



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“EL CLIMA LABORAL Y EL SERVICIO AL CLIENTE DE LOS
TRABAJADORES DE LA EMPRESA FOVIPOL DISTRITO DEL RÍMAC,
AÑO 2016”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

CASTELLARES ALVARADO, LUCY DAYAN

ASESORA:

MG. RODRIGUEZ RODRIGUEZ, MARIBEL

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTION TALENTO HUMANO

LIMA-PERÚ

2016

PAGINA DEL JURADO



Dr. Dávila Arenaza, Víctor
Presidente



Dr. León Espinoza, Lessner Augusto
Secretario



Mg. Rodriguez Rodriguez, Maribel
Vocal

Dedicatoria:

El presente trabajo de investigación va dedicado a mis padres y mi hijo que son las personas que me impulsan para salir adelante.

Agradecimiento:

Al docente, compañeros y la empresa Fovipol ya que gracias a ellos se pudo llevar a cabo la realización del presente trabajo de investigación.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Lucy Dayan Castellares Alvarado con DNI N° 47621436, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 28 de noviembre del 2016


Lucy Dayan Castellares Alvarado

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

Pongo a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: “EL CLIMA LABORAL Y EL SERVICIO AL CLIENTE DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA FOVIPOL DISTRITO DEL RÍMAC, AÑO 2016”.

Con lo cual cumplo con lo exigido por las normas y reglamentos de la universidad y la Asamblea Nacional de Rectores para optar el grado de licenciado en administración de empresas.

La presente investigación tiene como finalidad determinar la relación entre el clima laboral y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol.

Es en este marco situacional que se presenta esta investigación, teniendo por objetivo determinar la relación entre el clima laboral y el servicio al cliente, con la finalidad de conocer cómo están asociadas estas variables y evidenciar la necesidad de trabajar en búsqueda de la mejora del servicio al cliente. Este trabajo será un referente para posteriores estudios similares.

Lucy Dayan Castellares Alvarado

ÍNDICE

CARÁTULA

PÁGINAS PRELIMINARES

Página del Jurado	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de autenticidad.....	iv
Presentación	v
Índice.....	vi
Índice de tablas	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN	1
Realidad Problemática	1
Trabajos previos.....	2
Teorías relacionadas.....	4
Problemática	9
Justificación.....	9
Objetivos	10
Hipótesis.....	11
METODO	12
Diseño de investigación	12
Tipos de estudio	12

VARIABLES	12
Operacionalización de variables	15
Población y Muestra	15
Técnica e instrumento de recolección de datos	16
Métodos de análisis de datos	17
Aspectos éticos	17
RESULTADOS	18
DISCUSIÓN	27
CONCLUSIONES	30
RECOMENDACIONES	31
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	32
ANEXOS	34

Índice de Tablas

Tabla 1	Matriz operacional.....	15
Tabla 2	Estadístico de fiabilidad.....	17
Tabla 3	El clima laboral y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016	18
Tabla 4	La motivación y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016	19
Tabla 5	La comunicación y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016	20
Tabla 6	El liderazgo y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016	21
Tabla 7	Prueba de Hipótesis General	22
Tabla 8	Prueba de Hipótesis específica 1	23
Tabla 9	Prueba de Hipótesis específica 2	24
Tabla 10	Prueba de Hipótesis específica 3	25

RESUMEN

Esta investigación fue elaborada con el objetivo de determinar la relación que existe entre el Clima Laboral y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol en el distrito del Rímac, para esto los colaboradores que me brindaron información está constituida por una muestra de 80 trabajadores, a los cuales se les pidió que resuelvan una encuesta para conocer como es la relación del clima laboral con el servicio al cliente. La investigación es de tipo hipotético-deductivo, presenta un diseño no experimental, transversal. Para la prueba de hipótesis y dado que las variables de estudio son de naturaleza ordinal. Finalmente los resultados obtenidos a través del análisis estadístico usando el programa SPSS fueron que existe relación significativa entre el clima laboral y el servicio al cliente de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Palabras Claves: Clima Laboral, Servicio al Cliente.

ABSTRACT

This research was elaborated with the objective of determining the relationship between the Labor Climate and the customer service of the employees of the Fovipol company in the district of Rímac, for which the collaborators who gave me information are constituted by a sample of 80 Workers, who were asked to resolve a survey to find out how the relationship between the work environment and customer service is. The research is hypothetico-deductive, presents a non-experimental, cross-sectional design. For the hypothesis test and since the study variables are ordinal in nature. Finally, the results obtained through the statistical analysis using the SPSS program were that there is a significant relationship between the work climate and the customer service of the Fovipol company Rimac district, 2016.

Keywords: Labor Climate, Customer Service.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática:

En el mercado actual se caracteriza por la alta competitividad y búsqueda en la excelencia de la calidad de los servicios que se ofrecen al cliente, también están presentes los factores motivacionales internos y externos que hacen que el trabajador tenga una actitud de satisfacción e insatisfacción, en la mayoría de las empresas se ve presión laboral debido a que no toman en cuenta el clima laboral como uno de los aspectos más importantes el cual se tiene que tomar en cuenta.

En la actualidad existen muchas instituciones financieras a lo largo del territorio nacional ya sean privada o pública en las cuales están en constante competencia entre ellos, siempre en la continua mejora de sus procesos en todos los niveles, cosa que es muy importante para el desarrollo empresarial de las empresas, así tengan mejor calidad de vida ,muchas personas, como también los efectivos de las fuerzas armadas y agentes de la policía nacional del Perú, como ya es de conocimiento ellos arriesgan sus vidas para mantener la paz y óptimo, por ello el estado ayuda a mejorar la calidad de vida de los efectivos de la fuerzas armada y la policía nacional del Perú.

El organismo especial de la Policía Nacional del Perú, encargado de administrar con calidad y calidez los recursos financieros destinados a reducir el déficit de vivienda o terreno propio para el personal PNP y familiares con derecho a solicitarlo. Cuya finalidad es facilitar a través de la promoción, financiamiento, adquisición, mejoramiento y construcción, el acceso a una vivienda al personal policial aportantes al Fondo de Vivienda Policial.

Organismo de la Policía el cual ha tenido dificultades en los últimos periodos, la causa por parte de los trabajadores está relacionado al ambiente laboral que tiene la empresa en estos momentos, es por ello

que es muy importante diagnosticar el clima laboral y la relación que existe con el servicio al cliente.

En Fovipol tener un ambiente tenso no permite realizar sus labores eficazmente, ya que la presión disminuye la productividad de los trabajadores, Fovipol el cual ofrece cuatro tipos de modalidades de préstamos las cuales son: modalidad de construcción o remodelación de vivienda, modalidad por compra de hipoteca, modalidad por bien a futuro, modalidad compra a terceros o persona natural, aun así con las diferentes modalidades los usuarios no están satisfechos.

1.2. Trabajos previos

Nacionales

Pelaes (2010), realizó su tesis titulada: “Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónicos”, para optar el título de Doctor en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. El trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar los niveles de satisfacción de los clientes, en forma que vaya mejorando el clima organizacional de la empresa telefónica. Por ello se utiliza la recopilación de datos a través de encuestas tipo Likert. Se obtuvo como resultado que existe relación directa con el clima organizacional y el servicio al cliente.

Clemente (2009), elaboro su tesis titulada: “Mejora en el nivel de atención a los clientes de una entidad bancaria”, para optar el título de Ingeniero Industrial de la Pontificia Universidad Católica del Perú. En el objetivo de la investigación explica que al realizar mejoras en la busca de la disminución del tiempo de espera aumenta su nivel de satisfacción. Por ello empleo la técnica de recolección de datos de información. La que al finalizar tuvo como conclusión que el modelo se ajusta a la situación actual de la entidad financiera, utilizando propuestas viables según la necesidad de la demanda de atención.

Herrera (2011), realizo su tesis titulada: “Calidad del servicio en la empresa de transporte-Caso empresa de transportes Flores Hnos.-Lima”, para optar el título de Licenciado Administrativo en la Universidad Cesar Vallejo. En el objetivo de la presente investigación explica el nivel de calidad del servicio que brindan las empresas de transporte terrestre. La que al finalizar tuvo como conclusión que la calidad de servicio en la empresa tiene puntos débiles ya que fueron catalogados como regular dos factores importantes, la comodidad y la atención.

Internacionales

Evia (2001), elaboro su tesis científica titulada: “Influencia del clima organizacional en el servicio al cliente. Caso: empresa Pasticel”, para optar por el título de licenciado en Ciencias empresariales de la Universidad Tecnológica de la Mixteca Oaxaca-México. El autor del presente trabajo propone determinar la influencia del clima organizacional y el servicio al cliente. La metodología empleada es a través de recopilación de datos por incidencia en la alta rotación del personal el cual afecta el servicio de atención y por lo cual llega a la siguiente conclusión que la hipótesis de la investigación confirma que hay correlación entre ambas variables, lo cual sugiere garantizar un beneficio mutuo entre la empresa y trabajadores.

