



**ESCUELA DE POSGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Clima Laboral e Imagen Institucional Empresa  
CONSETTUR Machupicchu SAC. Cusco – 2018.

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:  
MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA.

AUTOR:

Br. Muelle Borda Mauro.

ASESOR:

Dr. Enríquez Romero Hugo.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Administración de talento humano

PERÚ – 2018.

## **PÁGINA DEL JURADO**

.....  
Dr. Rivas Loayza, Marco Antonio  
Presidente.

.....  
Dr. Pazos Miranda, José Félix  
Secretario

.....  
Dr. Enríquez Romero Hugo  
Vocal

## **DEDICATORIA**

A Dios todo poderoso, a mi Virgencita Guadalupe, por su bendición y apoyo espiritual y fortaleza incondicional que me da en cada momento de mi vida.

A mis padres que me han dado la vida, a mis hermanos, principalmente a mis hijas, Mayra Jhulia, Vivian Leiz, Katriel Luana y Kelian Beliza Muelle, quienes son mis princesitas y mi razón de ser el pilar fundamental en todo lo que soy, alicientes para seguir avanzando cada día de mi vida.

El autor

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Cesar Vallejo por darme la oportunidad y facilidad de estudiar la carrera de Maestro en Gestión Pública, a cada uno de mis docentes quienes se dedicaron y sacrificaron, para brindarme sus conocimientos, tiempo y paciencia.

A mi asesor Dr. Hugo Enríquez Romero, por su asesoría siempre dispuesta a un a la distancia.

A la Empresa CONSETUR Machupicchu, ejemplo de trabajo y responsabilidad social, a la junta general de accionistas y directorio y en especial a la gerencia general y la oficina de imagen institucional.

El autor.

## **PRESENTACIÓN**

Señores Miembros del Jurado, presento ante ustedes la tesis titulado Clima Laboral e Imagen Institucional en la Empresa CONSETTUR Machupicchu SAC. Cusco – 2018, con la finalidad de determinar la intensidad de la relación entre Clima Laboral e Imagen Institucional.

El presente trabajo de investigación se presenta en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, para obtener el Grado Académico de Maestro en Gestión Pública.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

El autor.

## INDICE

PÁGINA DEL JURADO .....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
PRESENTACIÓN.....	vi
RESUMEN .....	ix
ABSTRACTO .....	x
I. INTRODUCCIÓN .....	13
1.1 Realidad problemática. ....	13
1.2 Trabajos previos.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.3 Teorías relacionadas al tema. ....	14
1.4 Formulación del problema. ....	36
1.4.1.Problema general.....	36
1.4.2.Problemas específicos. ....	36
1.5 Justificación del estudio.....	36
1.5.1.Justificación legal.....	36
1.5.2.Justificación teórica:.....	37
1.5.3.La justificación práctica: .....	38
1.6 Hipótesis .....	38
1.6.1.Hipótesis general. ....	38
1.7.Objetivos.....	39
1.7.1.Objetivo general.....	39
1.7.2.Objetivos específicos. ....	39
II. METODOLOGÍA.....	40
2.1. Diseño de investigación.....	40
2.2. Variables y operacionalización.....	40
2.2.1.Variables.....	40
2.2.2.Variable de estudio 1: .....	40

2.2.3.Variable de estudio 2: .....	41
2.2.4.Operacionalización de las variables.....	41
2.3 Población y muestra.....	43
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	43
2.4.1.Técnicas .....	43
2.4.2.Instrumentos.....	43
2.5 Métodos de análisis de datos.....	47
III RESULTADOS.....	48
3.1 Descripción de resultados.....	48
3.2 Resultado del variable clima laboral.....	49
IV DISCUSION.....	65
V CONCLUSIONES .....	69
VI RECOMENDACIONES.....	71
VII REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	72
ANEXOS .....	81

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general, determinar la relación que existe, entre Clima Laboral e Imagen Institucional, en la Empresa CONSETTUR Machupicchu SAC. Cusco – 2018; corresponde a una investigación sustantiva y básica, con diseño descriptivo correlacional de corte transversal, en una muestra de 80 trabajadores de la Empresa.

El trabajo de encuesta consta de 21 y 27 ítems, con 4 opciones de respuesta para ambas variables de estudio para recoger la información sobre las percepciones de clima laboral e imagen institucional, cuya fiabilidad de instrumento fue a través de la prueba estadística de alfa de cronbach, y el resultado  $\alpha = 0,834$  para clima laboral y  $\alpha = 0,804$  para Imagen Institucional, y la validación fue por juicio de expertos con un promedio de 85% para ambos instrumentos.

En el procesamiento y análisis de datos se utilizó el Ms Excel y el SPSS V23 que permitió la interpretación y análisis de tablas y gráficos estadísticos y la prueba de hipótesis a través de la asociación de Tau-b de Kendall que fue de 0,88, el cual indica la existencia de una correlación positiva alta entre las variables de estudio y el valor de  $p = 0,000$  es menor a 0,05; datos que nos permite aceptar la hipótesis alterna concluyendo que existe una correlación significativa entre Clima Laboral e Imagen Institucional en la Empresa CONSETTUR Machupicchu SAC. Cusco – 2018.

### **Palabras claves:**

Clima Laboral e Imagen Institucional.

## **ABSTRACT**

The present research work aimed at CONSETTUR determining the existing relation between determining to her the relation between the labor climate and the institutional image at the company generally Machupicchu SAC Cusco 2018. Correlational, of transverse court, in 40 workers' sign of the company corresponds to a substantival and basic investigation, descriptive design.

The applied opinion poll consists of 21 and 27 items with 4 options of answer for both variables of study to pick up information on the perceptions of educational step and the development of professionalism and teaching identity, whose reliability of the instrument was through statistical Cronbach's proof of alpha, proving to be  $\alpha$  0.804 for labor climate and  $\alpha$  0.834 for institutional image and validation was for experts' judgment with 85 %'s average for both instruments.

In processing and analysis of the data V23 utilized the Ms Excel and the SPSS himself, the fact that which allowed to the interpretation and analysis of tie and statistical graphics and the hypothesis testing through Tau's association b of Kendall that went from 0.88 suggests the existence of a loud positive correlation between the variables of study and the value of p he is 0.000 younger 0.05; Data that you allow us to accepting the alternating hypothesis coming to an end than exists a significant correlation between the labor climate and the institutional image at the company CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018.

### **Key words:**

Labor climate and institutional image.

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Realidad problemática.

La Empresa CONSETTUR, se dedica al transporte de pasajeros desde Aguas

1.- Existe relación positiva alta entre el clima laboral y la imagen institucional en la empresa CONSETTUR Machupicchu S.A.C Cusco-2017; considerando el estadístico Tau b Kendall obtenido es  $r = 0.728$  con una significancia bilateral valor de  $p=0.040$  es menor a 0.05. Por otra parte el 77.5% de los trabajadores encuestados de la empresa CONSETTUR indican que casi siempre existe un buen ambiente físico o condiciones materiales y relaciones humanas cordiales que permiten la productividad y satisfacción laboral y el 22.5% indican que siempre o es muy bueno el clima laboral. Así mismo el 2.5% indican regular la imagen institucional, el 87,5% bueno y el 10% muy bueno. Lo que significa que los trabajadores perciben buena imagen institucional de la empresa CONSETTUR Machupicchu.

2.- existe relación positiva alta, entre clima laboral entre imagen institucional, en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC. Cusco – 2018; considerando el estadístico Tau-b de Kendall obtenido es,  $r = 0,728$  con una significancia bilateral valor de  $p = 0,040$  que es menor a 0,05. Por otra parte el 77.5% de los trabajadores encuestados de la empresa CONSETTUR indican que casi siempre existe buen ambiente físico o condiciones materiales y relaciones humanas cordiales que permiten la productividad y satisfacción laboral y el 22.5% indican que siempre o es muy bueno el clima laboral. Así mismo el 2,5% indican regular la imagen institucional, el 87.5% bueno y el 10% muy bueno. Lo que significa que los trabajadores perciben buena imagen institucional de la empresa CONSETTUR Machupicchu.

3.- Existe relación positiva moderada, entre la cultura organizacional y los estilos de comunicación en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC. Cusco – 2018, con una significancia bilateral de  $p = 0,040$  es menor a 0,05. Considerando que el estadístico Tau-b de Kendall obtenido fue de 0,510.

4.- Existe relación positiva moderada entre el clima psicológico y gestión administrativa en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC. Cusco – 2018. Considerando el estadístico Tau – b de Kendall obtenido es de 0,633, con una significancia bilateral de  $p = 0,02$ . El cual indica la existencia de una asociación entre las variables de estudio.

**5.-** Existe relación positiva moderada entre la cultura organizacional y los servicios prestados en la empresa CONSETTUR Machupicvchu SAC. Cusco – 2018. Considerando el estadístico Tau-b de Kendall obtenido es de  $r = 0,633$ , con una significancia bilateral de  $p = 0,02$ . El cual indica la existencia de una asociación entre las variables de estudio.

### **1.3 Teorías relacionadas al tema.**

Teniendo en cuenta las pesquisas realizadas, esta investigación es fundamentada teóricamente teniendo en cuenta Rubio (2010) quien define a clima laboral es el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. Influye en la satisfacción y por tanto en la productividad. Está con el "saber hacer" del directivo, con los comportamientos de las personas, con su manera de trabajar y de relacionarse, con su interacción con la empresa, con las máquinas que se utilizan y con la propia actividad de cada uno.

Es la alta dirección, con su cultura y con sus sistemas de gestión, la que proporciona -o no- el terreno adecuado para un buen clima laboral, y forma parte de las políticas de personal y de recursos humanos la mejora de ese ambiente con el uso de técnicas precisas.

Por lo tanto se afirma que un "buen clima" se orienta hacia los objetivos generales, un "mal clima" destruye el ambiente de trabajo ocasionando situaciones de conflicto y de bajo rendimiento. Para medir el "clima laboral" lo normal es utilizar "escalas de evaluación.

El mismo autor afirma que:

No existe un acuerdo convencional respecto al significado del término, las definiciones giran alrededor de factores organizacionales puramente objetivos como estructura, políticas y reglas, hasta atributos percibidos tan subjetivos como la cordialidad y el apoyo; pero no así al sustantivo de la organización ni clima laboral. El conjunto de características permanentes que describen una organización, la distinguen de otra e influye en el comportamiento de las personas que la forman (p.181).

Se entiende que el clima laboral, es lo que involucra al colaborador en un ambiente determinado en la cual se encuentra, el mismo que puede ser animador o des animador para el desarrollo de su labor cotidiano. El conjunto de percepciones que compartes los trabajadores de la institución se refiere a

clima laboral, estas percepciones pueden ser respecto al trabajo, las relaciones interpersonales donde incluye el clima psicológico, el ambiente físico donde trabajan, y las diferentes costumbres que cada trabajador posee en un determinado ambiente o lugar; es decir, los diferentes aspectos y momentos que serían capaz de afectar al desarrollo normal de la institución. Por otro lado afirmo que el clima laboral es algo intangible es decir no se puede ver ni tocar, pero su existencia es real y está presente en cada organización, de forma que afecta dentro de ello y todo lo que sucede dentro afecta al clima laboral.

Con base a las definiciones de distintos autores se afirma que el clima laboral puede afectar positivamente o negativamente a la interrelación entre los miembros de la organización.

Entonces, el clima organizacional son las percepciones que todos los trabajadores poseen del ambiente en donde se desempeñan y sus condiciones de trabajo, las cuales son resultado de sentimientos, emociones y actitudes que surgen de las interrelaciones y comunicaciones de los que son parte de una organización. El clima es la "atmosfera" social y psicológica que siempre se encuentra en el ambiente laboral.

Como es evidente, los autores señalados y la referencia tomada de una tesis mencionada en los antecedentes concuerdan en que los factores físicos, psicológicos y sociales es parte del ambiente de una organización.

Tomando como referencia el autor mencionado para la variable Clima laboral tomaremos como dimensiones clima organizacional, clima psicológico y cultura organizacional.

De la misma forma se afirma que el buen clima depende del comportamiento de los miembros involucrados en la organización, el clima laboral impacta en su comportamiento de las personas y de la misma forma se afirma que el comportamiento de sus miembros de una institución impacta en sus estructuras de la misma, por ello es importante cuidar el comportamiento y mejorar el comportamiento de los colaboradores con la finalidad de lograr eficiencia y para brindar un servicio de calidad al usuario final que recibe el servicio; si el servicio final fue de calidad siempre proyectará una imagen institucional positiva.

Pero no debemos olvidar sobre una de las teorías de Macg Gregor, que habla de las personas que no les gusta trabajar, no cumplen con sus funciones, no les gusta hacer nada, se oponen a cualquier cambio. A estas personas poco nada les interesa el destino de la institución, a aquellas personas se debería identificarlas y dar una solución por el buen funcionamiento de la organización.

Es verdad, que los individuos no son realmente perezosos u ociosos, quizá como mencionaba anteriormente solo esperan un buen trato, primero ver su condición humana antes de imponerlos las normas, buscar la forma de potenciar sus capacidades. Sin dejar de lado el concepto de los japoneses sobre la confianza y autoestima de los trabajadores ambos encaminados hacia el aumento de la productividad de la organización.

**CLIMA PSICOLÓGICO:** en cuanto al clima psicológico que se encuentra muy presente en cada institución encontramos los siguiente: Quispe (2013), Que clima psicológico, son las circunstancias temporales que se expresan en las percepciones de bueno, malo o regular de las personas vinculadas a una organización o una agrupación de humanos. Clima psicológico “son las percepciones individuales de las características o atributos del ambiente de trabajo”. Clima psicológico es la compleja dinámica que desenvuelven las personas en la perspectiva de satisfacer sus necesidades básicas y superiores; la complejidad está en que de una vez satisfecha la necesidad puede volver la misma necesidad y estas pueden ser reemplazadas por nuevas necesidades que se manifiesten en tiempos y diversas etapas. (p.33)

Así también concuerdo con otros autores que plantean que el ser humano siempre busca satisfacer primero sus necesidades básicas y luego superiores como en la pirámide de necesidades de Maslow , satisfecha una necesidades aparecen nuevas necesidades, las personas no tenemos las mismas necesidades, las necesidades varían en cada persona, de acuerdo a los lugares donde radican, las condiciones, las culturas etc.; las necesidades pueden variar hasta en la misma persona de las circunstancias y el tiempo, estas razones son suficientes para que las autoridades de la universidad en estudio deben ser más racionales y sensibles con todos los miembros que laboran en la organización.

Marín (2009) concluye que la perspectiva de clima psicológico general tiende a usar dimensiones generalizables que valoran la cognición de bienestar personal. Según la perspectiva de construcción social las percepciones individuales proceden de sus interacciones de las personas con otros y del contexto organizacional en el que se encuentran.

Para comprender el clima psicológico es necesario leer la teoría clásica racionalista, donde se sostiene que el hombre es una pieza de la máquina y del proceso productivo, porque la motivación máxima de ser humano es el dinero, porque las personas tenemos al hambre y sus necesidades por lo que responderá por el salario y poder vivir cubriendo parte de sus necesidades.

Sobre todo con la afirmación que más concuerdo es con la teoría de las relaciones humanas, que un trabajador es un ente social, que cada uno de ellos posee sentimientos, emociones, pensamientos y siempre está en busca del reconocimiento social, como también actúa conscientemente.

Ahí también está Maslow A. (1970), en *La teoría sobre la motivación humana* sostiene que las necesidades humanas están jerarquizadas en los siguientes niveles: Fisiológicas, Seguridad, Sociales, Estima, Autorrealización.

En el marco de esas modificaciones está precisamente el clima psicológico, sin olvidar que la motivación es uno de los ejes; ya que, sin duda alguna, las personas gravitan bajo el paraguas de sus necesidades las que tienen que satisfacer; por tanto, si quisiéramos un clima psicólogo agradable, se tiene que acondicionar la organización precisamente, para que los humanos puedan lograr la satisfacción de sus necesidades, sabiendo que las personas actúan dependiendo de ellas y en la búsqueda permanente de satisfacerlas.

Si las condiciones laborales se modificaran y las personas que laboran en la institución logran satisfacer sus necesidades, es más que seguro que en la universidad se encontraría con trabajadores en menos frustrados, menos insatisfecho y pueda boicotear el logro de metas y objetivos propuestos.

Independencia E Identidad: si la organización garantiza la satisfacción de las necesidades, no debemos pensar con esto de que las motivación de las personas concluya o que las personas ya pierden la motivación. Debemos recordar que la satisfacción de las necesidades es una parte de accionar del hombre, pero hay otros elementos del mismo modo importantes que impulsan el accionar de las personas.

La independencia del trabajador es un eje que se debería analizar para su mejor comprensión del clima laboral y su impacto en la imagen de una institución.

Un trabajador se considera independiente cuando se siente capaz de tomar decisiones por sí misma, cuando pueda valerse por sí misma y asumir sus funciones sin recurrir a terceras personas.

La independencia del ser humano va junto con el concepto de libertad, por ello la independencia no debería ser simbólica. Las normas no deben ser impuestas, deben ser discutidas y si en algo no hay acuerdo deben ser negociadas sin dejar de lado su independencia, de manera tal se obtendrá beneficios y mejor progreso para la institución.

Donde haya libertad habrá mejores resultados por parte de los trabajadores en cumplir sus funciones, quienes los ejecutaran con mucho gusto, se sentirán parte muy importante de todo, ejecutarán sus tareas como en familia, el trabajador se sentirán como *Pedro en casa*, si la organización gana, gana sus miembros así como también sus usuarios.

Realizar las funciones y/o tareas en un ambiente armonioso te llena de motivación, mas no trabajar en un lugar lleno de personas que afectan la estabilidad física y sobre todo la estabilidad emocional del trabajador, así entiendo el concepto de la independencia en mi trabajo de investigación.

Para la Psicología como ciencia, la identidad es el conjunto de vivencias y sensaciones que las personas tienen por sí mismas con lo que se diferencian de otras personas; por ello, la identidad es aquel elemento fundamental significativo que distingue una cosa de otra.

La independencia e identidad son conceptos importantes para el estudio de clima laboral e imagen institucional.

Dependencia Y Sumisión: siempre van existir subordinados que dependen de una autoridad, de algunos por una minusvalía se aprovecharan las autoridades para someterlo y hacerlo dependiente o simplemente llegan al extremo de siempre pedir ayuda a las autoridades para alcanzar beneficios personales como pueden ser ocupación de un cargo mejor, horarios flexibles y otros beneficios económicos.

Ser dependiente implica que alguien está subordinado a alguna persona; esto quiere decir que el subordinado no puede desarrollarse al margen de la otra

persona, el subordinado es una especie de criatura que urgentemente necesita ser amparado para que se movilice en cualquier escenario.

Los subordinados se vuelen los incondicionales de la autoridad y esto conlleva a la interdependencia, el subordinado cuida las espaldas del jefe y el jefe lo deja hacer lo que ellos quieran y como tienen tantas ventajas obviamente que la pasan bien en el trabajo.

Por otro lado, se entiende por sumisión *s. f.* Actitud de la persona o animal que se somete a otra y se deja dominar aceptando una voluntad. Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © Larousse Editorial (2007). Asimismo, se entiende por sumisión *f.* Acción y efecto de someter. Acto por el cual uno somete a otra jurisdicción haciendo perder domicilio y fuero. Diccionario Enciclopédico Vox 1. © Larousse Editorial (2009)). En esta misma perspectiva Copyright © mil

Hay individuos que se someten, principalmente frente a las autoridades o hacia la alta gerencia de alguna organización, con la intención de lograr mantener su puesto de trabajo, ascender en algún puesto y casi siempre suelen tener ventaja sobre otros trabajadores.

