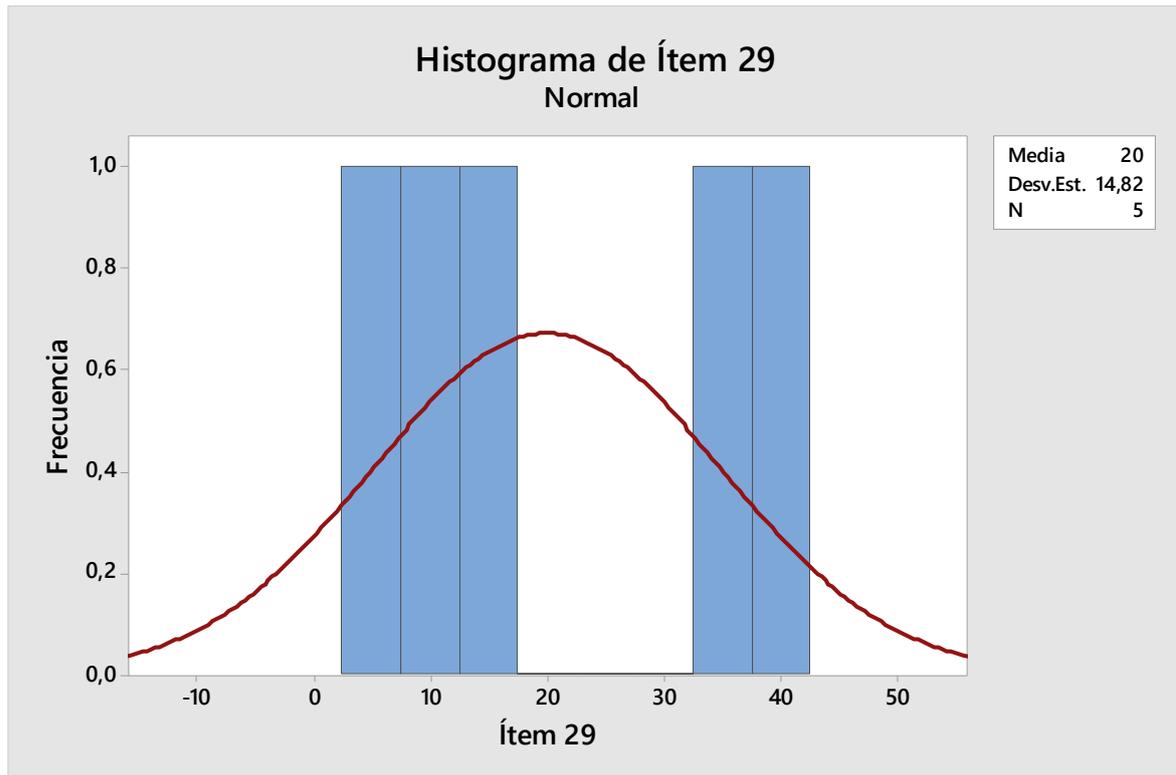


**Figura 58.** Gráfica de los resultados del ítem 29

**Tabla 62.**

*Resultados estadísticos del ítem 29*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 29	5	0	20,00	6,63	14,82	219,50	74,08	2878,00	5,00	6,50
Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis					
Ítem 29	16,00	35,50	38,00	0,37	-2,68					



**Figura 59.** Gráfica de la tendencia del ítem 29

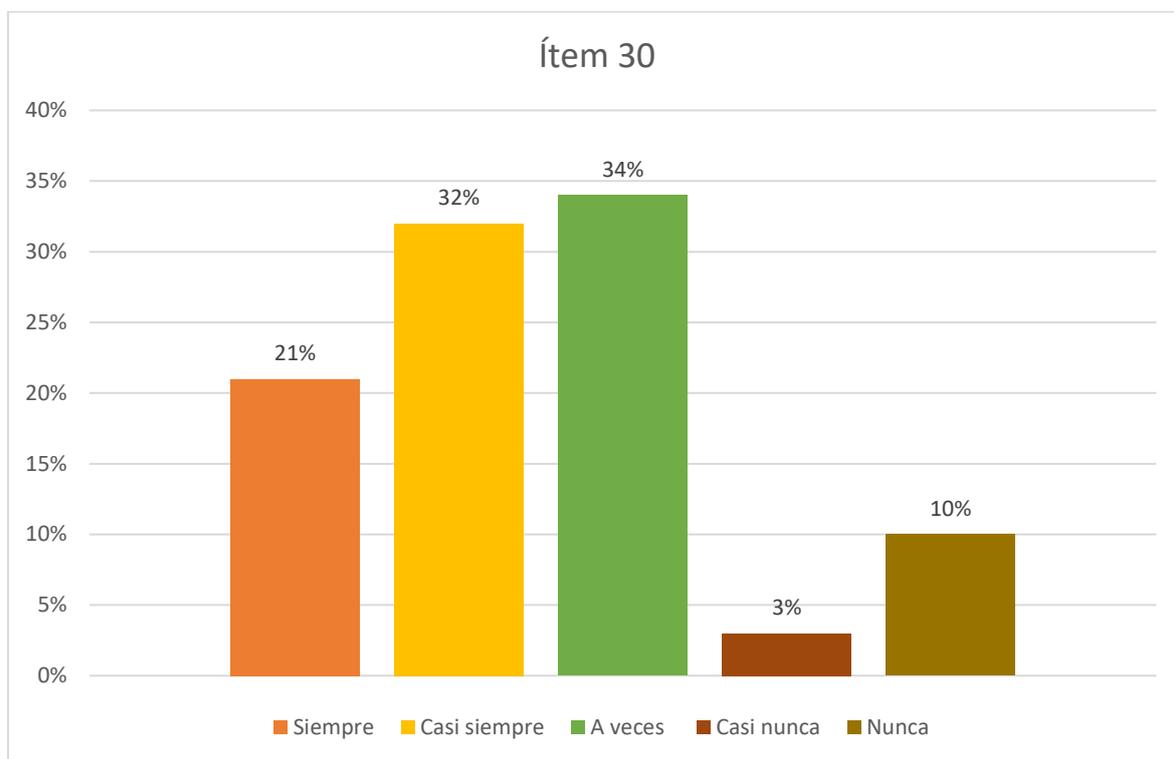
Novoa y Regalado (2017) y Panca y Supo (2015) indican que la dimensión tiene ese comportamiento y son característicos de esa variable.

**Ítem 30.** Tener satisfacción en mi puesto de trabajo favorece al cliente al brindarle un servicio de calidad.

**Tabla 63.**

*Resultados del ítem 30*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
21	32	34	3	10	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
21%	32%	34%	3%	10%	100%



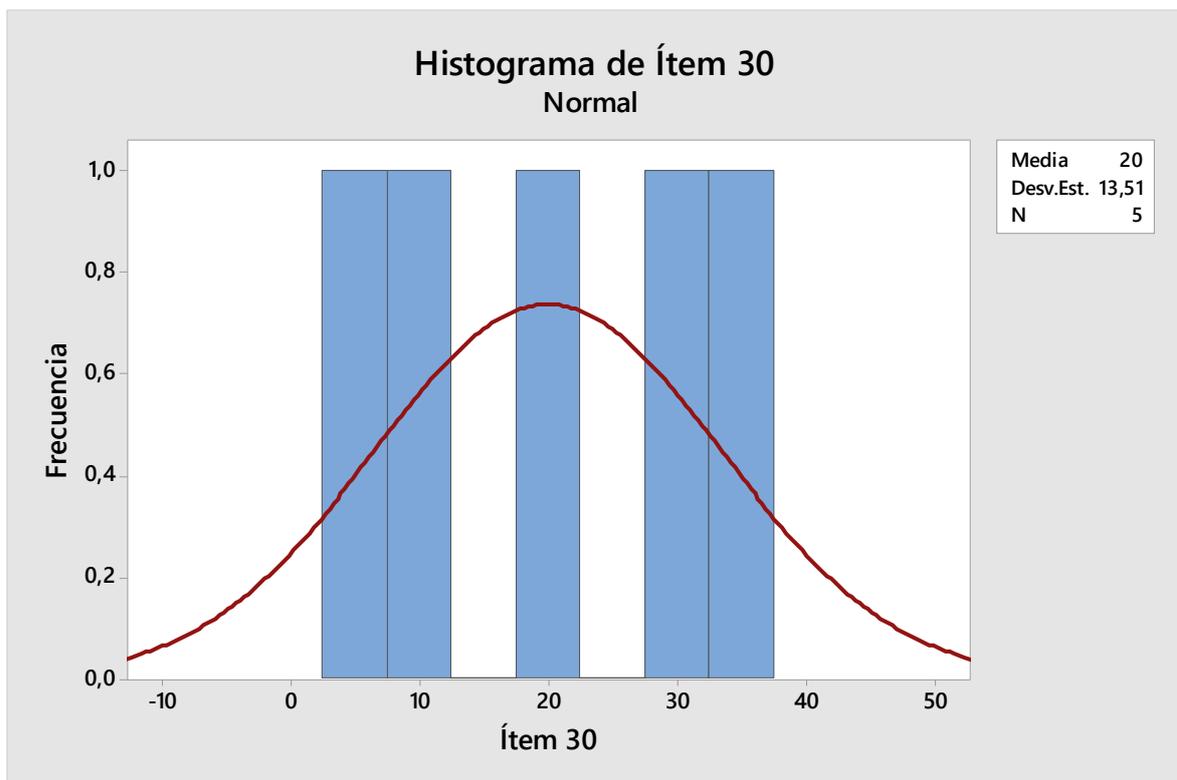
**Figura 60.** Gráfica de los resultados del ítem 30

**Tabla 64.****Resultados estadísticos del ítem 30**

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 30	5	0	20,00	6,04	13,51	182,50	67,55	2730,00	3,00	6,50

Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis
Ítem 30	21,00	33,00	34,00	-0,24	-2,27

**Figura 61.** Gráfica de la tendencia del ítem 30

Novoa y Regalado (2017) y Panca y Supo (2015) indican que la dimensión tiene ese comportamiento y son características de esa variable.

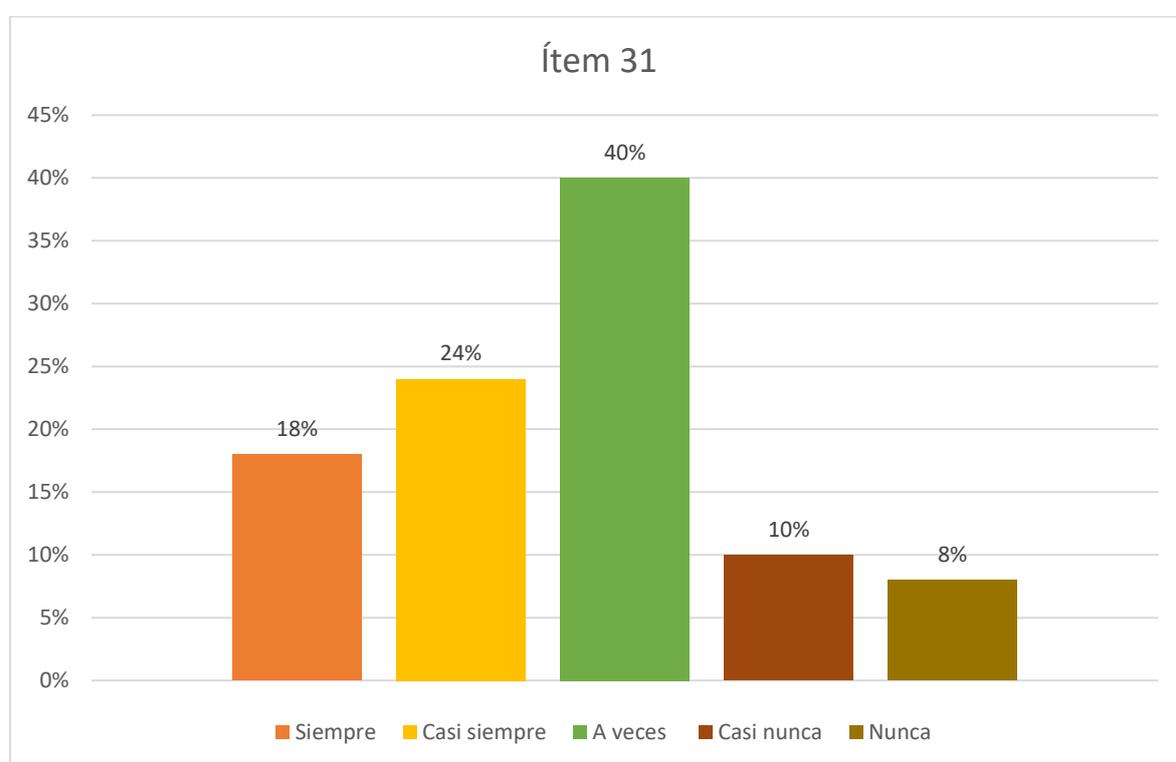
4.2.2.3.3. Indicador: Marketing.