Polo (2009), elaboro su tesis científica titulada: “Diseño de una propuesta estratégica para mejorar la percepción final del consumidor a través de la motivación del personal en las empresas de servicios públicos domiciliarios”, tesis para Maestría en Administración de la Universidad Nacional de Colombia. Lo que el autor plantea es hallar una estrategia la cual sea capaz de mejorar la motivación de los trabajadores en la empresa. Por ello llega a la conclusión que teniendo en cuenta la competitividad que hoy existe en las empresas, se debe fomentar la motivación hacia los empleados para optimizar la productividad.

Gavilanes y Ortiz (2009), realizo su tesis titulada: “Estudio de la satisfacción en la calidad del servicio para medir la relación que existe entre el cliente interno y externo de la dirección provincial de Guayas del instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)”, tesis para grado de Ingeniero en escuela Superior Politécnica del Litoral. En la presente investigación busca encontrar el grado de correlación entre la satisfacción de los clientes y el cliente externo e interno. También busca medir saber el grado de capacitación que tiene en la empresa y busca ofrecer los servicios con calidad y calidez en su atención, por lo tanto se concluyó que la investigación es muy importante porque permite dar a conocer la correlación que tiene el colaborador con el cliente para luego conocer que tan satisfechos se sintieron los clientes respecto a la calidad de servicio que percibieron.

1.3. Teorías Relacionadas

Clima Laboral

Existe varias teorías acerca del clima laboral con diversos tipos de aproximaciones, aunque ninguna de ellas se presenta como definitiva ya que es necesario analizar cada empresa de manera individual dependiendo del tipo de diagnóstico que se quiere realizar.

Robbins y Judge (2013), refieren que: el clima laboral en las organizaciones es medido según el comportamiento de sus trabajadores, este estará en función al grado de motivación, comunicación y liderazgo que perciban. (p.10).

Likert, citado por Kotler (2001), refiere que: el grado del clima laboral que alcanza una empresa está determinado por tres factores, el primero tiene que ver con la cultura organizacional y el objetivo de la empresa, el segundo factor nos habla de nivel de motivación que la compañía pueda ejercer en sus trabajadores y por último el resultado de estas dos primeras determinara el nivel de productividad que alcance la empresa.

Según Brunet (2009), afirma que: el clima laboral es la percepción que las personas tienen del ambiente en él se encuentran, y de qué manera influye en la satisfacción de las personas.

Fundamentación Científica

Clima Laboral

Existen varias teorías acerca del clima laboral con diversos tipos de aproximaciones, aunque ninguna de ellas se presenta como la definitiva ya que es necesario analizar cada empresa de manera individual dependiendo del tipo de diagnóstico que se quiere realizar.

Robbins y Judge (2013), mencionan: “el clima organizacional se ocupa del estudio de lo que hacen las personas y de cómo su comportamiento afecta el desempeño de esta” (p.10).

En esta cita Robbins y Judge refiere a que el clima laboral en las organizaciones es medido según el comportamiento de sus trabajadores, este, estará en función al grado de motivación, comunicación y liderazgo que perciban.

Likert, Citado por Kotler (2011), establece que:

...El clima laboral del personal dependerá de cómo lo perciban de sus superiores o líderes, hacia la empresa u organización, la cual se organiza o construye a través de tres tipos de variables o dimensiones: causales, intermedias y finales. Las variables causales son aquellas que indican la forma como la empresa se orienta y evoluciona en la búsqueda de resultados. La variable intermedia, criterios para la toma de decisiones y el rendimiento, es decir sus procesos internos. Las variables finales es el resultado entre las dos primeras variables y se traducen en productividad ganancias o pérdidas. (p.63).

En esta cita Likert refiere a que el grado de clima laboral que alcanza una empresa está determinado por tres factores, el primero tiene que ver

con la cultura organizacional y el objetivo de la empresa, el segundo factor no habla de nivel de motivación que la compañía pueda ejercer en sus trabajadores y por último el resultado de estas dos primeras determinara el nivel de productividad que alcance la empresa.

Según Brunet (2009), podemos citar la Escuela Gestalt, esta menciona que:

...Las personas humanas definen un tipo de comportamiento la percepción del ambiente que los rodea tal como está. La escuela Funcionalista define que el ambiente de trabajo influye en la satisfacción de las personas por lo tanto también en su productividad, indica también que el clima laboral se centra en la personalidad, experiencia de los individuos con el ambiente que los rodea. (p.193).

En esta cita Brunet refiere a que el clima laboral es la percepción que las personas tienen del ambiente en él se encuentran, y de qué manera influye en la satisfacción de las personas.

Servicio al Cliente

Deulofeu (2012), refiere el servicio al cliente el cual se basa en: “la calidad con la que una empresa es juzgada y que de alguna manera definida y exigida por el propio cliente, en tal sentido las empresas deben orientarse hacia el cliente, adaptándose a sus necesidades y exigencias” (p.48).

Lovelock y Wirtz (2009), sostiene la importancia de:enfocarse cuidadosamente en el servicio al cliente a través de un adecuado sistema de administración de relaciones con el cliente (ARC), esto permite a las empresas entender a sus clientes y personalizar sus servicios, sus ventas complementarias y sus esfuerzos de retención. (p.358).

Johnson (2009), afirma que: el servicio al cliente y la satisfacción trata de satisfacer al cliente, para esto sostiene que lealtad viene a ser el elemento clave, por su naturaleza una teoría eminentemente práctica. Sin control básico de servicio al cliente una empresa no podría subsistir en el tiempo, pocos querrán hacer negocio con empresas las cuales se preocupan poco por las necesidades y deseos de sus clientes.

Elementos del Servicio al Cliente

Deulofeu (2012), define:

[...] Calidad de servicio, el cliente se convierte en el juez de la calidad en el servicio determinado el nivel de exigencia del mismo. El cliente buscara el servicio basándose en las siguientes dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, profesionalidad, cortesía, credibilidad, seguridad, accesibilidad, comunicación y comprensión. (p.48).

En esta cita Deulofeu refiere al cliente como dictaminador del servicio en base a percepción tanto de las personas como del ambiente en la medida que se incremente el nivel de servicio el cliente será cada vez más exigente.

Kotler (2011), sostiene el nivel de satisfacción como:

[...] Función de la congruencia entre las expectativas del comprador y el desempeño percibido. Si el desempeño no cumple con las expectativas del consumidor, el cliente quedara decepcionado, si cumple con las expectativas quedara satisfecho, si excede las expectativas el cliente quedara encantado, estos sentimientos son importantes para determinar si el cliente retornara nuevamente y hablara de manera favorable o desfavorable con otros. (p.182).

En esta cita Kotler refiere a que las necesidades y deseos de los consumidores serán juzgados según el nivel de percibido, este

sentimiento es muy importante para las empresa ya que es la clave para mantener o crear clientes reales.

Deulofeu (2012), Refiere a la calidad como:

[...] mejora continua, apreciación basada en la estrategia japonesa Kaizen, esta mejora está dirigida a la satisfacción de la calidad, el costo, la programación, el desarrollo del potencial humano y de los nuevos productos y todas estas actividades estas dirigidas a su vez a la satisfacción del cliente. (p.32).

En esta cita Deulofeu refiere a que la calidad en su amplia expresión busca mejorar continuamente ya que los consumidores exigirán cada vez mejor atención , servicio, producto, educación, trato, seguridad, ambiente, el resultado de esto derivara en la fidelización del cliente.

Kotler (2011), define percepción como:

[...] Proceso mediante el cual un individuo, selecciona, organiza e interpreta la información que recibe para formar una imagen inteligente, la percepción no solo depende de los estímulos físicos sino también de la relación de los estímulos y del ambiente que lo rodea. (p173).

En esta cita Kotler refiere a que la creación de percepción de los individuos se forma en base al conjunto de estímulos y el ambiente en el que se encuentra esta información tendrá una interpretación positiva o negativa según su criterio.

Robbins (2013), define percepción como: “proceso mediante el cual los individuos se tiene en base a cómo interpreta las impresiones de sus sentidos con la finalidad de dar significado a su entorno, sin embargo lo que uno percibe llega a ser muy diferente de la realidad objetiva” (p.166).

En esta cita Robbins refiere a que la formación de la percepción de los individuos se tiene en base a cómo interpreta el entorno para darle un

significado a sus sentidos, ero el mismo dista de ser el enfoque real y objetivo.

1.4. Problemática

Problema General

¿Qué relación existe entre el clima laboral y el servicio al cliente de los trabajadores en la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016?

Problemas Específicos

¿Qué relación existe entre la motivación y el servicio al cliente de los trabajadores en la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016?

¿Qué relación existe entre la comunicación y el servicio al cliente de los trabajadores en la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016?

¿Qué relación existe entre el liderazgo y el servicio al cliente de los trabajadores en la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016?

1.5. Justificación

Para la presente investigación se ha determinado tres tipos:

Teórica, el conocimiento teórico se basó en la utilización de conocimientos y teorías que sustentan las definiciones de calidad de servicio y atención al cliente. Para lograr identificar las coincidencias entre las teorías relacionadas al tema con los resultados y lograr, medir su relación entre el clima laboral y el servicio al cliente.