Los sumisos y sometidos son premiados con cargos mejor remunerados.

En la comunidad científica, se sabe que ni con la proclama de la libertad, igualdad y fraternidad de 1789; la sumisión no ha muerto sino que ha mutado y cambiado de vestimenta, las formas de la esclavitud moderna son más sutiles y contundentes. ¿Acaso las ideas enarboladas por Platón y Aristóteles de la desigualdad entre los hombres aún siguen vigentes en las instituciones que conforman la sociedad? Recordemos, para estos pensadores, era necesaria la división de esclavos y amos, entre griegos y extranjeros o bárbaros.

Aunque el sumiso no haya deseado es víctima de agresión, porque los sometidos siempre son víctima de burlas o de humor negro; casi siempre se los llaman con sobrenombres incluyendo jergas como “chupes, chupa medias, payasos, franeleros”.

Debo precisar que la sumisión no es lo mismo que lealtad, porque lealtad es un acto de fidelidad, se da por gratitud, no existe obligación ni coacción, se realiza sin esperar nada a cambio. En los contextos del estudio, la universidad debe ser el lugar que libere al trabajador y no convertirse en un ambiente

donde los mecanismos de transmisión de conocimiento transformen a las personas en insulsos y solamente uniformados que siguen un orden social establecido sin cuestionarlo nada.

Agresividad y conflicto: El cerebro puede controlar las emociones, porque el cerebro es el único órgano que puede controlar todo nuestro cuerpo, por ello se asegura que las emociones se educan previo conocimiento; puede ser miedo, amor, agresividad o la alegría como otros.

¿Cuáles son las causas que hacen posible la agresividad y el conflicto? Innegablemente una de esas causas es la pobreza, es uno de los factores principales que provoca conflicto y agresividad en los seres humanos, los problemas que pueden tener los seres humanos se vuelven con violencia.

Otro de los factores que hacen posible la agresividad y conflicto puede ser los problemas familiares, sumados a la intolerancia de las personas que encabezan una organización, la ausencia de empatías, la jerarquización autoritaria de la sociedad civil del distrito de Machupicchu hacen que existan enfrentamientos entre los pobladores y autoridades.

La identificación de la violencia y agresividad no es tan difícil en la sociedad en la que vivimos; la violencia estructural y cultural, es la que más se manifiesta, basta con observar el nivel de injusticia social que existe en la humanidad.

**CULTURA ORGANIZACIONAL:** como última de las dimensiones de variable clima laboral es cultura organizacional, Por su parte, Trice y Beyer (1993) consideran que:

La cultura humana emerge a partir de los esfuerzos desplegados por sus miembros para afrontar incertidumbres y ambigüedades de todo tipo, proporcionándoles individual y colectivamente conjuntos más o menos articulados de ideas que les permitan responder a sus experiencias. Según estos autores, estas respuestas se engloban en dos grandes categorías. La primera de ellas es relativa a la sustancia de una cultura, es decir, los sistemas de creencias compartidas e interrelacionadas que cuentan con una fuerte carga emocional y que pueden denominarse ideologías. La segunda se refiere a las formas culturales, esto es, las entidades observables (los símbolos el lenguaje, los relatos, las prácticas,...), a través de las cuales los miembros de una cultura expresan, afirman y se comunican mutuamente la

sustancia de su cultura. A su vez, la cultura ejerce una serie de consecuencias sobre miembros que la comparten. (P. 303)

Un concepto sobre la cultura organizacional, son los saberes, la educación, las costumbres, la cosmovisión, la filosofía y los valores con los que los seres humanos actuamos en un determinado lugar y/o organización.

Por estas razones suficientes es necesario que las autoridades fomenten una cultura comprometida con el desarrollo de la institución con el amparo en la misión y visión establecida, la cultura organizacional tiene componentes hasta religiosos, como sociales, los cuales forman parte del comportamiento organizacional, los cuales hacen posible las maneras y distintas formas de las actuaciones de cada integrante de la organización.

Quispe (2013) Dicho así, se identifica dos formas de comportamiento y cultura organizacional: la democrática y dictatorial. En el desarrollo de una cultura democrática versus cultura dictatorial se enfrentan regularmente, estrategias convencionales basadas en normas jurídicas y axiológicas; hay autoridades y subordinados que sostienen con mucho entusiasmo, que debe aplicarse la norma aun sin interpretarlas a rajatabla; con tal de preservar la marcha "adecuada" de la organización.

Esta aplicación de la norma a rajatabla, no incluye a los subordinados que mantienen una postura sumisa frente la autoridad; pero sí a quienes no están en el círculo de la autoridad. La ley es para los enemigos, se afirma con frecuencia. Consecuentemente, la aplicación selectiva de la norma, se aproxima a la cultura de gestión dictatorial, el mismo que trava el desarrollo institucional. Asevero así, toda vez que la cultura organizacional tiene una potencia ya sea para hacer progresar o atrasar la vida institucional o generar impacto positivo o negativo en la percepción de los usuarios o miembros de la propia organización. (p.56).

Comunicación: La comunicación es el saber ordenar, escuchar y orientar, son mecanismos muy importantes en una institución, por que incorpora compromisos de cumplimiento de las funciones.

La comunicación oportuna, es la que ayuda ingresar al interior de los problemas de las organizaciones, donde los miembros se convierten en parte de la institución, porque los involucra en el logro de los objetivos y metas. El

estar bien comunicados entre todos los miembros los acerca más entre ellos y eso permitirá lograr una relación muy sólida en el futuro.

Dicho así la comunicación oportuna, veraz, clara y con democracia, hace que entre los integrantes de la institución exista una relación más cercana entre todos los estamentos con las autoridades, así como también se afirma que una comunicación asertiva se convierte en un puente que conecta a los seres humanos las cuales deben conllevar a la práctica democrática de la gestión.

La comunicación es una herramienta fundamental para lograr lo que la institución se propone, por lo tanto los colaboradores están en la obligación de conocer la cultura organizacional para promover, compartir y conservarlas.

Una buena comunicación lleva consigo a disminuir el clima hostil y las percepciones de una imagen negativa mejorarían.

Es necesaria la comunicación adecuada y oportuna, porque permitirá implementar sistemas de comunicación con la participación de algún experto en comunicación, el cual puede ser un asesor de las autoridades o el de imagen institucional.

Por la percepción psicológica y percepción sociológica del sistema de comunicación, Se debe centrar en el tema de comunicación sin descuidar porque si descuidamos ese aspecto sería algo suicida. La vida institucional se vería afectada de fuera y dentro, no sería capaz de cumplir con las actividades programadas y habría una pésima imagen institucional. Pero si hubiera una comunicación fluida, eficaz, oportuna sería un arma fundamental para los miembros. Si aspiramos tener una buena imagen institucional entonces se debe crear los sistemas de comunicación que comprenda la cultura organizacional tanto de los usuarios así como de los miembros de la empresa CONSETTUR.

Valores Compartidos: Para la definición de los valores coincido con varios autores los que mencionan que son el conjunto de creencias, posturas y principios que hacen posible que el hombre pueda conducirse diferenciando el mal y el bien.

Desde siempre los valores nos sirven para guiar las acciones del ser humano como también de las organizaciones, donde tenemos la percepción que los acciones que realizamos se está procediendo de la mejor forma posible, los

valores no tienen costo ni precio por que es una convicción colectiva e individual de lo que procede, se vuelve muy importante para quien lo desarrolla tomando en cuenta los valores.

Para una empresa privada de CONSETTUR la importancia de los valores esta en lo que sustenta la conducta institucional y colectiva. Los valores nos permiten llevar entre los seres humanos una vida más amical y armoniosa en el lugar donde nos encontremos.

Puedo señalar que los valores son fundamentales en la gestión de cada organización para ir con una dirección positiva, para lograr las metas y objetivos trazados en un marco de tranquilidad. Los valores son fundamentales para lograr cambios en las personas, cultura y la organización

Expectativas: Quispe (2013) El sentido común y los tratados de Psicología más la teoría de las expectativas nos dicen que los humanos comunes y corrientes; creamos organizaciones, formamos instituciones o ingresamos a ellas cuando ya están formadas y en desarrollo; con la finalidad de satisfacer nuestras necesidades. Las expectativas fundadas en las necesidades y las experiencias, motivan aún más el accionar individual o colectivo de los humanos; con lo que se evidencia, que el accionar de las personas están fundadas en sus requerimientos y las decisiones que asumen conscientemente, en la perspectiva de alcanzar sus metas y objetivos; es decir, las personas en el interior de una organización aspiran algo, quieren cosas. Nada es gratuito, las expectativas caminan en el mundo interior de cada miembro de la organización al que debe alcanzar de manera colectiva o individual.(P.61.)

Todos los seres humanos requieren mejorar su condición económica, por ende una de las expectativas principales es mejorar sus condiciones económicas. En el puesto que se desenvuelva, ya sea en parte administrativa o en docencia siempre estará relacionado con el salario; pero no toda las personas son iguales con lo cual cambian también las aspiraciones, para unos el dinero puede ser importante y para otros no lo es, por ende las recompensas deben ser variadas, para algunos el dinero les hace feliz pero a otros un diploma de reconocimiento puede hacerles más felices.

Las expectativas junto con las aspiraciones ayudan a que los integrantes de la institución logren al máximo sus resultados, los administrativos brindaran

servicios de calidad, los docentes niveles óptimos de producción intelectual y académica.

“La calidad representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios“(Álvarez, 2006).

El servicio “es un medio para entregar valor a los clientes, facilitando los resultados que los clientes quieren conseguir sin asumir costes o riesgos específicos” (Bon, 2008).

La calidad en el servicio. Según Pizzo (2013) es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.

De igual forma las definiciones para la segunda variable imagen institucional consideraremos los más importantes y relacionados al tema de investigación.

**IMAGEN INSTITUCIONAL:** Como la segunda variable tenemos la denominada Imagen Institucional, se sintetiza en la imagen de la gestión administrativa, la comunicación asertiva y los servicios. De manera tal que también lo dimensionaremos más adelante, debido a que no solo es necesario realizar un trabajo de investigación general de la percepción de la institución como empresa privada si no conocer la imagen de la actual gestión como también la infraestructura y los usuarios a razón de existir de la empresa y los servicios que brinda la empresa.

“La imagen institucional es una idea de percepción que generalmente los usuarios reciben en sus sentidos, creencias, sensaciones e impresiones que una organización transmite sobre sí” (Amaya, 2010).

La investigación se vuelve muy importante para la institución debido a que en la actualidad está atravesando momentos muy difíciles con los conflictos o descontento de la sociedad civil del distrito de Machupicchu reflejando una

imagen deteriorada y la gestión administrativa, recomendando las estrategias para buscar una innovación de la imagen institucional de la empresa donde laboro y realizo mi trabajo de investigación, porque en la actualidad la imagen se ha convertido parte fundamentales en la vida organizacional.

La imagen de una organización no solo es la opinión o conocimientos sólidos que poseen los administrativos, trabajadores de una organización como las instituciones, no solo es buen servicio hacia la población, en general sino engloba la satisfacción de todos los integrantes de la organización, más poblaciones en donde se encuentran los usuarios.

Podemos deducir que la imagen institucional no se realizan con una acción, tampoco se concreta en un solo tiempo, es un trabajo arduo de cada uno de los integrantes de la empresa, es la experiencia, misión y visión proyectada que expresa el servicio de calidad al usuario, calidad en los productos.

Por tantos las razones de la imagen institucional se vuelven muy importante, el cual debe renovarse y empezar en la misma organización para generar a la población en general, una imagen positiva y que sea muy significativa que sirva de paradigma y ejemplo a seguir.

Las dimensiones asumidas para la segunda variable de estudio son.

### **1.- GESTIÓN ADMINISTRATIVA:**

Gestión es Acción o trámite que hay que llevar a cabo para conseguir o resolver una cosa. Conjunto de operaciones que se realizan para dirigir y administrar un negocio o una empresa: una buena gestión hace que las empresas ganen dinero. (Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.).

Bajo el amparo de los significados mostrados, los estudios señalan que la imagen corporativa es la imagen que tiene el público respecto a la organización en cuanto entidad; es decir, imagen de sus productos, de sus actividades y de su conducta (Costa, 2012).

Para la gestión de la imagen, el mismo Costa señala que, “la gestión de la imagen corporativa, corresponde al proceso dinámico y multifacético de crear una imagen de la empresa que influya sobre la competitividad y el éxito de la misma. La gestión de la imagen corporativa, depende de la decisión de iniciar o continuar una relación laboral, comercial y financiera”.

Luego de ver el concepto, puedo deducir que la gestión es conjunto de actividades o acciones que realizan los encargados o gestores con la finalidad de lograr las metas y objetivos trazados.

Administrar es gobernar, disponer, dirigir, ordenar u organizar en un determinado situación, mientras que gestionar es llevar a cabo las diligencias para lograr una operación comercial de negocios o un anhelo propio cualquiera.

Importante es subrayar que la gestión, que tiene como objetivo primordial el conseguir aumentar los resultados óptimos de una industria o compañía, depende fundamentalmente de cuatro pilares básicos gracias a los cuales puede conseguir que se cumplan las metas marcadas” (Costa, 2012).

La teoría Z considera al trabajador como persona y luego como trabajador, es una buena opción para considerar la aplicación dentro de la institución, por que fortalecerá la cultura y la imagen institucional. Es decir que la gestión hace ver con mejor importancia a los valores y a la cultura organizacional que debe castigar al individualismo con el trabajo en equipo sin alterar la libertad y respetando las ideas de las personas.

Por lo tanto las decisiones se deben asumir con rapidez, para obtener mejor productividad y hacer que el objetivo final que son los consumidores y los usuarios estén satisfechos, la gestión se debe acercar a la institución hacia la comunidad.

La gestión moderna es la que soluciona problemas que le preocupan al hombre, la Institución o Empresa, no puede desentenderse de los problemas sociales, así no se quedara con solo las ideas de dirigir y administrar un negocio ya sea forma informal o formal.

Planificar: es un proceso diseñado para obtener un objetivo a corto o largo plazo. Es un sentido más amplio implica tener objetivos a desarrollar junto con las diferentes acciones requeridas para culminar exitosamente.

La acción de planear se dio desde tiempos prehistóricos, los humanos desde su aparición siempre han planeado sus actividades diarias, por lo tanto la planificación es uno de los procesos más importantes de la gestión moderna para realizar actividades importantes en un determinado tiempo y espacio.

Pienso que no solo hay una o dos disciplinas que hablan sobre la planeación; sino más bien, son todas las disciplinas científicas, con métodos propios, con teorías propias con la finalidad de que la planeación sea las herramientas necesarias y

fundamentales del desarrollo institucional, si no existiera planeación en una institución; sería como un barco a la deriva, sin rumbo.

La Planificación implica metas, objetivos, estrategias y planes; elementos que, posteriormente, son reflejados mediante la Organización en la estructura de la institución.

Ejecutar: Realizar una cosa o dar cumplimiento a un proyecto, encargo u orden, Realizar una acción que requiere especial habilidad, especialmente algo artístico, como una pieza musical o un baile. (Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.)

El concepto en el campo de la administración, es el momento de realización lo que fue planeado como una acción que fue diseñada, organizada y pensada; por eso, los expertos conocen como el momento cumbre de la acción administrativa. La planeación pudo haberse dado, pudo haberse plasmado todo los detalles para alcanzar los objetivos y metas propuestos, pero si no se lleva a cabo la ejecución; simplemente habrá quedado plasmado en un documento a la espera de una acción. La autoridad que ejecuta debe ser una persona conocedora, con personalidad, carácter y con mucho conocimiento para impartir a los miembros y convertirse en guía o líder.

Esta autoridad ejecutora de los planes, para ello, debe poseer los siguientes rasgos: la madurez mental, la inteligencia emocional, equilibrio emocional. En cuestiones de género no se considera por qué se debe respetar la igualdad de género, lo mismo ocurre con la edad.

Evalúa: todas las actividades ejecutadas deben ser evaluadas, a fin de corregir y mejorar los errores que se cometen en el proceso de ejecución. Este punto conduce a lograr los objetivos y fines propuestos trazados en la planeación, además permite una acción más eficaz, con transparencia y sobre todo honesta en las organizaciones.

Quispe (2013) Aplicado en su debido momento, nos permite rediseñar nuevas estrategias, tácticas y métodos de gestión, a partir de la evaluación se elaboran los informes para la toma de otras decisiones compatibles con la mejora sostenida en todas las dependencias de la institución el mismo que debe realizarse sobre la base de mejores compromisos humanos.

Es posible que se genere una remoción de subalternos, pero eso depende del grado de conciencia institucional. Si el desempeño profesional y la acción de los

subalternos son adversos a los fines institucionales es posible que se genere un “sacrificio” a fin de promover mejores acciones que impacten en la imagen institucional e impulse una cultura de progreso y responsabilidad (p.74).

La comunicación asertiva se basa en una actitud personal positiva a la hora de relacionarse con los demás y consiste en expresar opiniones y valoraciones evitando descalificaciones, reproches y enfrentamientos. Esto implica que la comunicación asertiva es la vía adecuada para interactuar con las personas. Una de las claves para establecer buenas relaciones personales y profesionales. Se produce una comunicación asertiva cuando se expresa un mensaje en el que las palabras y los gestos transmiten claridad y, al mismo tiempo, una actitud de empatía hacia el interlocutor. En otras palabras, se trata de comunicar las propias ideas de manera sincera y creando un clima positivo y sin ánimo de conflicto. Para que la comunicación asertiva sea posible es necesario controlar las emociones, de tal manera que se eviten tanto las actitudes agresivas como las sumisas o pasivas. En este sentido, la agresividad en la comunicación es una fuente de conflictos y una actitud sumisa resulta igualmente perjudicial (un ejemplo de comunicación sumisa sería dar la razón al otro y no defender la propia posición con el propósito de evitar un posible enfrentamiento verbal).

## **2.-La comunicación asertiva.**

La utilidad de la comunicación asertiva cuando nos comunicamos tenemos en mente algún objetivo concreto, por ejemplo convencer a nuestro interlocutor, dar una orden a un subordinado o sugerir una idea a un grupo de amigos. La asertividad es útil en cualquier circunstancia de la comunicación. Esto queda de manifiesto si tenemos en cuenta todos los aspectos negativos relacionados con la comunicación no asertiva.

Hay que entender la comunicación asertiva como una herramienta que permite optimizar las relaciones humanas. En esta línea, los expertos en comunicación consideran que la asertividad depende en gran medida de la inteligencia emocional de cada individuo.

Entre dos amigos o dos compañeros de trabajo la comunicación asertiva debería ser la norma habitual, pues en este tipo de relaciones no hay un individuo que tenga un rango superior al otro sino que ambos se encuentran en un mismo plano de igualdad. Sin embargo, en las relaciones entre un jefe y un subordinado la comunicación asertiva puede interpretarse de manera inadecuada o incluso ser una fuente de conflictos.

En las relaciones de poder, las personas implicadas no se encuentran en un plano de igualdad y esta circunstancia dificulta la comunicación asertiva. Lo más habitual en la mayoría de estos casos es que el subordinado no diga al jefe lo que piensa realmente. (<https://definicion.mx/comunicacion-asertiva>).

La comunicación asertividad es un concepto que se emplea habitualmente en psicología. Expresa una cualidad personal, la capacidad de comunicarse correctamente con los demás.