**Ítem 31.** El servicio es promocionado mediante la red social de Facebook y pagina web.

**Tabla 65.**

*Resultados del ítem 31*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
18	24	40	10	8	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
18%	24%	40%	10%	8%	100%

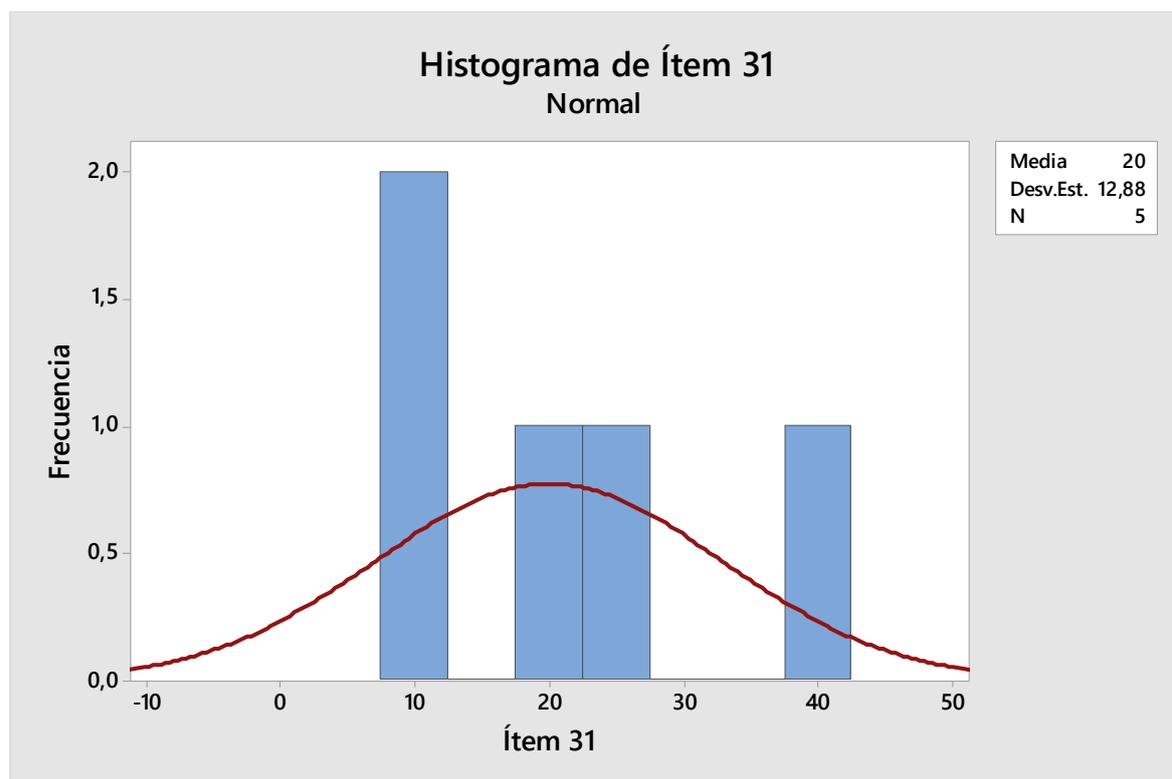


**Figura 62.** Gráfica de los resultados del ítem 31

**Tabla 66.**

*Resultados estadísticos del ítem 31*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 31	5	0	20,00	5,76	12,88	166,00	64,42	2664,00	8,00	9,00
Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis					
Ítem 31	18,00	32,00	40,00	1,04	0,66					



**Figura 63.** Gráfica de la tendencia del ítem 31

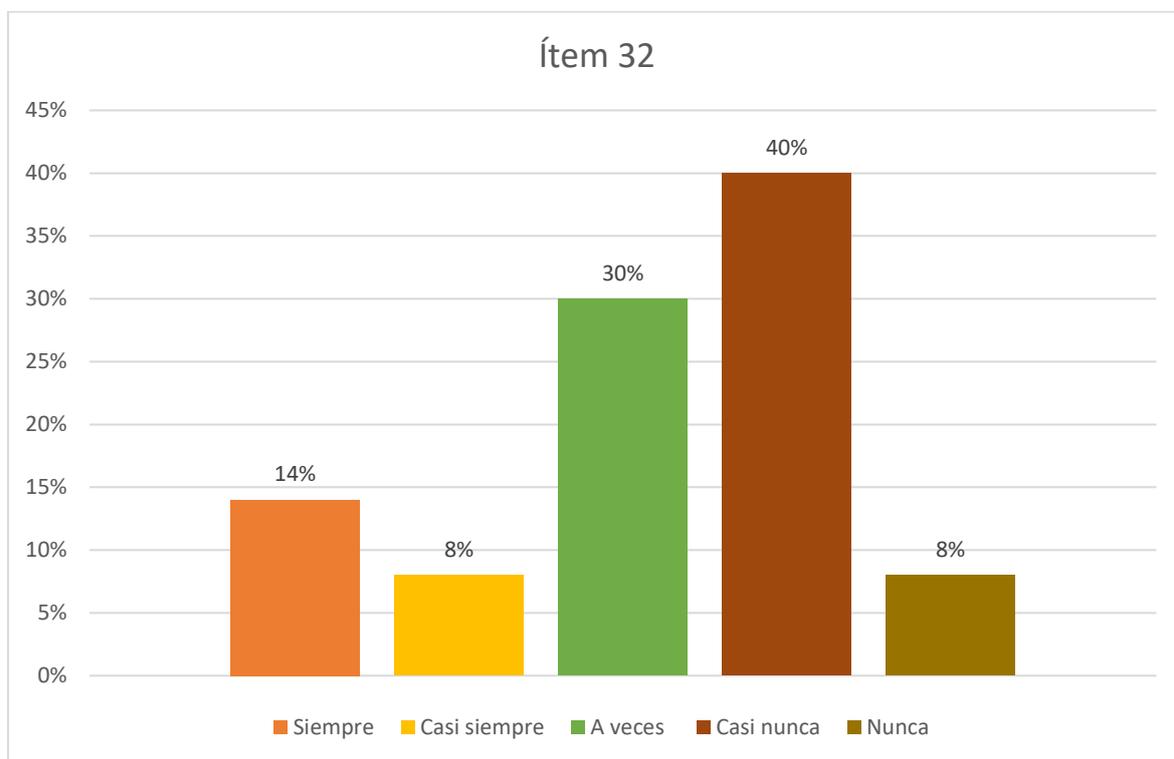
Novoa y Regalado (2017) y Panca y Supo (2015) indican que la dimensión tiene ese comportamiento y son característicos de esa variable.

**Ítem 32.** El trabajador está implicado e impulsa al cliente a uso constante del servicio de transporte.

**Tabla 67.**

*Resultados del ítem 32*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	TOTAL
14	8	30	40	8	100
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total %
14%	8%	30%	40%	8%	100%



**Figura 64.** Gráfica de los resultados del ítem 32

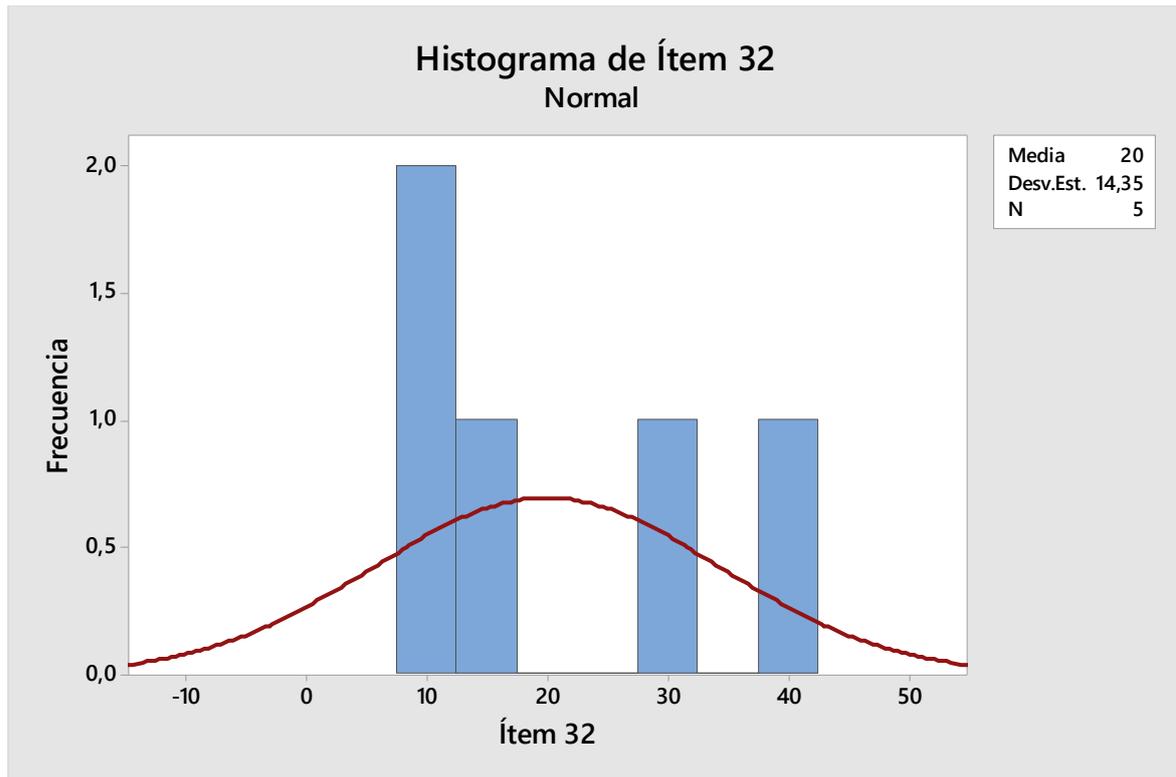
**Tabla 68.**

*Resultados estadísticos del ítem 32*

Variable	N	N*	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Varianza	CoefVar	Suma de cuadrados	Mínimo	Q1
Ítem 32	5	0	20,00	6,42	14,35	206,00	71,76	2824,00	8,00	8,00

Variable	Mediana	Q3	Máximo	Asimetría	Curtosis
Ítem 32	14,00	35,00	40,00	0,75	-1,73



**Figura 65.** Gráfica de la tendencia del ítem 32

Novoa y Regalado (2017) y Panca y Supo (2015) indican que la dimensión tiene ese comportamiento y son característicos de esa variable.

### **4.3. Resultados de la Estadística Inferencial para la Contrastación de las hipótesis**

En los resultados para la Contrastación de las hipótesis desde sus tablas de enfrentamiento de la comparación de las variables se han realizado por el comportamiento de sus medidas de tendencia central como son las medias para la prueba de t Student y las medianas para la prueba de Wilcoxon.

#### **4.3.1. Contrastación de las hipótesis específicas.**

##### **4.3.1.1. Primera Hipótesis específica.**

**H<sub>1</sub>:** Las relaciones de trabajo influyen en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020.

**H<sub>0</sub>:** Las relaciones de trabajo no influyen en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020.

#### **a) Tablas cruzadas de la comparación de dos muestras: Relaciones de trabajo & Calidad de servicio**

Muestra 1: Relaciones de trabajo

Muestra 2: Calidad de servicio

Selección de la Variable: Calidad de servicio

Muestra 1: 100 valores en el rango de 6.0 a 14.0

Muestra 2: 100 valores en el rango de 16.0 a 45.0

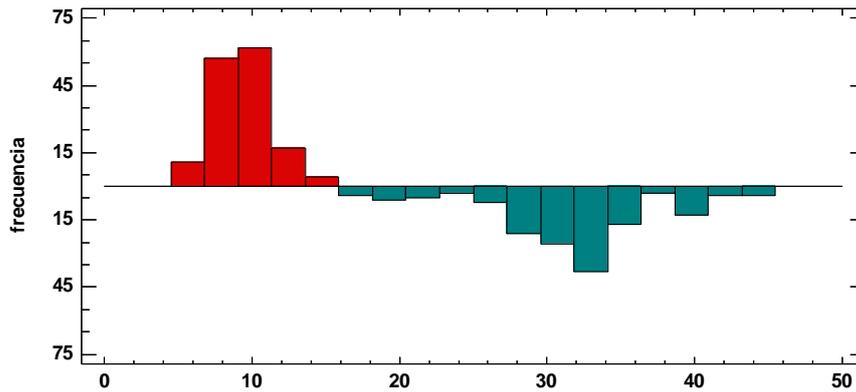
**b) Resumen Estadístico de las tablas cruzadas de la comparación de dos muestras: Relaciones de trabajo & Calidad de servicio**