Metodológica, para lograr los objetivos del estudio, se ha elaborado un instrumento de medición. Este instrumento antes de su aplicación ha sido filtrado por el juicio de tres expertos y luego tamizados mediante la confiabilidad y la validez.

Práctico, los resultados de la investigación permitirán al jefe del área de counter y por ende a la organización, establecer las medidas necesarias para mejorar los niveles de comunicación con los módulos, mejorar el ambiente de trabajo y convertir sus debilidades en fortalezas, aprovechando las oportunidades y disminuyendo las posibles amenazas. En la actualidad uno de los sectores con mayor inversión en el Perú es el retail, estos negocios son juzgados por lo general por la calidad de servicio que ofrecen afectando directamente en el volumen de demanda y nivel de aceptación de sus clientes. La calidad en el servicio constituye una parte importante en la búsqueda de la satisfacción de los consumidores y hoy en día, las empresas retail deben preocuparse por tener muy bien capacitados a su personal cuan necesario es mejorar el clima laboral de los counter de la empresa Fovipol y a su vez conocer como esto repercute en la calidad del servicio al cliente.

1.6. Objetivos

Objetivo General

Determinar la relación entre el clima laboral y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Objetivos Específicos

Determinar la relación entre la motivación y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Determinar la relación entre la comunicación y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Determinar la relación entre el liderazgo y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

1.7. Hipótesis

Hipótesis General

Existe relación significativa entre el clima laboral y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Hipótesis Específicas

Existe relación significativa entre la motivación y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Existe relación significativa entre la comunicación y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Existe relación significativa entre el liderazgo y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

II. Método

2.1 Metodología

Se realizó una investigación de tipo hipotético, con un enfoque cuantitativo, en donde se parte se duce afirmación, con el fin de recoger datos y analizarlos.

2.2 Diseño de investigación

El trabajo realizado se realiza a través de un diseño de investigación no experimental- transversal, esto se da en base a que no se manipularon los datos y estos se dan en un soto tiempo, esto quiere decir se hace la recolección de datos una vez para el procesamiento de la misma.

2.3 Tipo de estudio

El tipo de estudio que se emplea en esta presente investigación es aplicado debido a que se utilizan una serie de métodos de investigación científica con el fin de dar soluciones a los supuestos problemas que se proponen y según a ello realizar propuesta de soluciones y recomendaciones.

2.4 Variables

2.4.1 Variable 1: Clima Laboral

Robbins y Judge (2013), refieren que: el clima laboral en las organizaciones es medido según el comportamiento de sus trabajadores, este estará en función al grado de motivación, comunicación y liderazgo que perciban. (p.10).

2.4.2 Dimensiones del Clima laboral

Robbins y Judge (2013), refiere que: la motivación se mide según la intensidad con la que una persona realice sus actividades pero siempre en la dirección correcta que la empresa requiere, consta de tres elementos fundamentales que influyen directamente en el clima laboral y los mismos son intrínsecos y extrínsecos. (p.202).

Martínez (2009), refiere a que los elementos del clima laboral son los diversos factores que interactúan entre jefes y colaboradores, la percepción que se tenga del ambiente de trabajo motivara al recurso humano a desarrollar sus funciones positiva o negativamente según sea el caso, por ende es clave en las organizaciones mantener un clima agradable y flexible, esto tendrá un impacto positivo en su rentabilidad.

Covey, citado por Kotler (2011), refiere la importancia que tiene la comunicación en las organizaciones, diferentes tipos de comunicación impactan de manera distinta en las organizaciones, la comunicación clara y asertiva desarrollara sinergias en las empresas de tal forma de que todos trabajaran interconectados haciendo el trabajo más eficiente y eficaz, por el contrario un comunicación defensiva busca defender acciones sin sustento. (p.85).

2.4.3 Indicadores del Clima Laboral

Ambiente de trabajo: Son todas las circunstancias que inciden en la actividad dentro de la empresa.

Incentivos: Es un estímulo que ofrece la empresa para incrementar la productividad y mejorar el rendimiento.

Trato entre áreas: Es la relación que existe entre compañeros de diferentes áreas dentro de la empresa.

Información: Proporcionar la correcta información al cliente sobre lo que solicito.

Actitud: Es la que el personal adquiere conforme se desarrolle a la motivación ambiental (ambiente de trabajo).

Funciones: Es la actividad propia de cada trabajador.

2.5 Variable 2: Servicio al cliente

Deulofeu (2012), refiere el servicio al cliente el cual se basa en: “la calidad con la que una empresa es juzgada y que de alguna manera definida y exigida por el propio cliente, en tal sentido las empresas deben orientarse hacia el cliente, adaptándose a sus necesidades y exigencias” (p.48).

2.5.1 Dimensiones del Servicio al cliente

Kotler (2011), refiere: a que las necesidades y deseos de los consumidores serán juzgados según el nivel percibido, este sentimiento es muy importante para las empresas ya que es la clave para mantener o crear clientes reales. (p.182).

Deulofeu (2012), Refiere a la calidad como: mejora continua, apreciación basada en la estrategia japonesa Kaizen, esta mejora está dirigida a la satisfacción de la calidad, el costo, la programación, el desarrollo del potencial humano y de los nuevos productos y todas estas actividades estas dirigidas a su vez a la satisfacción del cliente. (p.32).

2.5.2 Indicadores del Servicio al cliente

Percepción: La primera impresión que causamos al cliente.

Capacitaciones: La empresa organiza un plan para lograr que los trabajadores adquieras destreza, conocimientos para desarrollar sus labores.

Confianza: Es la percepción de las personas temporalmente, fomenta las relaciones humanas y el ambiente laboral.

2.6 Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICION
VARIABLE 1: CLIMA LABORAL	Rojas (2010), define el clima laboral institucional es la percepción o interpretación que los colaboradores, los clientes internos y externos tienen de las estructuras y procesos que ocurren en la realidad interna, de aspectos del ambiente y del trabajo en una institución" (p.10).	El clima laboral es un fenómeno que mide el ambiente de trabajo que se traduce en la satisfacción de los clientes.	Motivación	Ambiente de trabajo	P1-P4	Ordinal
				Incentivos		
				Trato con el jefe		
			Comunicación	Trato entre áreas	P5-P9	
				Asertividad		
				Información		
			Liderazgo	Actitud	P10-P12	
				Trabajo en equipo		
				Funciones		
VARIABLE 2: SERVICIO AL CLIENTE	Serna (2006), conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. (p.10).	Para el presente estudio se medirán los elementos que contemplan el servicio al cliente.	Nivel de satisfacción	Percepción	P13-P16	
				Capacitaciones		
				Tiempo de espera		
				Servicio		
			Calidad de servicio	Seguridad	P17-P20	
				Calidad		
				Confianza		

2.7 Población y muestra

2.7.1 Población

La población total está conformada por 100 trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

2.7.2 Muestra

La muestra de la presente investigación, se determinó estadísticamente a través de la siguiente fórmula:

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

Dónde:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(1 - 0.5)100}{(0.05)^2(100 - 1) + (1.96)^2(0.5)(1 - 0.5)}$$

$$n = 79.5$$

$$n = 80$$

La muestra está conformada por 80 trabajadores de la empresa Fovipol en el distrito del Rímac en el año 2016.

En la técnica del muestreo utilizamos el aleatoria simple, donde la muestra tiene la misma probabilidad de ser seleccionada.

2.8 Técnica e instrumento de recolección de datos

2.8.1 Técnica de recolección de datos

Encuesta:

Se llevó a cabo de manera personal a los colaboradores de la empresa Fovipol, distrito del Rímac con la finalidad de conocer sus opiniones acerca de la empresa.

2.8.2 Instrumento de recolección de datos

Cuestionario:

En la presente investigación en la parte de recolección de datos se aplicaron encuestas tabuladas con la escala de Likert, para evaluar las variables de investigación. Por lo tanto, se utilizó para esta investigación un cuestionario que consta de 20 preguntas.

2.9 Validez y confiabilidad del instrumento

2.9.1 Validez del instrumento

La validación fue realizada a través del Juicio de Expertos, quienes evaluaron el contenido de las preguntas, con las siguientes pautas de consistencia, coherencia y claridad; brindando sus aportes para mejorar el instrumento y usarlas en nuestra investigación. Con lo cual los expertos determinaron que es aplicable.

2.9.2 Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad se obtuvo aplicando el Alfa de Cronbach en el cual se obtuvo el siguiente resultado.

Tabla2: Estadístico de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,905	20

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De acuerdo a los resultados, el Alfa de Cronbach es 0,905 respecto a las variables clima laboral y servicio al cliente.

2.10 Métodos de análisis de datos

En esta investigación se presenta el análisis descriptivo inferencial, donde presentare tablas, gráficos y frecuencias para saber la relación que existe entre las variables de estudio, se realizó la contrastación de hipótesis la cual se hará con la prueba de Spearman. La información que se obtuvo se procesara en el programa SPSS.