Hay individuos que tiene problemas a la hora de comunicarse. No saben decir que no y tienen una actitud pasiva. De manera opuesta, otros adoptan una postura agresiva al relacionarse y generan conflictos frecuentes en sus relaciones personales. La actitud asertiva sería aquella que expresa un término medio entre las dos posturas indicadas. Así, alguien actúa con asertividad si es capaz de defender sus ideas sin sumisión, evitando el conflicto, de manera sincera y positiva, con autenticidad y todo ello de manera fluida. Se afirma que la asertividad es un rasgo de la personalidad que se traduce en una comunicación efectiva y pragmática. Quien manifiesta este rasgo es alguien equilibrado, seguro de sí mismo y sabe adaptarse a posibles situaciones conflictivas.

La persona asertiva conoce sus limitaciones, las acepta y sabe manejarlas positivamente. Uno de los ámbitos donde esta cualidad es más útil es en el mundo laboral, en el que es relativamente fácil entrar en conflicto con otras personas. Por este motivo, los departamentos de recursos humanos de las empresas intentan seleccionar a aquellos individuos que tienen un comportamiento asertivo.

Se podría decir que alguien es asertivo cuando hay una conexión entre sus sentimientos e ideas y su comunicación. Si estas dos esferas se relacionan correctamente y de manera sincera, el resultado final será una relación con los demás saludable y satisfactoria. Se considera que esta cualidad es sinónimo de salud mental y de equilibrio emocional.

Se trata de una cualidad que se puede aprender y para ello es importante conocerse a uno mismo, evitando el autoengaño o la distorsión de la realidad. Las personas con esta característica tienen unos esquemas mentales contrarios a la idea simple de ganar o perder, ya que consideran que este tipo de planteamiento es incorrecto e ineficaz. Los psicólogos y expertos en la conducta hacen hincapié en el valor de la asertividad, pues es una de las mejores estrategias personales para proyectarnos adecuadamente en relación con nuestra vida personal, laboral y social.

La idea de asertividad como línea de comportamiento o estrategia de comunicación es relativamente reciente y forma parte de la tradición psicológica de las últimas décadas. Sin embargo, en el fondo es un concepto clásico, pues se refiere al equilibrio y la armonía entre nuestros pensamientos y nuestras acciones, algo que han tratado pensadores como Platón o Freud.

### **3.- La infraestructura.**

Para que exista una buena imagen institucional también debe existir una infraestructura física adecuada en la que componentes materiales sirvan para el buen funcionamiento de una organización y brindar un servicio de calidad, es de vital importancia para que las organizaciones desarrollen en óptimas condiciones sus actividades.

Algunos autores señalan que la infraestructura es la base material de una sociedad y la determinara la estructura social, el desarrollo y el cambio social.

Para el caso de estudio se entiende por infraestructura como elemento sustancial como: las construcciones, las instalaciones en las cuales se llevan a cabo las actividades de brindar servicio que es la razón de existir de una institución. Dentro de ello el equipamiento con unidades vehiculares es muy importante; ello permite los servicios de transporte de aguas calientes al centro arqueológico de Machupicchu. Estas unidades deben ser unidades con no más de cinco años y con las garantías de seguro vehicular y de pasajeros.

El cliente “es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios” (Thompson, 2009).

La atención al cliente.-“es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación a la productividad del mercado, en caminadas a identificar las necesidades de los usuarios o clientes en la compra de los productos y satisfacerlas con ellas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar las necesidades y satisfacción de nuestros clientes” (Blanco, 2001).

Calidad de atención al cliente. “representa una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido, a los clientes con respecto a la oferta que ofrecen los competidores y lograr la percepción, de diferencias en la oferta global de la empresa” (Blanco, 2001).

Así mismo, concierne la constante evaluación y mejoramiento en el servicio al cliente, debido a que la cultura, en las organizaciones empresariales, y se ha ido modernizando conforme a las exigencias que requiere el entorno de la competencia empresarial, a pesar de poner en primer plano las necesidades del cliente, que las necesidades de la misma empresa. Según (Álvarez, 2006), se alistan una serie de objetivos o metas a alcanzar: cumplir las expectativas del cliente y despertar en él nuevas necesidades, reducir o eliminar al máximo los defectos que se producen a lo largo del proceso productivo y dar respuesta inmediata a los solicitudes de los clientes.

Gronroos, (1994), manifiesta que, el servicio de calidad que se percibe es dependiente de la comparación del servicio recibido, por esta razón es el resultado de un proceso de calificación continua. En ausencia de medidas objetivas, se debe recurrir a las percepciones de los usuarios con el fin de calificar la calidad de servicio.

Conforme a este concepto, la calidad de servicio se define como una forma de actitud, relacionada, pero no equivalente a la satisfacción, que resulta de comparar las expectativas del usuario con el resultado real, las expectativas se pueden formar sobre la base de experiencias previas, sacadas de la opinión de otras personas, las opciones de expertos, etc.

Para Parasuraman, Zeithmal, & Berry (1985), que la calidad de servicio, no puede calificarse del mismo modo que los productos tangibles, ya que los servicios tienen algunas características que las diferencian como son:

Intangibilidad.- la mayoría de los servicios son intangibles, no son objetos físicos, solo son resultados, este quiere decir que muchos servicios no pueden ser verificados, por el usuario antes de su compra para asegurarse de la calidad de servicio, ni tampoco se pueden dar las especificaciones de cómo deben ser. (Lovelock, 1997).

Heterogeneidad.- los resultados de su prestación son muy diferentes de servicio a servicio, usuario a usuario, de día a día, las prestaciones que otorga la empresa pueden ser diferentes de lo que le cliente percibe o recibe de ella.

Inseparabilidad.- En muchos de servicio la producción y consumo van asociados. (Gronroos, A Service Oriented Approach to Marketing of Services., 1978). Estas características propias de los servicios, determinan cuatro consecuencias; Parasuraman, Zeithmal, & Berry, (1985): la calidad de los servicios, es más difícil de

calificar que la de los bienes; los servicios tienen una mayor variabilidad de su calidad y su riesgo percibido por el cliente, es más alto que en el caso de la mayoría de bienes; el usuario la califica mediante una comparación entre expectativas y resultados; la evaluación de la calidad se hacen referencia tanto a los resultados como a los procesos de prestación de los servicios.

Estas características son determinantes a la hora de evaluar el servicio, y cuál es la percepción que tienen sobre los mismos, la evaluación se orienta más al proceso que a los resultados. Siendo esto así, se puede afirmar que la determinación de calidad en los servicios se basa fundamentalmente en las percepciones que los usuarios tienen sobre el servicio. (Gronroos, 1994).

Entiendo que los aspectos determinantes del servicio de transporte son: el talento humano, los recursos físicos y financieros, las políticas y programas, la tecnología, la comunicación y administrativos, desempeño y eficacia en el servicio.

John Tschohl (2008), define a la calidad de servicio “es la orientación que siguen todo los recursos y ampliados de una empresa para lograr una satisfacción de los clientes; esto incluye a todas las personas que trabajan en la empresa, y no sólo a las que tratan personalmente con los clientes o a las que se comunican, con ellos por medio del teléfono, fax, carta o de cualquier otra forma.

Servicio es vender, almacenar, entregar, pasar inventarios, comprar, instruir al personal, las relaciones entre los empleados, los ajustes, la correspondencia, la facturación, la gestión del crédito, las finanzas y la contabilidad, la publicidad, las relaciones públicas y el procesamiento de datos de datos. En todas las actividades realizadas por cualquier empleado de una empresa existe un elemento de servicio, ya que en última instancia, todos ellos repercutirán en el nivel de calidad real, o serán percibidas en los productos comprados por los clientes.

Servicio implica mantener a los clientes existentes, atraer nuevos clientes y dejar en todo ellos una impresión de la empresa que les induzca hacer de nuevos negocios con ella.

Las funciones de la calidad del servicio son: retener a los clientes, desarrollar nuevas carteras de clientes, expresados en términos de actitudes.

Así mismo, servicio es: Preocupación y consideración por los demás, cortesía, integridad, confiabilidad, disposición para ayudar, eficiencia, amistad, conocimiento, profesionalismo.

John Tschohl (2008), el servicio al cliente plantea en cuatro características; las cuales serán asumidas como dimensiones de estudio de las primeras variables de estudio.

1.- servicio basados en “una actitud amistosa”.

Un sistema de servicio basado en “una actitud amistosa”, está diseñado básicamente para facilitar los productos a los clientes, no fundamentalmente a la empresa. Este tipo de sistema muestra un contraste muy notorio con las prácticas, demasiado comunes, de subordinar la conveniencia de los clientes a la conveniencia de los empleados o a las ventajas en costos y políticas de las empresas.

“Antes, tratábamos de encontrar formas para lograr que el trabajo fuera más fácil para nosotros”, dice Chris Cox, cuando director de la división de Nueva Jersey, que está a cargo de mejorar los servicios de Motor de vehículos. Ahora, cuando rediseñamos las funciones de cada cual en el trabajo, lo hacemos para lograr que los casos sean lo más fáciles que sea posible para los clientes.

Bob Hynes, quien fuera director de ventas y de desarrollo de tiendas de Servistar Corporation, a cargo del programa de capacitación dice; que los vendedores del ramo de la tlapalería “a veces son demasiados parcos, cuando asumen el papel de consultores técnicos que debería tener. Recurren a lugares comunes, propios de campesinos, para evitar respuestas directas, Heynes señala incluso llegan a limpiar el piso o el mostrador mientras hablan indirectamente con el cliente.

Existen sistemas de servicio basados en la “actitud amistad” (servicios fáciles de usar); servicio rápido, clara señalización informativa, exhibiciones convenientes, inventarios en buenas condiciones, carros de aeropuerto cuyas ruedas giran de verdad y empleados que saben lo que están haciendo. Un servicio al cliente basado en la actitud amistosa también implica honestidad, buena comunicación y la aplicación de la regla de oro.

Por lo la característica más importante de un sistema de servicio basado en la actitud amistosa, viene de ofrecer de manera consistente y sistemática, productos de alta calidad; éste es el punto verdaderamente revelador.

Al Braswell, vicepresidente de Braswell Food Company, Inc., cuando estuvo al frente de la división de Stateboro, Georgia, este estimo que un servicio de entrega expedito y preciso, son algunas características de empatía muy importantes.

En los grandes almacenes los empleados tienen carta blanca para cumplir una de las normas obligatorias de la empresa; los clientes deben irse totalmente satisfechos.

## **2.- Disponibilidad del servicio.**

El personal deberá ser lo suficientemente numeroso para poder atender a los clientes con rapidez y eficiencia. Si el cliente debe esperar 10 a 15 minutos para realizar una queja de un minuto, es mejor que se ponga más personal en el punto en el que se genera el problema, cuando un cliente ve una gran fila en la caja, devuelve los productos que compró a los anaqueles o los deja en los anaqueles más cercanos, en vez de esperar para pagar lo que ha comprado, es muy posible que usted comience a tener pesadillas, en las que vea a uno de sus empleados de la limpieza que mando su dinero.

Disponer de suficiente personal es tan importante para una empresa de venta por correspondencia como para las que realizan la totalidad o la mayor parte de sus ventas por teléfono.

En ocasiones, para disponer de personal suficiente, basta con introducir algunos cambios en los procedimientos. Por ejemplo, cuando un empleado está atendiendo a un cliente y llega una llamada telefónica de otro, explique al empleado que debe, primero, excusarse y luego, indicar al cliente que espere en la línea que luego atenderá su llamada tan pronto como termine con el cliente que está tendiendo.

## **3.- Renovación y reforzamiento del concepto del reforzamiento.**

Todos los programas de servicio siempre pierden el impulso inicial después de un año o año y medio (o antes) de su instrumentación. La primera fase de capacitación terminó muchos meses antes. Se han aplicado ya todas las formulas fáciles para solucionar los problemas. Eso hace que permanezcan solo los problemas difíciles, los que redicen los niveles de motivación y causan malestar. Para afrontar el problema, las empresas líderes en servicio realizan, como si se trataran de una religión, actividades dirigidas a renovar y reforzar sus programas en esta área.

Es un grave error el que los directivos cometen de algunas organizaciones cuando establecen un programa de servicio desde lo alto de la colina, le dan un fuerte empujón (acompañado por la cobertura de la caballería ligera), y luego regresan a sus oficinas y se dedican a otros proyectos. La alta dirección debe dirigir los programas de servicio dedicándoles una atención continua. Una atención que debe

manifestarse en forma de compromiso personal y activo, en planes continuos de formación y en estándares de actuación que se refuercen regularmente.

#### **4.- Personas de calidad.**

Contratar, personal para quienes la actitud de servicio y la amistosa sean algo natural. Luego, ayudarles con técnicas y prácticas adicionales del servicio. Motivarlos, capacitarlos luego premiarlos públicamente por sus participaciones.

Hacer estas cosas, muy probable, que no tendremos empleados que vaya por la empresa con la expresión que el cómico, George Carlin, denominó DILLIGAD, que equivalen, en inglés, a las siglas de la frece: ¿acaso parece que nada me importa? (la respuesta es no).

Así mismo, se tiene que revisar regularmente el sistema de administración de personal, para cerciorase de lo que está haciendo sus mayores esfuerzos para encontrar y luego, formar eficazmente personas de calidad, y que se responda a las siguientes preguntas:

¿Estamos reclutando o atrayendo hacia la empresa gente que pueda cumplir, en su totalidad, con eficacia, las funciones del servicio que les corresponden?

Las orientaciones que se da a los nuevos empleados, ¿incluye las estrategias del servicio?, por ejemplo, ¿tiene el manual del empleo una sección sobre servicios?

Los programas de formación, ¿se fundamentan en un servicio eficaz?

¿Incluye los sistemas de evaluación, mecanismos que den a los empleados retroalimentación sobre la eficacia de sus esfuerzos en el área de servicio?

No existen muchas probabilidades de que los empleados mejoren sus prácticas de servicio sin una retroalimentación constructiva. Dígalos específicamente cuales son los estándares de actuación que espera de ellos.

Varios años atrás, elabore un trabajo, muy explícito, sobre los estándares de actuación en el servicio al cliente; tenía cuatro páginas con 36 apartados. Es necesario disponer de una escala de estándares de actuación, ya que los empleados deben saber, de manera específica, cuales son los comportamientos que se esperan de ellos. Muchos esquemas de estándares de actuación son demasiado vagos y genéricos.

De igual forma las definiciones para la segunda variable imagen institucional consideraremos los más importantes y relacionados al tema de la investigación.

#### **1.4. Formulación del problema.**

##### **1.4.1. Problema general.**

¿Cuál es la relación entre el clima laboral y la imagen institucional en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018?

##### **1.4.2. Problemas específicos.**

¿Cuál es el nivel del clima laboral en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018?

¿Cuál es el nivel de imagen institucional en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018?

¿Cuál es la relación entre el clima organizacional y la gestión administrativa en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018?

¿Cuál es la relación entre el clima psicológico y el estilo de comunicación en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018?

¿Cuál es la relación entre el clima cultura organizacional y la gestión de los servicios en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018?

#### **1.5. Justificación del estudio.**

##### **1.5.1. Justificación legal.**

Constitución política del Perú, en su artículo 2.- dice que toda persona tiene derecho, a la vida, a su identidad a su integridad moral, psíquica y física y a su libre desarrollo y bienestar.

Nadie debe ser discriminado por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquiera otra índole.

Ley 28175, Ley marco del Empleo Público. Establece los lineamientos generales para promover, consolidar y mantener una administración pública moderna, jerárquica, profesional, unitaria, descentralizada y desconcentrada, basada en el respeto al Estado de Derecho, los derechos fundamentales y la dignidad de la persona humana, el desarrollo de los valores morales y éticos y el fortalecimiento de los principios democráticos, para obtener mayores niveles de eficiencia del aparato estatal y el logro de una mejor atención a las personas.

Ley de Productividad y Competitividad Laboral, D. Leg. 728. La Política Nacional de Empleo comprende fundamentalmente al conjunto de acciones de política laboral emprendidas por el Poder Ejecutivo orientadas a la generación masiva de empleo, a flexibilizar el mercado de trabajo, a la promoción activa del empleo autónomo como mecanismo fundamental de acceso a la actividad laboral por iniciativa de los propios trabajadores, dictando medidas tendentes a incentivar su integración a la normalidad institucional.

Decreto Supremo N° 086-2010 – PCM, incorporan a la Política Nacional del Servicio Civil como Política Nacional de obligatorio cumplimiento para las entidades del Gobierno Nacional.

Tiene como finalidad, planificar y formular las políticas nacionales del sistema en materia de recursos humanos, organización del trabajo y su distribución, gestión del empleo, rendimiento, evaluación, compensación, desarrollo y capacitación, y relaciones humanas en el servicio civil.

#### **1.5.2. Justificación teórica:**

Hoy más que nunca, el individuo se ve enfrentado en los distintos aspectos de la vida laboral entre dos retos principales: Cómo adaptarse exitosamente y cómo manejar los cambios en el ambiente organizacional. El hombre busca consolidar un ambiente de trabajo que le suministre una percepción de los elementos con las que tiene que convivir diariamente en su ámbito laboral. Esto implica su sentir y su manera de reaccionar frente a las características del servicio al cliente y por ende en el servicio y funciones lo cual se ve reflejado en la imagen de la institución.

La importancia de ésta investigación está basada en demostrar que el servicio al cliente influye en la imagen de una institución formal o informal, a través de percepciones estabilizadas que filtran la realidad.

Cabe mencionar que si una organización no cuenta con la calidad de servicio al cliente su rendimiento se verá en desventaja con otras organizaciones que si lo cuentan, puesto que proporcionan una mayor calidad en sus productos o servicios. La empresa privada CONSETTUR, está consciente que está en tiempos de una constante

innovación a pesar de ello genera insatisfacción en los usuarios.

Esta investigación pretende ser una herramienta para la toma de decisiones en cuanto a lograr los cambios donde se necesiten y que permitan Lograr una interacción más cercana con el grupo de trabajo; por lo que la calidad y eficiencia en cuanto a las funciones a realizar y mejorar la imagen institucional y de igual forma la percepción de los usuarios o clientes.

Por tal motivo se plantea un análisis del servicio de atención al cliente y su relación con la imagen institucional.

### **1.5.3.La justificación práctica:**

Por la naturaleza y la correlación de las variables se puede comentar; que el servicio de atención al cliente guarda una correlación significativa con la imagen institucional; el directorio de la empresa pueden tomar en cuenta las sugerencias del trabajo de investigación.

## **1.6 Hipótesis**

### **1.6.1.Hipótesis general.**

Existe relación significativa entre el clima laboral y la imagen institucional en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018.

Es regular el nivel del clima laboral en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018.

Es bueno el nivel de imagen institucional en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018

Existe relación significativa entre el clima organizacional y la gestión administrativa en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018.

Existe relación significativa entre el clima psicológico y los estilos de comunicación en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018.

Existe relación significativa entre el clima cultura organizacional y la gestión de los servicios en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018.

## **1.7.Objetivos.**

### **1.7.1.Objetivo general.**

Determinar la relación entre el clima laboral y la imagen institucional en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018.

### **1.7.2.Objetivos específicos.**

Determinar el nivel del clima laboral en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018.

Determinar el nivel de imagen institucional en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018.

Determinar la relación entre el clima organizacional y la gestión administrativa en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018.

Determinar la relación entre el clima psicológico y el estilo de comunicación en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018.

Determinar la relación entre el clima cultura organizacional y la gestión de los servicios en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018.

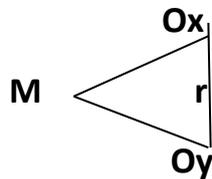
## II. METODOLOGÍA.