**Tabla 69.**

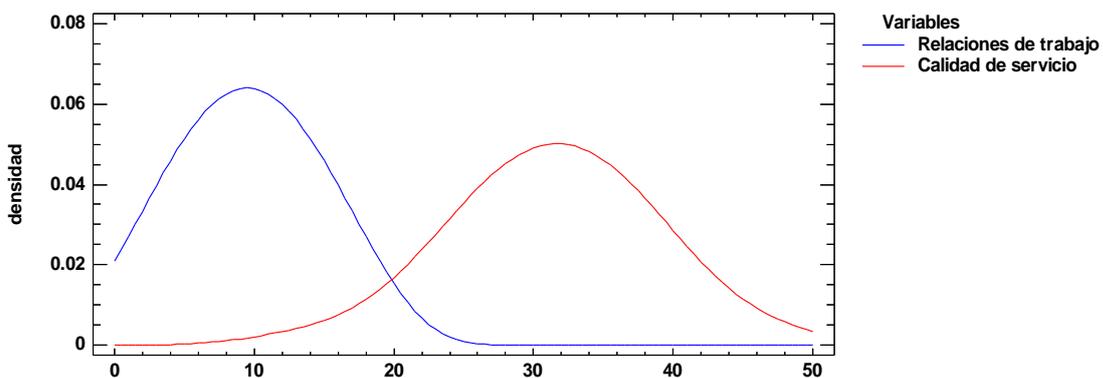
*Tablas cruzadas de la comparación de dos muestras: Relaciones de trabajo & Calidad de servicio*

	<i>Relaciones de trabajo</i>	<i>Calidad de servicio</i>
Recuento	100	100
Promedio	9.50993	31.4238
Desviación Estándar	1.93173	5.94692
Coefficiente de Variación	20.3127%	18.9249%
Mínimo	6.0	16.0
Máximo	14.0	45.0
Rango	8.0	29.0
Sesgo Estandarizado	0.473455	-1.06308
Curtosis Estandarizada	-0.790652	1.43044

La tabla 69 contiene el resumen estadístico para las dos muestras de datos. Pueden utilizarse otras opciones tabulares, dentro de este análisis, para evaluar si las diferencias entre los estadísticos de las dos muestras son estadísticamente significativas. De particular interés son el sesgo estandarizado y la curtosis estandarizada que pueden usarse para comparar si las muestras provienen de distribuciones normales. Valores de estos estadísticos fuera del rango de -2 a +2 indican desviaciones significativas de la normalidad, lo que tendería a invalidar las pruebas que comparan las desviaciones estándar. En este caso, ambos valores de sesgo estandarizado se encuentran dentro del rango esperado. Ambas curtosis estandarizadas se encuentran dentro del rango esperado. el resultado de la tabla cruzada permite obtener la gráfica de las frecuencias de relaciones de trabajo frente a la calidad de servicio como se indica en la figura 66 siguiente, también se pueden a partir de la tabla cruzada se grafican, en la figura 67, las densidades de estas variables que como se podrá apreciar tienen un comportamiento normal.



**Figura 66** Frecuencia de las relaciones de trabajo frente a la frecuencia de la calidad de servicio



**Figura 67.** Densidad suavizada de las relaciones de trabajo frente a la densidad suavizada de la calidad de servicio que demuestran un comportamiento normal en la curva gaussiana

**c) Comparación de Medias**

Intervalos de confianza del 95.0% para la media de Relaciones de trabajo:  
 $9.50993 \pm 0.310616$  [9.19932; 9.82055]

Intervalos de confianza del 95.0% para la media de Calidad de servicio:  
 $31.4238 \pm 0.956248$  [30.4676; 32.3801]

Intervalos de confianza del 95.0% intervalo de confianza para la diferencia de medias

Suponiendo varianzas iguales:  $21.9139 \pm 1.00136$  [22.9153; 20.9125]

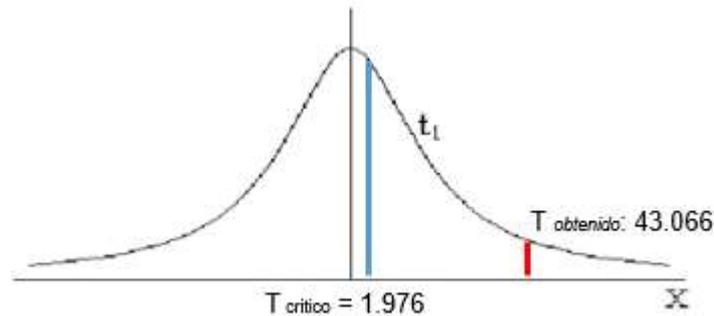
**d) Prueba t para comparar medias**

Hipótesis nula:  $\mu_1 = \mu_2$

Hipótesis Alternativa:  $\mu_1 \neq \mu_2$

Suponiendo varianzas iguales:  $t = 43.066$  valor-P = 0

**Se rechaza la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$ .**



**e) Decisión estadística**

Considerando que  $|t_{\text{obtenido}}| = |43.066| > |t_{\text{crítico}}| = 1.976$ . Se rechaza la hipótesis nula.

Por lo tanto:

**H<sub>1</sub>:** Las relaciones de trabajo influyen en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020, es válida.

Esta opción ejecuta una prueba-t para comparar las medias de las dos muestras. De interés particular es el intervalo de confianza para la diferencia entre las medias, el cual se extiende desde 22.9153 hasta 20.9125. Puesto que el intervalo no contiene el valor 0, existe una diferencia estadísticamente significativa entre las medias de las dos muestras, con un nivel de confianza del 95.0%; en la prueba-t para evaluar hipótesis específicas acerca de la diferencia entre las medias de las poblaciones de las cuales provienen las dos muestras. En este caso, la prueba se ha construido para determinar si la diferencia entre las dos medias es igual a 0.0 versus la hipótesis alternativa de que la diferencia no es igual a 0.0. Puesto que el valor-P calculado es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula en favor de la alterna.

**f) Comparación de Medianas para la prueba Wilcoxon**

Mediana de muestra 1: 10.0

Mediana de muestra 2: 32.0

Prueba W de Mann-Whitney (Wilcoxon) para comparar medianas

Hipótesis Nula: mediana1 = mediana2

Hipótesis Alternativa: mediana1 <> mediana2

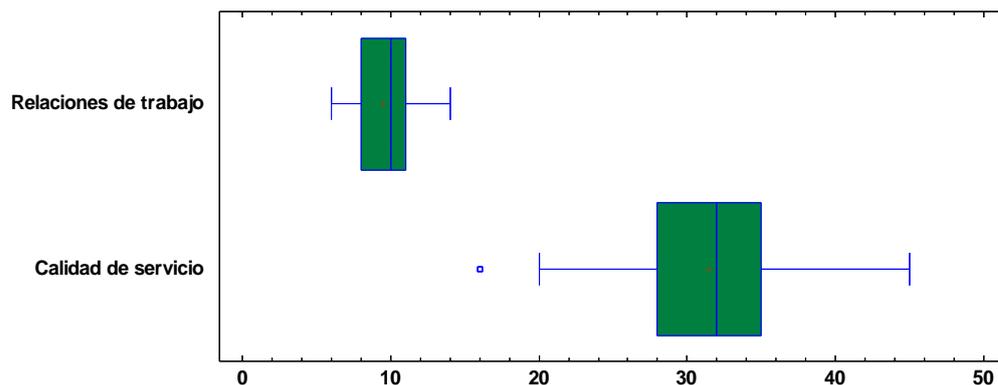
Rango Promedio de muestra 1: 76.0

Rango Promedio de muestra 2: 227.0

W = 22801.0 valor-P = 0

**Se rechaza la hipótesis nula para alfa = 0.05.**

Esta opción ejecuta la prueba W de Mann-Whitney para comparar las medianas de dos muestras. Esta prueba se construye combinando las dos muestras, ordenando los datos de menor a mayor, y comparando los rankeos promedio de las dos muestras en los datos combinados. Debido a que el valor-P es menor que 0.05, existe una diferencia estadísticamente significativa entre las medianas con un nivel de confianza del 95.0%; una forma gráfica a partir de las tablas cruzadas del enfrentamiento de estas variables se puede comprobar gráficamente su validez en sus cajas y bigotes como se indica en la figura 68 siguiente.



**Figura 68.** Gráfico de cajas y bigotes de la comparación de dos muestras: Relaciones de trabajo y la Calidad de servicio

#### 4.3.1.2. Segunda hipótesis específica.

**H<sub>2</sub>:** La satisfacción impacta en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020.

**H<sub>0</sub>:** La satisfacción no impacta en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020.

#### a) Comparación de Dos Muestras - Satisfacción & Calidad de servicio

Muestra 1: Satisfacción

Muestra 2: Calidad de servicio

Selección de la Variable: Calidad de servicio

Muestra 1: 100 valores en el rango de 5.0 a 13.0

Muestra 2: 100 valores en el rango de 16.0 a 45.0

#### b) Resumen Estadístico de las tablas cruzadas de la comparación de dos muestras: Satisfacción & Calidad de servicio

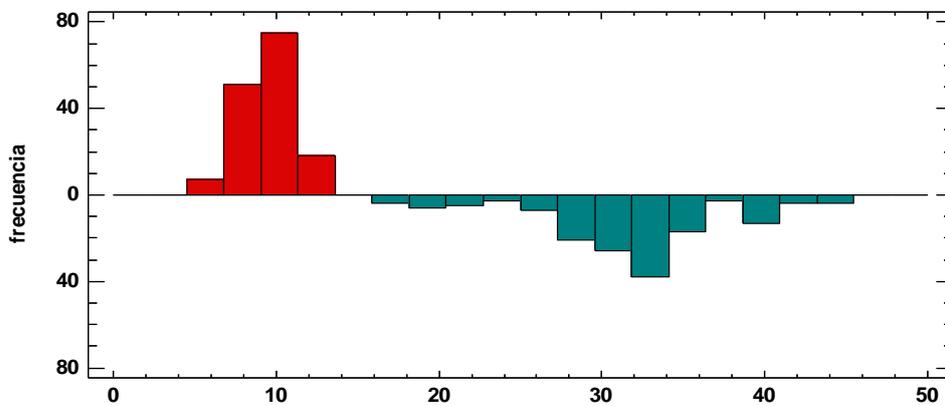
**Tabla 70.**

*Tablas cruzadas de la Comparación de Dos Muestras - Satisfacción & Calidad de servicio*

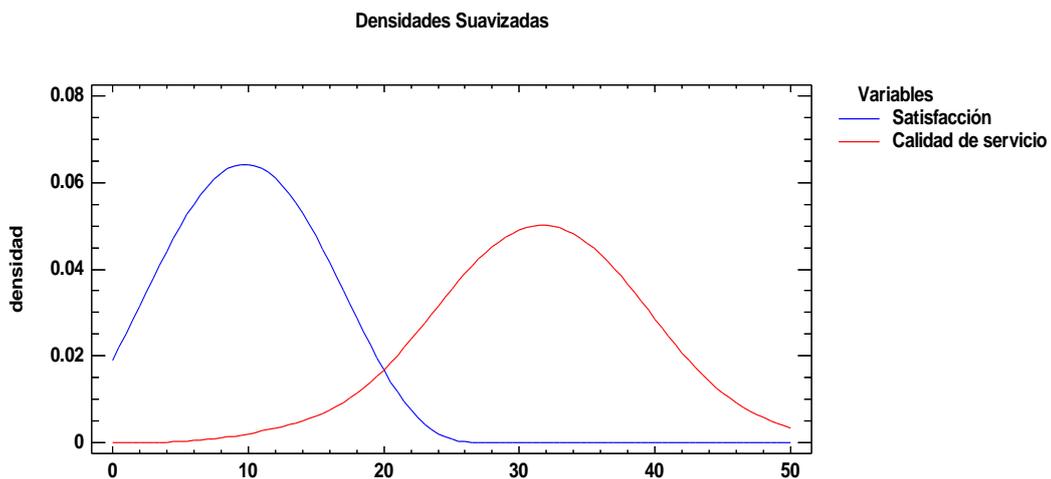
	<i>Satisfacción</i>	<i>Calidad de servicio</i>
Recuento	100	100
Promedio	9.76821	31.4238
Desviación Estándar	1.85632	5.94692
Coefficiente de Variación	19.0037%	18.9249%
Mínimo	5.0	16.0
Máximo	13.0	45.0
Rango	8.0	29.0
Sesgo Estandarizado	-2.62645	-1.06308
Curtosis Estandarizada	-0.808884	1.43044

Se construyó en la tabla 70, cruzada de la comparación de dos Muestras: Satisfacción & Calidad de servicio que contiene el resumen estadístico para las dos muestras de datos. De particular interés son el sesgo estandarizado y la curtosis estandarizada que pueden usarse para comparar si las muestras provienen de

distribuciones normales. Valores de estos estadísticos fuera del rango de -2 a +2 indican desviaciones significativas de la normalidad, lo que tendería a invalidar las pruebas que comparan las desviaciones estándar. En este caso, Satisfacción tiene un valor de sesgo estandarizado fuera del rango normal. Ambas curtosis estandarizadas se encuentran dentro del rango esperado, el resultado de la tabla cruzada permite obtener la gráfica de las frecuencias de la satisfacción frente a la calidad de servicio como se indica en la figura 69 siguiente, también se pueden a partir de la tabla cruzada se grafican, en la figura 70, las densidades de estas variables que indican su tendencia de sus valores normales en la curva normal Gaussiana.



**Figura 69.** Frecuencia de la satisfacción frente a la frecuencia de la calidad de servicio



**Figura 70.** Densidad suavizada de la satisfacción frente a la frecuencia de la calidad de servicio que demuestran un comportamiento normal en la curva gaussiana

**c) Comparación de Medias**

Intervalos de confianza del 95.0% para la media de Satisfacción:  $9.76821 \pm 0.298491$  [9.46972; 10.0667]

Intervalos de confianza del 95.0% para la media de Calidad de servicio:  $31.4238 \pm 0.956248$  [30.4676; 32.3801]

Intervalos de confianza del 95.0% intervalo de confianza para la diferencia de medias

Suponiendo varianzas iguales:  $21.6556 \pm 0.997695$  [22.6533; 20.6579]

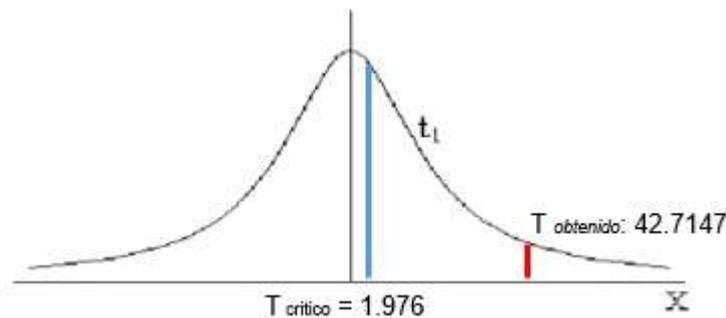
**d) Prueba t para comparar medias**

Hipótesis nula:  $\text{media1} = \text{media2}$

Hipótesis Alternativa:  $\text{media1} \neq \text{media2}$

Suponiendo varianzas iguales:  $t = 42.7147$  valor-P = 0

**Se rechaza la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$ .**



**e) Decisión estadística**

Considerando que  $| t_{\text{obtenido}} = | 42.7147 > | t_{\text{crítico}} = 1.976 |$ . Se rechaza la hipótesis nula.

Por lo tanto:

**H<sub>2</sub>:** La satisfacción impacta en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020; es válida.

Al ejecutar la prueba-t para comparar las medias de las dos muestras, se encontró que de interés particular es el intervalo de confianza para la diferencia entre las medias, el cual se extiende desde 22.6533 hasta 20.6579. Puesto que el intervalo no contiene el valor 0, existe una diferencia estadísticamente significativa entre las medias de las dos muestras, con un nivel de confianza del 95.0%; en la prueba-t para evaluar hipótesis específicas acerca de la diferencia entre las medias de las poblaciones de las cuales provienen las dos muestras. En este caso, la prueba se ha construido para determinar si la diferencia entre las dos medias es igual a 0.0 versus la hipótesis alterna de que la diferencia no es igual a 0.0. Puesto que el valor-P calculado es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula en favor de la alterna.

**f) Comparación de Medianas para la prueba de Wilcoxon**

Mediana de muestra 1: 10.0

Mediana de muestra 2: 32.0

Prueba W de Mann-Whitney (Wilcoxon) para comparar medianas

Hipótesis Nula: mediana1 = mediana2

Hipótesis Alterna: mediana1 <> mediana2

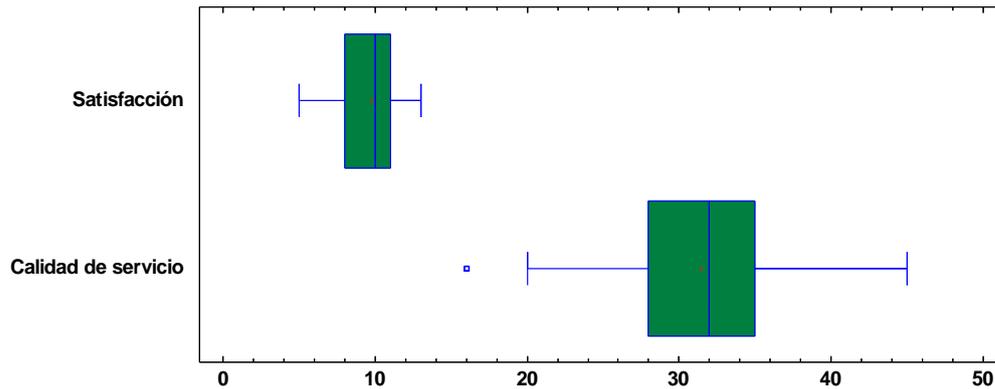
Rango Promedio de muestra 1: 76.0

Rango Promedio de muestra 2: 227.0

W = 22801.0 valor-P = 0

**Se rechaza la hipótesis nula para alfa = 0.05.**

Se ejecutó la prueba W de Mann-Whitney para comparar las medianas de dos muestras. Esta prueba se construye combinando las dos muestras, ordenando los datos de menor a mayor, y comparando los rankeos promedio de las dos muestras en los datos combinados. Debido a que el valor-P es menor que 0.05, existe una diferencia estadísticamente significativa entre las medianas con un nivel de confianza del 95.0%; una forma gráfica a partir de las tablas cruzadas del enfrentamiento de estas variables se puede comprobar gráficamente su validez en sus cajas y bigotes como se indica en la figura 71 siguiente.



**Figura 71.** Gráfico de cajas y bigotes de la comparación de dos muestras: Satisfacción y la Calidad de servicio

#### **4.3.1.3. Tercera Hipótesis específica.**

**H<sub>3</sub>:** El vandalismo repercute en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020.

**H<sub>0</sub>:** El vandalismo no repercute en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020.

#### **a) Comparación de Dos Muestras - Vandalismo & Calidad de servicio**

Muestra 1: Vandalismo

Muestra 2: Calidad de servicio

Selección de la Variable: Calidad de servicio

Muestra 1: 100 valores en el rango de 2.0 a 10.0

Muestra 2: 100 valores en el rango de 16.0 a 45.0

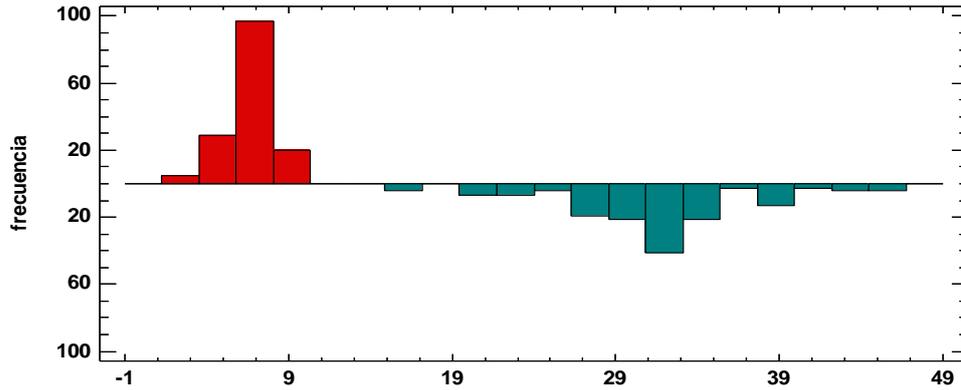
**b) Resumen Estadístico de las tablas cruzadas de la comparación de dos muestras: Vandalismo & Calidad de servicio**

**Tabla 71.**

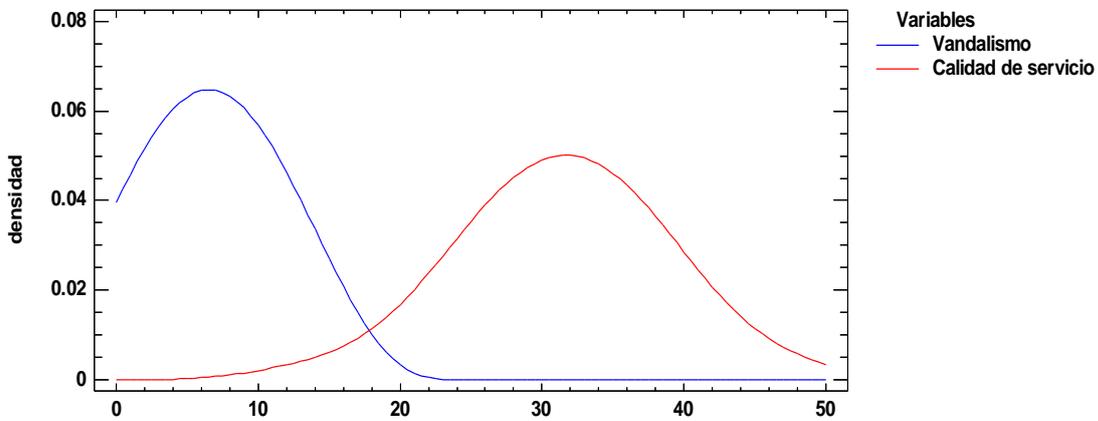
*Tablas cruzadas de la comparación de dos muestras: Vandalismo & Calidad de servicio*

	<i>Vandalismo</i>	<i>Calidad de servicio</i>
Recuento	100	100
Promedio	6.53642	31.4238
Desviación Estándar	1.66042	5.94692
Coefficiente de Variación	25.4026%	18.9249%
Mínimo	2.0	16.0
Máximo	10.0	45.0
Rango	8.0	29.0
Sesgo Estandarizado	-1.21291	-1.06308
Curtosis Estandarizada	0.863029	1.43044

Se construyó en la tabla 71, el resumen estadístico para las dos muestras de datos de particular interés son el sesgo estandarizado y la curtosis estandarizada que pueden usarse para comparar si las muestras provienen de distribuciones normales. Valores de estos estadísticos fuera del rango de -2 a +2 indican desviaciones significativas de la normalidad, lo que tendería a invalidar las pruebas que comparan las desviaciones estándar. En este caso, ambos valores de sesgo estandarizado se encuentran dentro del rango esperado. Ambas curtosis estandarizadas se encuentran dentro del rango esperado, el resultado de la tabla cruzada permite obtener la gráfica de las frecuencias del vandalismo frente a la calidad de servicio como se indica en la figura 72 siguiente, también se pueden a partir de la tabla cruzada se grafican, en la figura 73, las densidades de estas variables que indican su tendencia de sus valores normales en la curva normal Gaussiana.



**Figura 72.** Frecuencia del vandalismo frente a la frecuencia de la calidad de servicio



**Figura 73.** Densidad suavizada del vandalismo frente a la frecuencia de la calidad de servicio que demuestran un comportamiento normal en la curva gaussiana

### c) Comparación de Medias

Intervalos de confianza del 95.0% para la media de Vandalismo:  $6.53642 \pm 0.266991$  [6.26943; 6.80341]

Intervalos de confianza del 95.0% para la media de Calidad de servicio:  $31.4238 \pm 0.956248$  [30.4676; 32.3801]

Intervalos de confianza del 95.0% intervalo de confianza para la diferencia de medias

Suponiendo varianzas iguales:  $24.8874 \pm 0.9888$  [25.8762; 23.8986]

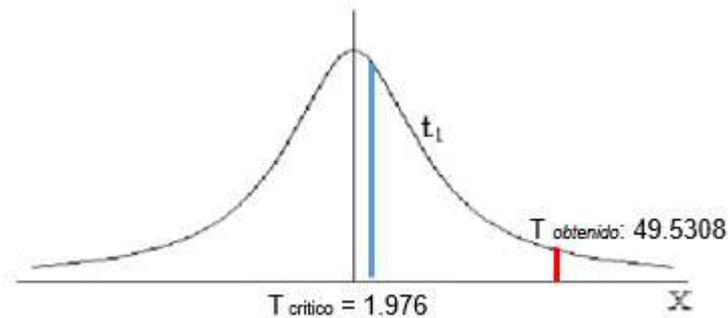
**d) Prueba t para comparar medias**

Hipótesis nula:  $\mu_1 = \mu_2$

Hipótesis Alternativa:  $\mu_1 \neq \mu_2$

Suponiendo varianzas iguales:  $t = 49.5308$  valor-P = 0

**Se rechaza la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$ .**



**e) Decisión estadística**

Considerando que  $|t_{\text{obtenido}}| = |49.5308| > |t_{\text{crítico}}| = 1.976$ . Se rechaza la hipótesis nula.

Por lo tanto:

**H<sub>3</sub>:** El vandalismo repercute en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020, es válida.

Se ejecutó la prueba-t para comparar las medias de las dos muestras. De interés particular es el intervalo de confianza para la diferencia entre las medias, el cual se extiende desde 25.8762 hasta 23.8986. Puesto que el intervalo no contiene el valor 0, existe una diferencia estadísticamente significativa entre las medias de las dos muestras, con un nivel de confianza del 95.0%; en la prueba-t para evaluar hipótesis específicas acerca de la diferencia entre las medias de las poblaciones de las cuales provienen las dos muestras. En este caso, la prueba se ha construido para determinar si la diferencia entre las dos medias es igual a 0.0 versus la hipótesis alternativa de que la diferencia no es igual a 0.0. Puesto que el valor-P calculado es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula en favor de la alterna.

**f) Comparación de Medianas para la prueba de Wilcoxon**

Mediana de muestra 1: 7.0

Mediana de muestra 2: 32.0

Prueba W de Mann-Whitney (Wilcoxon) para comparar medianas

Hipótesis Nula: mediana1 = mediana2

Hipótesis Alternativa: mediana1 <> mediana2

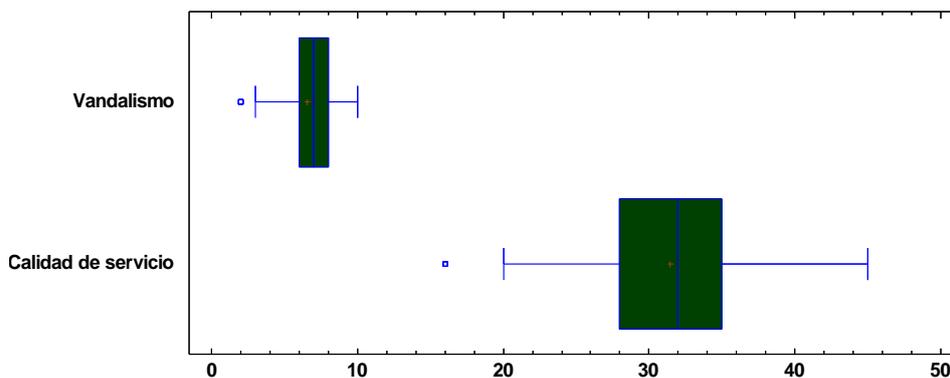
Rango Promedio de muestra 1: 76.0

Rango Promedio de muestra 2: 227.0

W = 22801.0 valor-P = 0

**Se rechaza la hipótesis nula para alfa = 0.05.**

Se ejecutó la prueba W de Mann-Whitney para comparar las medianas de dos muestras. Esta prueba se construye combinando las dos muestras, ordenando los datos de menor a mayor, y comparando los rangos promedio de las dos muestras en los datos combinados. Debido a que el valor-P es menor que 0.05, existe una diferencia estadísticamente significativa entre las medianas con un nivel de confianza del 95.0%; una forma gráfica a partir de las tablas cruzadas del enfrentamiento de estas variables se puede comprobar gráficamente su validez en sus cajas y bigotes como se indica en la figura 74 siguiente.



**Figura 74.** Gráfico de cajas y bigotes de la comparación de dos muestras: Vandalismo y la Calidad de servicio.

#### 4.3.2. Contrastación de la hipótesis general.

**H<sub>i</sub>:** El clima organizacional incide en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020.

**H<sub>o</sub>:** El clima organizacional no incide en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020.

**a) Comparación de dos muestras: Clima Organizacional & Calidad de servicio**

Muestra 1: Clima Organizacional

Muestra 2: Calidad de servicio

Selección de la Variable: Calidad de servicio

Muestra 1: 100 valores en el rango de 18.0 a 33.0

Muestra 2: 100 valores en el rango de 32.0 a 90.0

**b) Resumen Estadístico de las tablas cruzadas de la comparación de dos muestras: Clima Organizacional & Calidad de servicio**

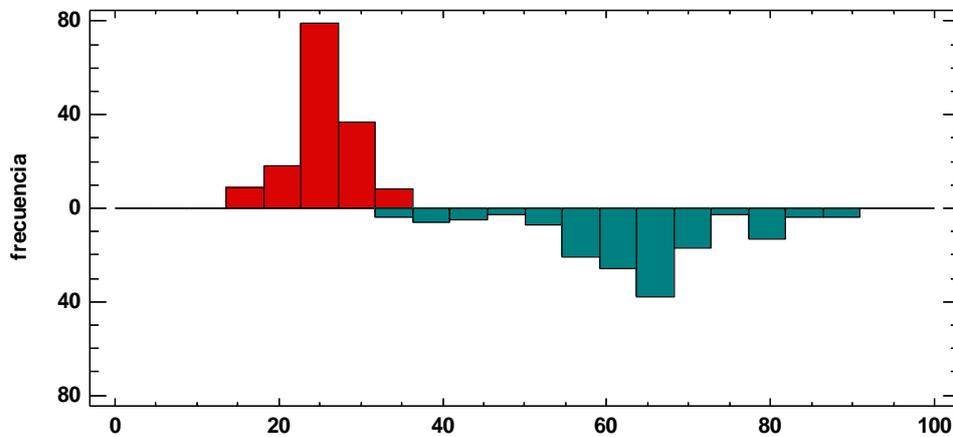
**Tabla 72.**

*Tablas cruzadas de la comparación de dos muestras: Clima Organizacional & Calidad de servicio*

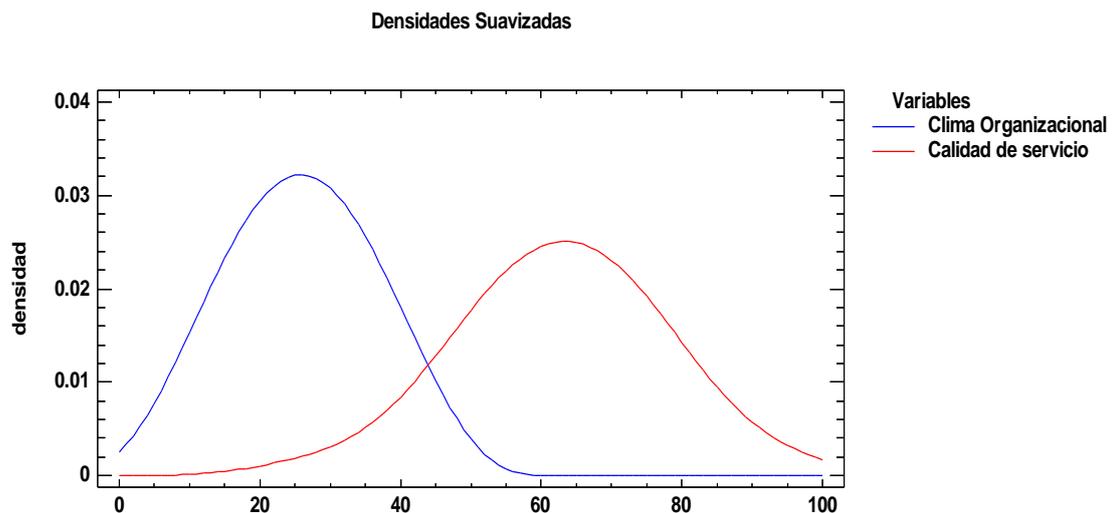
	<i>Clima Organizacional</i>	<i>Calidad de servicio</i>
Recuento	100	100
Promedio	25.8146	62.8477
Desviación Estándar	3.56165	11.8938
Coefficiente de Variación	13.7971%	18.9249%
Mínimo	18.0	32.0
Máximo	33.0	90.0
Rango	15.0	58.0
Sesgo Estandarizado	-1.97182	-1.06308
Curtosis Estandarizada	-0.368371	1.43044

Se construyó, en la tabla 72, el resumen estadístico para las dos muestras de datos. De particular interés son el sesgo estandarizado y la curtosis estandarizada que pueden usarse para comparar si las muestras provienen de

distribuciones normales. Valores de estos estadísticos fuera del rango de -2 a +2 indican desviaciones significativas de la normalidad, lo que tendería a invalidar las pruebas que comparan las desviaciones estándar. En este caso, ambos valores de sesgo estandarizado se encuentran dentro del rango esperado. Ambas curtosis estandarizadas se encuentran dentro del rango esperado; el resultado de la tabla cruzada permite obtener la gráfica de las frecuencias del clima organizacional frente a la calidad de servicio como se indica en la figura 75 siguiente, también se pueden a partir de la tabla cruzada se grafican, en la figura 76, las densidades de estas variables que indican su tendencia de sus valores normales en la curva normal Gaussiana.



**Figura 75.** Frecuencia del clima organizacional frente a la frecuencia de la calidad de servicio



**Figura 76.** Densidad suavizada del clima organizacional frente a la frecuencia de la calidad de servicio que demuestran un comportamiento normal en la curva gaussiana

**c) Comparación de Medias**

Intervalos de confianza del 95.0% para la media de Clima Organizacional:  
25.8146 +/- 0.572704 [25.2419; 26.3873]

Intervalos de confianza del 95.0% para la media de Calidad de servicio:  
62.8477 +/- 1.9125 [60.9352; 64.7602]

Intervalos de confianza del 95.0% intervalo de confianza para la diferencia de medias  
Suponiendo varianzas iguales: 37.0331 +/- 1.98832 [39.0214; 35.0448]

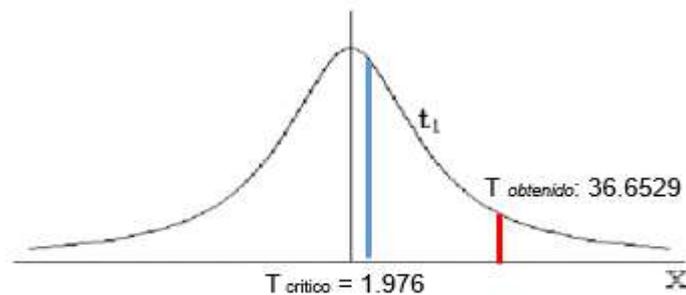
**d) Prueba t para comparar medias**

Hipótesis nula:  $\mu_1 = \mu_2$

Hipótesis Alternativa:  $\mu_1 \neq \mu_2$

Suponiendo varianzas iguales:  $t = 36.6529$  valor-P = 0

Se rechaza la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$ .



**e) Decisión estadística**

Considerando que  $|t_{\text{obtenido}}| = |36.6529| > |t_{\text{crítico}}| = 1.976$ . Se rechaza la hipótesis nula.

Por lo tanto:

**H<sub>i</sub>:** El clima organizacional incide en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020; es válida.

Se ejecutó la prueba-t para comparar las medias de las dos muestras, de interés particular es el intervalo de confianza para la diferencia entre las medias, el cual se extiende desde 39.0214 hasta 35.0448. Puesto que el intervalo no contiene el valor 0, existe una diferencia estadísticamente significativa entre las medias de las dos muestras, con un nivel de confianza del 95.0%, en la prueba-t para evaluar

hipótesis específicas acerca de la diferencia entre las medias de las poblaciones de las cuales provienen las dos muestras. En este caso, la prueba se ha construido para determinar si la diferencia entre las dos medias es igual a 0.0 versus la hipótesis alterna de que la diferencia no es igual a 0.0. Puesto que el valor-P calculado es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula en favor de la alterna.

**f) Comparación de Medianas**

Mediana de muestra 1: 26.0

Mediana de muestra 2: 64.0

Prueba W de Mann-Whitney (Wilcoxon) para comparar medianas

Hipótesis Nula: mediana1 = mediana2

Hipótesis Alterna: mediana1 <> mediana2

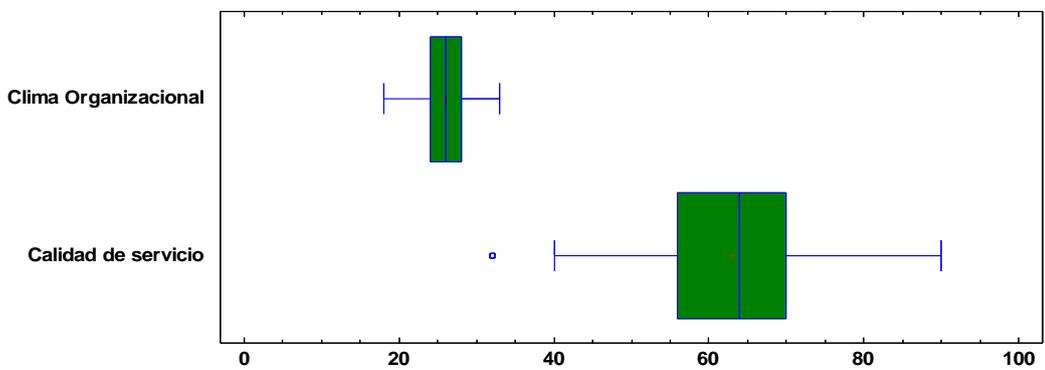
Rango Promedio de muestra 1: 76.1325

Rango Promedio de muestra 2: 226.868

W = 22781.0 valor-P = 0

**Se rechaza la hipótesis nula para alfa = 0.05.**

Se ejecutó la prueba W de Mann-Whitney para comparar las medianas de dos muestras. Esta prueba se construye combinando las dos muestras, ordenando los datos de menor a mayor, y comparando los rankeos promedio de las dos muestras en los datos combinados. Debido a que el valor-P es menor que 0.05, existe una diferencia estadísticamente significativa entre las medianas con un nivel de confianza del 95.0%; una forma gráfica a partir de las tablas cruzadas del enfrentamiento de estas variables se puede comprobar gráficamente su validez en sus cajas y bigotes como se indica en la figura 77 siguiente.



**Figura 77.** Gráfico de cajas y bigotes de la comparación de dos muestras: Clima organizacional y la Calidad de servicio.

## **V. DISCUSIÓN**

### **5.1. Discusión sobre los resultados de la estadística descriptiva**

#### **5.1.1. Discusión sobre los resultados de la estadística descriptiva de la variable independiente.**

Con respecto a la variable independiente Clima organizacional y su dimensión Relaciones de trabajo y sus indicadores autonomía, reconocimiento, equidad; la dimensión Satisfacción y sus indicadores cohesión, implicación, apoyo; la dimensión Vandalismo y sus indicadores retraso, perjuicios en la evaluación de sus tendencias marcan que en esos rubros representan un papel claves porque se convierten en el desarrollo de la empresa Transportes Flores SRL en lo económico por sus trabajadores convierten en sujetos de la imagen con identidades y valores propios en el desarrollo de sus actividades los resultados indicados por los 151 trabajadores así lo indican que van a revitalizar su propio espacio y un clima medianamente conforme en la empresa de transporte estas consideraciones y tendencias encontradas coinciden con las investigaciones de los autores Alberca y Valentín (2017), Huamani (2015), Pereira (2014), Ramírez (2015) y Guzmán (2018).

#### **5.1.2. Discusión sobre los resultados de la estadística descriptiva de la variable dependiente.**

La variable dependiente Calidad de servicio y sus dimensiones Valor; Espacio físico, Diseño, y sus respectivos indicadores que los 151 trabajadores indican que la calidad de servicio tiene; para ello la consecución de una ventaja competitiva sostenible es fundamental, es decir, conseguir que la empresa de transporte Flores SRL proporcione mayor nivel de satisfacción que otras empresas un aspecto importante para su público objetivo, estas tendencias en los resultados evaluado son también indicados por los autores Pereira (2014), Ramírez (2015), Guzmán (2018), Novoa y Regalado (2017) y Panca y Supo (2015).

## **5.2. Discusión sobre los resultados de la estadística inferencial**

### **5.2.1. Discusión de los resultados de la contrastación de las hipótesis específicas.**

#### **a) Discusión de la primera hipótesis específica**

La validez de la primera hipótesis donde se demuestra que las relaciones de trabajo influyen en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, se valida por el valor obtenido en la prueba de  $t = 43.006$  valor-P = 0, donde se rechaza la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$ , ya que el intervalo de confianza para la diferencia entre las medias, el cual se extiende desde 22.9153 hasta 20.9125, puesto que el intervalo no contiene el valor 0, existe una diferencia estadísticamente significativa entre las medias de las dos muestras, con un nivel de confianza del 95.0%; además la prueba de Wilcoxon tiene un valor  $W = 22801.0$  valor-P = 0.0 que permite rechazar la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$ ; como lo indican Iglesias (2015) y Pino (2017).

#### **b) Discusión de la segunda hipótesis específica**

La validez de la segunda hipótesis donde se demuestra que la satisfacción impacta en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, se valida por el valor obtenido en la prueba de  $t = 42.7147$  valor-P = 0, donde se rechaza la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$ , ya que el intervalo de confianza para la diferencia entre las medias, el cual se extiende desde 22.6533 hasta 20.6579, puesto que el intervalo no contiene el valor 0, existe una diferencia estadísticamente significativa entre las medias de las dos muestras, con un nivel de confianza del 95.0%; además la prueba de Wilcoxon tiene un valor  $W = 22801.0$  valor-P = 0.0 que permite rechazar la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$ ; como lo indican Iglesias (2015) y Pino (2017).

#### **c) Discusión de la tercera hipótesis específica**

La validez de la tercera hipótesis donde se demuestra que el vandalismo repercute en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, se valida por el valor obtenido en la prueba de  $t = 49.5308$  valor-P = 0, donde se rechaza la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$ , ya que el

intervalo de confianza para la diferencia entre las medias, el cual se extiende desde 25.8762 hasta 23.8986, puesto que el intervalo no contiene el valor 0, existe una diferencia estadísticamente significativa entre las medias de las dos muestras, con un nivel de confianza del 95.0%; además la prueba de Wilcoxon tiene un valor  $W = 22801.0$  valor- $P = 0.0$  que permite rechazar la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$ ; como lo indican Iglesias (2015) y Pino (2017).

### **5.2.2. Discusión de los resultados de la contrastación de la hipótesis general.**

La validez de la hipótesis general donde se demuestra que el clima organizacional incide en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, se valida por el valor obtenido en la prueba de  $t = 36.6525$  valor- $P = 0$ , donde se rechaza la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$ , ya que el intervalo de confianza para la diferencia entre las medias, el cual se extiende desde 39.0214 hasta 35.0448 puesto que el intervalo no contiene el valor 0, existe una diferencia estadísticamente significativa entre las medias de las dos muestras, con un nivel de confianza del 95.0%; además la prueba de Wilcoxon tiene un valor  $W = 22781.0$  valor- $P = 0.0$  que permite rechazar la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$ ; como lo indican Iglesias (2015) y Pino (2017).

## VI. CONCLUSIONES

Al término de la investigación se llegaron a las conclusiones siguientes:

Se determinó que el clima organizacional incide en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, porque en la prueba de  $t = 36.6525$  y  $\text{valor-P} = 0$ , donde se rechaza la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$  y en la prueba de Wilcoxon tiene un valor  $W = 22781.0$  y  $\text{valor-P} = 0.0$  que permite rechazar la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$ , por lo que existe un potencial en recursos humanos del personal de la empresa para experiencia del agrado de los usuarios.

Se estableció que las relaciones de trabajo influyen en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, porque en la prueba de  $t = 43.066$  y  $\text{valor-P} = 0$ , donde se rechaza la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$  y en la prueba de Wilcoxon tiene un valor  $W = 22801.0$  y  $\text{valor-P} = 0.0$  que permite rechazar la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$ , porque existe un potencial en los trabajadores respecto a su autonomía, reconocimiento y equidad recursos humanos del personal de la empresa para el agrado de los usuarios.

Se analizó la evaluación de la satisfacción y se encontró que impacta en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, porque en la prueba de  $t = 42.7147$  y  $\text{valor-P} = 0$ , donde se rechaza la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$  y en la prueba de Wilcoxon tiene un valor  $W = 22801.0$  y  $\text{valor-P} = 0.0$  que permite rechazar la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$ , porque existe un potencial en los trabajadores respecto a su cohesión, implicación y apoyo en los recursos humanos del personal de la empresa para el agrado de los usuarios.

Se definió como el vandalismo repercute en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, porque en la prueba de  $t = 49.5308$  y  $\text{valor-P} = 0$ , donde se rechaza la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$  y en la prueba de Wilcoxon tiene un valor  $W = 22801.0$  y  $\text{valor-P} = 0.0$  que permite rechazar la hipótesis nula para  $\alpha = 0.05$ , porque se evita el retraso y los perjuicios en el trabajo del personal de la empresa para el agrado de los usuarios.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- Recomendar realizar capacitaciones permanentes de sistemas de inocuidad para la mejora continua de la gestión de inocuidad que se va reflejar en la atención de los usuarios en especial en la empresa de transporte por la migración de los usuarios hoy en temporada de pandemia.
- Realizar capacitaciones sobre sistemas organizacional y su incidencia en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de transporte para la mejora continua de la gestión administrativa de la empresa ya que va repercutir en la satisfacción de los usuarios.
- Presentar en las cartas información de los servicios que la empresa brinda para supervisar constantemente las relaciones de las actividades de trabajo, con el fin de optimizar la calidad de servicio.
- Implementar un sistema de control permanente con la finalidad de evaluar la satisfacción del personal en las actividades diarias que les son encomendadas, ya que esto repercutirá en la calidad de servicio que brinda la empresa.
- Capacitar a los trabajadores permanentemente acerca de los valores que deben de tener en cuenta con la finalidad de eliminar las acciones vandálicas, lo que va a repercutir en la calidad de servicio de la empresa de Transportes Flores Hnos. SRL.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alberca, B., y Valentin, C. (2017), Clima organizacional y calidad de servicio del personal administrativo de la sede central del Ministerio de Educación. (tesis de licenciatura). Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima.
- Brunet, L. (2014). *Clima de trabajo en las organizaciones*. Madrid: Editorial Trillas
- Cabrera Farfán Grace Illary y García Madariaga Mariland Jerussy (2017). Análisis comparativo del clima organizacional entre las empresas de transporte urbano COTUM S.A y MADARIAGA S.A de la ciudad de Arequipa en el año 2016 – 2017. Universidad Católica San Pablo Facultad de Ciencias Económico Empresariales y Humanas.
- Cárdenas Cutiño, G. A. (2004). *Diccionario de Ciencias Económico-Administrativas*. Cuarta Edición. México. Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas. División de Contaduría. Departamento de Contabilidad. Recuperado de: [http://www.cucea.udg.mx/sites/default/files/publicaciones/documentos/dic\\_e\\_coadm.pdf](http://www.cucea.udg.mx/sites/default/files/publicaciones/documentos/dic_e_coadm.pdf)
- Cortés, M. y Iglesias, M. (2004). Generalidades sobre Metodología de la Investigación. México. Universidad Autónoma del Carmen.
- Cossio Hernandez Francisca Marieta. (2018). Desempeño laboral y clima organizacional de los trabajadores en la empresa de Transportes Expreso Internacional Palomino SAC 2018. Universidad Peruana de las Américas.
- Chiavenato, I. (2002). *Introducción a la teoría general de la administración*. Editorial: Mac Graw Hill.
- Estrada, W. (2007). *Servicio y atención al cliente*. Unidad de Coordinación del Proyecto Mejoramiento de los Servicios de Justicia. Recuperado de: [https://www.academia.edu/28417616/Servicio\\_y\\_atencion\\_al\\_cliente](https://www.academia.edu/28417616/Servicio_y_atencion_al_cliente)
- Everardo, J. (2010). *Servicio al cliente*. Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C.
- Guzmán Rojo Angélica del Carmen (2018). El clima organizacional y su relación con la satisfacción laboral de los colaboradores en una empresa de carga internacional en el contexto global. Universidad Ricardo Palma Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

- Huamani, N. (2015). El clima organizacional y su influencia en el desempeño laboral del personal de conducción de trenes, del área de transportes del metro de Lima, la línea 1 en el 2013. (tesis de licenciatura). Universidad Tecnológica Lima Sur, Lima.
- Iglesias María Emilia (2015). *Metodología de la Investigación científica: Diseño y elaboración de protocolos y proyectos*. Ciudad autónoma de Buenos Aires: Centro de publicaciones educativas y material didáctico Primera edición, junio de 2015, Argentina.
- Jorge, A. (2016). Factores que impactan en el clima organizacional de un centro de servicios compartidos. (tesis de maestría). Instituto Politécnico Nacional, México.
- Kinnear, T. y Taylor, J. (1998). Investigación de mercados. Un enfoque aplicado. (5ª ed.). Colombia: McGraw-Hill.
- Novoa Cano Mayte Miluska y Regalado Castañeda Teresa de Jesús. (2017). Análisis de la relación entre clima laboral y satisfacción del cliente en la empresa Oltursa - Piura y Chiclayo. U n i v e r s i d a d de P i u r a Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
- Pancorvo, J. (2010). Organizaciones de los servicios. Editorial: Cadillo
- Pereira, C. (2014). Clima laboral y servicio al cliente en hospitales privados de la zona 9 de la ciudad de Quetzaltenango. (tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Panca Fernández Lady y Supo Santillán Elizabeth (2015). Incidencia de la motivación laboral en la producción de los trabajadores de la empresa “Transportes Magata E.I.R.LTDA.”. Arequipa. 2015. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa Facultad de Administración Escuela Profesional de Administración
- Pino Gotuzzo Raúl (2017). *Metodología de la Investigación*. Editorial San Marcos E.I.R.L. Primera edición. Lima – Perú.
- Ramírez, B., Lopez, L. (2015). *Espacio, paisaje, región, territorio y lugar: la diversidad en el pensamiento contemporáneo*. Editorial: Universidad Autónoma Metropolitana
- Ramiro, R. (2015). Relación entre el clima laboral y desempeño de los servidores de la subsecretaría administrativa financiera del ministerio de finanzas, el

periodo 2013-2014. (tesis de maestría). Universidad Tecnológica Equinoccial, Ecuador.

- Robbins, S. (1999). Comportamiento organizacional. Editorial Prentice Hall.
- Segura, R. (2016). Influencia del clima organizacional en la calidad de servicio en los trabajadores de la empresa comercializadora de útiles escolares y de oficina Tai Loy S.A. (tesis de licenciatura). Universidad Señor de Sipan, Lima.
- Solano, S. (2017). Clima organizacional y desempeño laboral de los trabajadores de la Gerencia Territorial Huallaga Central – Juanjui. (tesis de licenciado). Universidad Cesar Vallejo, Lima.
- Sotelo A., y Figueroa E. (2017). *El clima organizacional y su correlación con la calidad en el servicio en una institución de educación de nivel medio superior*. Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-74672017000200582](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672017000200582)
- Viteri, J., Mosquera, A. (2017). Clima organizacional y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores, de los departamentos financieros en entidades públicas. (tesis de licenciatura). Universidad del Pacifico, Ecuador.
- Victorio, E. (2018). La relación del clima organizacional y la satisfacción laboral de los trabajadores del área de operaciones de las tres principales empresas aseguradoras de lima 2017. (tesis de licenciatura). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima.
- Zans, A. (2017). Clima Organizacional y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores administrativos y docentes de la Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa, UNAN – Managua en el período 2016. (tesis de maestría). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Nicaragua

## **ANEXOS**

## Anexo 1: Matriz de consistencia

Problemas	Objetivo	Hipótesis	Operacionalización de variables			Metología		
Problema general	Objetivo general	Hupótesis general	Variables	Dimensiones	Indicadores	Tipo de la investigación		
¿Cómo el clima organizacional incide en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima-Perú, primer trimestre d2020 19?	Determinar como el clima organizacional incide en la de servicio que brinda los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimesl 2020l 2019.	El clima organizacional incide en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trim 2020: del 2019.	Variable independiente: <b>Clima organizacional</b>	Relaciones	Autonomía	Aplicada cuantitativa		
					Reconocimiento			
					Equidad		Nivel de la investigación	
¿Cómo las relaciones de trabajo influyen en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre d 202019?	Establecer como las relaciones de trabajo influyen en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimest 2020l 2019.	Las relaciones de trabajo influyen en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trim 2020: del 2019.		Variable dependiente: <b>Calidad de servicio</b>	Satisfacción	Cohesión	Descriptiva, causal	
						Implicación		Diseño de la investigación
						Apoyo		No experimental
¿Cómo la satisfacción impacta en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 202019?	Analizar como la satisfacción impacta en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestr2020l 2019.	La satisfacción impacta en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020 2019.	Variable dependiente: <b>Calidad de servicio</b>		Vandalismo	Retraso	Población.	
						Prejuicios		El estudio de la población de la empresa Transportes Flores, está constituida por 250 trabajadores entre varones y mujeres, bajo planilla.
						Tangible		
¿Cómo el vandalismo repercute en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 202019?	Definir como el vandalismo repercute en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestr 2020l 2019.	El vandalismo repercute en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020 2019.		Variable dependiente: <b>Calidad de servicio</b>	Valor	Intangibles	100 trabajadores de la empresaTransportes Flores	
						Espacio		Físico
								Social
¿Cómo el vandalismo repercute en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 202019?	Definir como el vandalismo repercute en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestr 2020l 2019.	El vandalismo repercute en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020 2019.	Variable dependiente: <b>Calidad de servicio</b>		Espacio		Voz	Técnicas de recolección de datos.
						Diseño	Virtual	
							Operativo	
¿Cómo el vandalismo repercute en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 202019?	Definir como el vandalismo repercute en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestr 2020l 2019.	El vandalismo repercute en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de Transportes Flores Hnos. S.R.L, Lima – Perú, primer trimestre del 2020 2019.		Variable dependiente: <b>Calidad de servicio</b>	Diseño		Prestación	Instrumentos de recolección de datos
						Marketing	Cuestionario	

## Anexo 2: Matriz de operacionalización

Operacionalización de variables				
Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala de Medición
Variable independiente: <b>Clima organizacional</b>	Relaciones	Autonomía	1,2	Escala tipo Likert (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
		Reconocimiento	3,4	
		Equidad	5,6	
	Satisfacción	Cohesión	7,8	
		Implicación	9, 10	
		Apoyo	11,12	
	Vandalismo	Retraso	13,14	
		Prejuicios	15,16	
Variable dependiente: <b>Calidad de servicio</b>	Valor	Tangible	17,18	Escala tipo Likert (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
		Intangibles	19	
	Espacio	Físico	20,21	
		Social	22	
		Voz	23,24	
		Virtual	25,26	
	Diseño	Operativo	27,28	
		Prestación	29, 30	
		Marketing	31,32	

## Anexo 3: Instrumentos

### ENCUESTA SOBRE EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL SERVICIO QUE BRINDAN LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES FLORES HNOS S.R.L., LIMA – PERÚ, AÑO 2020.

#### ESTIMADO LABORADOR

La presente encuesta tiene por meta recopilar información sobre el clima organizacional y el servicio que brindan al cliente, con objetivo de contribuir a la mejora continua del clima en la organización y su posterior solución al problema, por lo que pido responder con sinceridad.

#### RECOMENDACIONES:

Lea los enunciados detenidamente y marque con una equis (X) en el casillero

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca

#### I. CLIMA ORGANIZACIONAL

##### I.1. RELACIONES

N°		5	4	3	2	1
<b>I.1.1. Autonomía</b>						
1	Organizo mi puesto de trabajo para automatizar el servicio al pasajero					
2	Demuestra capacidad en la toma de decisiones					
<b>I.1.2. Reconocimiento</b>						
3	La administración premia al trabajador con mejor conducta laboral					
4	Mis jefes me felicitan cuando realizo bien mi trabajo o logro los objetivos					
<b>I.1.3. Equidad</b>						
5	Las oportunidades de desarrollo laboral solo lo reciben trabajadores privilegiados					
6	Considera que el pago es equitativo con su otras trabajadores de su rango					

##### I.2. SATISFACCION

N°		5	4	3	2	1
<b>I.2.1. Cohesión</b>						
7	Existe apoyo de las áreas administrativas					
8	Existe el trabajo en equipo entre las áreas administrativas y la suya					
<b>I.2.2. Implicación</b>						
9	Se siente identificado con las actividades de su puesto (counters, conductor, tripulantes, etc)					
10	Se compromete con la organización cumpliendo las metas u objetivos puestos por sus jefes					
<b>I.2.3. Apoyo</b>						
11	A mi jefe le interesa que me desarrolle de manera profesional y laboral					
12	Mi jefe es flexible y justo antes mis solicitudes de permisos de salud					

##### I.3. VANDALISMO

N°		5	4	3	2	1
<b>I.3.1. Retraso</b>						
13	Los equipos tecnológicos de la empresa se encuentran en perfecto funcionamiento dando así un efectivo servicio de transporte					
14	Existe perdida de materiales y/o insumos en mi puesto de trabajo					
<b>I.3.2. Prejuicios</b>						
15	Existe superioridad de un compañero de trabajo de tu mismo rango					
16	Existe tolerancia entre los trabajadores de mi grupo de trabajo					

## II. CALIDAD DE SERVICIO

### II.1. VALOR

N°		5	4	3	2	1
----	--	---	---	---	---	---

#### II.1.1 Tangibles

17	La empresa usa equipos y tecnología moderna que me generan autonomía en el desarrollo de mis funciones para brindar un servicio de calidad al pasajero					
18	Los folletos, volantes, letreros contienen información precisa del servicio y evitan tiempo de retraso al brindar calidad de servicio al pasajero					

#### D.1.2. Intangibles

19	La equidad dentro de mi grupo de trabajo genera clientes complacidos con la atención ya que estamos implicados a cumplir con la satisfacción del pasajero					
----	---	--	--	--	--	--

### II.2. ESPACIO

N°		5	4	3	2	1
----	--	---	---	---	---	---

#### II.2.1. Físico

20	Los boletos de pasaje contienen información clara y sencilla de comprender para el pasajero					
21	Tu área de trabajo cubre todas tus necesidades para evitar retraso al brindar el servicio de transporte					

#### II.2.2. Social

22	Las relaciones de los trabajadores no generan un trato cordial hacia el cliente					
----	---	--	--	--	--	--

#### II.2.3. Voz

23	El clima organizacional favorece la comunicación efectiva al brindar el servicio					
24	Mi capacidad de autonomía dentro de mi puesto hace que brinde información al cliente fácil de comprender					

#### D.2.4. Virtual

25	Existe retraso en brindar información rápida del servicio de transporte vía correos electrónicos, Facebook y llamadas al cliente					
26	El área de marketing apoya con información del servicio de transporte publicada en la web y Facebook es ventajosa para el cliente					

### II.3. DISEÑO

N°		5	4	3	2	1
----	--	---	---	---	---	---

#### II.3.1. Operativo

27	Existe plan de contingencia en caso de fallas tecnológicas que faciliten la rápida atención al pasajero					
28	Las salidas, ingresos, lugar de partida, caja, etc. es de fácil identificación del cliente					

#### II.3.2. Prestación

29	La administración apoya mediante capacitaciones al trabajador que brindara un servicio directo al cliente.					
30	Tener satisfacción en mi puesto de trabajo favorece al cliente al brindarle un servicio de calidad					

#### II.3.3. Marketing

31	El servicio es promocionado mediante la red social de Facebook y página web.					
32	El trabajador está implicado e impulsa al cliente a uso constante del servicio de transporte					

Anexo 4: Validez de instrumentos

PROMEDIO DE VALORACIÓN

Aplicar sin costo por

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

a) Deficiente    b) Baja    c) Regular    **d) Buena**    e) Muy Buena

Nombres Apellidos: Edmundo González Zúñiga  
DNI N°: 06908986    Teléfono/Celular: 993004420  
Dirección domiciliaria: Mancha 255 La Molina  
Titulo Profesional: Investador  
Grado Académico: Doctor en Administración  
Mención: Empresarial - Investigación

  
Firma

Lugar y fecha: Lima 8 de febrero 2020

PROMEDIO DE VALORACIÓN

APLICA SIN CORRECCIÓN

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

a) Deficiente    b) Baja    c) Regular    d) Buena    e) Muy Buena

Nombres Apellidos: PERCY JORGE SUAREZ YMBERTIS

DNI N°: 07260837    Teléfono/Celular: 994481177

Dirección domiciliaria: Jr. HAMA OCLLO N° 1987 - LINCE

Título Profesional: ECONOMISTA

Grado Académico: MAGISTER

Mención: DESARROLLO EMPRESARIAL Y REGIONAL

  
Firma

Lugar y fecha: LIMA 09/02/2020

**Anexo 5: Matriz de datos**

V	CLIMA ORGANIZACIONAL															
D	Relaciones						Satisfacción						Vandalismo			
I	Autonomía		Reconocimiento		Equidad		Cohesión		Implicación		Apoyo		Retraso		Prejuicios	
P	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16
1	3	3	1	1	3	2	1	1	4	4	2	2	3	3	2	3
2	4	4	1	2	3	1	4	4	4	5	2	4	4	3	4	2
3	5	5	1	1	4	5	4	3	5	4	4	1	3	5	4	3
4	4	5	1	1	4	4	2	3	5	4	1	4	3	5	4	3
5	5	4	3	2	4	2	3	2	4	4	2	4	4	5	4	3
6	5	3	1	1	3	4	3	4	5	5	3	3	4	3	3	4
7	4	5	2	3	4	3	3	2	4	5	2	3	4	4	4	3
8	4	3	1	1	3	3	2	2	3	3	2	3	4	4	4	3
9	3	3	2	2	1	5	2	1	3	5	2	2	2	1	1	1
10	5	4	3	2	3	3	3	3	4	5	3	5	4	5	5	3
11	5	5	3	2	4	3	3	3	4	4	2	5	4	4	3	4
12	5	5	2	3	4	4	3	3	5	5	2	3	3	4	4	3
13	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	2	3	3
14	4	4	1	1	5	3	1	1	3	4	2	3	4	4	3	3
15	4	4	1	1	4	4	3	3	4	4	3	4	3	5	4	3
16	4	3	3	3	3	3	3	3	5	5	4	4	4	3	4	3
17	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	2	3	4
18	1	2	4	5	1	4	4	5	1	1	4	1	1	1	1	1
19	5	5	2	2	3	4	5	5	5	5	5	5	4	1	3	4
20	3	3	1	1	3	2	1	1	4	4	2	2	3	3	2	4
21	4	3	3	3	4	4	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3
22	5	3	5	5	2	3	3	3	5	5	5	5	4	3	2	3

23	3	5	1	2	2	1	2	2	3	5	2	1	2	2	2	2
24	3	4	2	1	2	3	2	3	5	5	2	3	4	3	4	4
25	4	4	3	3	2	2	4	2	1	5	4	2	3	2	3	3
26	5	3	1	1	3	1	1	1	5	4	1	5	5	1	3	5
27	4	5	1	3	3	2	3	3	5	5	3	3	3	3	4	3
28	5	5	4	3	3	3	2	3	5	5	5	5	2	5	3	4
29	5	5	4	4	1	1	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5
30	5	4	1	1	5	3	2	2	4	4	2	5	2	2	5	4
31	5	5	2	5	3	2	3	2	5	5	5	5	4	2	4	5
32	5	5	2	3	1	3	3	2	5	2	5	4	4	3	3	5
33	5	4	2	3	3	2	3	2	3	9	3	2	4	2	4	2
34	5	4	4	3	2	5	4	3	5	5	4	3	3	3	2	2
35	5	5	1	1	1	4	1	1	3	4	3	4	2	4	3	3
36	5	5	1	3	3	2	3	2	5	5	3	3	3	3	4	3
37	4	5	2	3	4	1	2	3	4	5	2	4	3	4	5	3
38	5	5	5	5	2	4	4	4	1	5	4	5	5	1	1	5
39	3	3	1	1	3	3	2	3	5	5	3	3	3	5	3	5
40	4	5	2	3	4	1	3	3	4	9	3	3	4	3	3	4
41	3	3	1	1	3	2	1	1	4	4	2	2	3	3	2	3
42	4	4	1	2	3	1	4	4	4	5	2	4	4	3	4	2
43	5	5	1	1	4	5	4	3	5	4	4	1	3	5	4	3
44	4	5	1	1	4	4	2	3	5	4	1	4	3	5	4	3
45	5	4	3	2	4	2	3	2	4	4	2	4	4	5	4	3
46	5	3	1	1	3	4	3	4	5	5	3	3	4	3	3	4
47	4	5	2	3	4	3	3	2	4	5	2	3	4	4	4	3
48	4	3	1	1	3	3	2	2	3	3	2	3	4	4	4	3
49	3	3	2	2	1	5	2	1	3	5	2	2	2	1	1	1
50	5	4	3	2	3	3	3	3	3	4	5	3	5	4	5	3

51	5	5	3	2	4	3	3	3	4	4	2	5	4	4	3	4
52	5	5	2	3	4	4	3	3	5	5	2	3	3	4	4	3
53	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	2	3	3
54	4	4	1	1	5	3	1	1	3	4	2	3	4	4	3	3
55	4	4	1	1	4	4	3	3	4	4	3	4	3	5	4	3
56	4	3	3	3	3	3	3	3	5	5	4	4	4	3	4	3
57	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	2	3	4
58	1	2	4	5	1	4	4	5	1	1	4	1	1	1	1	1
59	5	5	2	2	3	4	5	5	5	5	5	5	4	1	3	4
60	3	3	1	1	3	2	1	1	4	4	2	2	3	3	2	4
61	4	3	3	3	4	4	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3
62	5	3	5	5	2	3	3	3	5	5	5	5	4	3	2	3
63	3	5	1	2	2	1	2	2	3	5	2	1	2	2	2	2
64	3	4	2	1	2	3	2	3	5	5	2	3	4	3	4	4
65	4	4	3	3	2	2	4	2	1	5	4	2	3	2	3	3
66	5	3	1	1	3	1	1	1	5	4	1	5	5	1	3	5
67	4	5	1	3	3	2	3	3	5	5	3	3	3	3	4	3
68	5	5	4	3	3	3	2	3	5	5	5	5	2	5	3	4
69	5	5	4	4	1	1	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5
70	5	4	1	1	5	3	2	2	4	4	2	5	2	2	5	4
71	5	5	2	5	3	2	3	2	5	5	5	5	4	2	4	5
72	5	5	2	3	1	3	3	2	5	2	5	4	4	3	3	5
73	5	4	2	3	3	2	3	2	3	9	3	2	4	2	4	2
74	5	4	4	3	2	5	4	3	5	5	4	3	3	3	2	2
75	5	5	1	1	1	4	1	1	3	4	3	4	2	4	3	3
76	5	5	1	3	3	2	3	2	5	5	3	3	3	3	4	3
77	4	5	2	3	4	1	2	3	4	5	2	4	3	4	5	3
78	5	5	5	5	2	4	4	4	1	5	4	5	5	1	1	5

79	3	3	1	1	3	3	2	3	5	5	3	3	3	5	3	5
80	4	5	2	3	4	1	3	3	4	9	3	3	4	3	3	4
81	5	5	4	4	1	1	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5
82	5	4	1	1	5	3	2	2	4	4	2	5	2	2	5	4
83	5	5	2	5	3	2	3	2	5	5	5	5	4	2	4	5
84	5	5	2	3	1	3	3	2	5	2	5	4	4	3	3	5
85	5	4	2	3	3	2	3	2	3	9	3	2	4	2	4	2
86	5	4	4	3	2	5	4	3	5	5	4	3	3	3	2	2
87	5	5	1	1	1	4	1	1	3	4	3	4	2	4	3	3
88	5	5	1	3	3	2	3	2	5	5	3	3	3	3	4	3
89	4	5	2	3	4	1	2	3	4	5	2	4	3	4	5	3
90	5	5	5	5	2	4	4	4	1	5	4	5	5	1	1	5
91	3	3	1	1	3	3	2	3	5	5	3	3	3	5	3	5
92	4	5	2	3	4	1	3	3	4	9	3	3	4	3	3	4
93	3	3	1	1	3	2	1	1	4	4	2	2	3	3	2	3
94	4	4	1	2	3	1	4	4	4	5	2	4	4	3	4	2
95	5	5	1	1	4	5	4	3	5	4	4	1	3	5	4	3
96	4	5	1	1	4	4	2	3	5	4	1	4	3	5	4	3
97	5	4	3	2	4	2	3	2	4	4	2	4	4	5	4	3
98	5	3	1	1	3	4	3	4	5	5	3	3	4	3	3	4
99	4	5	2	3	4	3	3	2	4	5	2	3	4	4	4	3
100	4	3	1	1	3	3	2	2	3	3	2	3	4	4	4	3

V	CALIDAD DE SERVICIO															
D	Valor			Espacio							Diseño					
I	Tangibles		Intangibles	Físico		Social	Voz		Virtual		Operativo		Prestación		Marketing	
P	V17	V18	V19	V20	V21	V22	V23	V24	V25	V26	V27	V28	V29	V30	V31	V32
1	3	1	3	3	4	4	4	4	5	1	1	3	2	3	1	2
2	4	5	4	3	3	3	2	4	3	4	3	4	2	1	4	3
3	5	4	4	3	5	1	5	2	5	3	5	2	5	3	3	1
4	4	4	3	3	4	5	3	5	5	3	4	2	2	3	3	1
5	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	4	5	3	3	4	2
6	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	5	2
7	3	3	4	4	4	3	1	3	4	3	4	3	1	3	3	3
8	3	3	3	3	3	4	3	5	3	4	4	9	3	3	3	2
9	2	1	3	1	3	1	1	2	1	1	5	5	1	1	2	5
10	4	2	4	4	4	4	2	3	2	4	3	4	2	3	3	4
11	4	2	4	5	3	3	2	2	5	3	4	3	2	4	5	1
12	3	2	3	5	3	4	2	3	3	4	3	4	2	4	3	2
13	2	3	2	4	3	3	2	3	4	2	2	3	2	3	2	2
14	2	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	4	4	2
15	4	4	4	3	4	5	3	4	5	3	2	3	3	3	3	2
16	4	4	2	4	3	3	3	4	3	4	3	5	3	4	4	3
17	3	4	4	4	4	5	4	4	1	5	3	4	4	5	4	4
18	5	1	1	2	2	2	1	5	5	2	1	2	5	1	1	5
19	4	5	4	4	5	5	4	4	2	4	2	5	4	5	4	4
20	3	1	3	3	4	4	2	4	5	1	1	3	2	3	3	2
21	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	5	3
22	3	4	2	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	4	5
23	4	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	5	2	5	3	4
24	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	2

25	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	4	3	2
26	3	5	5	5	5	5	3	5	3	4	5	5	4	5	4	2
27	1	4	4	4	2	3	2	3	4	3	2	2	1	4	5	3
28	3	5	5	5	5	5	2	5	2	5	2	5	3	5	3	5
29	1	1	1	2	1	1	5	5	2	5	5	5	1	1	1	5
30	1	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	1	4	3	3
31	5	4	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	3	5	5	3
32	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	2
33	2	4	4	5	4	3	2	5	4	3	3	4	3	3	2	3
34	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	2	4	3	3
35	4	3	4	3	5	5	1	1	5	3	5	4	3	4	4	2
36	4	5	3	4	2	3	2	3	4	3	2	2	1	5	5	2
37	3	4	3	4	4	4	2	5	2	5	4	5	2	4	3	2
38	1	2	1	2	2	1	2	3	1	5	1	1	2	2	2	5
39	1	3	9	5	4	5	4	5	5	3	3	5	2	3	3	3
40	4	4	4	5	4	3	3	3	3	2	2	4	2	4	4	3
41	3	1	3	3	4	4	4	4	5	1	1	3	2	3	1	2
42	4	5	4	3	3	3	2	4	3	4	3	4	2	1	4	3
43	5	4	4	3	5	1	5	2	5	3	5	2	5	3	3	1
44	4	4	3	3	4	5	3	5	5	3	4	2	2	3	3	1
45	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	4	5	3	3	4	2
46	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	5	2
47	3	3	4	4	4	3	1	3	4	3	4	3	1	3	3	3
48	3	3	3	3	3	4	3	5	3	4	4	9	3	3	3	2
49	2	1	3	1	3	1	1	2	1	1	5	5	1	1	2	5
50	4	2	4	4	4	4	2	3	2	4	3	4	2	3	3	4
51	4	2	4	5	3	3	2	2	5	3	4	3	2	4	5	1
52	3	2	3	5	3	4	2	3	3	4	3	4	2	4	3	2

53	2	3	2	4	3	3	2	3	4	2	2	3	2	3	2	2
54	2	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	4	4	2
55	4	4	4	3	4	5	3	4	5	3	2	3	3	3	3	2
56	4	4	2	4	3	3	3	4	3	4	3	5	3	4	4	3
57	3	4	4	4	4	5	4	4	1	5	3	4	4	5	4	4
58	5	1	1	2	2	2	1	5	5	2	1	2	5	1	1	5
59	4	5	4	4	5	5	4	4	2	4	2	5	4	5	4	4
60	3	1	3	3	4	4	2	4	5	1	1	3	2	3	3	2
61	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	5	3
62	3	4	2	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	4	5
63	4	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	5	2	5	3	4
64	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	2
65	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	4	3	2
66	3	5	5	5	5	5	3	5	3	4	5	5	4	5	4	2
67	1	4	4	4	2	3	2	3	4	3	2	2	1	4	5	3
68	3	5	5	5	5	5	2	5	2	5	2	5	3	5	3	5
69	1	1	1	2	1	1	5	5	2	5	5	5	1	1	1	5
70	1	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	1	4	3	3
71	5	4	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	3	5	5	3
72	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	2
73	2	4	4	5	4	3	2	5	4	3	3	4	3	3	2	3
74	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	2	4	3	3
75	4	3	4	3	5	5	1	1	5	3	5	4	3	4	4	2
76	4	5	3	4	2	3	2	3	4	3	2	2	1	5	5	2
77	3	4	3	4	4	4	2	5	2	5	4	5	2	4	3	2
78	1	2	1	2	2	1	2	3	1	5	1	1	2	2	2	5
79	1	3	9	5	4	5	4	5	5	3	3	5	2	3	3	3
80	4	4	4	5	4	3	3	3	3	2	2	4	2	4	4	3

81	1	1	1	2	1	1	5	5	2	5	5	5	1	1	1	5
82	1	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	1	4	3	3
83	5	4	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	3	5	5	3
84	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	2
85	2	4	4	5	4	3	2	5	4	3	3	4	3	3	2	3
86	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	2	4	3	3
87	4	3	4	3	5	5	1	1	5	3	5	4	3	4	4	2
88	4	5	3	4	2	3	2	3	4	3	2	2	1	5	5	2
89	3	4	3	4	4	4	2	5	2	5	4	5	2	4	3	2
90	1	2	1	2	2	1	2	3	1	5	1	1	2	2	2	5
91	1	3	9	5	4	5	4	5	5	3	3	5	2	3	3	3
92	4	4	4	5	4	3	3	3	3	2	2	4	2	4	4	3
93	3	1	3	3	4	4	4	4	5	1	1	3	2	3	1	2
94	4	5	4	3	3	3	2	4	3	4	3	4	2	1	4	3
95	5	4	4	3	5	1	5	2	5	3	5	2	5	3	3	1
96	4	4	3	3	4	5	3	5	5	3	4	2	2	3	3	1
97	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	4	5	3	3	4	2
98	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	5	2
99	3	3	4	4	4	3	1	3	4	3	4	3	1	3	3	3
100	3	3	3	3	3	4	3	5	3	4	4	9	3	3	3	2

## **Anexo 6: Propuesta de valor**

Dada las circunstancias por las que nuestro país atraviesa, la pandemia del Covid-19 es importante reconocer que los trabajadores son el pilar fundamental de cualquier empresa y mucho más en momentos difíciles como el que estamos viviendo ahora mismo. Su implicación y labor llega a ser fundamental para que la empresa pueda enfrentarse a ella. Por eso, es importante hacer una clara apuesta por el talento para construir bases sólidas que puedan hacer frente, es por ello que nos enfocaremos en tener como objetivo la satisfacción y estabilidad emocional del trabajador en las instalaciones de la Empresa de Transportes Flores.

Esto se logrará en dos partes complementarias, la primera contratando un seguro médico para el trabajador, quienes mantendrán monitoreado al trabajador cada 15 días mediante pruebas sanguíneas, para lograr estabilidad emocional de trabajador, por otro lado, lograr seguridad y confianza que cuando este contraiga el virus Covid-19, la empresa mediante el plan de seguro de salud, se le otorgara todo lo necesario para el tratamiento del trabajador como medicina, inyecciones, y un seguimiento exhaustivo del proceso de recuperación. La segunda parte como bien se dijo complementara a la primera que consiste en capacitaciones de como el trabajador debe actuar en casos de contraer el virus, uso correcto de los implementos (desinfección de calzado, protector respiratorio, guantes, rejillas de cabello, lavado y desinfección de manos, distanciamiento social, etc.) y para ellos existirá un personal médico que realizara la verificación diaria del uso de los implementos de salud y protocolo de SISCOVID.

Todo esto conlleva a que el trabajador se sienta importante, satisfecho y comprometido con la empresa generando valor y un mayor rendimiento en sus actividades, en este caso dando una atención al cliente de calidad. Este será el punto clave para marcar la diferencia con respecto a la competencia, ya que el cliente al notar que está en una instalación donde protegen su salud y recibir una atención de calidad, hará que prefiera optar por consumir los servicios de la empresa Transportes Flores antes que a la competencia.