2.11 Aspectos Éticos

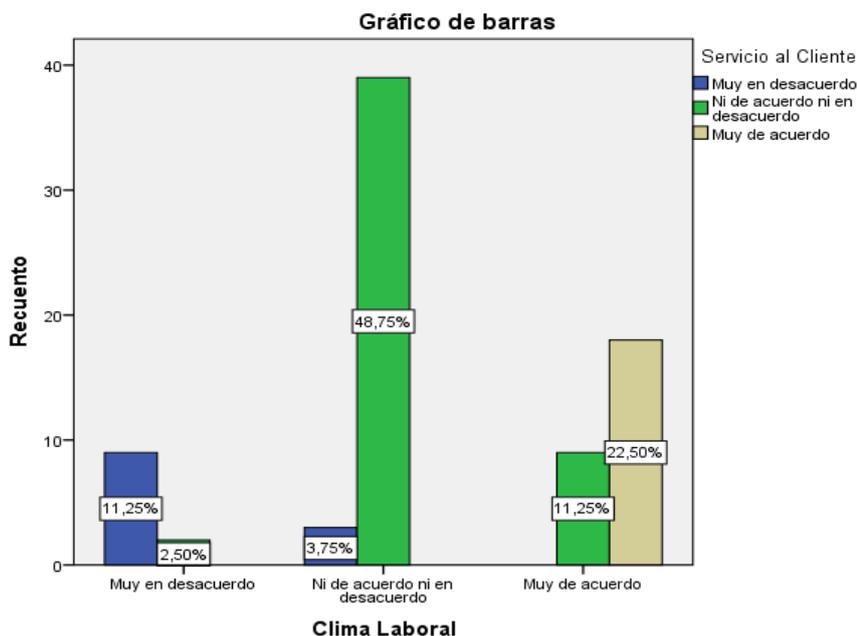
En la presente investigación se tuvo en cuenta el marco legal de opinión de los investigadores, así como los principios éticos tanto en la teoría como en la metodológica; se respetó las normas establecidas en los códigos de investigación científica y las leyes normales legales, la veracidad de los resultados, el respeto por la propiedad intelectual, las convicciones políticas, religiosas, jurídicas y éticas, el respeto por la propiedad privada y la identidad de los individuos participantes en el estudio.

III. Resultados

Tabla 3: El clima laboral y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Clima Laboral		Servicio al Cliente			Total
		Muy en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Muy de acuerdo	
Muy en desacuerdo	Recuento	9	2	0	11
	% del total	11,3%	2,5%	0,0%	13,8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	3	39	0	42
	% del total	3,8%	48,8%	0,0%	52,5%
Muy de acuerdo	Recuento	0	9	18	27
	% del total	0,0%	11,3%	22,5%	33,8%
Total	Recuento	12	50	18	80
	% del total	15,0%	62,5%	22,5%	100,0%

Fuente: Elaboracion Propia.



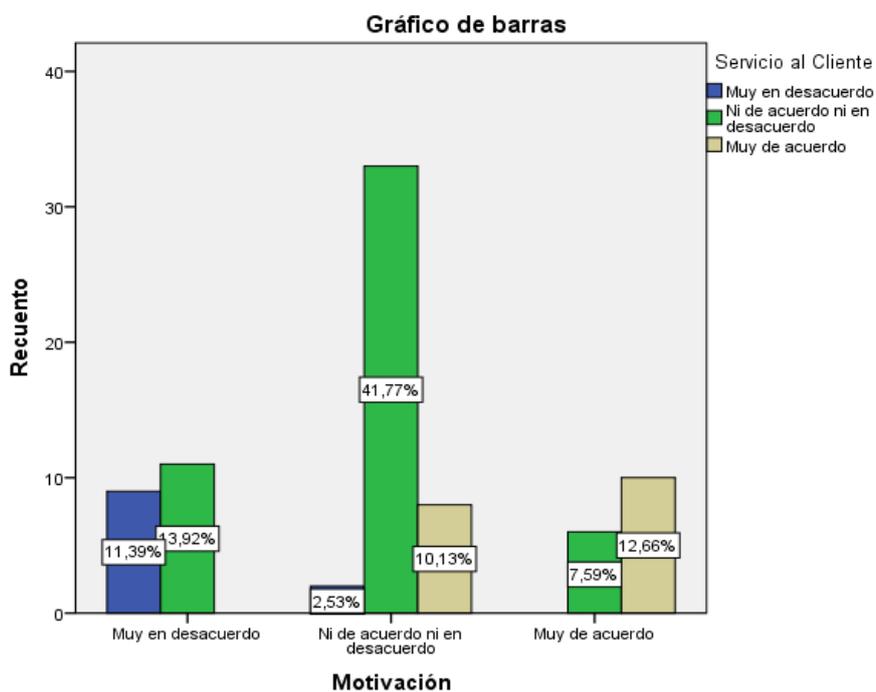
Interpretación:

De acuerdo a la tabla 3: se observa que el 22,05% de los trabajadores se considera Muy de acuerdo respecto al Clima Laboral y el Servicio al Cliente; un 48.8% se considera Ni de acuerdo ni en desacuerdo; y un 11,3% está muy en desacuerdo.

Tabla 4: La motivación y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Motivación		Servicio al Cliente			Total
		Muy en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Muy de acuerdo	
Muy en desacuerdo	Recuento	9	11	0	20
	% del total	11,4%	13,9%	0,0%	25,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	2	33	8	43
	% del total	2,5%	41,8%	10,1%	54,4%
Muy de acuerdo	Recuento	0	6	10	16
	% del total	0,0%	7,6%	12	20,3%
Total	Recuento	11	50	18	79
	% del total	13,9%	63,3%	22,8%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.



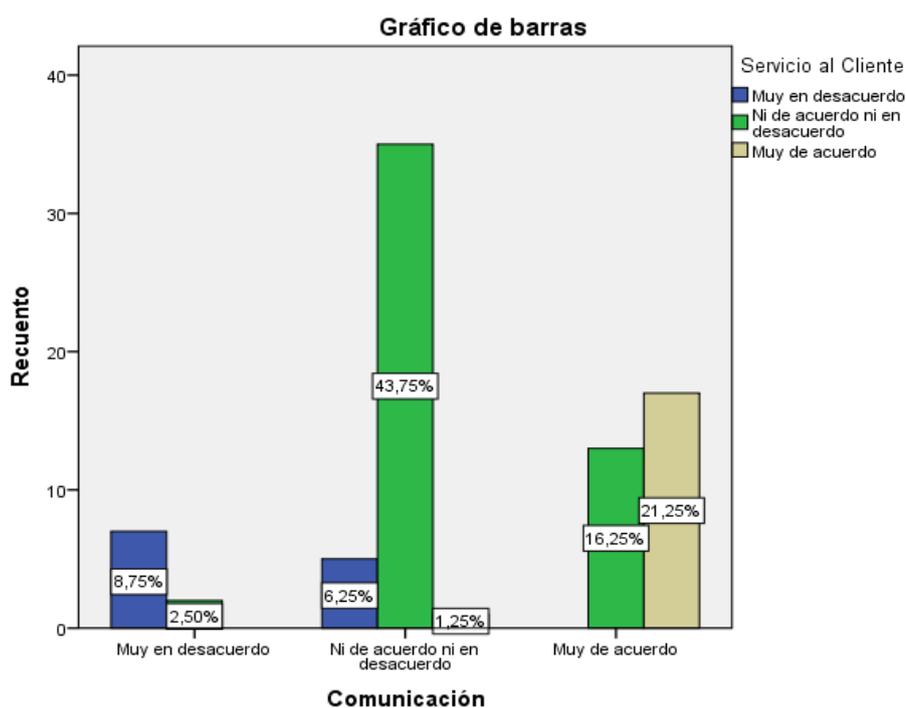
Interpretación:

De acuerdo a la tabla 4: se observa que el 12,0% de los trabajadores se considera Muy de acuerdo respecto la Motivación y el Servicio al cliente; un 41,8% se considera Ni de acuerdo ni en desacuerdo; y un 11,4% está muy en desacuerdo.

Tabla 5: La comunicación y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Comunicación		Servicio al Cliente			Total
		Muy en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Muy de acuerdo	
Muy en desacuerdo	Recuento	7	2	0	9
	% del total	8,8%	2,5%	0,0%	11,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	5	35	1	41
	% del total	6,3%	43,8%	1,3%	51,3%
Muy de acuerdo	Recuento	0	13	17	30
	% del total	0,0%	16,3%	22,5%	37,5%
Total	Recuento	12	50	18	80
	% del total	15,0%	62,5%	22,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.