### 2.1. Diseño de investigación.

Por la naturaleza de nuestra investigación: descriptivo correlacional cuya intención es establecer la relación existente entre las dos variables (clima laboral y la imagen institucional) de interés en una misma muestra de sujetos o el grado de relación existente entre fenómenos o eventos observados, según explica CASTRO (1999), se plantea el siguiente diseño:

El presente trabajo de investigación es no experimental tipo descriptivo correlacional de corte transversal

Gráfico N° 1



En Dónde:

M : Muestra de estudio

Ox : Variable de estudio 01 Clima laboral

Oy : Variable de estudio 02 Imagen institucional

r : Relación entre las variable Ox y Oy

### 2.2. Variables y operacionalización

#### 2.2.1. Variables

Las variables de estudio del presente estudio investigación son:

#### 2.2.2. Variable de estudio 1:

Clima laboral.

DIMENSIONES.

- i. Actitud amistosa
- ii. Disponibilidad de servicio.
- iii. Renovación y reforzamiento de concepto de servicio
- iv. Personas de calidad

### 2.2.3.Variable de estudio 2:

Imagen Institucional.

#### DIMENSIONES:

- a) Gestión administrativa
- b) Gestión de los servicios
- c) Estilos de comunicación

### 2.2.4.Operacionalización de las variables.

En el presente trabajo de investigación, se tuvo que operacionalizar las variables de estudio clima laboral y la relación directa y significativa con la imagen institucionalidad, a partir de las dimensiones que se han tomado para el estudio. Todo este mecanismo que se implementó se describe a continuación:

Las variables del presente estudio fueron organizados de la siguiente manera:

**Tabla N° 01**  
**Operacionalización de las variables**

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores	Escala de medición
<b>Clima laboral</b>	El clima laboral es el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. Influye en la satisfacción y por tanto en la productividad. Está con el "saber hacer" del directivo, con los comportamientos de las personas, con su manera de trabajar y de relacionarse, con su interacción con la empresa, con las	Se aplicará un cuestionario de veintinueve ítems para medir clima organizacional, psicológico y cultural.	Política de gestión y liderazgo  Práctica de la motivación  Capacidad de decisión  Independencia e identidad.  Dependencia y sumisión  Agresividad y conflicto	Ordinal

	máquinas que se utilizan y con la propia actividad de cada uno. Rubio (2010)		Comunicación Comparten valores.  Creencias y expectativas	
Imagen Institucional	La imagen institucional es una idea de percepción que generalmente los usuarios reciben en sus sentidos, creencias, sensaciones e impresiones que una organización transmite sobre sí" (Amaya, 2010).	Es la percepción agradable de una persona hacia una institución para tal efecto se aplicará un cuestionario de veinticinco ítems sobre la gestión administrativa, comunicación asertiva y servicios.	Planifica oportunamente.  Ejecución eficaz y eficiente de lo planificado.  Cultura evaluativa  Se comunica con asertividad.  Está presente constantemente la innovación en el servicio.	Ordinal

Fuente elaboración propia

Las variables en el presente estudio fueron categorizadas de la siguiente manera:

**Tabla N° 02:**  
**Escala y categorización de datos**

<b>VARIABLE</b>	<b>Clima laboral</b>	<b>Imagen institucional</b>
TIPO	Cualitativa Ordinal	Cualitativa Ordinal
ESCALA DE MEDICIÓN	Ordinal: Posee categorías ordenadas, pero no permite cuantificar la distancia entre una categoría y otra.	Ordinal: Posee categorías ordenadas, pero no permite cuantificar la distancia entre una categoría y otra.
CATEGORIAS	Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre, siempre	Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre, siempre.

Fuente: Elaboración propia

### **2.3 Población y muestra**

Está constituido por 40 clientes de la empresa Consettur Machupicchu. Cusco.

### **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.**

#### **2.4.1. Técnicas**

En vista de que la técnica nos permite aplicar el método de un estudio determinado y por la naturaleza de nuestra investigación utilizaremos la técnica del encuestado, aplicando una encuesta de escala valorativa sobre clima laboral y la imagen institucional cuya información obtenida será procesada estadísticamente.

#### **2.4.2. Instrumentos.**

Los instrumentos nos servirán para el recojo de datos y alcanzar nuestros objetivos. Los mismos que fueron elaborados a partir de los indicadores que provienen de las dimensiones de las variables de estudio. La técnica utilizada fue cuestionario.

Validez y confiabilidad del instrumento.

Determinar la validez y confiabilidad de los instrumentos a ser utilizados en la recolección de datos, para la variable de estudio 1, Clima laboral y la variable de estudio 2, Imagen institucional, implica tener presente en principio que ambos instrumentos son cuestionarios, cuyas características son que cada cual mide a la variable en estudio,

de manera total y también a cada una de sus dimensiones. Se debe tener presente al mismo tiempo, el tipo de respuesta de la variable en estudio, que en este caso es ordinal, y que las alternativas u opciones de respuesta corresponden al tipo de escala de Likert.

**Consulta a expertos sobre la validez del instrumento.**

Una manera de validar un instrumento o tipo de validez que algunos autores consideran, en las investigaciones sociales es la validez de expertos y es la que está referida al grado en que aparentemente un instrumento de medición, mide la variable en cuestión o estudio, esto en función o criterio de las “voces calificadas”. Esta validación está directamente vinculada con la validez de contenido y, de hecho, se consideró por muchos años como parte de ésta. Hoy en día, se concibe como un tipo de evidencia distinta. Regularmente se establece mediante la evaluación del instrumento ante expertos. (Hernández, Fernández y Baptista. 2010).

La valoración dada por los expertos, sobre la validez de los instrumentos aplicados, se muestran en los cuadros siguientes, los que presentan el promedio juzgado por los expertos para cada instrumento:

**TABLA N° 3**

**Valoración del juicio de expertos de las Variables de estudio.**

<b>N°</b>	<b>NOMBRE DEL EXPERTO</b>	<b>Instrumento: Clima labora</b>	<b>Instrumento: Imagen Institucional</b>
01	Mag. José Luis Valencia Villa	85%	90%
02	Dr. Marco A.Rivas Loaiza	90%	80%
03	Dr. Melquiades Cusihuaman Hermoza	85%	85%
<b>Promedio</b>		<b>86%</b>	<b>85%</b>

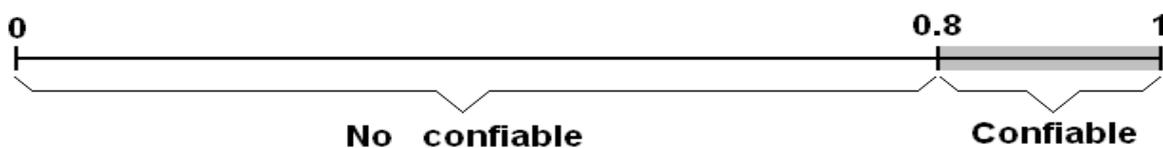
**FUENTE:** Elaboración en base a la validación de expertos

Los instrumentos evaluados por los expertos, alcanzan los siguientes resultados: para el caso de la variable Clima laboral 86%, y para la Variable Imagen institucional, el porcentaje de valoración es 85%. A la luz de estos resultados, podemos afirmar que los instrumentos aplicados tienen un nivel de validez bueno.

confiabilidad o consistencia interna.

Determinar la confiabilidad o consistencia interna de un instrumento de medición, implica determinar el grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales, consistentes y coherentes; en cuya determinación, se tiene que considerar el tipo de escala de la valoración de las respuestas; es decir, si son dicotómicas o politómicas. Para la presente investigación, la valoración de las respuestas en los instrumentos aplicados, corresponden al de la escala de Likert, por lo que para determinar la confiabilidad de los instrumentos, este se hará utilizando el método del alfa de Cronbach, para determinar la consistencia interna de los instrumentos.

Para interpretar el valor determinado de la consistencia interna, se ha de tomar en cuenta lo siguiente: si el valor determinado del índice de confiabilidad o alfa de Cronbach está por debajo de 0.8, significa que hay que interpretarlo en el sentido de que el instrumento que se está evaluando tiene una variabilidad heterogénea en sus ítems, lo que nos conduciría a tomar conclusiones equivocadas, pero para valores por encima de 0.8, el instrumento presenta una buena y alta confiabilidad y consistencia interna.



#### A. Determinación de valores:

La ecuación empleada para la determinación o cálculo de la consistencia interna del instrumento, es el siguiente:

$$\alpha = \left( \frac{K}{K - 1} \right) \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Donde:

$\alpha$  = Índice de confiabilidad interna de Cronbach

K = numero preguntas o ítems

$\sum S_i^2$  = sumatoria de las varianzas de cada ítem

$S_t^2$  = varianza total

La determinación de los valores del alfa de Cronbach, se hacen mediante el uso del software SPSS, para cada uno de los instrumentos de cada variable de estudio, que son los siguientes:

**TABLA N° 4**  
**Estadísticos de fiabilidad de la variable**  
**Clima laboral**

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,804	21

El coeficiente de consistencia interna o alfa de Cronbach determinado para la variable de estudio 1 clima laboral es igual a 0.834, e indica que el instrumento aplicado es de confiabilidad alta.

**TABLA N° 5**  
**Estadísticos de fiabilidad de la variable**  
**Imagen Institucional.**

Alfa de Cronbach	N de Ítems
0,834	27

El coeficiente de consistencia interna o alfa de Cronbach determinado para la variable de estudio 2 imagen institucional, es igual a 0.834, e indica que el instrumento aplicado tiene una alta confiabilidad.

## 2.5 Métodos de análisis de datos.

Los datos obtenidos tras la aplicación de los instrumentos de recolección serán organizados, resumidos y presentados haciendo uso de tablas y gráficos estadísticos con ayuda del software IBM SPSS STATISTIC versión 21 y Excel.

Dada la naturaleza de las variables estudiadas, siendo estas de tipo ordinal, usaremos la prueba estadística de tau b de Kendall, que nos indica si estas variables están asociadas y en qué medida. **Tau-b de Kendall.** Medida no paramétrica de la correlación para variables ordinales o de rangos que tiene en consideración los empates. El signo del coeficiente indica la dirección de la relación y su valor absoluto indica la fuerza de la relación. Los valores mayores indican que la relación es más estrecha. Los valores posibles van de -1 a 1, pero un valor de -1 o +1 sólo se puede obtener a partir de tablas cuadradas.

La fórmula usada para el cálculo de esta medida está dada por:

$$\tau_b = (n_p - n_q) / \sqrt{(n_p + n_q + n_{E(X)})(n_p + n_q + n_{E(Y)})}$$

Donde  $n_p$  indica el número de no inversiones,  $n_q$  el número de inversiones y  $n_{E(X)}$ ,  $n_{E(Y)}$  indican el número de empates.

- **Interpretación el valor de “Tau- b Kendall.**
- De 0.00 a 0.19 Muy baja correlación
- De 0.20 a 0.39 Baja correlación
- De 0.40 a 0.59 Moderada correlación
- De 0.60 a 0.79 Alta correlación
- De 0.80 a 1.00 Muy alta correlación

### III RESULTADOS

#### 3.1 Descripción de resultados.

Los resultados de la variable de estudio clima laboral, consta de un total de veintiún ítem constituidos por las dimensiones de clima organizacional con ocho ítem, clima psicológico con siete ítem y clima cultural 6 ítem. Por otra parte la variable imagen institucional consta de treinta y tres ítem de la cuales ocho ítem corresponden a la dimensión gestión administrativa, once ítem a la dimensión servicio y 16 ítem a los estilos de comunicación.

Para la organización de los resultados de cada variable se estableció los siguientes baremos.

**Tabla N°06**

#### Rangos de la variable: Clima laboral

	<b>NUNCA</b>	<b>RARA VEZ</b>	<b>A VECES</b>	<b>CASI SIEMPRE</b>	<b>SIEMPRE</b>
Clima Organizacional	1 -8	9 – 16	17 - 24	25 - 32	33 – 40
Clima Psicológico	1 – 7	8 – 14	15 - 21	22 - 28	29 – 35
Clima Cultural	1 – 6	7 – 12	13 - 18	19 - 24	25 – 30
VARIABLE CLIMA LABORAL	1 – 21	22 – 42	43 - 63	64 - 84	85 – 105

Fuente: Elaboración propia

**Tabla N°07**

#### Baremos variables: Imagen institucional.

	<b>NUNCA</b>	<b>RARA VEZ</b>	<b>A VECES</b>	<b>CASI SIEMPRE</b>	<b>SIEMPRE</b>
Gestión administrativa	1 – 6	7 - 12	13 - 18	19 - 24	25 – 30
Gestión de servicios	1 – 11	12 - 22	23 - 33	34 - 44	45 – 55
Estilos de comunicación	1 – 16	17 - 32	33 - 48	49 - 64	65 – 90
VARIABLE IMAGEN INSTITUCIONAL	1 – 33	34 - 66	67 - 99	100 - 133	134 - 165

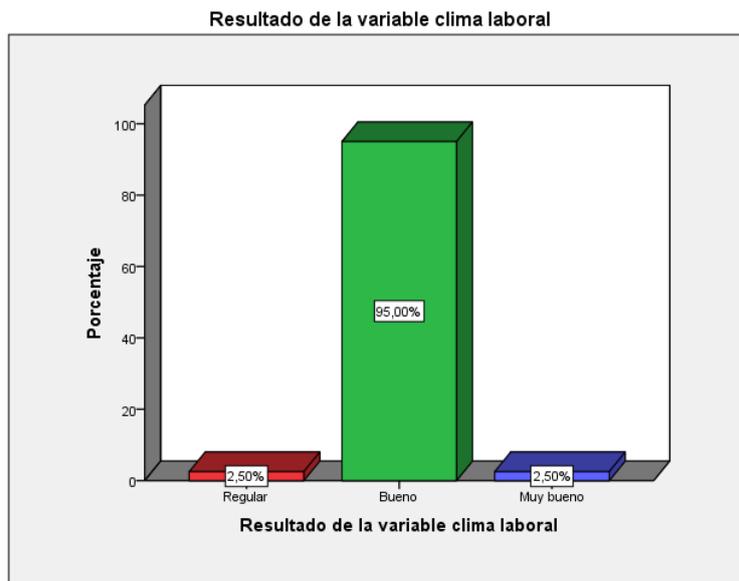
### 3.2 Resultado del variable clima laboral.

**Tabla N° 08**  
**Resultado de la variable clima laboral**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Regular	1	2,5	2,5	2,5
Bueno	38	95,0	95,0	97,5
Muy bueno	1	2,5	2,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**FIGURA N°01**



#### INTERPRETACION Y ANÁLISIS

De la tabla N°08 y gráfico N°01, precedente se aprecia que el 2,5% de la muestra en estudio manifiesta que el clima laboral es regular, el 95% indica que es bueno y 2,5% muy bueno.

El clima laboral es bueno porque se aprecia que existe buena política de gestión y liderazgo, la motivación entre los integrantes de la empresa es buena, existe buen clima psicológico y cultura organizacional es decir la cultura humana emerge a partir

de los esfuerzos desplegados por sus propios miembros para afrontar dificultades que pudieran obstaculizar el buen clima laboral.

**3.2.1 Resultados de la dimensión clima organizacional.**

**Tabla N° 09 :  
Resultado de la dimensión clima organizacional.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Regular	4	10,0	10,0	10,0
Bueno	34	85,0	85,0	95,0
Muy bueno	2	5,0	5,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos.

**GRAFICO N° 02**



**INTERPRETACION Y ANALISIS.**

De la tabla N° 09 y gráfico N° 02, se aprecia que el 10% de la muestra indica que es regular, el 85% indica que el clima organizacional es bueno y el 5 manifiesta que es muy bueno.

Es decir el 90% de las personas encuestadas se encuentran en las categorías de bueno y muy bueno; lo se deduce que existe percepciones compartidas por los

miembros de la empresa respecto al trabajo, el ambiente físico y las relaciones interpersonales es bueno.

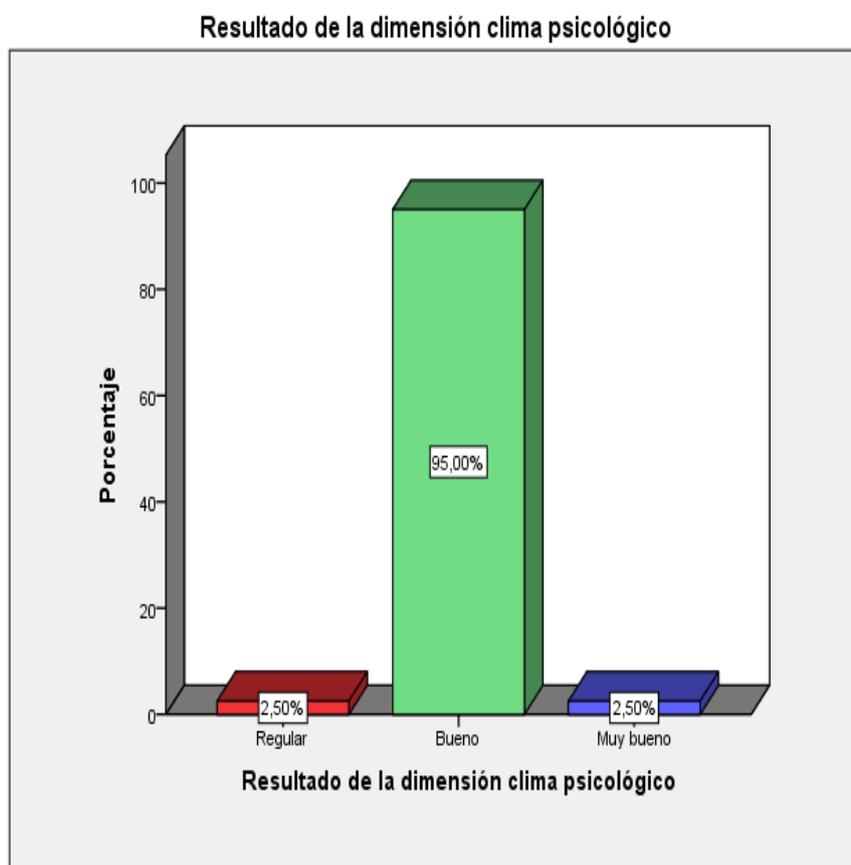
### 3.2.2 Resultados de la dimensión clima psicológico.

**Tabla N° 10**  
**Resultados dimensión clima psicológico**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Regular	1	2,5	2,5	2,5
Bueno	38	95,0	95,0	97,5
Muy bueno	1	2,5	2,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos.

**GRÁFICO N°03**



## INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS.

De la tabla N° 10 y gráfico N°03, el 2,5% de las personas encuestada manifiestan que es regular el clima psicológico, el 95% indican que es bueno y solo el 2,5% reconoce que es muy bueno. Lo que significa que el 97,5% se encuentran en la categoría de bueno y muy bueno. Por lo que los miembros se sienten orgullosos(as) de la empresa, invierten sus horas libres a favor de la empresa y una minoría indica que los sueldos entre los cargos son discriminatorios en la empresa.

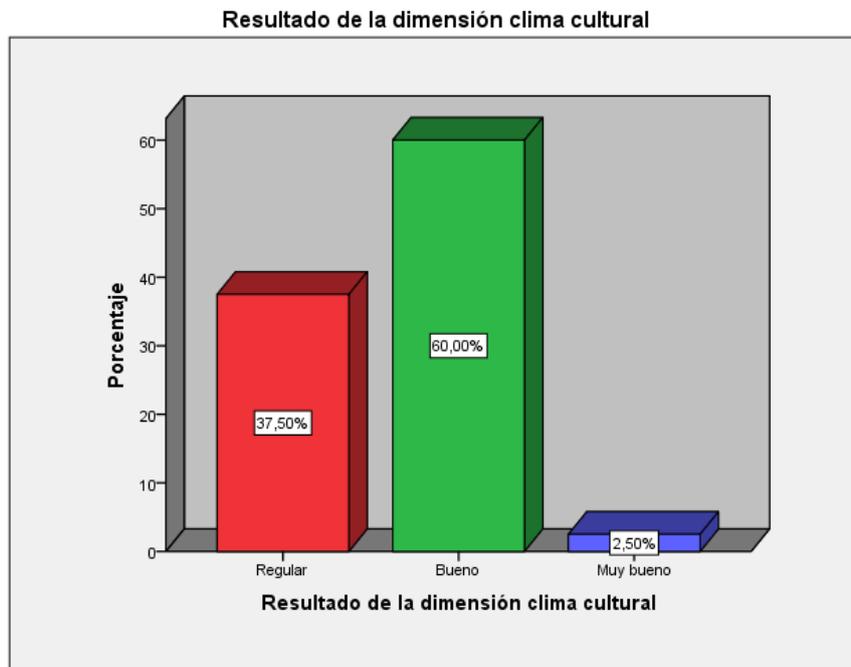
### 3.2.3 Resultados de la dimensión clima cultural.

**Tabla N° 11**  
**Resultado de la dimensión clima cultural.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Regular	15	37,5	37,5	37,5
Bueno	24	60,0	60,0	97,5
Muy bueno	1	2,5	2,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos.

## GRÁFICO N°04



## INTERPRETACION Y ANALISIS

De la tabla N° 11 y gráfico N° 04; se aprecia que el 37,50% de las personas de la muestra manifiestan que el clima cultural es regular, el 60% es bueno y sólo el 2,5% indica que es muy bueno. Es decir el trabajador percibe que existe una comunicación oportuna sobre las actividades que se realizan en la empresa, los miembros de la empresa cultivan la ayuda mutua y la empresa se proyecta a la sociedad, las metas y objetivos de la empresa son asumidos por los trabajadores de la empresa.

### 3.3 Resultados de la variable imagen institucional.

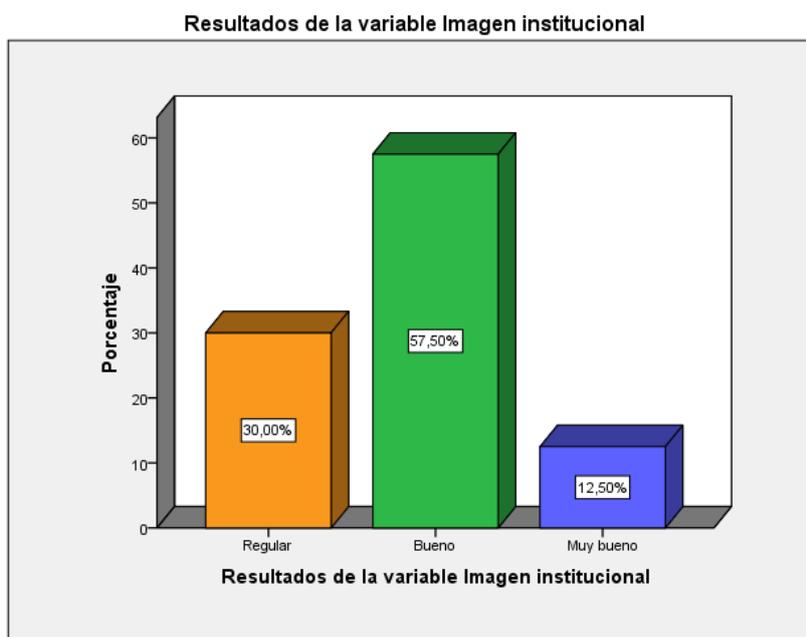
TABLA N°12:

Resultados de la variable Imagen institucional.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Regular	12	30,0	30,0	30,0
Bueno	23	57,5	57,5	87,5
Muy bueno	5	12,5	12,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente. Base de datos.

GRAFICO N°05



## ANALISIS E INTERPRETACION.

De la tabla N°12 y gráfico N°05 se percibe que el 30% de la muestra en estudio manifiesta que es regular la imagen institucional, el 57,5% Bueno y 12,5% Muy bueno.

Más del 50% perciben que la imagen institucional es bueno; es decir existe que los usuarios perciben buena imagen corporativa y la comunicación favorece las relaciones interpersonales favoreciendo los vínculos de la organización y brinda servicios necesarios para que la institución desarrolle adecuadamente sus actividades hacia los usuarios.

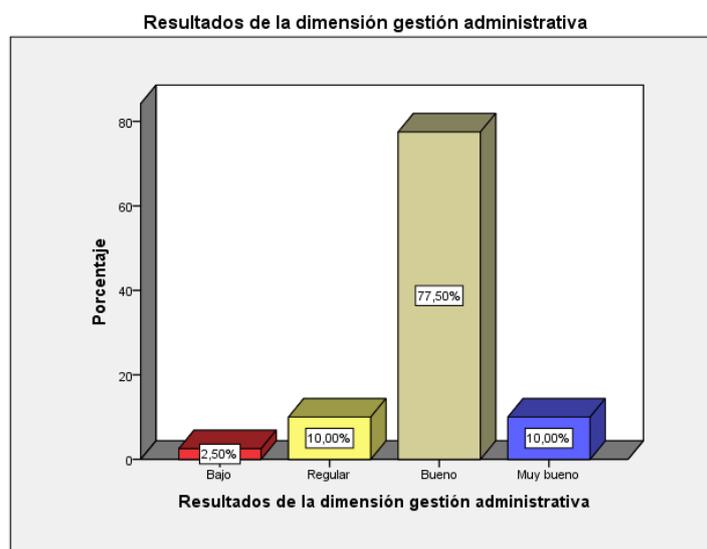
### 3.3.1.- Resultados de la dimensión gestión administrativa.

**TABLA N° 13**  
**Resultados de la dimensión gestión administrativa**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bajo	1	2,5	2,5	2,5
Regular	4	10,0	10,0	12,5
Bueno	31	77,5	77,5	90,0
Muy bueno	4	10,0	10,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos.

### GRÁFICO N°06



## INTERPRETACION Y ANALISIS.

En la tabla N° 13 y gráfico N°06, el 2,5% de la muestra en estudio expresa que la dimensión gestión administrativa es bajo, el 10% regular, 77,5% bueno y solo el 10% percibe muy bueno.

Es decir el 87% se encuentra en la categoría bueno a muy bueno por lo que existe planificación, ejecución y evaluación para obtener un objetivo determinado en la empresa.

### 3.3.2.-Resultados de la dimensión gestión de los servicios

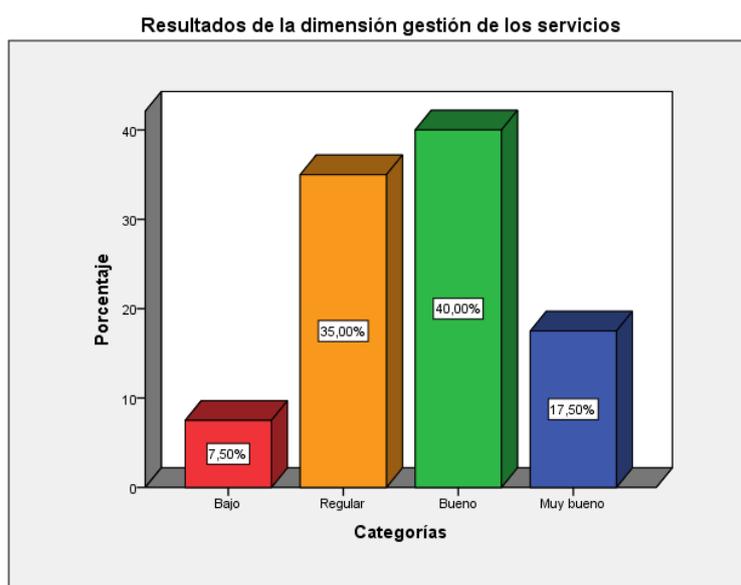
Tabla N° 14:

Resultados de la dimensión gestión de los servicios.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	a	e		
Válido Bajo	3	7,5	7,5	7,5
Regular	14	35,0	35,0	42,5
Bueno	16	40,0	40,0	82,5
Muy bueno	7	17,5	17,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

GRÁFICO N°07



## INTERPRETACION Y ANALISIS.

De la tabla y gráfico precedente se aprecia que el 7.5% de los usuarios de la empresa CONSETTUR identifican que los servicios es bajo, el 35% regular, 40% bueno y el 17.5% muy bueno.

El 57.5% se encuentra en la categoría bueno a muy bueno es decir existe confort en el servicio de la infraestructura, los servicios de limpieza e higiene durante el transporte y la puntualidad en el servicio es bueno.

### 3.3.3.- Resultados de la dimensión estilos de comunicación.

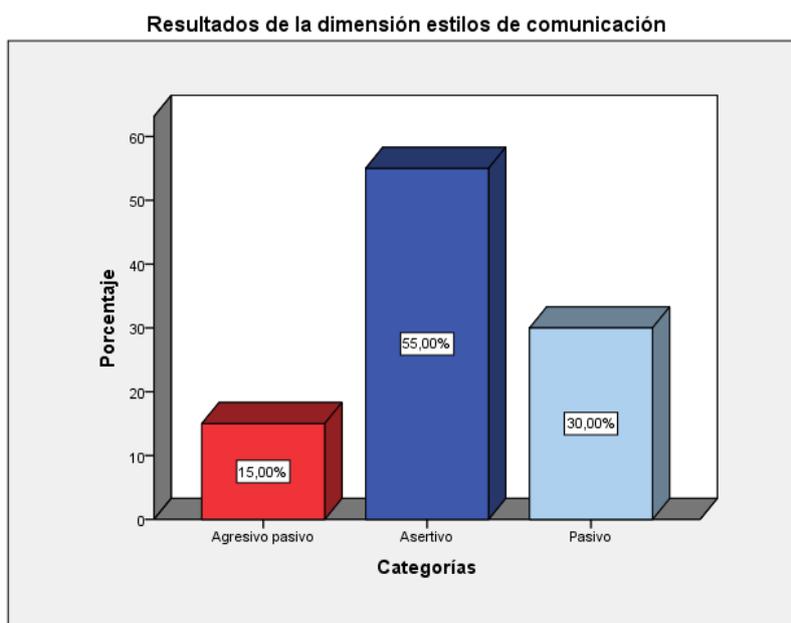
Tabla N° 15 :

Resultados de la dimensión estilos de comunicación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Agresivo pasivo	6	15,0	15,0	15,0
Asertivo	22	55,0	55,0	70,0
Pasivo	12	30,0	30,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

GRAFICO N°08



## **INTERPRETACION Y ANÁLISIS**

De la tabla N°15 y gráfico N°07 el 15% de los trabajadores de la empresa CONSSETUR tienen un estilo de comunicación agresivo pasivo, el 55% asertivo y el 30% pasivo. Llama la atención el estilo agresivo pasivo este grupo en alguna medida influye negativamente a los usuarios de la empresa al tener la característica de una comunicación que carece de toda empatía, no tiene interés por las ideas del otro simplemente impone sus puntos de vista y en algunas ocasiones se vale de la intimidación y la violencia; sin embargo en algunas ocasiones prefieren no decir nada frente a un acontecimiento que pudiera estar mellando la imagen de la empresa.

### **3.4 PRUEBA DE HIPOTESIS.**

Se ha utilizado el estadístico “Tau-b kendall” como un índice que puede utilizarse para medir el grado de relación de entre las variables.

La valoración del Coeficiente Correlación es la siguiente

Interpretación el valor de “Tau-b kendall” es de acuerdo a los siguientes rangos.

- De 0.00 a 0.19 Muy baja correlación
- De 0.20 a 0.39 Baja correlación
- De 0.40 a 0.59 Moderada correlación
- De 0.60 a 0.79 Alta correlación
- De 0.80 a 1.00 Muy alta correlación

#### **3.4.1 Supuesto de Independencia de datos.**

Para probar la hipótesis de correlación entre las Variables de estudio: Servicio de atención al cliente y la imagen institucional, procedí primero a realizar la prueba de Independencia Chi cuadrado y seguidamente una prueba de asociación Tau de Kendall

**TABLA N° 16:**  
**PRUEBA DE INDEPENDENCIA CHI CUADRADO**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	82,896	4	,000
Razón de verosimilitud	87,457	4	,000
Asociación lineal por lineal	43,811	1	,000
N de casos válidos	40		

**Interpretación y análisis:**

Hipótesis estadísticas	<p>Ho: Las variables clima laboral y la imagen institucional en la empresa son independientes estadísticamente</p> <p>Ha: Las variables servicio de clima laboral y la imagen institucional no son independientes estadísticamente</p>
Nivel de significación	$\alpha = 0,05$
Estadígrafo de contraste	$\chi^2 = \sum \frac{( O - E  - 0,5)^2}{E}$ <p>Valor calculado <math>\chi^2 = 82,896</math></p>
Valor p calculado	$p = 0,00$
Conclusión	Como $p < 0,05$ , aceptamos la hipótesis alterna y concluimos que las variables clima laboral y la imagen institucional no son independientes estadísticamente

### 3.4.2 Prueba de las hipótesis General.

#### 1. Formulación de la hipótesis nula ( $H_0$ ) y alterna o investigación ( $H_1$ ).

Hipótesis alterna  $H_1$ : Existe relación significativa entre el clima laboral y la imagen institucional en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018.

Hipótesis nula  $H_0$ : No existe relación significativa entre el clima laboral y la imagen institucional en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018.

#### 2. Elección del Nivel de significancia.

El nivel de significancia es al 5% siendo  $\alpha = 0.05$  es decir un nivel de confianza del 95%.

#### 3. Elección de la prueba Estadística.

Tabla N° 17

#### Correlaciones entre variables

			Resultados de la variable Clima Laboral	Resultados de la variable imagen institucional
tau_b de Kendall	Resultados de la variable Clima Laboral	Coefficiente de correlación	1,000	,888**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	118	118
	Resultados de la variable imagen institucional	Coefficiente de correlación	,888**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	118	118

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Elaboración Propia

### **3. Lectura del p valor.**

- **P-valor = 0,05** : Como valor p-valor o sig. (bilateral) = 0,000 es menor que  $\alpha = 0,05$
- **R de tau b de Kendall = 0,888**

### **4. Elección de la hipótesis**

Existe una relación directa y significativa entre el Clima laboral y la imagen institucional en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018

### **5. Conclusión**

Considerando que el estadístico Tau b Kendall obtenido fue de 0,888 el cual indica la existencia de una correlación positiva muy alta entre las variables de estudio y el valor de  $p=0,000$  es menor a 0,05; se concluye que existe una asociación entre el Clima laboral y la imagen institucional en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018

#### **3.4.3 PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECIFICA N°01.**

##### **1. Formulación de la hipótesis nula ( $H_0$ ) y alterna o investigación ( $H_1$ ).**

Hipótesis alterna  $H_1$ : Existe una relación directa y significativa entre el clima organizacional y la gestión administrativa en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018

Hipótesis nula  $H_0$ : No Existe una relación directa y significativa entre el clima organizacional y la gestión administrativa en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018

##### **2. Elección del Nivel de significancia.**

El nivel de significancia es al 5% siendo  $\alpha = 0.05$  es decir un nivel de confianza del 95%.

##### **3. Elección de la prueba Estadística.**

**Tabla N° 18:**  
**Correlaciones entre la dimensión clima organizacional y gestión**  
**Administrativa.**

			Dimensión Clima organizacional	Dimensión gestión administrativa
tau_b de Kendall	Dimensión clima organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	,249
		Sig. (bilateral)	.	,011
		N	40	40
	Dimensión gestión Administrativa	Coeficiente de correlación	,249	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	40	40

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

**Fuente: Elaboración Propia**

### **3.Lectura del p valor.**

**P-valor = 0,05** : Como valor p-valor o sig. (bilateral) = 0,011 es menor que  $\alpha = 0,05$

**R de tau b de Kendall = 0,249**

### **5.Elección de la hipótesis**

Existe una relación directa y significativa entre el clima organizacional y la gestión administrativa en la empresa CONSETTUR Machupicchu S.A.C.- Cusco 2018

### **6. Conclusión**

Considerando que el estadístico Tau b Kendall obtenido fue de 0,249 el cual indica la existencia de una correlación positiva baja entre las variables de estudio y el valor de  $p=0,011$  es menor a 0,05; se concluye que existe una asociación entre la dimensión clima organizacional y la Gestión administrativa en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018.

### 3.4.2 PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECIFICA N°02.

#### 1. Formulación de la hipótesis nula ( $H_0$ ) y alterna o investigación ( $H_1$ ).

**Hipótesis alterna  $H_1$ :** Existe una relación directa y significativa entre la dimensión clima psicológico y los estilos de comunicación en la empresa CONSETTUR Machupicchu S.A.C- Cusco 2018

**Hipótesis nula  $H_0$ :** No existe una relación directa y significativa entre la dimensión clima psicológico y los estilos de comunicación en la empresa CONSETTUR Machupicchu S.A.C- Cusco 2018

#### 2. Elección del Nivel de significancia.

El nivel de significancia es al 5% siendo  $\alpha = 0.05$  es decir un nivel de confianza del 95%.

#### 3. Elección de la prueba Estadística.

Tabla N° 19:

Correlaciones entre la dimensión clima psicológico y los estilos de comunicación.

			Dimensión Clima Psicológico	Dimensión estilos de comunicación
tau_b de Kendall	Dimensión clima Psicológico	Coefficiente de correlación	1,000	,740
		Sig. (bilateral)	.	,008
		N	40	40
	Dimensión estilos de comunicación	Coefficiente de correlación	,740	1,000
		Sig. (bilateral)	,008	.
		N	40	40

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Elaboración Propia

#### 4. Lectura del p valor.

- **P-valor = 0,008** : Como valor p-valor o sig. (bilateral) = 0,008 es menor que  $\alpha = 0,05$

- **R de tau b de Kendall = 0,7404**

## **5 Elección de la hipótesis**

Existe una relación directa y significativa entre la dimensión clima psicológico y el estilo de comunicación. Existe una relación directa y significativa entre el clima psicológico y el estilo de comunicación en la empresa CONSETTUR Machupicchu S.A.C.- Cusco 2018

## **6. Conclusión**

Considerando que el estadístico Tau b Kendall obtenido fue de 0,740 el cual indica la existencia de una correlación positiva alta entre las variables de estudio y el valor de  $p=0,008$  es menor a 0,05; se concluye que existe una asociación entre la dimensión clima psicológico y el estilo de comunicación en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018.

### **3.4.3 PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECIFICA N°03.**

#### **1. Formulación de la hipótesis nula ( $H_0$ ) y alterna o investigación ( $H_1$ ).**

**Hipótesis alterna  $H_1$ :** Existe relación directa y significativa entre la dimensión clima cultural organizacional y gestión de los servicios en la empresa CONSETTUR Machupicchu S.A.C- Cusco 2018

**Hipótesis nula  $H_0$ :** No existe relación directa y significativa entre la dimensión clima cultural organizacional y gestión de los servicios en la empresa CONSETTUR Machupicchu S.A.C- Cusco 2018

#### **2. Elección del Nivel de significancia.**

El nivel de significancia es al 5% siendo  $\alpha = 0.05$  es decir un nivel de confianza del 95%.