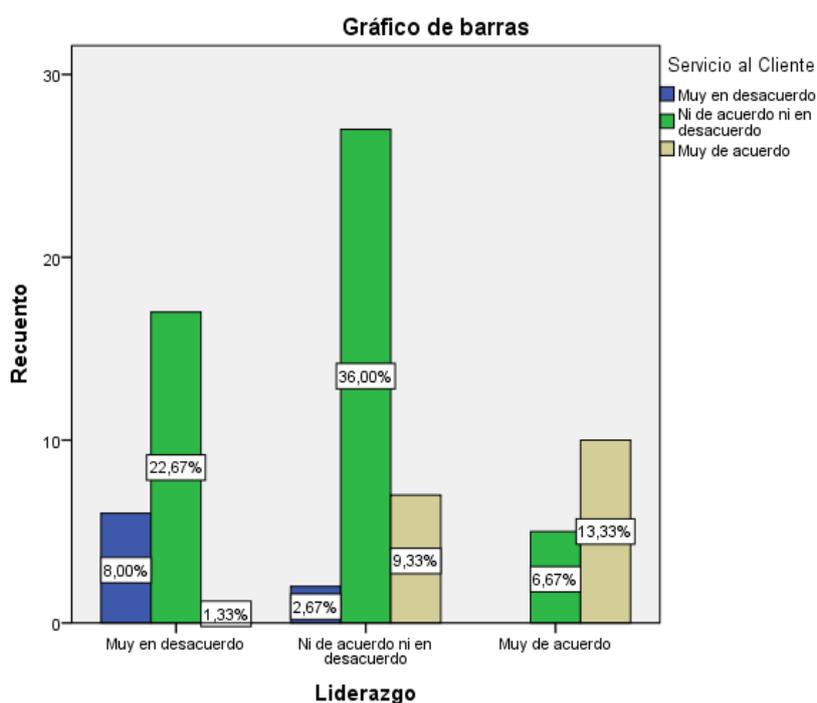
Interpretación:

De acuerdo a la tabla 5: se observa que el 21.3% de los trabajadores se considera muy de acuerdo la motivación y el servicio al cliente; un 43.8% se considera ni de acuerdo ni en desacuerdo; y un 8.8% está muy en desacuerdo.

Tabla 6: El liderazgo y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Liderazgo		Servicio al Cliente			Total
		Muy en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Muy de acuerdo	
Muy en desacuerdo	Recuento	6	17	1	24
	% del total	8,0%	22,7%	1,3%	32,0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	2	27	7	36
	% del total	2,7%	36,0%	9,3%	48,0%
Muy de acuerdo	Recuento	0	5	10	15
	% del total	0,0%	6,7%	13,3'	20,0%
Total	Recuento	8	49	18	75
	% del total	10,7%	65,3%	24,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.



Interpretación:

De acuerdo a la tabla 6: se observa que el 13.3% de los trabajadores se considera muy de acuerdo respecto al liderazgo y el servicio al cliente; un 36.0% se considera ni de acuerdo ni en desacuerdo; y un 8,0% está muy en desacuerdo

3.1 Prueba de Hipótesis-Contrastación

Escala de interpretación para la correlación de spearman

Correlación	Interpretación
-1.00	Correlación negativa perfecta
-0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	Correlación negativa considerable
-0.50	Correlación negativa media
-0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación alguna entre las variables
+0.10	Correlación positiva débil
+0.50	Correlación positiva media
+0.75	Correlación positiva considerable
+0.90	Correlación positiva muy fuerte
+1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2006)

Contrastación de Hipótesis General

H_0 : No existe relación significativa entre el clima laboral y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

H_1 : Existe relación significativa entre el clima laboral y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Nivel de significancia: $\alpha=0.05$

Tabla 7: Prueba de Hipótesis General

		Correlaciones		
		Estadísticos	Clima Laboral	Servicio al Cliente
Rho de Spearman	Clima Laboral	Coeficiente de correlación	1.000	.913**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	80	80
	Servicio al Cliente	Coeficiente de correlación	.913**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	80	80

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

Fuente Elaboración propia.

Decisión y Conclusión:

Se observa que la Sig. Bilateral es 0.00 la cual es menor a 0.05. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Además, también se aprecia un coeficiente de correlación de 0.913 lo cual indica que ambas variables poseen una fuerza de correlación positiva muy fuerte. En efecto, se puede afirmar que el clima laboral se relaciona significativamente con el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Contrastación de Hipótesis Especifica 1

H_0 : No existe relación significativa entre la motivación y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

H_1 : Existe relación significativa entre la motivación y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Nivel de significancia: $\alpha=0.05$

Tabla 8: Prueba de Hipótesis Específica 1

Correlaciones				
			Servicio al	
			Cliente	Motivación
Rho de Spearman	Servicio al Cliente	Coeficiente de correlación	1.000	.813**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	80	80
	Motivación	Coeficiente de correlación	.813**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	80	80

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

Fuente: Elaboración propia.

Decisión y Conclusión:

Se observa que la Sig. Bilateral es 0.00 la cual es menor a 0.05. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna. Además, también se aprecia un coeficiente de correlación de 0.813 lo cual indica que ambas variables poseen fuerza de correlación positiva considerable. En efecto, se puede afirmar que la motivación se relaciona significativamente con el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Contrastación de Hipótesis Específica 2

H_0 : No existe relación significativa entre la comunicación y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

H_1 : Existe relación significativa entre la comunicación y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Nivel de significancia: $\alpha=0.05$

Tabla 9: Prueba de Hipótesis Específica 2

Correlaciones				
			Servicio al	
			Cliente	Comunicación
Rho de Spearman	Servicio al Cliente	Coeficiente de correlación	1.000	.898**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	80	80
	Comunicación	Coeficiente de correlación	.898**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	80	80

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

Fuente: Elaboración propia.

Decisión y Conclusión:

Se observa que la Sig. Bilateral es 0.00 la cual es menor a 0.05. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Además, también se aprecia un coeficiente de correlación de 0.898 lo cual indica que ambas variables poseen una fuerza de correlación positiva considerable. En efecto, se puede afirmar que la comunicación se relaciona significativamente con el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Contrastación de Hipótesis Específica 3

H_0 : No existe relación significativa entre el liderazgo y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

H_1 : Existe relación significativa entre el liderazgo y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Nivel de significancia: $\alpha=0.05$

Tabla 10: Prueba de Hipótesis Específica 3

Correlaciones				
			Servicio al	
			Cliente	Liderazgo
Rho de Spearman	Servicio al Cliente	Coeficiente de correlación	1.000	.758**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	80	80
	Liderazgo	Coeficiente de correlación	.758**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	80	80

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

Fuente: Elaboración propia.

Decisión y Conclusión:

Se observa que la Sig. Bilateral es 0.00 la cual es menor a 0.05. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Además, también se aprecia un coeficiente de correlación positiva considerable. En efecto, se puede afirmar que el liderazgo se relaciona significativamente con el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

IV. Discusión

4.1 El objetivo general de la investigación fue determinar la relación entre el clima laboral y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016. Al respecto de acuerdo a los resultados de la investigación realizada se ha determinado que el clima laboral se relaciona significativamente con el servicio al cliente, en el cual podemos apreciar que existe una correlación de 0.913 lo cual indica que ambas variables poseen una fuerza de correlación positiva considerable. En efecto, se puede afirmar que el clima laboral se relaciona significativamente con el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016. Así mismo los resultados de la tesis de Peláez, O. (2010) “Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónicos”, para el recojo de datos se aplicó una encuesta a 200 empleados de la empresa telefónica del Perú. La hipótesis principal señalaba que existía relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en el sentido que al mejorar el clima organizacional se incrementa la satisfacción del cliente. Se concluyó que hay relación entre las dos variables, es decir el clima organizacional se relaciona con la satisfacción del cliente.

4.2 Referente al primer objetivo específico planteando en la investigación es determinar la relación entre la motivación y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016. De acuerdo al resultado de la investigación realizada se ha analizado la relación que existe entre la dimensión motivación y la variable servicio al cliente. En el cual podemos apreciar que existe una correlación de 0.813 lo cual indica que ambas variables poseen una fuerza de correlación positiva considerable. En efecto, se puede afirmar que la motivación se relaciona significativamente con el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Robbins y Judge (2013), sostiene motivación como “Procesos que inciden en la intensidad, que realiza una persona para alcanzar un objetivo. Existen tres elementos fundamentales en definición: Intensidad, Dirección y Persistencia. La intensidad se refiere a la cantidad de esfuerzo que hace alguien siempre y

cuando se oriente en la Dirección que beneficie a la empresa, y por último la Persistencia se refiere a cuánto tiempo la persona será capaz de mantener sus esfuerzos. (p.202).

4.3 Referente al segundo objetivo específico planteado en la investigación es determinar la relación que existe entre la comunicación y el servicio al cliente de trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016. De acuerdo al resultado de la investigación realizada se ha analizado la relación que existe entre la dimensión comunicación y la variable servicio al cliente. En la cual podemos apreciar que existe una correlación de 0.898 lo cual indica que ambas variables poseen una fuerza de correlación positiva considerable. En efecto, se puede afirmar que la comunicación se relaciona significativamente con el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Así mismo Covey, citado por Kotler (2011), define la comunicación como: “elemento clave para lograr un buen clima organizacional y además puede incidir en el logro de los objetivos propuesto por la empresa, señala la existencia de una correlación entre la confianza y la cooperación para caracterizar los niveles de comunicación. Define también diferentes tipos de comunicación citando entre ellas a la comunicación defensiva la cual se caracteriza por la baja confianza y la baja cooperación entre las personas, en ella hay una actitud auto protectora y a la huida en caso que las cosas salgan mal. La comunicación respetuosa, es propia de personas maduras, se respetan entre sí pero quieren evitar posibilidad de confrontaciones desagradables, de modo que se comunican con diplomacia, aunque no con empatía. Cuando hay alta cooperación, se logra la sinergia en el grupo gracias a la comunicación efectiva y se estimula la creatividad”. (p.85).