#### **5. Elección de la prueba Estadística.**

**Tabla N° 20:**  
**Correlaciones entre la dimensión clima cultural, organizacional y gestión de los servicios.**

			Dimensión Cultura organizacional	Dimensión gestión de los servicios
tau_b de Kendall	Dimensión clima cultura organizacional	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000  . 40	,892  ,008 140
	Dimensión gestión de los servicios	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,892  ,008 40	1,000  . 40

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

**Fuente: Elaboración Propia**

#### **6. Lectura del p valor.**

- P-valor = 0,05 : Como valor p-valor o sig. (bilateral) = 0,008 es menor que  $\alpha = 0,05$
- R de tau b de Kendall = 0,892

#### **6 Elección de la hipótesis**

Existe una relación directa y significativa entre la dimensión clima cultura organizacional y la gestión de los servicios. Existe una relación directa y significativa entre el clima cultura organizacional y la gestión de los servicios en la empresa CONSETTUR Machupicchu S.A.C.- Cusco 201

#### **6. Conclusión**

Considerando que el estadístico Tau b Kendall obtenido fue de 0,892 el cual indica la existencia de una correlación positiva alta entre las dimensiones de estudio y el valor de  $p=0,008$  es menor a 0,05; se concluye que existe una asociación entre la dimensión clima cultura organizacional y la Gestión de los servicios en la empresa CONSETTUR Machupicchu S.A.C.- Cusco 2018

#### IV DISCUSION

A continuación en este capítulo presentamos el análisis de la contrastación y discusión de los resultados obtenidos a las que se llegó con los antecedentes de estudio, el marco teórico de esta investigación respecto a las variables de estudio en el capítulo de la introducción.

Al respecto el estadístico Tau b Kendall obtenido fue de 0,888 el cual indica la existencia de una correlación positiva muy alta entre las variables de estudio y el valor de  $p=0,000$  es menor a 0,05; se concluye que existe una asociación entre el Clima laboral y la imagen institucional en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018. Por otra parte de la tabla N°08 y gráfico N°01, se aprecia que el 2,5% de la muestra en estudio manifiesta que el clima laboral es regular, el 95% indica que es bueno y 2,5% muy bueno. Asimismo el clima organizacional es bueno porque se aprecia que existe buena política de gestión y liderazgo, la motivación entre los integrantes de la empresa es buena, existe buen clima psicológico y cultura organizacional es decir la cultura humana emerge a partir de los esfuerzos desplegados por sus propios miembros para afrontar dificultades que pudieran obstaculizar el buen clima laboral. Por otra parte la tabla N°12 y gráfico N°05 se percibe que el 30% de la muestra en estudio manifiesta que es regular la imagen institucional, el 57,5% Bueno y 12,5% Muy bueno. Más del 50% perciben que la imagen institucional es bueno; es decir existe que los usuarios perciben buena imagen corporativa y la comunicación favorece las relaciones interpersonales favoreciendo los vínculos de la organización y brinda servicios necesarios para que la institución desarrolle adecuadamente sus actividades hacia los usuarios.

Similares resultados obtuvo Carrión (2016) En su tesis titulado clima laboral y la imagen institucional en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2016. Tipo de investigación no experimental, diseño descriptivo correlacional, con una muestra de 60 personas trabajadores de la empresa, quien llegó a las siguientes conclusiones. Existe relación positiva alta entre el clima laboral y la imagen institucional en la empresa CONSETTUR Machupicchu S.A.C. Cusco -2016; considerando el estadístico Tau b Kendall obtenido es  $r = 0,728$  con una significancia bilateral valor de  $p=0,040$  es menor a 0,05. Los resultados de esta investigación son desde la percepción de los propios trabajadores de la empresa.

Estos resultados son refrendados por Rubio (2010) quien define a clima laboral es el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. Influye

en la satisfacción y por tanto en la productividad. Está con el "saber hacer" del directivo, con los comportamientos de las personas, con su manera de trabajar y de relacionarse, con su interacción con la empresa, con las máquinas que se utilizan y con la propia actividad de cada uno.

Es la alta dirección, con su cultura y con sus sistemas de gestión, la que proporciona -o no- el terreno adecuado para un buen clima laboral, y forma parte de las políticas de personal y de recursos humanos la mejora de ese ambiente con el uso de técnicas precisas.

Por lo tanto se afirma que un "buen clima" se orienta hacia los objetivos generales, un "mal clima" destruye el ambiente de trabajo ocasionando situaciones de conflicto y de bajo rendimiento. Para medir el "clima laboral" lo normal es utilizar "escalas de evaluación".

Los resultados de las correlaciones de las hipótesis específicas entre las dimensiones de la variable clima laboral e imagen institucional se tiene existe correlación positiva baja entre la dimensión clima organizacional y la Gestión administrativa en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2017, considerando que el estadístico Tau b Kendall obtenido fue de 0,249 el cual indica la existencia de una correlación positiva baja entre las variables de estudio y el valor de  $p=0,011$  es menor a 0,05. De igual modo los resultados entre la dimensión clima psicológico y el estilo de comunicación la correlación es alta considerando que el estadístico Tau b Kendall obtenido fue de 0,740 y el valor de  $p=0,008$  es menor a 0,05; se concluye que existe una asociación entre las dimensiones. Por otra parte de acuerdo al resultado del estadístico Tau b Kendall obtenido fue de 0,892 el cual indica la existencia de una correlación positiva alta entre las dimensiones de estudio y el valor de  $p=0,008$  es menor a 0,05; se concluye que existe una asociación entre la dimensión clima cultura organizacional y la Gestión de los servicios en la empresa CONSETTUR Machupicchu S.A.C.- Cusco 2018.

Carrión. (2016) presenta resultados entre cultura organizacional y los estilos de comunicación con una correlación positiva moderada de 0,510. También existe una correlación positiva moderada (Tau b Kendall 0,633) entre el clima psicológico y la gestión administrativa. Por último la correlación positiva moderada entre la cultura organizacional y los servicios prestados en la empresa con tau b Kendall de  $r = 0.633$ .

Resultados similares obtuvo **Corrales, Díaz Y Arturo (2003)** mediante la Revista Venezolana de Gerencia (RVG) de la Universidad del Zulia (LUZ) muestra el trabajo de investigación "*clima organizacional y desempeño de los docentes en la ula: un caso de estudio*". La población fue de 311 docentes activos y la muestra de 86 individuos, obtenida por muestreo estratificado simple. Se concluye sobre la necesidad de adecuar la estructura organizativa a las funciones sustantivas de la universidad, facilitando la coordinación y la ejecución de las decisiones. Los resultados obtenidos como conclusiones reflejan que los docentes de las escuelas de Medicina y Enfermería presentan una valoración similar con respecto al Funcionamiento Organizacional, el cual consideran inadecuado, siendo una de las razones de esta situación la estructura existente, que no estaría favoreciendo la eficiencia de la facultad. Sin embargo, ambas apreciaciones son diferentes a la de la escuela de Nutrición, que presenta un valor promedio más bajo. Esto podría estar relacionado con el estilo gerencial, la calidad de la supervisión y las relaciones interpersonales existentes en la misma, lo que estaría generando un clima rígido y poco productivo que influye en el comportamiento de los miembros del personal profesoral. De los mismos, también se destacan algunas debilidades en cuanto al funcionamiento organizacional en lo referente al estilo gerencial predominante, el proceso de toma de decisiones concentrado en los directivos lo que genera que la información no baje a los escalones más bajos y que sea poco difundida en las cátedras, propiciando que la relaciones interpersonales no sean armónicas y haya poca cooperación entre sus miembros. Además, la existencia de cierto número de niveles jerárquicos, muchas veces le confiere rigidez a la estructura organizacional, ya que por la misma, estar basada en el modelo piramidal; ha conducido a engendrar un clima cerrado y controlado, que repercute en el comportamiento organizacional de sus miembros y en su rendimiento académico.

Es importante recordar Rubio (2010) quien define a clima laboral es el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. Influye en la satisfacción y por tanto en la productividad. Está con el "saber hacer" del directivo, con los comportamientos de las personas, con su manera de trabajar y de relacionarse, con su interacción con la empresa, con las máquinas que se utilizan y con la propia actividad de cada uno.

Entonces, el clima organizacional es el conjunto de percepciones que tienen los trabajadores acerca del ambiente y sus condiciones del trabajo y la resultante de las emociones, actitudes y sentimientos que surgen en las comunicaciones e interacciones de los integrantes de una empresa u organización. El clima es la "atmósfera" social y psicológica que siempre se encuentra en el ambiente laboral.

Rodríguez (1999) refiere a las percepciones compartidas por los miembros de una organización respecto al trabajo, el ambiente físico en que éste se da, las relaciones interpersonales que tienen lugar en torno a él y las diversas regulaciones formales que afectan a dicho trabajo. El clima, en esta perspectiva, ha de ser entendido como el conjunto de apreciaciones que los miembros de la organización tienen de su experiencia en y con el sistema organizacional. Estas Apreciaciones constituyen una afirmación evaluativa, una explicación valorativa de la experiencia organizacional de los miembros del sistema. (p. 159). Por otra parte los estilos de comunicación es un proceso mediante el cual se transmiten ideas, sentimientos, emociones a un sujeto que será considerado el receptor. Sucede que muchas veces lo que decimos no es lo mismo que escucha nuestro interlocutor, de allí que existan diferentes estilos de comunicación. Depende del estilo que usemos para comunicarnos, que nuestro mensaje sea recibido tal y como quisimos desde un principio y que no seamos mal interpretados.

El uso eficiente de la comunicación favorecerá nuestras relaciones interpersonales y fortalecerá los vínculos que vayamos desarrollando a lo largo de nuestras vidas. Hay diversos estilos básicos de comunicación, estos son los ejemplos más comunes: Pasivo, agresivo y asertivo.

## **V CONCLUSIONES**

PRIMERO: Se concluye que existe correlación positiva moderada considerando que el estadístico Tau b Kendall obtenido fue de 0,888 y el valor de  $p=0,000$  es menor a 0,05; se concluye que existe una asociación entre el Clima laboral y la imagen institucional en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018.

SEGUNDO: El clima laboral es bueno en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018 con 95%. Es bueno porque se aprecia que existe buena política de gestión y liderazgo, la motivación entre los integrantes de la empresa es buena, existe buen clima psicológico y cultura organizacional es decir la cultura humana emerge a partir de los esfuerzos desplegados por sus propios miembros para afrontar dificultades que pudieran obstaculizar el buen clima laboral. Es un indicador que nos da a conocer la importancia que tiene el tema en estudio, además las personas que laboran en la Universidad son consientes en qué medida lo toman importancia las autoridades de la institución. Por lo tanto se debe tomar en cuenta el tema en cuestión para implementar lineamientos que mejoren el clima laboral que viene consigo el clima organizacional, clima psicológico y la cultura organizacional, porque si hay un buen entendimiento de estos temas dentro de una institución el fruto será un servicio de calidad y por ello traerá consigo una imagen positiva.

TERCERO: La imagen institucional en la empresa CONSETTUR Machupicchu es buena. Más del 50% perciben que la imagen institucional es bueno; es decir existe que los usuarios perciben buena imagen corporativa y la comunicación favorece las relaciones interpersonales favoreciendo los vínculos de la organización y brinda servicios necesarios para que la institución desarrolle adecuadamente sus actividades hacia los usuarios.

CUARTO: Con un nivel de confianza, existe correlación positiva baja considerando que el estadístico Tau b Kendall obtenido fue de 0,249 y el valor de  $p=0,011$  es menor a 0,05; se concluye que existe una asociación entre la dimensión clima organizacional y la Gestión administrativa en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018.

QUINTO: Existe correlación positiva alta considerando que el estadístico Tau b Kendall obtenido fue de 0,740 y el valor de  $p=0,008$  es menor a 0,05; se concluye que existe una asociación entre la dimensión clima psicológico y el estilo de comunicación en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco 2018.

SEXO: Considerando que el estadístico Tau b Kendall obtenido fue de 0,892 el cual indica la existencia de una correlación positiva alta entre las dimensiones de estudio y el valor de  $p=0,008$  es menor a 0,05; se concluye que existe una asociación entre la dimensión clima cultura organizacional y la Gestión de los servicios en la empresa CONSETTUR Machupicchu S.A.C.- Cusco 2018.

## **VI RECOMENDACIONES**

Realizar un proyecto innovador a fin de mejorar el clima cultural y la imagen institucional en los trabajadores de la empresa CONSETTUR Machupicchu en razón a que el 38% perciben que es regular la comunicación sobre las actividades que se realiza en la empresa, es regular la ayuda mutua entre los miembros y ello obstaculiza a logro de los objetivos. Por otra parte el 30% de las personas brindan servicios con regularidad para que la institución desarrolle adecuadamente sus actividades hacia los usuarios.

Ejecutar un taller para mejorar de buenas relaciones personales en razón a que un 15% de los trabajadores tienen una comunicación agresivo pasivo que por parte de los trabajadores de la empresa.

## VII REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Aiken, L. (1996). *Test Psicológicos y Evaluación*. México: Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.
- Chiavenato, I. (1996). *Introducción a la teoría general de la administración*. Colombia: McGraw Hill.
- Cyert, R. y March, J. (1965). *Teoría de las decisiones económicas de la empresa*. México: Ed. Herreo.
- Dessler, G. (1993). *Organización y Administración*. México: Prentice Hall Interamericana, p. 81.
- Dimaggio, P. y Powell, W. (1999). *Retorno a la jaula de hierro: El isomorfismo institucional y la racionalidad colectiva en los campos*. México: Ed. FCE.
- Hall, R. (1997). *Organizaciones, estructura y proceso*. México: Prentice Hall Hispanoamericana. S.A.
- Hernández, R., Fernández, C. y Batista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5ta. Ed). México. D.F., México: Mc Graw Hill Interamericana.
- Meyer, J. y Rowan B. (1999). *Organizaciones institucionalizadas: la estructura formal como mito y ceremonia*. México: Ed. Fondo de Cultura Económica.
- Morgan, G. (1996). *Imágenes de la organización*. México: Ed. Alfa Omega
- Weber, (2003). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- ZucKer, L. (1999). *El rol de la institucionalización en la estabilidad cultural*. México: Ed. Fondo de Cultura Económica.

## REFERENCIAS DE TESIS

- Álvarez, S. (2002). *La cultura y el clima organizacional como factores relevantes en la eficacia del instituto de oftalmología*. (Tesis de licenciatura). Facultad de Letras y Ciencias Humanas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado de <http://www.sisbib.unmsm.edu.pe>
- Becerra, S. (2006). *¿Cómo podemos intervenir para fortalecer el clima educativo en tiempos de innovación?* (Tesis doctoral). Centro de Estudios Pedagógicos de la Facultad de Educación de la Universidad Católica de Temuco, Chile. Recuperado de <http://www.mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S0718...sci>.
- Carrión (2017). *Clima laboral y la imagen institucional en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC Cusco*. (Tesis magister) Universidad César Vallejo.
- Cortés, M. (2009). *Diagnóstico del clima organizacional en el Hospital "Dr. Luís F. Nachón" Xalapa*. (Tesis de Magister). Instituto de Salud Pública de la Universidad Veracruz, México. Recuperado de <http://www.amesp.org/.../Clima%20organizacional%20nuev>.
- Cortés, N. (2009). *Diagnóstico del clima organizacional. Hospital "Dr. Luis F. Nachón". Xalapa*. (Tesis de Magister). Universidad Veracruzana, México. Recuperado de <http://www.uv.mx/msp/files/.../coleccion8NelsyCortesJ.pdf>.
- Chavarría, G. (2008). *Aplicación de la resolución de conflictos al ámbito laboral*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional, Heredia, Costa Rica. Recuperado de <http://www.unl.edu.ar/agenda/index.php?act...sec...>
- López, C. y Navarro, J. (2003). *Análisis de clima organizacional aplicado al Hospital de Victoria*. (Tesina de Licenciatura). Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Austral de Chile. Recuperado de <http://www.cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2003/.../fel864a-TH.4.pdf>.
- Quispe (2013). *Clima laboral y percepción de la imagen institucional en el instituto de educación superior tecnológico público "Juan Velasco Alvarado"*. (Tesis doctoral). Facultad de educación de la Universidad san Martin de Porras. Recuperado.

Sandoval, J. (2004). *Crisis y su influencia en las estrategias de comunicación organizacional*. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, España. Recuperado de <http://www.ddd.uab.cat/pub/tesis/2004/tdx-0119106.../tdx.html>.

### **Referencias electrónicas.**

Amaya, M. (2010). *Percepción de la imagen corporativa del instituto nacional de estadística y censos, análisis y propuesta*. Escuela superior politécnica del Litoral, Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/>.

Bonilla, C. (2012). *Comunicación en las organizaciones*. Recuperado de <http://www.comunicacionorgfcas.files.wordpress.com/.../la-comun>.

Costa, J. (2012). *La imagen corporativa*. Recuperado de <http://www.idengrafcorp.blogspot.com/.../definicion-joan-costa.ht>.

Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © Larousse Editorial, (2007). Recuperado de <http://www.casadellibro.com/...diccionario-manual...lengua>.

García, M. (2008). *Análisis de la percepción de la satisfacción del clima laboral en las organizaciones deportivas municipales de Castilla-La Mancha*. Recuperado de [www.investigacionengestiondeportiva.tesis](http://www.investigacionengestiondeportiva.tesis).

Hernández, P. (2013). *El diseño de la Enseñanza- Reporte de Lectura*. Universidad Pedagógica Nacional de México. Recuperado de <http://www.kika19her22duran19eyo.blogspot.com/.../resena-sobr>.

Jiménez, M. (2009). *Propuesta de un plan de mejora que favorezca el clima organizacional fundamentado en el análisis y gestión de la satisfacción laboral de los trabajadores*. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Cienfuegos "Carlos Rafael Rodríguez", España. Recuperado de <http://www.monografias.com> > ... > Recursos Humanos.

Marín, D. (2009). *Determinantes del análisis y diseño organizacional*. Publicado por la Facultad de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Jorge Tadeo Lozano Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros.../Clima%20Psicologico.htm>.

- Mc Gregor, D. (1960). *El lado humano de las organizaciones*. Recuperado de [www.eduteka.org/.../b754ca81bdc4defe5132a871791](http://www.eduteka.org/.../b754ca81bdc4defe5132a871791).
- Maslow, A. (1970). *Teoría sobre la motivación humana*. Recuperado de [http://www.es.wikipedia.org/wiki/Abraham\\_Maslow](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Abraham_Maslow).
- Mayo, E.(1930). *Teoría de las relaciones humanas*. Recuperado de <http://www.slideshare.net/.../Elton-mayo-y-la-teoría-de-las-re>.
- Ouchi, W. (2003). *La teoría Z*. Recuperado de [http://www.es.wikipedia.org/wiki/Teoría\\_Z](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Teoría_Z).
- Palomero, J. (2011). *Violencia escolar: un punto de vista global*. Recuperado de <http://www.travesiasyalgommas.wordpress.com/category/.../page/4>.
- Pérez, I y Bustamante, S. (2006). *Clima organizacional y gerencia: inductores del cambio organizacional*. Caracas: Instituto Pedagógico. Recuperado de <http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1316...script...>
- Pintos Trías, Gabriela y Rodríguez Facal, Ana María (2013). *Clima y cultura organizacional*. Recuperado de <http://www.ccee.edu.uy/.../1-Disen%C3%B3-de-un%20instru>.
- Rodríguez, J. (2011). *Planificación urbana en perspectiva: una mirada a nuestra formación en teoría de la planificación urbana*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40119956012>.
- Rubio, E. (2010). *Reglas de oro de un buen clima laboral afirma*. [http://www.prezi.com/\\_.../relacion-entre-clima-laboral-y-satisfacci...](http://www.prezi.com/_.../relacion-entre-clima-laboral-y-satisfacci...)  
[www.prezi.com/\\_.../relacion-entre-clima-laboral-y-satisfacci%C3%B3n...](http://www.prezi.com/_.../relacion-entre-clima-laboral-y-satisfacci%C3%B3n...)
- Shein, Edgar (2011). *Teoría del hombre complejo*. Recuperado de <http://www.motivacionenlaadministracion.wikispaces.com/share/view//>
- Taylor, F. (1915). *Teorías administrativas*. Recuperado de <http://www.buenastareas.com/.../teoría-clásica-racionalista...t>.
- Terrones, E. (2009). *El conocimiento científico y su caracterización*. Recuperado de <http://www.eudoroterrones.blogspot.com/2010/.../el-conocimiento...>

Velásquez, M. (2013). *Identidad y sentido de pertenencia hacia la escuela*. Un estudio que se realizó en la institución educativa San Juan Bosco, Palermo, Colombia. Recuperado de [http://. www. portal.educ.ar](http://www.portal.educ.ar).

## ANEXOS

### ANEXO II

#### MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

**TÍTULO: Clima laboral y la imagen institucional en la empresa CONSETTUR Machupicchu S.A. Cusco 2017.**

**Variable de Estudio 1: Clima laboral**

Definición Conceptual	DIMENSIONES	Indicadores	Escala de medición
<p><b>Clima laboral:</b>- El clima laboral es el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. Influye en la satisfacción y por tanto en la productividad. Está con el "saber hacer" del directivo, con los comportamientos de las personas, con su manera de trabajar y de relacionarse, con su interacción con la empresa, con las máquinas que se utilizan y con la propia actividad de cada uno. Rubio</p>	<p><b>Dimensión 1: clima Organizacional</b></p> <p>El concepto de clima organizacional se refiere a las percepciones compartidas por los miembros de una organización respecto al trabajo, el ambiente físico en que éste se da, las relaciones interpersonales que tienen lugar en torno a él y las diversas regulaciones formales que afectan a dicho trabajo. El clima, en esta perspectiva, ha de ser entendido como el conjunto de apreciaciones que los miembros de la organización tienen de su experiencia en y con el sistema organizacional. Estas Apreciaciones constituyen una afirmación evaluativa, una explicación valorativa de la experiencia organizacional de los miembros del sistema.</p> <p>(Rodríguez, 1999. p 159).</p>	<p><b>Política de gestión y liderazgo.</b></p> <p>En un pilar fundamental en el estudio del clima organizacional y lo que podría ser la base de la productividad. Efectivamente, el liderazgo insufla determinados elementos que permiten alcanzar metas propuestas.</p>	<p>Siempre Casi siempre A veces Rara vez Nunca</p>
		<p><b>Práctica de la motivación.</b></p> <p>Las personas se motivan cuando hay condiciones materiales y subjetivas, hay elementos que estimulan la conducta de las personas; esos elementos que motivan al conjunto de docentes, alumnos y trabajadores en una institución educativa.</p>	
		<p>Capacidad de decisión.</p>	

(2010)	<p><b>Dimensión 2: clima psicológico</b></p> <p>Que clima psicológico, son las circunstancias temporales que se expresan en las percepciones de bueno, malo o regular de las personas vinculadas a una organización o una agrupación de humanos. Clima psicológico “son las percepciones individuales de las características o atributos del ambiente de trabajo”. Clima psicológico es la compleja dinámica que desenvuelven las personas en la perspectiva de satisfacer sus necesidades básicas y superiores; la complejidad está en que de una vez satisfecha la necesidad puede volver la misma necesidad y estas pueden ser reemplazadas por nuevas necesidades que se manifiesten en tiempos y diversas etapas. (Quispe 2013 p.17)</p>	<p><b>Independencia e identidad.</b></p> <p>Aquí solo debemos recordar que, con la satisfacción de las necesidades no culmina el accionar del hombre, hay otros elementos que impulsan el accionar humano.</p>	<p>Siempre Casi siempre A veces Rara vez Nunca</p>
	<p><b>Dimensión 3: Cultura organizacional</b></p> <p>Trice y Beyer (1993) consideran que:</p> <p>La cultura humana emerge a partir de los esfuerzos desplegados por sus miembros para afrontar incertidumbres y ambigüedades de todo tipo,</p>	<p><b>Dependencia y sumisión.</b></p> <p>Es verdad que existen subordinados que dependen de las autoridades, más por una cuestión condicional que por la supremacía de la autoridad; en otros casos, por una minusvalía en las capacidades del subordinado de la que se aprovecha la autoridad para someterlo y hacerlo dependiente o simplemente los subordinados necesitan del auxilio de la autoridad para alcanzar beneficios personales</p> <p><b>Agresividad y conflicto.</b> ¿Cuáles son las causas que hacen posible la agresividad y el conflicto? Innegablemente, la pobreza, es el factor más importante que provoca el conflicto y la agresividad entre los sujetos. Ahí tenemos que sumar la violencia que se visualiza en los medios de comunicación, vía las noticias, las películas y las novelas; ahí es visible que los problemas humanos se resuelven con violencia.</p>	

	<p>proporcionándoles individual y colectivamente conjuntos más o menos articulados de ideas que les permitan responder a sus experiencias. Según estos autores, estas respuestas se engloban en dos grandes categorías. La primera de ellas es relativa a la sustancia de una cultura, es decir, los sistemas de creencias compartidas e interrelacionadas que cuentan con una fuerte carga emocional y que pueden denominarse ideologías. La segunda se refiere a las formas culturales, esto es, las entidades observables (los símbolos el lenguaje, los relatos, las prácticas,...), a través de las cuales los miembros de una cultura expresan, afirman y se comunican mutuamente la sustancia de su cultura. A su vez, la cultura ejerce una serie de consecuencias sobre miembros que la comparten. (P. 303)</p>	<p>comprometidos con la institución. El estar comunicados les pone más cerca entre los miembros y eso los consolida como organización.</p>	
		<p><b>Valores compartidos.</b></p> <p>Los valores son el conjunto de creencias, posturas y principios que hacen posible que el hombre pueda conducirse diferenciando el mal y el bien.</p> <p>Los valores sirven para guiar nuestras acciones o las acciones de las instituciones, bajo el convencimiento que se está procediendo de la mejor forma, por ello no hay discusión sobre el costo o el precio de los valores porque se trata de la convicción individual y grupal de lo que se procede, por ello se vuelve importante para quién la desarrolla.</p>	
		<p><b>Expectativas.</b></p> <p>El sentido común y los tratados de Psicología más la teoría de las expectativas nos dicen que los humanos comunes y corrientes; creamos organizaciones, formamos instituciones o ingresamos a ellas cuando ya están formadas y en desarrollo; con la finalidad de satisfacer nuestras necesidades.</p>	

## Variable de Estudio 2: Imagen Institucional

Definición Conceptual	DIMENSIONES	Indicadores	Escala de medición
<p><b>imagen institucional:</b></p> <p>“La imagen institucional es una idea de percepción que generalmente los usuarios reciben en sus sentidos, creencias, sensaciones e impresiones que una organización transmite sobre si” (Amaya, 2010).</p>	<p><b>1.- Gestión administrativa</b></p> <p>Ahora bien, si extendemos este concepto hacia la gestión de la imagen, el mismo Costa señala que, “la gestión de la imagen corporativa, corresponde al proceso dinámico y multifacético de crear una imagen de la empresa que influya sobre la competitividad y el éxito de la misma. La gestión de la imagen corporativa, depende de la decisión de iniciar o continuar una relación laboral, comercial y financiera”.</p> <p>(Costa, 2012).</p>	<p><b>Planifica.</b></p> <p>La planificación, planeación o el planeamiento, es el proceso metódico diseñado para obtener un objetivo determinado.</p>	<p><i>Siempre</i> <i>Casi siempre</i> <i>A veces</i> <i>Rara vez</i> <i>Nunca</i></p>
		<p><b>Ejecuta.</b></p> <p>La ejecución en el campo de la administración, se entiende como el momento de la concreción de una acción que fue diseñada, organizada y pensada; tal vez por eso los conocedores de la materia perciben a la ejecución como el momento supremo de la acción administrativa.</p>	
		<p><b>Evalúa.</b></p> <p>En general, se entiende por evaluación, la estimación que tienen las personas respecto a las cosas materiales y/o hechos.</p>	
	<p><b>2.- ESTILOS DE COMUNICACIÓN.</b></p> <p>La comunicación es un proceso mediante el cual se transmiten ideas, sentimientos, emociones a un sujeto que será considerado el receptor. Sucede que muchas veces lo que decimos no es lo mismo que escucha nuestro interlocutor, de</p>	<p>1. El estilo inhibido o pasivo: este es el que usa la persona que frente a una situación prefiere no decir nada, no reaccionar, por temor a enfrentarse. Aunque supone un no hacer, un no decir, comunica un sentimiento o una actitud de inseguridad frente a una situación determinada.</p>	<p><i>Siempre</i> <i>Casi siempre</i> <i>A veces</i> <i>Rara vez</i> <i>Nunca</i></p>

	<p>allí que existan diferentes estilos de comunicación.          Dependerá del estilo que usemos para comunicarnos, que nuestro mensaje sea recibido tal y como quisimos desde un principio y que no seamos mal interpretados.          El uso eficiente de la comunicación favorecerá nuestras relaciones interpersonales y fortalecerá los vínculos que vayamos desarrollando a lo largo de nuestras vidas.          Hay diversos estilos básicos de comunicación, estos son los ejemplos más comunes: Pasivo, agresivo y asertivo.</p>	<p>2. <b>El Estilo Asertivo:</b> es el más equilibrado dentro de la comunicación, se encuentra entre el estilo pasivo y el agresivo, Quienes usan este estilo expresan sus ideas de manera clara y directa. Saben cuándo callar y cuando expresar sus puntos de vista.</p>	
		<p>3. <b>El Estilo Agresivo:</b> este carece de toda empatía, quien lo emplea no siente interés por las ideas del otro, simplemente impone sus puntos de vista, valiéndose en ocasiones de la intimidación y la violencia.</p>	
		<p><b>El Estilo pasivo-agresivo:</b> en este la persona prefiere callar y asume una posición pasiva pero expresa sus sentimientos a escondidas o a otras personas.</p>	
	<p><b>3.- Servicios</b></p> <p>Los servicios se desarrollan teniendo como base, la infraestructura y todos sabemos que infraestructura; es el conjunto de componentes materiales que sirven para el funcionamiento de la institución que brinda servicios, son necesarios para que la institución desarrolle adecuadamente sus actividades.</p>	<p><b>Adecuado.</b> Son necesarios para que la institución desarrolle adecuadamente sus actividades.</p>	<p><i>Siempre</i>  <i>Casi siempre</i>  <i>A veces</i>  <i>Rara vez</i>  <i>Nunca</i></p>
		<p><b>Puntualidad.</b></p> <p>Los servicios se dan de forma rápida y puntual.</p>	
		<p><b>Desinteresado.</b></p> <p>Los servicios se dan de forma desinteresada.</p>	

### ANEXO III

#### Matriz del Instrumento para La recolección de datos

**TÍTULO: CLIMA LABORAL Y LA IMAGEN INSTITUCIONAL EN EMPRESA CONSSETUR MACHUPICCHU SAC CUSCO 2017**

**Variable de Estudio : Clima laboral**

Variable	Dimensiones	Indicadores	Peso (%)	Nº de Ítems	Ítems / Índices	Escala de valoración
<b>Clima Laboral</b>	<b>Clima organizacional</b>	<p><b>1.1.- Política de gestión y liderazgo</b></p> <p><b>1.2.- Practica de la motivación</b></p> <p><b>1.3.- Capacidad de decisión</b></p>	33.3%	6	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa fomenta las relaciones humanas con su personal administrativo.</li> <li>2. La empresa fomenta las relaciones humanas con la sociedad civil.</li> <li>3. La empresa trata con amabilidad a su personal administrativo y/o trabajadores.</li> <li>4. La empresa evalúa el sistema de gestión de la calidad de los servicios.</li> <li>5. El directorio de la empresa resuelve de inmediato los problemas de los trabajadores.</li> <li>6. El directorio de la empresa resuelve de inmediato los requerimientos de la sociedad civil.</li> <li>7. La empresa promueve políticas de estímulos a sus trabajadores.</li> <li>8. Si tuviera la oportunidad de irme a otra institución me iría de la empresa.</li> </ol>	<p><i>Siempre</i></p> <p><i>Casi siempre</i></p> <p><i>A veces</i></p> <p><i>Rara vez</i></p> <p><i>Nunca</i></p>
	<b>Clima Psicológico</b>	<p><b>2.1.- Indicador 1: Independencia e identidad.</b></p> <p><b>2.2.- Dependencia y</b></p>	33.3%	6	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Me siento orgulloso(a) de pertenecer a la empresa.</li> <li>2. A los miembros de la empresa considero como amigos.</li> <li>3. Invierto mis horas libres a favor de la empresa.</li> <li>4. Existen trabajadores que se someten a las autoridades para sacar ventajas.</li> </ol>	<p><i>Siempre</i></p> <p><i>Casi siempre</i></p> <p><i>A veces</i></p> <p><i>Rara vez</i></p> <p><i>Nunca</i></p>

		<b>sumisión</b>			<ol style="list-style-type: none"> <li>5. El reparto de cargos remunerados, los horarios especiales para el trabajo y los beneficios económicos son los motivos por los que los subordinados se someten a la autoridad.</li> <li>6. Los sueldos entre los cargo son discriminatorios en la empresa.</li> <li>7. El diálogo es la clave para resolver los conflictos en la institución</li> </ol>	
	<b>Clima Cultural</b>	<b>2.3.- Agresividad y conflicto</b>  <b>3.1.- Comunicación</b>  <b>3.2.- Comparten valores.</b>  <b>3.3.- Creencias y expectativas</b>	33.3%	6	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estoy oportunamente comunicado sobre las actividades que realizan la empresa</li> <li>2. Se fomenta la comunicación horizontal entre los trabajadores de la empresa.</li> <li>3. Los miembros de la empresa cultivan la ayuda mutua.</li> <li>4. Los miembros de la empresa desarrollan labores en beneficio de la comunidad.</li> <li>5. La empresa se proyecta con apoyo social a los pobladores del distrito.</li> <li>6. Las metas y objetivos de la empresa son asumidos por los trabajadores.</li> </ol>	<i>Siempre</i> <i>Casi siempre</i> <i>A veces</i> <i>Rara vez</i> <i>Nunca</i>
Totales			100%	18		

## ANEXO IV

### Matriz del Instrumento para La recolección de datos

**TÍTULO: “CLIMA LABORAL Y LA IMAGEN INSTITUCIONAL EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL JOSE MARIA ARGUEDAS ANDAHUAYLAS, APURIMAC, AÑO 2016.”**

**Variable de Estudio 2 : Imagen Institucional**

Variable	Dimensiones	Indicadores	Peso (%)	Nº de Ítems	Ítems / Índices	Escala de valoración
<b>IMAGEN INSTITUCIONAL</b>	<b>1.- Gestión Administrativa</b>	<b>1.1.- Planifica</b>	33.3 %	6	1. Planifican oportunamente las actividades administrativas.	<i>Siempre</i> <i>Casi siempre</i> <i>A veces</i> <i>Rara vez</i> <i>Nunca</i>
	<b>1.2.- Ejecuta</b>	2. Planifican los medios para alcanzar las metas y los objetivos en la empresa.				
<b>1.3.- Evalúa</b>	3. Las actividades previstas se ejecutan con conocimiento técnico y científico. 4. Las autoridades realizan acciones para mejorar la gestión administrativa 5. Las autoridades de la empresa realizan autoevaluación respecto a las actividades que ejecutan. 6. Las autoridades de la empresa realizan una evaluación permanente respecto a las actividades que desarrollan.					
	<b>2. Estilo de comunicación</b>	<b>2.1.- Pasivo</b>	33.3 %	6	<b>1. Ud. Piensa que la gente</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Debe ser como usted.</li> <li>• Debe buscar consenso.</li> <li>• Tiene iguales derechos que Ud.</li> <li>• No debe expresar desacuerdos.</li> </ul> <b>2. Cuando establece una comunicación.</b>	<i>Siempre</i> <i>Casi siempre</i> <i>A veces</i> <i>Rara vez</i> <i>Nunca</i>

		<p><b>2.2.- Agresivo</b></p> <p><b>2.3.- Asertivo.</b></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Considera los sentimientos de los demás.</li> <li>• Nunca contradice a su interlocutor.</li> <li>• Tiene la mente de negociación.</li> <li>• Trata de monopolizarla.</li> </ul> <p><b>3. Cuando Ud. Se está comunicando.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utiliza a su interlocutor para lograr su objetivo.</li> <li>• Confía en si interlocutor.</li> <li>• Confía en su interlocutor y no en Ud. Mismo.</li> <li>• Permite que su interlocutor tome las decisiones.</li> </ul> <p><b>4. Cuando usted no está hablando.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiene buen contacto visual con su interlocutor.</li> <li>• Balancea constantemente su cuerpo.</li> <li>• Se impacienta.</li> <li>• Se inclina hacia su interlocutor.</li> </ul> <p><b>5. Cuando usted está hablando.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utiliza frases como: “en realidad no es importante”</li> <li>• Utiliza frases amenazantes para convencer.</li> <li>• A menudo usa lenguaje abusivo para profundizar la idea.</li> <li>• Utiliza la palabra “nosotros”</li> </ul> <p><b>6. Cuando da una charla :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Busca entusiasmo entre los asistentes.</li> <li>• Muestra inseguridad.</li> <li>• Se incomoda si tiene que repetir un concepto.</li> <li>• No toma en cuenta el conocimiento de los asistentes.</li> </ul>	
--	--	--	--	--	--

				<p><b>7. Busca la solución del problema que plantea:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Invirtiendo tiempo para buscar consenso.</li> <li>• Retirando de la discusión sus argumentos.</li> <li>• A través de frases intimidatorias.</li> <li>• Mediante la negociación.</li> </ul> <p><b>8. Cuando se comunica.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trata de entender a los demás.</li> <li>• Promueve la idea de su interlocutor.</li> <li>• Encubre sus verdaderos argumentos.</li> <li>• Le permite a su interlocutor frases ofensivas.</li> </ul> <p>9. En una conversación entre amigos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Es usted el que habla más.</li> <li>• Utiliza frases “denme una oportunidad”</li> <li>• Escucha atentamente...pero no emite opinión.</li> <li>• Pide opinión sobre el tema de conversación.</li> <li>• Repite airadamente el mensaje ... si es solicitado.</li> </ul> <p>10. Cuando siente que su interlocutor no lo está escuchando:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lo interesa por la idea que está transmitiendo.</li> <li>• Le llama la atención cortésmente.</li> <li>• Lo increpa.. Y sigue la conversación.</li> <li>• Repite airadamente el mensaje ...si es solicitado.</li> </ul> <p>11. Cuando dos personas están conversando.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Emite una opinión sobre lo conversado.</li> <li>• Interrumpe bruscamente la conversación.</li> </ul>	
--	--	--	--	---	--

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pide permiso ... para incorporarse a la conversación.</li> <li>• Carraspea para que noten su presencia.</li> </ul> <p>12. Cuando va a reclamar una situación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Busca apoyo en otras personas.</li> <li>• Explica la razón de su molestia.</li> <li>• Comienza la conversación diciendo .. “Yo tengo mis derechos”.</li> <li>• Solicita hablar con la persona de más nivel organizativo.</li> </ul> <p>13. Cuando le transmite información a sus supervisados.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los llama y les dice lo que desea.</li> <li>• Va a sus oficinas y les da la información.</li> <li>• Les dice que la información es solicitada por mí despacho o gerencia.</li> <li>• Escucha sus planteamientos y los discute con ellos.</li> </ul> <p>14. Cuando va a elaborar una presentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incorpora ideas de otras personas.</li> <li>• Se limita a transmitir ideas de otros.</li> <li>• No le interesa a nadie lo que está haciendo.</li> <li>• Busca colaboración cuando está “atorado”</li> </ul> <p><b>15. En una sesión de preguntas y respuestas.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le replica...a quien le dio la respuesta.</li> <li>• Realiza preguntas acordes con lo planteado.</li> <li>• Repregunta ...por que no quedó satisfecho con la respuesta.</li> <li>• Incita a que otros pregunten.</li> </ul> <p><b>16. Cuando le piden opinión.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se centra en el tema tratado.</li> </ul>	
--	--	--	--	--	--

					<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elude la solicitud.</li> <li>• Responde con una pregunta.</li> <li>• Responde estar de acuerdo con lo planteado</li> </ul>	
	<b>3.- Servicios</b>	<b>3.1.- Satisfactorio</b>  <b>3.2.- Puntual</b>  <b>3.3.- Desinteresado</b>	33.3 %	6	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa promueve servicios óptimos a los usuarios.</li> <li>2. La empresa proporciona la logística necesaria para servir a los usuarios.</li> <li>3. Existe seguimiento y control de la prestación de servicios de transporte.</li> <li>4.</li> <li>5.</li> <li>6. Existe las acciones correctivas y preventivas en el servicio de transporte.</li> <li>7. Existe políticas medioambientales en la empresa.</li> <li>8. La empresa recoge la percepción y expectativas de los clientes y trabajadores sobre el servicio que presta.</li> <li>9. El servicio al cliente tiene un alto contenido al público usuario.</li> </ol>	<i>Siempre</i> <i>Casi siempre</i> <i>A veces</i> <i>Rara vez</i> <i>Nunca</i>
Totales			100 %	18		

## ENCUESTA SOBRE CLIMA LABORAL

### I.- DATOS INFORMATIVOS.

Sexo : Masculino (    )    Femenino (    )

### II.- INSTRUCCIONES

Estimado o estimada colega; el presente cuestionario es con la finalidad de recoger información sobre la percepción sobre el clima laboral en la empresa CONSSETUR Machupicchu SAC. Por lo que le suplico responder con sinceridad marcando con una X una de las escalas del 1 al 5. Le ruego la sinceridad en sus respuestas.