4.4 Referente al tercer objetivo específico planteada en la investigación es determinar la relación existe entre el liderazgo y el servicio al cliente de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016. De acuerdo al resultado de la investigación realizada se ha analizado se ha analizado la relación que existe entre la dimensión liderazgo y la variable servicio al cliente. En el cual podemos apreciar que existe una correlación de 0.758 lo cual indica que ambas variables

poseen una fuerza de correlación positiva considerable. En efecto, se puede afirmar que el liderazgo se relaciona significativamente con el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

Para Martínez (2009), define el liderazgo como: “El tipo de relación que existe entre jefes y subordinados y el impacto de la misma en el ambiente laboral, y por lo tanto, en la productividad de la empresa. Dentro de los muchos enfoques que la teoría administrativa ha desarrollado al respecto, se sabe que lo mejor es contar con un liderazgo flexible y adaptable. Es decir, el líder deberá tener una amplia gama de actitudes ante las diferentes circunstancias; a veces se deberá ser fuerte a veces comprensivo.

V. Conclusión

5.1. Con referencia al objetivo general: El clima laboral se relaciona significativamente con el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

5.2. Con referencia al objetivo específico 1: La motivación se relaciona significativamente con el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

5.3. Con referencia al objetivo específico 2: La comunicación se relaciona significativamente con el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

5.4. Con referencia al objetivo específico 3: El liderazgo se relaciona significativamente con el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016.

VI. Recomendaciones

6.1. Se recomienda fomentar el buen clima laboral entre los trabajadores y aplicar estrategias innovadoras de servicio al cliente.

6.2. Se recomienda la implementación de cursos de capacitación en cuanto el servicio al cliente, para mejorar la relación trabajador-cliente, presentando modelos de atención que se adapten a cada tipo de cliente.

6.3. Se sugiere que se implemente un renovado flujo de atención, es decir un proceso ordenado que ayude tanto al cliente como al trabajador a obtener y brindar respectivamente una atención adecuada dentro de un tiempo prudente.

6.4. Mantener una comunicación asertiva, hoy en día es clave en cuanto al trabajador con el cliente, de igual manera es muy importante transmitir la información clara y directa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Bogotá Editorial: Pearson Educación.
- Brunet, L. (2009). *El clima de trabajo en las Organizaciones, definición diagnóstico y consecuencia*. México: Editorial Trillo.
- Deulofeu, J. (2012). *Gestión de calidad total en el Retail*. España: Ediciones Pirámide
- Kotler, P. (2011). *Dirección de Marketing México*- Pearson Educación
- Lovelock, C. y Wirtz, J. (2009). *Marketing de Servicios* (6°. Ed). México: Pearson
- Robbins, S. (2013). *Comportamiento Organizacional* (15°.ed). México: Pearson
- Serna, H. (2009). *Del servicio al cliente a la gestión de clientes. En servicio al cliente*. Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- Clemente, L. (2009). *Mejora en el nivel de atención a los clientes de una entidad bancaria*. Tesis de ingeniería industrial, Pontificia Universidad Católica, Perú.
- Evia, I. (2001). *Influencia del clima organizacional en el servicio al cliente*. Tesis de Ciencias Empresariales, Universidad Tecnológica de la Mixteca Oaxaca, México.
- Pelaes, O. (2010). *Relación entre el clima organizacional en el servicio al cliente en una empresa de servicios telefónicos*. Tesis en Ciencias Administrativas, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú.
- Herrera, S. (2011). *Calidad del servicio en las empresas de transporte- Caso empresa de transportes Flores Hnos. - Lima*. Tesis en Administración de turismo y hotelería, Universidad Cesar Vallejo, Perú.
- Gavilanes, F y Ortiz, Z. (2009). *Estudio de la satisfacción en la calidad del servicio para medir la relación que existe entre el cliente interno y externo de la dirección provincial de Guayas del instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)*”, tesis para obtener el grado de Ingeniero comercial y empresarial, especialización en comercio externo y Marketing. Escuela Superior Politécnica del Litoral-Ecuador.
- Figueroa, D. (2009). *La importancia de mantener un buen clima organizacional*. Recuperado de <http://www.udec.cl/exalumnos/node/1550>.
- Johnson, W. (2009). *Teorías del servicio al Cliente*. Recuperado de http://www.ehowenespanol.com/teorias-del-servicios-cliente-sobre_99364/.

Kamin, M. (2009). Teorías del Servicio al Cliente. Recuperado de http://www.ehowenespanol.com/teoria-del-servicios-cliente-sobre_99364/

Manene, L. (2012). *Motivación y satisfacción en el trabajo y sus teorías*. Recuperado de <http://www.luismiguelmanene.com/2012/09/16/la-motivacion-satisfacción-en-el-trabajo-y-sus-teorias/>

Martinez,B. (2011). *Definición de liderazgo*. Recuperado de: <http://www.ideasparapymes.com/contenidos/diagnostico-clima-laboral-pyme.html>

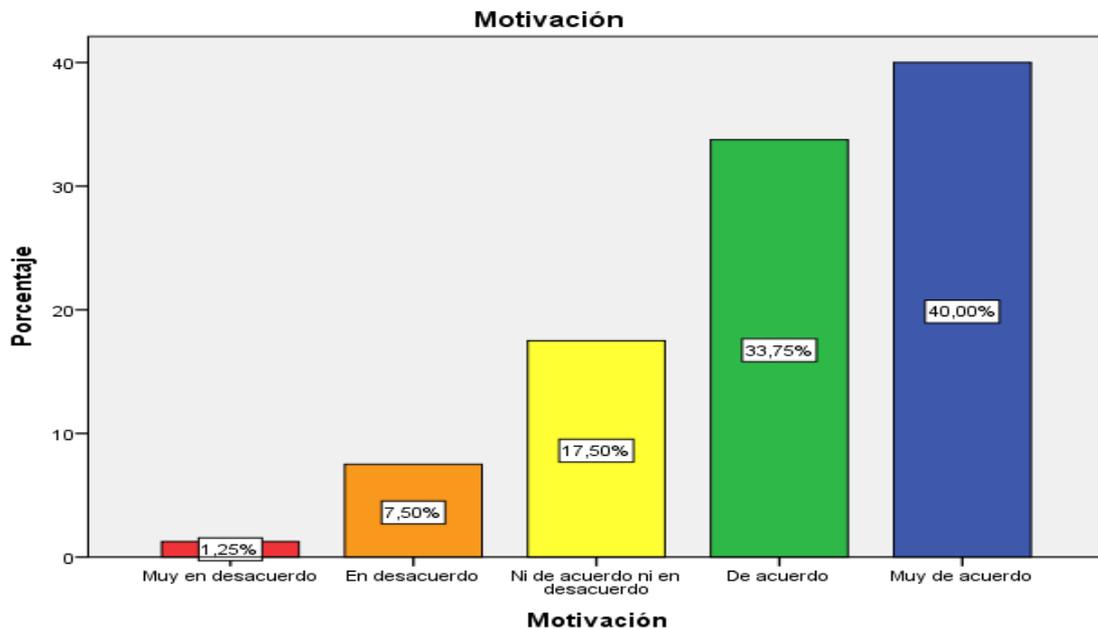
Rojas, Y. (2010). *Definición de clima laboral*. Recuperado de: <http://www.ugel03.gob.pe/pdf/100903.pdf>

ANEXOS 1

LA DIMENSIÓN MOTIVACIÓN

		Motivación			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	1,3	1,3	1,3
	En desacuerdo	6	7,5	7,5	8,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	17,5	17,5	26,3
	De acuerdo	27	33,8	33,8	60,0
	Muy de acuerdo	32	40,0	40,0	100,0
Total		80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



DECISION Y CONCLUSION:

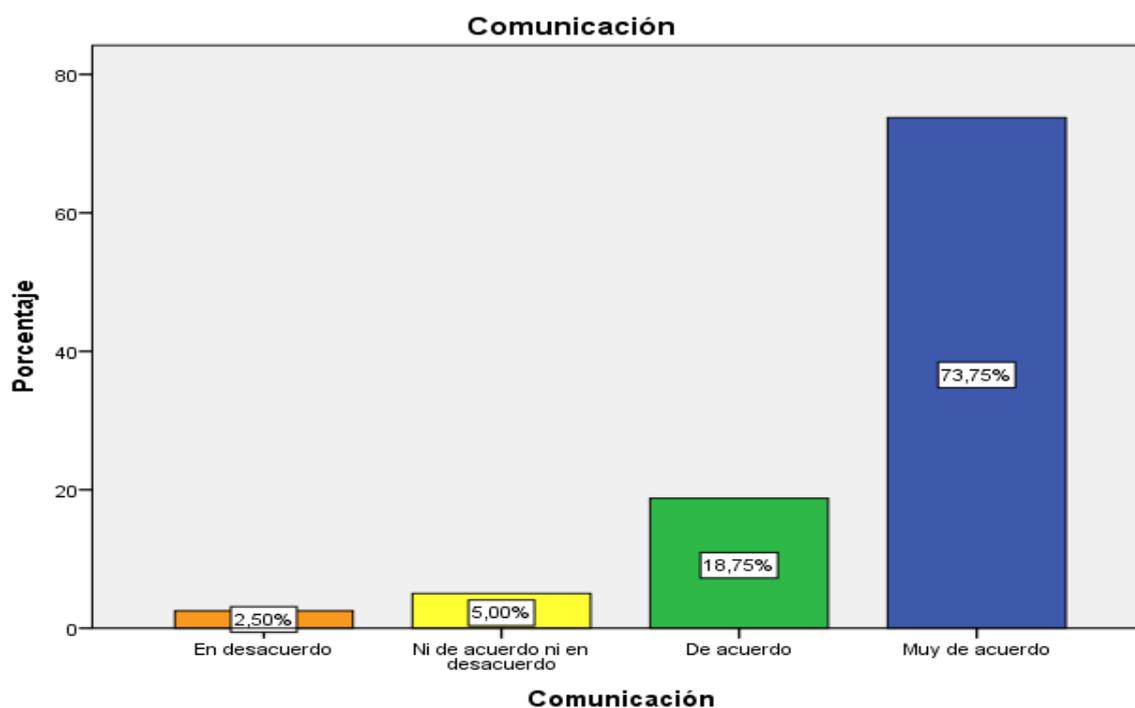
Del total de encuestados: Un 40,00% está “Muy de acuerdo” respecto a la **Motivación** que le brinda la organización, un 33,75% se considera “De acuerdo”, un 17,50% está “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, un 7,50% está “En desacuerdo” y un 1,25% está “Muy en desacuerdo”.

ANEXOS 2

LA DIMENSIÓN COMUNICACIÓN

		Comunicación			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	2,5	2,5	2,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	5,0	5,0	7,5
	De acuerdo	15	18,8	18,8	26,3
	Muy de acuerdo	59	73,8	73,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



INTERPRETACIÓN:

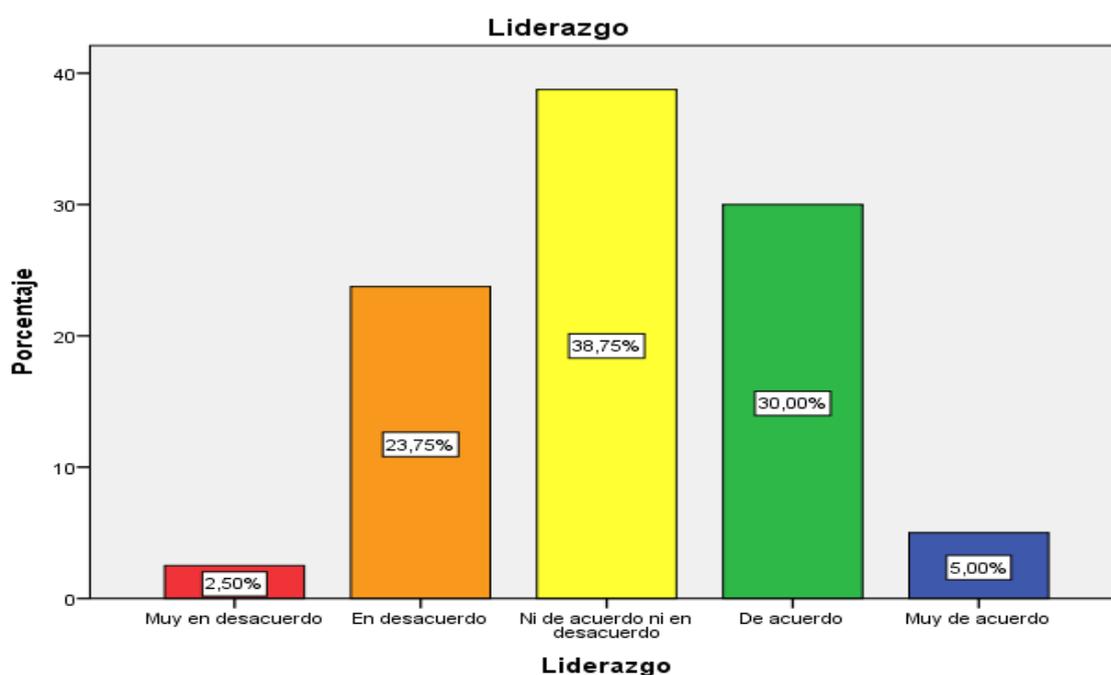
Del total de encuestados: Un 73,75% está “Muy de acuerdo” respecto a la **Comunicación** que se brinda la organización, un 18,75% se considera “De acuerdo”, un 5,00% está “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, y un 2,50% está “En desacuerdo”.

ANEXOS 3

LA DIMENSIÓN LIDERAZGO

		Liderazgo			
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Muy en desacuerdo	2	2,5	2,5	2,5
	En desacuerdo	19	23,8	23,8	26,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	31	38,8	38,8	65,0
	De acuerdo	24	30,0	30,0	95,0
	Muy de acuerdo	4	5,0	5,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



INTERPRETACIÓN:

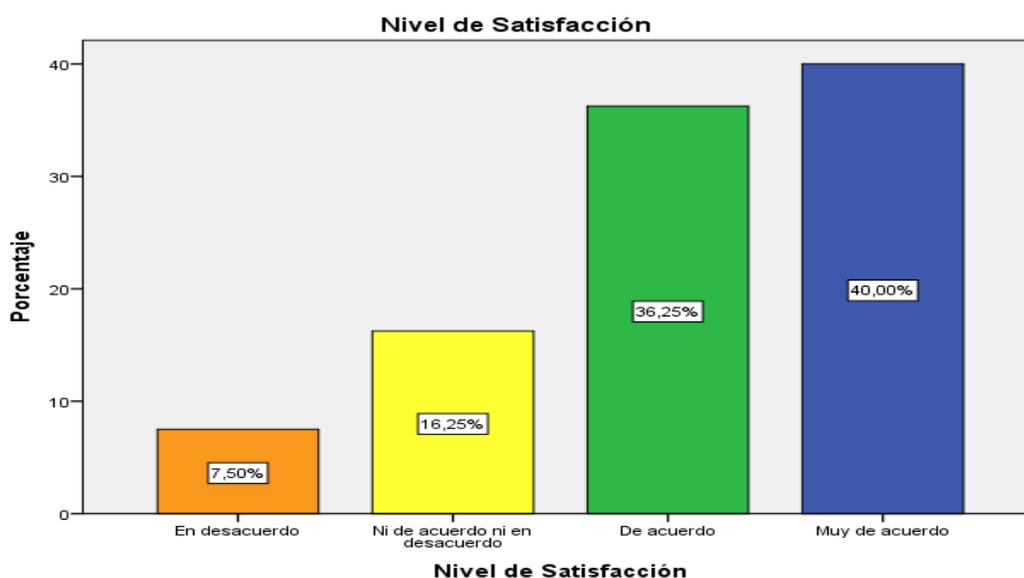
Del total de encuestados: Un 38,75% está “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” respecto al **Liderazgo** que se ejerce en la organización, un 30,00% se considera “De acuerdo”, un 23,75% está “En desacuerdo”, un 5,00% está “Muy de acuerdo” y un 2,50% está “Muy en desacuerdo”.

ANEXOS 4

LA DIMENSIÓN SATISFACCIÓN

		Nivel de Satisfacción			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	7,5	7,5	7,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	16,3	16,3	23,8
	De acuerdo	29	36,3	36,3	60,0
	Muy de acuerdo	32	40,0	40,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



INTERPRETACIÓN:

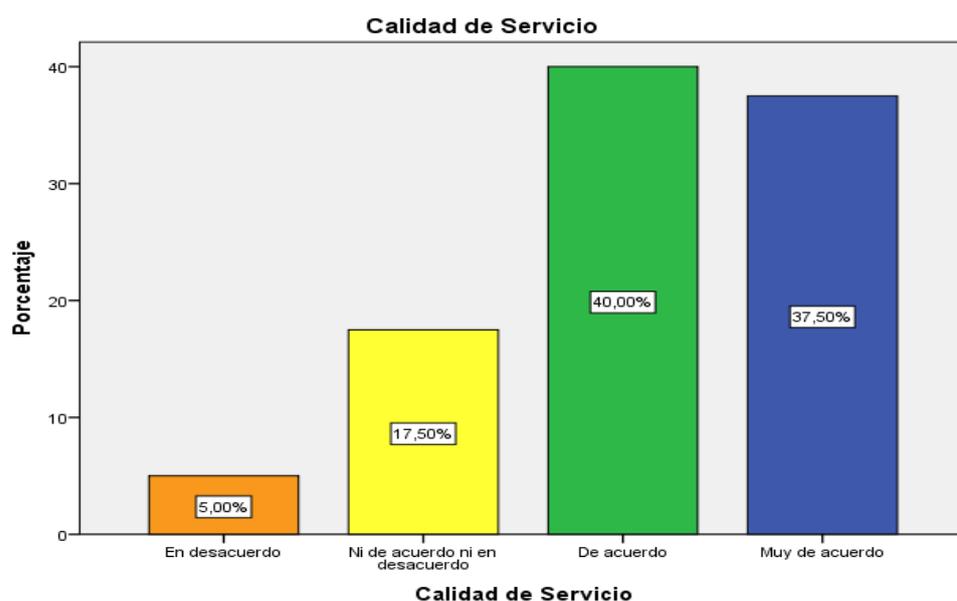
Del total de encuestados: Un 40,00% está “Muy de acuerdo” respecto al **Nivel de satisfacción** que le brinda la organización, un 36,25% se considera “De acuerdo”, un 16,25 está “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, y un 7,50% está “En desacuerdo”.

ANEXOS 5

LA DIMENSIÓN CALIDAD DE SERVICIO

		Calidad de Servicio			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	5,0	5,0	5,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	17,5	17,5	22,5
	De acuerdo	32	40,0	40,0	62,5
	Muy de acuerdo	30	37,5	37,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



INTERPRETACIÓN:

Del total de encuestados: Un 40,00% está “De acuerdo” respecto a la **Calidad de Servicio** que brinda la organización, un 37,50% se considera “Muy de acuerdo”, un 17,50% está “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, y un 5,00% está “En desacuerdo”.

ANEXOS 6

Cuestionario de la Variable 1

“ El clima laboral y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016”

Señor Trabajador sírvase responder el siguiente cuestionario en forma anónima

Marcando su respuesta, con 1 = Totalmente en desacuerdo, 2 = En desacuerdo, 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4= De acuerdo, 5 = Totalmente de Acuerdo

N°	Dimensiones e ítems	1	2	3	4	5
Motivación						
1	¿Considera el puesto de trabajo agradable?					
2	¿Considera usted que la empresa le brinda los recursos necesarios para realizar su trabajo?					
3	¿Considera usted que recibe incentivos?					
4	¿Considera usted que recibe un buen trato de su jefe?					
Comunicación						
1	¿Considera que dentro de la empresa existe el compañerismo?					
2	¿Considera usted que existe una buena comunicación entre todas las áreas?					
3	¿Considera usted que muestra disposición para ayudar?					
4	¿Responde rápidamente a los requerimientos solicitados?					
5	¿Considera usted que muestra cortesía y respeto?					
Liderazgo						
1	¿Estoy comprometido con el logro de resultados?					
2	¿Considero que mi trabajo forma parte importante en la organización?					
3	¿Considera que el servicio que brinda es bueno?					

Cuestionario de la Variable 2

“ El clima laboral y el servicio al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rímac, año 2016”

Señor Trabajador sírvase responder el siguiente cuestionario en forma anónima

Marcando su respuesta, con 1 = Totalmente en desacuerdo, 2 = En desacuerdo, 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4= De acuerdo, 5 = Totalmente de Acuerdo

N°	Dimensiones e ítems	1	2	3	4	5
Nivel de Satisfacción						
1	¿Cree que el cliente se llevó una buena impresión de su atención?					
2	¿Recibes capacitaciones que contribuyen a mejorar la atención de los clientes?					
3	¿Atiendes a los clientes en el tiempo esperado?					
4	¿Recibes y das la bienvenida a los clientes de manera adecuada?					
Calidad de Servicio						
1	¿Cree usted que contribuye a dar un servicio de calidad al cliente?					
2	¿Crees que brinda el servicio que el cliente espera?					
3	¿Cree usted que brinda una atención de confianza con el cliente?					
4	Después de haber atendido a un cliente ¿Sientes que tuviste éxito de compra?					

ANEXOS 7

DIMENSIÓN 4 – NECESIDADES		SI	No	SI	No	SI	No
13	¿Cree usted que contribuye a dar un servicio de seguridad en cuanto a los documentos presentados por los clientes?	/		/		/	
14	¿Cree usted que contribuye a dar una buena información de lo que requiere el cliente?	/		/		/	
15	¿Cree usted que está haciendo de manera eficiente su trabajo para la satisfacción del cliente?	/		/		/	
16	¿Cree usted que está siendo su trabajo de manera efectiva para la satisfacción del cliente?			/		/	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/Mg: VENTURIN PINERO, CESAR

DNI: 16792154

Especialidad del validador: MARLETTA NÚG

24 de JUNIO del 2015

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

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

Firma del Experto Informante.



ANEXOS 8

DIMENSIÓN 4 - NECESIDADES		SI	No	SI	No	SI	No
13	¿Cree usted que contribuye a dar un servicio de seguridad en cuanto a los documentos presentados por los clientes?	/		/		/	
14	¿Cree usted que contribuye a dar una buena información de lo que requiere el cliente?	/		/		/	
15	¿Cree usted que está haciendo de manera eficiente su trabajo para la satisfacción del cliente?	/		/		/	
16	¿Cree usted que está siendo su trabajo de manera efectiva para la satisfacción del cliente?	/		/		/	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/Mg: *MBA. AINSA COBERTA DAVID FERNANDO*

DNI: *2768879*

Especialidad del validador: *DOTINISTRADOR.*

24 de *Junio* del 20*15*

Firma del Experto Informante.


¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

ANEXOS 9

DIMENSIÓN 4 – NECESIDADES					
13	¿Cree usted que contribuye a dar un servicio de seguridad en cuanto a los documentos presentados por los clientes?	SI	No	SI	No
14	¿Cree usted que contribuye a dar una buena información de lo que requiere el cliente?				
15	¿Cree usted que está haciendo de manera eficiente su trabajo para la satisfacción del cliente?				
16	¿Cree usted que está siendo su trabajo de manera efectiva para la satisfacción del cliente?				

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

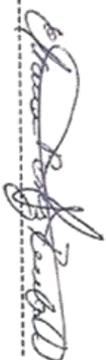
Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/ Mg: *Eliciana Perez Rubial Regalado*

DNI: *15427987*

Especialidad del validador: *Tr. J. Penal*

.....de.....del 20.....



Firma del Experto Informante.

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

ANEXOS 10



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“EL CLIMA LABORAL Y EL SERVICIO AL CLIENTE DE LOS
TRABAJADORES DE LA EMPRESA FOVIPOL DISTRITO DEL RÍMAC,
AÑO 2016”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

CASTELLARES ALVARADO, LUCY DAYAN

ASESORA:

MG. RODRIGUEZ RODRIGUEZ, MARIBEL

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTION TALENTO HUMANO

LIMA-PERÚ

2016





ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo, **Rodriguez Rodriguez Maribel**, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo- Lima Norte, revisora de la tesis titulada "EL CLIMA LABORAL Y EL SERVICIO AL CLIENTE DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA FOVIPOL DISTRITO DEL RÍMAC, AÑO 2016" de la estudiante Castellares Alvarado Lucy Dayan, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 27% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha, 2 de Diciembre del 2016



Firma

MG. RODRIGUEZ RODRIGUEZ, MARIBEL

DNI: ...167.212.64

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Resumen de coincidencias

27 %



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

"EL CLIMA LABORAL Y EL SERVICIO AL CLIENTE DE LOS
TRABAJADORES DE LA EMPRESA FOVIPOL, DISTRITO DEL RÍMAC,
AÑO 2016"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

CASTELLARES ALVARADO, LUCY DAYAN

ASESORA:

MG. RODRIGUEZ RODRIGUEZ, MARIBEL

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE LA ESCUELA:

GESTIÓN TALENTO HUMANO

LIMA-PERÚ

2016



- 1 pt.scribd.com Fuente de Internet 1 % >
- 2 repositorio.uco.edu.pe Fuente de Internet 1 % >
- 3 www.scribd.com Fuente de Internet 1 % >
- 4 repositorio.uco.edu.pe Fuente de Internet 1 % >
- 5 repositorio.unigma.edu... Fuente de Internet 1 % >
- 6 fr.slideshare.net Fuente de Internet 1 % >
- 7 Entregado a Universida... Trabajo del evaluado 1 % >
- 8 biblioteca.digital.usb.edu... Fuente de Internet 1 % >
- 9 www.dia.univision.com Fuente de Internet 1 % >
- 10 Entregado a Universida... Trabajo del evaluado 1 % >
- 11 Entregado a Universida... Trabajo del evaluado 1 % >
- 12 repositorio.uco.edu.pe Fuente de Internet 1 % >
- 13 repositorio.autonoma.e... Fuente de Internet 1 % >



Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
“César Acuña Peralta”

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)
Castellares Alvarado Lucy Dayan
D.N.I. : 47621436
Domicilio : Jr. Basilio Ramirez Peña #300
Teléfono : Fijo : 6051482... Móvil : 951398205
E-mail : lucycastellares@hotmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:
[X] Tesis de Pregrado
Facultad : Ciencias Empresariales
Escuela : Administración
Carrera : Administración
Título : Licenciada en Administración
[] Tesis de Post Grado
[] Maestría [] Doctorado
Grado :
Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:
Castellares Alvarado Lucy Dayan
Título de la tesis:
El clima laboral y el servicio Al cliente de los trabajadores de la empresa Fovipol distrito del Rimac año 2016
Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,
Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis. []
No autorizo a publicar en texto completo mi tesis. []

Firma : [Signature] Fecha : 12.10.2018