Escala

1	2	3	4	5
Nunca	Rara vez	A veces	Casi siempre.	Siempre.

Nº	Reactivos/ítems	ITEMS				
		1	2	3	4	5
<b>CLIMA ORGANIZACIONAL</b>						
1	La empresa fomenta las relaciones humanas con su personal administrativo.					
2	La empresa fomenta las relaciones humanas con la sociedad civil.					
3	La empresa trata con amabilidad a su personal administrativo y/o trabajadores.					
4	La empresa evalúa el sistema de gestión de la calidad de los servicios.					
5	El directorio de la empresa resuelve de inmediato los problemas de los trabajadores.					
6	El directorio de la empresa resuelve de inmediato los requerimientos de la sociedad civil.					
7	La empresa promueve políticas de estímulos a sus trabajadores.					
8	Si tuviera la oportunidad de irme a otra institución me iría de la empresa.					
<b>CLIMA PSICOLOGICO</b>						
09	Me siento orgulloso(a) de pertenecer a la empresa.					
10	A los miembros de la empresa considero como amigos.					
11	Invierto mis horas libres a favor de la empresa.					
12	Existen trabajadores que se someten a las autoridades para sacar ventajas.					
13	El reparto de cargos remunerados, los horarios especiales para el trabajo y los beneficios económicos son los motivos por los que los subordinados se someten a la autoridad.					
14	Los sueldos entre los cargo son discriminatorios en la empresa.					
15	El diálogo es la clave para resolver los conflictos en la institución.					
<b>CLIMA CULTURAL</b>						

16	Estoy oportunamente comunicado sobre las actividades que realizan la empresa.					
17	Se fomenta la comunicación horizontal entre los trabajadores de la empresa.					
18	Los miembros de la empresa cultivan la ayuda mutua.					
19	Los miembros de la empresa desarrollan labores en beneficio de la comunidad.					
20	La empresa se proyecta con apoyo social a los pobladores del distrito.					
21	Las metas y objetivos de la empresa son asumidos por los trabajadores.					

GRACIAS POR SU COLABORACION

## ENCUESTA SOBRE IMAGEN INSTITUCIONAL

### DATOS INFORMATIVOS.

Sexo : Masculino (    )    Femenino (    )

### INSTRUCCIONES

Estimado o estimada colega de trabajo; el presente cuestionario es con la finalidad de recoger información sobre la percepción sobre IMAGEN INSTITUCIONAL en la empresa CONSSETUR Machupicchu SAC. Por lo que le suplico responder con sinceridad marcando con una X una de las escalas del 1 al 5. Le ruego la sinceridad en sus respuestas.

Escala	1	2	3	4	5
	Nunca	Rara vez	A veces	Casi siempre.	Siempre.

Nº	REACTIVOS/ÍTEMS	ITEMS				
		1	2	3	4	5
<b>GESTION ADMINISTRATIVA</b>						
1	Planifican oportunamente las actividades administrativas.					
2	Planifican los medios para alcanzar las metas y los objetivos en la empresa.					
3	Las actividades previstas se ejecutan con conocimiento técnico y científico.					
4	Las autoridades realizan acciones para mejorar la gestión administrativa					
5	Las autoridades de la empresa realizan autoevaluación respecto a las actividades que ejecutan.					
6	Las autoridades de la empresa realizan una evaluación permanente respecto a las actividades que desarrollan.					
<b>SERVICIOS</b>						
7	La empresa promueve servicios óptimos a los usuarios.					
8	La empresa proporciona la logística necesaria para servir a los usuarios.					
9	Existe seguimiento y control de la prestación de servicios de transporte.					
10	Existen las acciones correctivas y preventivas en el servicio de transporte.					
11	Existen políticas medioambientales en la empresa.					
12	La empresa recoge la percepción y expectativas de los clientes y trabajadores sobre el servicio que presta.					
13	El servicio al cliente tiene un alto contenido al público usuario.					

**GRACIAS POR SU COLABORACION.**  
**ENCUESTA SOBRE IMAGEN INSTITUCIONAL**

**I.- DATOS INFORMATIVOS.**

Sexo: Masculino (    )    Femenino (    )

**II.- INSTRUCCIONES**

Estimados(as) usuario(a); el presente cuestionario es con la finalidad de recoger información sobre la satisfacción de los servicios que presta la empresa CONSSETUR Machupicchu S.A.C. Por lo que le suplico responder con sinceridad marcando con una X una de las escalas del 1 al 5. Le ruego la sinceridad en sus respuestas.

Escala	1	2	3	4	5
	Nada Satisfecho	Poco Satisfecho	Medianamente Satisfecho	Satisfecho	Completamente Satisfecho

Nº	REACTIVOS/ÍTEMS	ITEMS				
		1	2	3	4	5
<b>SERVICIOS</b>						
1	Sobre el confort que ofrece la movilidad durante el viaje					
2	Sobre el confort de los ambientes de infraestructura					
3	Proporción de logística necesaria para servir a los usuarios.					
4	Sobre el seguimiento y control de la prestación de servicios de transporte.					
5	Sobre las acciones correctivas y preventivas en el servicio de transporte.					
6	Políticas medioambientales en la empresa.					
7	Sobre los servicios de limpieza e higiene de la empresa.					
8	Sobre el trato al cliente.					
9	En lo referente a la oportunidad del servicio					
10	Los horarios de atención					
11	Oportunidad sobre la atención a sus reclamos.					

**GRACIAS POR SUS COLABORACION**

## ENCUESTA SOBRE ESTILOS DE COMUNICACIÓN

Elaborado por: Ing: Nelson Hernandez.

### I.- DATOS INFORMATIVOS.

Sexo : Masculino ( ) Femenino ( )

Condición Laboral : Nombrado/A ( ) Contratado/A ( )

### II.- INSTRUCCIONES

Estimado o estimada colega; el presente cuestionario es con la finalidad de recoger información sobre la percepción sobre los ESTILOS DE COMUNICACIÓN en la empresa CONSSETUR Machupicchu SAC. Por lo que le suplico responder con sinceridad marcando con una X en una de las alternativas. Le ruego la sinceridad en sus respuestas.

#### 1. UD. PIENSA QUE LA GENTE

- ( ) Debe ser como usted.
- ( ) Debe buscar consenso.
- ( ) Tiene iguales derechos que Ud.
- ( ) No debe expresar desacuerdos.

#### 2. CUANDO ESTABLECE UNA COMUNICACIÓN.

- ( ) Considera los sentimientos de los demás.
- ( ) Nunca contradice a su interlocutor.
- ( ) Tiene la mente de negociación.
- ( ) Trata de monopolizarla.

#### 3. CUANDO UD. SE ESTÁ COMUNICANDO.

- ( ) Utiliza a su interlocutor para lograr su objetivo.
- ( ) Confía en si interlocutor.
- ( ) Confía en su interlocutor y no en Ud. Mismo.
- ( ) Permite que su interlocutor tome las decisiones.

#### 4. CUANDO USTED NO ESTÁ HABLANDO.

- ( ) Tiene buen contacto visual con su interlocutor.
- ( ) Balancea constantemente su cuerpo.
- ( ) Se impacienta.
- ( ) Se inclina hacia su interlocutor.

#### 5. CUANDO USTED ESTÁ HABLANDO.

- ( ) Utiliza frases como: "en realidad no es importante"
- ( ) Utiliza frases amenazantes para convencer.

- ( ) A menudo usa lenguaje abusivo para profundizar la idea.
- ( ) Utiliza la palabra “nosotros”

**6. CUANDO DA UNA CHARLA :**

- ( ) Busca entusiasmo entre los asistentes.
- ( ) Muestra inseguridad.
- ( ) Se incomoda si tiene que repetir un concepto.
- ( ) No toma en cuenta el conocimiento de los asistentes.

**7. BUSCA LA SOLUCIÓN DEL PROBLEMA QUE PLANTEA:**

- ( ) Invirtiendo tiempo para buscar consenso.
- ( ) Retirando de la discusión sus argumentos.
- ( ) A través de frases intimidatorias.
- ( ) Mediante la negociación.

**8. CUANDO SE COMUNICA.**

- ( ) Trata de entender a los demás.
- ( ) Promueve la idea de su interlocutor.
- ( ) Encubre sus verdaderos argumentos.
- ( ) Le permite a su interlocutor frases ofensivas.

**9. EN UNA CONVERSACIÓN ENTRE AMIGOS.**

- ( ) Es usted el que habla más.
- ( ) Utiliza frases “denme una oportunidad”
- ( ) Escucha atentamente....pero no emite opinión.
- ( ) Pide opinión sobre el tema de conversación.
- ( ) Repite airadamente el mensaje ... si es solicitado.

**10. CUANDO SIENTE QUE SU INTERLOCUTOR NO LO ESTÁ ESCUCHANDO:**

- ( ) Lo interesa por la idea que está transmitiendo.
- ( ) Le llama la atención cortésmente.
- ( ) Lo increpa.. Y sigue la conversación.
- ( ) Repite airadamente el mensaje ...si es solicitado.

**11. CUANDO DOS PERSONAS ESTÁN CONVERSANDO.**

- ( ) Emite una opinión sobre lo conversado.
- ( ) Interrumpe bruscamente la conversación.
- ( ) Pide permiso ... para incorporarse a la conversación.
- ( ) Carraspea para que noten su presencia.

**12. CUANDO VA A RECLAMAR UNA SITUACIÓN**

- ( ) Busca apoyo en otras personas.
- ( ) Explica la razón de su molestia.
- ( ) Comienza la conversación diciendo .. “Yo tengo mis derechos”.
- ( ) Solicita hablar con la persona de más nivel organizativo.

**13. CUANDO LE TRANSMITE INFORMACIÓN A SUS SUPERVISADOS.**

- ( ) Los llama y les dice lo que desea.
- ( ) Va a sus oficinas y les da la información.
- ( ) Les dice que la información es solicitada por mí despacho o gerencia.
- ( ) Escucha sus planteamientos y los discute con ellos.

**14. CUANDO VA A ELABORAR UNA PRESENTACIÓN.**

- ( ) Incorpora ideas de otras personas.
- ( ) Se limita a transmitir ideas de otros.
- ( ) No le interesa a nadie lo que está haciendo.
- ( ) Busca colaboración cuando está “atorado”

**15. EN UNA SESIÓN DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS.**

- ( ) Le replica...a quien le dio la respuesta.
- ( ) Realiza preguntas acordes con lo planteado.
- ( ) Repregunta ...por qué no quedó satisfecho con la respuesta.
- ( ) Incita a que otros pregunten.

**16. CUANDO LE PIDEN OPINIÓ.**

- ( ) Se centra en el tema tratado.
- ( ) Elude la solicitud.
- ( ) Responde con una pregunta.
- ( ) Responde estar de acuerdo con lo planteado.

GRACIAS POR SU

COLABORACION

**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD**  
**DE LOS TRABAJOS ACADÉMICOS DE LA UCV**

Yo, Hugo Enríquez Romero, docente de la MAESTRIA EN GESTIÓN PÚBLICA de la Escuela de Posgrado – Trujillo; y revisor del trabajo académico titulado: CLIMA LABORAL E IMAGEN INSTITUCIONAL EN LA EMPRESA CONSETTUR MACHUPICCHU SAC. CUSCO - 2018., del estudiante MUELLE BORDA, MAURO, he constatado por medio del uso de la herramienta **turnitin** lo siguiente:

Que el citado trabajo académico tiene un índice de similitud de **19 %** verificable en el **Reporte de Originalidad** del programa turinitin, grado de coincidencia mínimo que convierte el trabajo en aceptable y no constituye plagio, en tanto cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la **Universidad César Vallejo**.

Cusco, 01 enero del 2018.

Atentamente



Dr. Hugo Enriquez Romero  
Docente

DNI: 23863530

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

Título del trabajo de investigación:

Clima laboral e imagen institucional en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC. Cusco 2018.

Nombre del instrumento: CUESTIONARIO PARA DETERMINAR LA PERCEPCIÓN DE IMAGEN INSTITUCIONAL

Investigador: Jessica Sandoval Rosa

CRITERIO	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
Forma	1. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.				X	
	2. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.				X	
	3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
Contenido	4. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
	5. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.					X
	6. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de las variables de investigación.				X	
Estructura	7. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos de la investigación.				X	
	8. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativa.				X	
	9. COHERENCIA	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables				X	
	10. METODOLOGÍA	La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.				X	

**II. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:**

85% %

Procede su aplicación   
Debe corregirse

*Melguedes Cusiwanan H*

Firma  
Mg. o Dr. Melguedes Cusiwanan H  
DNI: 7 24484194  
Teléfono: .....

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

Título del trabajo de investigación:

Clima laboral e imagen institucional en la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC. Cusco 2018.

Nombre del instrumento: CUESTIONARIO PARA DETERMINAR LA PERCEPCIÓN DE CLIMA LABORAL

Investigador: Jessica Sandoval Rosa

CRITERIO	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
Forma	1. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.				X	
	2. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.				X	
	3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
Contenido	4. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
	5. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.				X	
	6. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de las variables de investigación.					X
Estructura	7. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos de la investigación.				X	
	8. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativa.				X	
	9. COHERENCIA	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables				X	
	10. METODOLOGÍA	La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.				X	

**II. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:**

85% %

Procede su aplicación   
Debe corregirse

*[Firma manuscrita]*

Firma

Mg. o Dr.: *Melgicades Cesihuanan H.*

DNI: *24484194*

Teléfono: .....

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

Título del trabajo de investigación:

**CLIMA LABORAL Y LA IMAGEN INSTITUCIONAL EN LA EMPRESA CONSETTUR MACHUPICCHU S.A. CUSCO 2017.**

Nombre del instrumento: **CUESTIONARIO PARA DETERMINAR LA PERCEPCIÓN DEL CLIMA LABORAL**

Investigadora:

CRITERIO	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
Forma	1. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.					X
	2. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.				X	
	3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
Contenido	4. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
	5. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.				X	
	6. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de las variables de investigación.				X	
Estructura	7. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos de la investigación.				X	
	8. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativa.				X	
	9. COHERENCIA	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables					X
	10. METODOLOGÍA	La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.				X	

**II. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:**

Procede su aplicación   
 Debe corregirse

85%

  
 Firma  
 Mg. o Dr.: JOSE WIL YARELIDA VILA  
 DNI: 23.930.190  
 Teléfono: 984695916

**VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

Título del trabajo de investigación:

**CLIMA LABORAL Y LA IMAGEN INSTITUCIONAL EN LA EMPRESA CONSETTUR MACHUPICCHU S.A. CUSCO 2017.**

Nombre del instrumento: **CUESTIONARIO PARA DETERMINAR LA PERCEPCIÓN DEL CLIMA LABORAL**

Investigadora:

CRITERIO	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
Forma	1. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.					X
	2. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.				X	
	3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
Contenido	4. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
	5. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.				X	
	6. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de las variables de investigación.				X	
Estructura	7. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos de la investigación.				X	
	8. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativa.					X
	9. COHERENCIA	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables				X	
	10. METODOLOGÍA	La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.					X

**II. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:**

Procede su aplicación   
 Debe corregirse

90% %  
  
 Dr. Marco Antonio Rivas Loayza  
 ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN

Firma

Mg. o Dr.: .....

DNI: 23451939

Teléfono: 984772863

**VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

**III. DATOS GENERALES:**

Título del trabajo de investigación:

CLIMA LABORAL Y LA IMAGEN INSTITUCIONAL EN LA EMPRESA CONSETTUR MACHUPICCHU S.A. CUSCO 2017.

Nombre del instrumento: CUESTIONARIO PARA DETERMINAR LA PERCEPCION DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL.

Investigadora: MAURO MUELLE V.

CRITERIO	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
Forma	1. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.				X	
	2. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.				X	
	3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
Contenido	4. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
	5. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.				X	
	6. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de las variables de investigación.				X	
Estructura	7. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos de la investigación.				X	
	8. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativa.				X	
	9. COHERENCIA	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables				X	
	10. METODOLOGÍA	La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.				X	

**IV. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:**

Procede su aplicación   
 Debe corregirse

80% %

*Dr. Marco Antonio Rivas Loayza*  
 ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN

Firma

Mg. o Dr.: .....

DNI: 23951939

Teléfono: 984772868

## CONSTANCIA

LA JEFATURA DE LA OFICINA DE RELACIONES PUBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL DEL  
CONSORCIO DE EMPRESAS TURISTICAS MACHUPICCHU CONSETTUR MACHUPICCHU S.A.C  
HACEN CONSTAR QUE EL SEÑOR:

### **ABOG. MAURO MUELLE BORDA**

REALIZO SUS ESTUDIOS DE APLICACIÓN DE ENCUESTAS Y CUESTIONARIOS DE LA MAESTRIA  
DE GESTION PUBLICA DE LA ESCUELA DE POST GRADO DE LA UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO  
DURANTE LOS MESES DE MARZO A JUNIO DEL 2018

SE LE ENTREGA LA PRESENTE CONSTANCIA PARA LOS FINES QUE VIERA CONVENIENTE

CUSCO, 15 DE JUNIO DEL 2018



  
SAS. YESHCA CARRION PACHECO  
JEFE DE RELACIONES PUBLICAS



APLICANDO LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION