



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TÍTULO:

**“IDENTIFICACIÓN LABORAL Y CALIDAD DE SERVICIO DE LA
EMPRESA “LA IMPRENTA” S.A.C, MOYOBAMBA - 2015”**

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

AUTOR:

LIMBER MENDOZA RUIZ

ASESORA:

Dra. YOLANDA NAVARRO BARRERA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTION DEL TALENTO HUMANO

TARAPOTO – PERÚ

2016

PÁGINA DEL JURADO

.....
Presidente

.....
Secretario

.....
Vocal

DEDICATORIA

A Madeleyne, Lukas Antonio y Bruno Alonso, ya que ellos fueron quienes me brindaron su apoyo absoluto y su fortaleza, para poder culminar mi carrera.

Asimismo, dedico el presente trabajo de investigación a mis padres por todo el apoyo y la formación que me dieron el cual permitió desarrollarme como persona.

El autor.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Esposa, mis Hijos y a mis Padres por confiar en mi persona y apoyarme siempre. A la Universidad César Vallejo, por ser nuestra casa de estudios y por brindarnos la formación necesaria. A nuestros maestros por brindarnos sus conocimientos y experiencias y así fortalecer nuestra formación profesional.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo LIMBER MENDOZA RUIZ., con DNI N° 00831150, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Moyobamba, diciembre del 2016.

LIMBER MENDOZA RUIZ
DNI N°00831150

PRESENTACIÓN

Cumpliendo con el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Empresariales de nuestra Universidad, y con el propósito de obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración, sometemos a vuestro ilustrado criterio el presente informe de tesis titulado: ***“IDENTIFICACIÓN LABORAL Y CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA “LA IMPRENTA” S.A.C, MOYOBAMBA - 2015”***, con la finalidad de que cumpla con los requisitos para la respectiva sustentación del mismo.

Moyobamba, Diciembre del 2016

El autor

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad problemática	11
1.2. Trabajos previos	12
1.3. Teorías relacionadas al tema	17
1.4. Formulación del problema	32
1.5. Justificación de estudio	32
1.6. Hipótesis	33
1.7. Objetivos	33
II. MARCO METODOLÓGICO	34
3.1. Diseño de investigación	34
3.2. Variables y Operacionalización	35
3.3. Población y muestra	38
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	38
3.5. Métodos de análisis de datos	39
3.6. Aspectos éticos	39
III. RESULTADOS	40

IV. DISCUSIÓN.....	49
V. CONCLUSIONES.....	51
VI. RECOMENDACIONES	52
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	53
ANEXOS	56
Anexo 01. Matriz de consistencia.....	57
ANEXO N° 02: INSTRUMENTO DE MEDICIÓN	59
ANEXO N° 03: INSTRUMENTO DE MEDICIÓN	61
ANEXO N° 04 PRUEBA DE CONFIABILIDAD INSTRUMENTOS.....	63
ANEXO N° 05 PRUEBA DE CONFIABILIDAD INSTRUMENTOS.....	66
ANEXO N°06. MATRIZ DE RESULTADOS	68

RESUMEN

La presente investigación estudió la relación existente entre la Identificación Laboral y la Calidad de Servicio de la Empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba en el periodo 2015, en donde se utilizó el método inductivo debido a que se partió de preguntas específicas para concluir en una premisa general, de la misma forma el diseño de investigación fue descriptivo y correlacional porque cada una de las variables fueron descritas sin que sufrieran alguna modificación, de esta manera se resolvieron los objetivos específicos y determinar la relación existente entre dichas variables.

La muestra que se tomó para la presente investigación estuvo conformada por 76 clientes frecuentes de la Empresa LA IMPRENTA S.A.C, MOYOBAMBA, para el presente estudio, en donde se utilizó como instrumento de recolección de datos un cuestionario para cada variable, con el fin de evaluar la Identificación Laboral y la Calidad de Servicio. Para la obtención de los resultados se utilizó el programa estadístico el Microsoft Excel y el programa SPSS (Statistical Package for Social Sciences).

Como producto de los resultados se muestra la existencia de una relación positiva entre las variables Identificación Laboral y Calidad de servicio, en donde la primera influye en un 52% sobre la otra, aceptando de esta manera la hipótesis planteada por esta investigación.

Palabra claves, Identificación laboral, Calidad de servicio y clientes.

ABSTRACT

The present investigation studied the relationship between the Labor Identification and Quality of Service of the company LA IMPRENTA SAC, Moyobamba in the period 2015, where the inductive method was used because it was based on specific questions to conclude on a general premise , In the same way the research design was descriptive and correlational because each of the variables were described without any modification, thus solving the specific objectives and determining the relationship between these variables.

The sample that was taken for the present investigation was formed by 76 frequent clients of the company LA IMPRENTA SAC, MOYOBAMBA, for the present study, where a questionnaire for each variable was used as a data collection instrument, in order to evaluate Job identification and quality of service. To obtain the results, we used the statistical program Microsoft Excel and the SPSS program (Statistical Package for Social Sciences).

As a result of the results the existence of a positive relationship between the variables Labor identification and Quality of service is shown, where the first influences 52% over the other, thus accepting the hypothesis raised by this research.

Key words, Labor identification, Quality of service and customers.

I. Introducción.

1.1. Realidad Problemática.

Actualmente las empresas se han adaptado a las nuevas tendencias con el fin de modernizar la administración de los grupos, convirtiéndola en más productiva y así poder contar con más talento humano dentro de la gestión.

En el mundo muchos grupos empresariales se vieron afectados, por los indicadores económicos que presentaron, tanto que hoy en día las compañías trabajan en la búsqueda del compromiso de sus colaboradores hacia la Empresa, ya que estos cuentan con habilidades, conocimientos y experiencia, pues cabe resaltar que el compromiso para las empresas, juega un rol muy importante para el presente y futuro de ellas.

En el Perú existen muchas empresas en donde sus trabajadores no se sienten parte de ellas y mucho menos fidelizados, pues dentro del trabajo presentan incomodidad, inseguridad y no tienen la confianza para desempeñarse debidamente, lo que origina que la calidad de servicio que brinden no sea la correcta.

Lo que se necesita, es que los emprendedores culminen con sus limitaciones, eliminando perjuicios, temores y mitos. Para así constituir una Empresa con buen Clima Laboral. Por su parte la directiva de la Empresa debe estar comprometida con el personal, debiendo empezar con una evaluación de la situación actual del compromiso que tienen estos empleados con la organización. Sin embargo estos datos no son fáciles de obtener ya que es muy difícil que el trabajador responda con sinceridad a su empleador, por eso es mejor que se maneje por terceros estas respuestas.

En San Martín durante los últimos años se ha visto un aumento de microempresas y empresas, que indudablemente crecen de manera rápida, sin embargo no poseen un alto compromiso del personal hacia la Empresa, no poseen el mejor Clima Laboral, dando lugar a un incremento de la rotación del personal y en consecuencia impidiendo que la Empresa alcance sus objetivos.

Cabe mencionar que si la Empresa cuenta con personal comprometido, éste será el que aportará valor, en cambio el poseer trabajadores que no estén identificados con la Empresa, solo generarán mal clima laboral, incluso

pasarse a otros. De allí la importancia del presente trabajo de investigación, es el caso de “La Imprenta” S.A.C., quien desea saber cuál es el grado, el compromiso que tienen sus empleados con la organización, tomando en consideración la que existencia de factores como: que los directivos no le brindan la suficiente importancia al talento humano, no les ofrece horarios flexibles, los salarios no van de acuerdo a las actividades que realizan, no se realiza una previa evaluación para contratar al personal, el personal no se siente a gusto con el cargo y sus funciones, entre otros y esto se refleja en la pésima calidad de atención que brindan a sus clientes, y que como consumidores prefieren optar por otro servicio. Es por ello que un colaborador identificado con la Empresa contribuye a mejorar la Calidad de Servicio.

1.2. Trabajos Previos.

Para llevar a cabo este estudio de indagación, se contó con gran cantidad de investigaciones anteriores, las que sirvieron como guía para el pleno entendimiento de la variable y la selección de las teorías (usadas por estos) que servirán para la evaluación de las variables, es así que a continuación se presentan las investigaciones que brindaron mayores aportes a la investigación:

Internacional

Reyes, M. (2014) en la investigación *“Relación entre Identificación Laboral y Desempeño Laboral en un Grupo de Trabajadores del Área Operativa de una Empresa de Abarrotes.”* Universidad Rafael Landívar. Llegó a las siguientes conclusiones:

Pues al analizar los resultados del estudio, se detalla que se presenta una conexión estadística nula entre identificación laboral y desempeño laboral dentro de un equipo de colaboradores ubicados en el área operativa de un negocio de abarrotes a una puntuación de 0.05.

Se llegó a la conclusión de que el grado de identificación laboral que presenta un equipo de colaboradores del área operativa de un negocio de abarrotes se encuentra en nivel elevado, pues la media resultó ser un 98.06. La media dio

como resultado una puntuación de 53.09, colocando en un nivel elevado, al desempeño laboral del grupo estudiado.

En cuanto desempeño laboral y datos demográficos (edad, género y años laboral), la conexión estadística que estas presentan es nula, pues obtuvieron como resultado 0.05. Colocándose en un nivel bajo.

Sánchez, R. y Urrita, M. (2013), en su tesis *“Propuesta de un manual de identidad corporativa, dirigido a la Empresa Proveedurías Morales Romero C.A del Municipio Maracaibo del estado Zulia”*, Instituto Universitario de tecnología Readic Unir. Maracaibo – Venezuela.

De acuerdo a la tesis, se detalla que la Comunicación es un tema a practicar dentro de la organización, etiquetándolo como un problema a resolver. Para que la Empresa transmita el mensaje que quiere dar a conocer, esta debe contar con el conocimiento y entender el contenido que transmitirá a sus receptores. Es sumamente necesario que los colaboradores directivos, tengan en claro el concepto del mensaje. Cuando la organización se posiciona mentalmente en el cliente, al contar con una estructura claramente definida, facilita al usuario conocer su ubicación de otras opciones de ofertas que se presenten en el mercado donde se desarrolla. Si una organización consigue entender las ideas del mensaje que se quiere dar a conocer como Empresa, y estos están registrados dentro de un Manual de Identidad Corporativa, la Empresa contará con la facilidad al momento de emitir el recado de posicionarse en los pensamientos de sus clientes. En la fundación de la identidad empresarial de Proveedurías Morales Romero C.A., que surgió a partir los pedidos de sus directivos, estuvo orientado por un grupo de estudiantes de relaciones públicas. Particularmente en el ámbito de comunicaciones publicitarias y relaciones públicas el especializado en Comunicaciones Publicitarias tiene los conocimientos necesarios para producir un producto (en este caso el manual de identidad) utilizando los elementos que le facilita las materias usuales de la mención para entender las definiciones del marketing, estudios de percepción y mercado de las necesidades individuales o grupales del público, que dé misma manera de un extenso conocimiento en estrategias de mercadeo. Por su parte, el estudiante

de Relaciones Públicas maneja los elementos necesario para plantear y elaborar un modelo de producción de los productos de función informativa (que son indispensables en el servicio que promociona la Empresa antes y después de la venta), así como la información del área de periodismo institucional que estarán registrados en el manual y que deben estar escritas presentando lógica, coherencia y además pueda ser entendida por las personas que hagan uso del manual de identidad de la Empresa con el propósito de aplicar lo indicado dentro de ella. Para conocer la necesidad de la elaboración de un Manual de Identidad Corporativa para la Empresa anónima Proveedurías Morales Romero C.A., se hizo un análisis visual de manera detallada del uso de las herramientas de identidad en par de un conjunto de entrevistas como fuente principal en la recopilación de datos. La elaboración de un plan de Manual de Identidad Empresarial que es una fuente de aprovechamiento para los que asesoran su creación como para la corporación. En la creación de dicha herramienta de identidad se muestran datos claves que son de utilidad para el negocio y que habían sido obviados en antiguas ocasiones. El tener conocimiento, el analizar y el adentrarse en la indagación de las carencias de una organización, en donde el propósito es cumplir las necesidades de sus clientes, nos previene del descuido de algún punto, pues esto puede ir en contra de lo que se quiere dar a conocer en realidad. Pues diariamente se presentan necesidades reales que afectan a la organización, debido a ello se necesitó dirigir la indagación y creando una herramienta de uso real.

Monsato, H. (2012), en su tesis: *“Identificación laboral de los trabajadores de ONSEC”* Universidad Rafael Landívar. Guatemala. Realiza las siguientes conclusiones:

El nivel de fidelización laboral de los empleados de la Oficina Nacional de Servicio Civil está ubicada en un nivel elevado. En promedio de edad, solamente entre los 27 y 35 años se detectó que se sienten parte de la organización rango, en otras de sí misma es elevado y no existen colaboradores en el promedio de 63 a 71 años. Se presenta una relación diminuta entusiasta de 0.306 estadísticamente correspondido a un grado de

0.05 de la identificación laboral y la edad. Lo cual detalla que un empleado mientras más años tiene, más se siente parte de la Empresa. En cuanto al tiempo de trabajo y género se localizó una relación muy baja. Se presencia una unión baja positiva estadísticamente representativa al grado de 0.05 entre los factores de motivación, compromiso laboral, comunicación y cultura con respecto a la edad; Por lo que se infiere a que si más años tiene un empleado mayor adaptación mostraran en los factores detallados. No se presencié la familiaridad entre la variable satisfacción laboral y edad. Se concluyó que la cultura tuvo una conexión baja positiva y significativa al grado de 0.05 con la edad y el género.

Nacional

Valles (2014) en su investigación titulada *“Gestión de la retribución y la Calidad del Servicio al cliente en la Empresa Rodríguez Servicios Generales SAC”*, Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo – Perú. Concluye en lo siguiente:

La hipótesis de investigación ha sido demostrada y sustentada por la cercanía de calificación de ambas variables, también el objetivo general ha sido logrado, pues si se ofrecen buenas retribuciones los trabajadores estarán más motivados y comprometidos con la Empresa y en suma brindan mejores servicios que impulsaran la calidad del servicio al cliente; así lo demuestra el análisis de fortaleza y debilidades.

La gestión de la retribución del personal operativo de la Empresa, en algunos criterios califica como alto o satisfactorio, el 100% opina que la Empresa supera las obligaciones legales en materia de retribución, es decir da algunas prestaciones y servicios sociales voluntarios; no obstante al retribuir haciendo uso de recibos de honorario, está obviando algunos derechos laborales que son obligatorios.

Sánchez (2014), en su investigación *“Capacitación en Habilidades de Atención al Cliente para Mejorar la Calidad del Servicio Brindado en el Restaurant Mar Picante de la Ciudad de Trujillo”*. Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo – Perú, concluye que:

La capacitación en habilidades de atención al cliente mejoró de manera positiva la calidad del servicio brindado en el restaurant Mar Picante de la ciudad de Trujillo. Al medir la calidad del servicio en el restaurant Mar Picante antes de la implementación del Plan de Capacitación, encontramos que este era calificado por los clientes como una calidad de servicio deficiente, concluyendo que el enunciado del problema planteado para la presente investigación tuvo fundamento real, ya que la calidad de servicio no estaba bien visto por los clientes y tuvo que plantearse una medida para revertir la situación, que en este caso fue la implementación de un Plan de Capacitación. Al analizar los principales beneficios de la implementación del Plan de Capacitación concluimos en que no solo impactan en el ámbito económico, al mejorar la satisfacción del cliente con las habilidades de los trabajadores y fidelizarlos con la Empresa, sino que también tienen impacto en el desarrollo personal de cada trabajador quienes notan la diferencia en sus capacidades para afrontar diversos problemas, para ejecutar su trabajo y relacionarse con los clientes. Al medir la calidad del servicio en el restaurant Mar Picante después de la implementación del Plan de Capacitación, encontramos que este era calificado por los clientes como una calidad de servicio buena.

Esteban (2014), en su investigación titulada *“Cultura Organizacional, Compromiso Cristiano y la Satisfacción Laboral en los Docentes de la Universidad Peruana Unión de La Ciudad de Lima. Perú, 2013”*, Universidad Peruana Unión. Lima – Perú. Finalmente concluye que:

Considerando el análisis de regresión múltiple para explicar los distintos modelos según las hipótesis de trabajo formuladas se llega a las siguientes conclusiones:

El nivel de satisfacción laboral intrínseca logrado por el personal docente de la UPEU depende de las sub variables de cultura organizacional: implicación y misión asumidas, así mismo el nivel de satisfacción laboral extrínseca logrado por el personal docente de la UPEU depende de las sub variables de cultura organizacional asumida: implicación y misión.

1.3. Teorías Relacionadas al Tema.

Para la presente investigación, se tomará como variables principales a la Identificación Laboral y Calidad de Servicio, el cual se conceptualizará, y establecerá los factores a tener en cuenta al momento de evaluarlas.

Identificación Laboral.

Definición:

La identificación, es asumida como el sentido de fidelización y compromiso de los colaboradores hacia su lugar de trabajo pues esto favorece mucho a las organizaciones. Una organización que cuente con colaboradores fidelizados gozará del compromiso y fidelidad hacia ella, además sus trabajadores estarán cómodos y seguros para desempeñarse en sus labores, demostrando menos estrés y mayor productividad. Pero la fidelización que los colaboradores presentan a su centro de trabajo no parece ser tomadas en cuenta. **Okpara J. (2013).**

Según **Haslam (2004)**, La identificación, es interpretada como el sentimiento de pertenencia de los colaboradores a sus empresas, pues eso brindar múltiples ventajas a la gestión. Una organización que cuente con colaboradores que se sienten parte de ella desarrollará los valores de compromiso y fidelidad, pues ellos mostraran estar satisfechos, no contar con estrés y procesaran mayor productividad. Pero los colaboradores que sienten parte de su organización no tienen muy en cuenta los beneficios que ganaran a cambio de ello.

Elementos de la Identificación Organizacional

De acuerdo a **Okpara J. (2013)**. La identificación organizacional específicamente es sentirse parte de una sociedad en el transcurso de que el colaborador vaya sintiéndose parte de la Empresa esta le ira otorgando las bases para lograrlo.

Así se define que la conducta organizacional se puede detallar con facilidad sí se consideran el desarrollo y las interacciones intergrupales. Pues mientras

más se interactúa dentro de un equipo, más se sienta parte de la compañía, tiene mayor probabilidad de desenvolverse sintiéndose parte del grupo. El sentirse parte de la corporación o con el equipo de trabajo puede adoptar en los colaboradores intereses y objetivos de manera grupal. Para eso es necesario que los empleados se sientan más comprometidos con los objetivos del grupo que por sus intereses personales poniéndolo como menos importante, así demuestran las investigaciones empíricas que influenciaron en la interacción entre la identificación y los esfuerzos en beneficio del grupo. Pues estas se clasificaron en tres factores.

Identificación organizacional. Se midió a través de una escala. Principalmente se implementó la Escala Gráfica de Identidad Organizacional (EGIO) ejecutada ya que ayuda medir como un solo ítem el nivel de identificación del colaborador con su Empresa. **(Kark, 2004).**

Características del Trabajo.

En este punto se tomaron en cuenta las variables de mayor importancia desde la visión laboral, pues se precisa que son tareas desarrolladas por los colaboradores en un lapso de tiempo, en donde ejecutarlas les brinde comodidad.

- Apoyo de la dirección.

El colaborador que cuente con el apoyo del directorio puede realizar sus actividades de manera adecuada, aparte de sentirse con la libertad de exponer sus pensamientos y poner en práctica las habilidades con la que cuenta, creará en él una fidelización hacia la organización, es decir que se sentirá parte de la corporación.

Al mismo tiempo la gestión debe implementar nuevas formas de labores para desarrollar la eficiencia y productividad, con desarrollar talentos humanos que proporcionen ideas innovadoras.

- Tiempo disponible.

Los trabajadores de una Empresa, por las tareas que desarrollan, merecen un lapso de tiempo libre o un receso, la organización al brindar más tiempo

libre a su colaborador provocara que este se sienta parte de la organización, lo que ocasionara que el desempeño de sus labores sea de manera eficiente. Y así se sentirá comprometido con la gestión.

- **Libertad en el Trabajo.**

En este factor la Empresa proporciona al empleado contar con decisiones propias para el desarrollo de sus actividades, a parte que les permite crecer y les permite plasmar Métodos propios con autonomía, a consecuencia de esto si logra equivocarse o cometer un error es severamente llamado la atención y sancionado, por la cabeza de la jerarquía de la organización. Lo que implica que la libertad en el centro de labor debe estar conectado con la responsabilidad para desarrollar más valor al trabajo. Lo cual influye en el empleado a sentirse fidelizado con la organización.

- **Claridad de Labores.**

Los empleados se sentirán más comprometidos o parte de la Empresa al recibir las tareas que deben desarrollar de manera detallada y clara.

Factores Motivacionales.

Las causas de estar motivados están relacionados al sentirse complacidos en el trabajo, pues si un empleado está a gusto con las actividades que desarrolla probablemente se sentirá parte y más comprometido con la Empresa, en par por las tareas que realiza serán retribuidas de distintos modos, para un acertado estudio de este factor contamos con variables tales como:

- **Iniciativa Personal.**

El trabajador que se siente parte de la Empresa, usualmente es el que da el primer paso para realizar algunas labores dentro de la gestión , lo que amerita ser parte de talleres, plantear ideas, desarrollar sus actividades de departamento y se evita de recibir indicaciones, pues por parte de su propia iniciativa.

- **Participación.**

Un empleado es cooperativo si lograr sentirse parte de la organización, quiere decir que participa en el crecimiento de la Empresa, para el desarrollo del área en el que labora y básicamente por el deseo de superación personal. También la cooperación detalla la pro actividad de los empleados, y el desempeño de todas las actividades que realizan.

- **Obediencia.**

El colaborador al sentirse parte de la organización, cumple con sus actividades respetando las normas y reglamentos, porque si al laborar comete una equivocación este se afrentará a llamadas de atención o críticas.

Por el contrario al sentirse identificado o fidelizado con la organización parámetros para ellos se convierten en consejos para su desarrollo laboral.

Características Personales.

En definición son principalmente todas las causas que son parte de desarrollo profesional y personal, que decir que el colaborador experimenta la motivación al lograr sus metas y los de su alrededor.

Es importante que los colaboradores se desempeñen en sus actividades de manera grupal y que cuenten con la habilidad para llegar a dirigirlo.

- **Recompensas.**

La corporación recompensa a los empleados que se desempeñen mostrando productividad y buen rendimiento, ya sean por medio de incentivos, etc.

Gracias a esto los trabajadores se sienten más fidelizados o parte de las empresas en las que laboran, pues eso les da la confianza de demostrar sus habilidades y destrezas.

- **Reconocimiento**

Para un empleado ser reconocido es esencial al momento de desempeñarse en sus labores, pues al valorar su desempeño crea en él mayor productividad en sus labores.

Entre el reconocimiento más frecuente que usan las empresas son: Colaborador del mes, Colaborador puntual, etc.

- **Logro Personal.**

El logro personal, principalmente, empieza con un objetivo que se tiene propuesto, entonces, se aplicarán todos los esfuerzos, tanto físicos como psíquicos, para conseguirlo y convertirlo en una realidad.

Uno de los requerimientos que un individuo necesita para afrontar un alcance personal es contar con la tenacidad. Porque la tenacidad nos hace consecuente y no nos permite caer fácilmente ante las adversidades que se presenten en la vida.

Es necesario resaltar que los alcances individuales son difíciles de contar sino que necesitan usualmente del detallado esfuerzo además de la tranquilidad y la paciencia para esperar que el desarrollo que se llevará a cabo sea completado.

- **Cohesión Grupal.**

Según Wimeyer (2005). La cohesión grupal son un conjunto de fases en la cual se muestra en la moda del grupo a conservar y tener unido en la indagación de sus propósitos principales y/o para cubrir las necesidades emocionales de sus integrantes.

Es uno de los valores urgidos en la construcción de grupos de trabajo. Un plan enfocado en los valores de aportación de los actos físicos curriculares puede beneficiarla y ejecutarla.

Factores que evalúan la Identificación Laboral

Martínez (2003). Para la construcción de la identificación laboral implica la interacción de diversos factores, tal como son experimentados por cada trabajador desde su posición que se define sociocultural en el proceso productivo y en la organización. Se trata de cuestiones que tienen que ver con su implicación subjetiva en el trabajo, con los requisitos objetiva en la que se desarrolla.

En los factores encontramos los siguientes factores:

Interacción Laboral.

Martínez (2003). El nivel de integración aporta en las interrogativas como la definición vocacional, la ética de la labor o la identificación laboral aspectos que analizaremos a continuación.

✓ Movilidad Promocional.

En cuanto la presencia de las probabilidades y métodos de promoción que facilita al empleado contar con una visión de lograr una carrera laboral, es decir la Empresa que permita al colaborador seguir desarrollándose, brindándole la oportunidad de estudiar, además de adquirir toda la experiencia necesaria de la organización, de hecho que el trabajador se sentirá mucho más identificado con la Empresa.

✓ Satisfacción en el Salario.

Según Martínez (2003). El salario es señalado como uno de las causas que más desconformidad genera en los empleados entrevistados, en más de la mitad de los casos. Los trabajadores que muestren un cierto nivel de satisfacción con su retribución son en general trabajadores con responsabilidades diversas, mandos intermedios que, o bien están satisfechos, o bien desearían más aunque no les parece excesivamente mal lo que reciben.

✓ Flexibilidad Horaria.

Martínez (2003), Junto a la cuestión de salario, este es el factor que más quejas despierta en los trabajadores del sector, en cualquiera de las empresas y diferentes niveles de responsabilidad. La clave de los argumentos al respecto es la dificultad de desconectar del trabajo, el tener que estar pendiente, incluso con el teléfono móvil conectados en los momentos de ocio, no es algo extraño en los puestos de la organización, es decir para un colaborador es importante contar con tiempo para descansar, para realizar las labores sin presión, etc. Todos estos factores influyen en que el trabajador se sienta mucho más identificado con la institución.

✓ Flexibilidad Funcional.

Martínez (2003), En muchas escenas el reconocimiento de la labor propia es altamente complicado, en cuanto a la sobrecarga de actividades como perteneciente a las propias funciones, y de diferentes fuentes solicitados para ello. No se trata de tareas que salgan de lo que es perfil propio de los puestos ocupados, sino que los trabajadores consideran sus ocupaciones como variadas, lo cual es relato como fuente de satisfacción, en la medida que no existe rutina (o como comentan algunos, hasta las tareas rutinarias resultan variadas en su contenido). No obstante, esta satisfacción con la variedad de tareas no implica que todas ellas sean del agrado de los trabajadores. Y que además contribuyan a eliminar la incertidumbre.

Este reconocimiento individual tiene como resultado, además, la motivación de rostro a la productividad de unos trabajadores en general entusiastas.

Mientras exista flexibilidad en las actividades, los colaboradores se sentirán más identificados con la Empresa.

Referencias Corporativas.

La presencia de distintas caras corporativas es el punto principal al momento de conceptualizar el modelo de la vivencia laboral experimentada por los colaboradores, adaptándose de forma muy notoria en su identidad ocupacional.

✓ Relaciones con los compañeros.

En cuanto a la relación con los compañeros, la valoración general es positiva, aunque no se enfatiza demasiado, y en muchos casos no se señala. Cuando se matiza un poco más, se define como una relación de trabajo, en la que se dan predilecciones (no te llevas igual de bien con todo el mundo), y que en algunos casos pocos implica conflicto (como en familia se llega a comentar, desde una posición de mando en el departamento de recursos humanos).

Al haber una buena convivencia entre compañeros, influirá en la mejora del compromiso que tiene el colaborador con la Empresa, ya que se sentirá cómodo, en el ambiente para realizar sus actividades.

✓ Referencias Corporativas Profesionales.

En primer lugar encontramos trabajadores sobre todo mandos intermedios que muestren un conocimiento de los profesionales de un oficio, en segundo lugar podemos señalar la mención de profesionales significativos en el oficio.

Percepción del Capital Humano.

Según **Martínez (2003)**. El conocimiento de las técnicas propias del oficio, habilidades relacionales de atención al cliente, interés por el tipo de trabajo y capacidad de trabajo y dedicación son las claves más destacadas por los trabajadores como necesarias para desenvolverse de manera adecuada en su trabajo.

✓ Capacidades Técnicas.

Las capacidades técnicas se refieren básicamente a las habilidades y destrezas que el colaborador posee, para la realización de una determinada actividad. El colaborador al sentirse identificado con la organización desarrollará esas habilidades y empleará las capacidades para desenvolverse en sus labores.

- ✓ Percepción de la formación profesional inicial.

El colaborador de una Empresa debe poseer por lo menos su título profesional que abalen los estudios realizados, en el caso de no contar con dicho documento, el trabajador se empeñará en conseguirlo con el fin de brindarle a la empresa la confiabilidad profesional, al sentirse comprometido con la organización lo motivará para el crecimiento profesional.

Implicación en la Producción.

Martínez (2003). Con respecto a la percepción de la propia implicación en el proceso productivo de la Empresa, como clave de la propia autonomía para el desarrollo de las funciones asignadas y la percepción de la contribución del propio trabajo a una realidad Empresarial más amplia.

- ✓ Asunción de Responsabilidades.

Martínez (2003), Sobre el primer aspecto, podemos destacar la percepción, por buena parte de los trabajadores en posiciones de mando intermedio, de que la asunción de responsabilidades en la Empresa implica una acumulación de problemas (en lo que insisten, aunque no de manera exclusiva, los jefes de recepción que son referencia central de clientes). Esto conlleva dificultades para desconectar del trabajo cuando se acaba la jornada, dada la preocupación que se genera, así como disponibilidad de tiempo extra, como ya contemos en otro momento.

- ✓ Experiencia de Autonomía.

Martínez (2003). El segundo factor al que hacíamos referencia es la experiencia de autonomía en el trabajo. La relevancia de promover identidad propia como colaborador es fundamental, el resultado de la autonomía da sentido de su profesionalidad, aunque una falta de criterios, o una indeterminación en las pautas y objetivos por parte de la Empresa, puede influir en el grado de ansiedad en las actividades, de la misma manera que por la carencia de retroalimentación sobre el mismo trabajo puede crear duda en la experiencia de trabajo.

✓ Percepción de Globalidad de Trabajo.

En cuanto al último factor, se presenta una idea en general de conformar parte una misma labor. Ya nos referimos anteriormente a esta idea, que se encuentra conectada con el discurso del trabajo grupal y la comunidad de interés en la organización. Nos referimos a la potencialidad de motivación de contar con el involucro de un esfuerzo global, de forma que causa influencia en otros y en general.

Calidad de Servicio.

Definiciones de la Calidad:

- ❖ Calidad presenta muchos conceptos, pero la principal es la que nos indica que el bien o servicio que nosotros solicitemos cubra las necesidades y expectativas altamente. En otras palabras, nos referimos a que el servicio o el bien se desarrolle de acorde a nuestros requerimientos y para el desarrollo de esa solicitud o servicio que nos tiene que satisfacer. Con otros y este concepto la "Calidad" siempre será entendido de muchas formas para cada individuo, pues para otros Calidad se evaluará en un producto y en otros en un servicio. **(Vargas, 2007)**.
- ❖ **Setó (2004)**, se conceptualiza a la calidad como una serie de elementos de un objeto al que se encarga, el poder de cubrir las necesidades requeridas desde la más alta a la más baja de la jerarquía con la finalidad de producir demanda y cumplimiento de las necesidades de los consumidores.
- ❖ Las normas ISO 9000 (2000) "La calidad es el grado de una serie de facultades que califican como bueno a un objeto".

Definiciones de Servicios:

- ❖ Por su parte **Cantú (2011)**, Es la labor o una serie labores de manera intangible que se produce en la relación del consumidor, y el colaborador y/o las instalaciones físicas de servicio, a fin de cubrir satisfactoriamente las necesidades o deseos del cliente.

- ❖ **Para Duque (2005)**, El Servicio es la labor, la tarea y/o los beneficios que causa el atender a un cliente.
- ❖ **Harovitz J. (2000)**, El servicio es una serie de prestaciones de atención que el consumidor espera, muy aparte del bien o del servicio básico, debido al precio, la imagen y el prestigio del mismo.

El Servicio al Cliente:

- ❖ Según menciona Setó (2004) Los clientes son los que impulsan el crecimiento de las empresas; pues los productos y servicios son creados para ellos, por eso desde las Pymes hasta las más importantes empresas, el buen trato al cliente el objeto principal para la fidelización de sus clientes.
- ❖ Un bien o un servicio que ofrece un negocio, presenta datos irremplazables que solo o grupalmente tienen gran importancia para cubrir con las necesidades del cliente, haciendo de su responsabilidad individual como grupal para todos los datos que los conforman, en secuencia la atención al consumidor tiene una serie de actividades que la organización o sus colaboradores lo ponen en práctica, para cubrir sus necesidades, adicionando otros requerimientos como escuchar sus reclamos (Gaither, 2003). Gracias a ello, actualmente las modas administrativas optan por formar una cultura de servicio a través actividades de gerencia que facilitan métodos y herramientas para convertir una gestión en una empresa dirigida al consumidor y focalizada hacia el servicio, buscando la perfección como el guía de sus actividades emprendedoras.
- ❖ Servicio al cliente se refiere a las actividades que relaciona al negocio con sus consumidores. Gaither (2003). O dicho de otra manera es una serie de actividades que establece una conexión entre el cliente y organización, en la cual se presentaría variedades de definición de servicio al cliente.

Definiciones de la Calidad de Servicios:

- ❖ **Lozano y Fuentes (2010)**, conceptualiza que la calidad de servicio es un conjunto de actividades secuenciales e interrelacionados que una persona ofrece al cliente, para que éste obtenga su producto en un momento y lugar indicado y se tenga seguro el correcto funcionamiento o uso de dicho producto.
- ❖ **Martin & Díaz (2013)**, indica que las empresas dedicadas a la venta de servicios tienen como objetivo servir a otras personas, por ello el autor refiere que la calidad de servicio se entiende como la satisfacción de las necesidades y expectativas de dichas personas, denominadas cliente, compuesto por un conjunto de elementos que engloban las características de la calidad, estos atributos que debe poseer el servicio son: **psicológicos**, por ejemplo la valoración y el reconocimiento a los clientes asiduos, **temporales**, por ejemplo cuando se cumple los plazos de entrega establecidos, **contractuales**, por ejemplo la garantía del producto, **éticas**, por ejemplo el correcto y amable comportamiento del personal que emite el comprobante y **técnicas**, por ejemplo la emisión de volantes.
- ❖ **Juran (2009)**, cito a Hernández, Chumaceiro, Atencio, como definición, se detalla que es la capacidad de cubrir con las necesidades, expectativas y deseos que presente el consumidor, por medio del servicio que se le ofrece.
- ❖ **Duque (2005)**, El servicio al cliente es la conexión mutua que existe entre las expectativas del cliente y la gestión de la empresa. En donde interactuar entre ellos es parte del desarrollo del servicio. El propósito principal es hacer que el cliente se lleve una buena experiencia del servicio que la empresa le brinda.
- ❖ **Vargas (2011)**, Es el resultado positivo de las características que presenta un servicio o producto. La calidad del servicio, se enfoca organizacionalmente, en el consumidor, cultura y sistema de

direcciones. Se detalla el secuencia miento desde la disposición y mejora de la empresa y del transcurso hasta las estrategias, incluyendo que en el servicio base, se brinden servicios posterior a la venta, luego de haber comprendido las necesidades y los deseos del consumidor. Por lo tanto, calidad de servicio es cubrir las necesidades o deseos del usuario, que se consigue luego de satisfacer positivamente sus expectativas.

Evaluación de la Calidad de Servicio.

Según **Martin & Díaz (2013)**, considera a todo aquello que proviene y es entendida como la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, además considera a determinados factores que configuran la percepción de la calidad de servicio, por lo general los atributos son fijados por el cliente ya que es quien lo evalúa. El estudio de estas dimensiones permite a las organizaciones disponer de esta información para mejorarla, a fin de obtener clientes satisfechos. Estas dimensiones se componen de elementos que se encuentran interrelacionadas con un grado de importancia que dependerá del tipo de servicio y del tipo de cliente.

Elementos Tangibles: está compuesto por los materiales físicos, como el aspecto de las instalaciones físicas, los equipos y herramientas de trabajo, las que ayudan a que las instalaciones se encuentren en buenas condiciones para la atención, y todo aquello que permita acercarse al cliente y lograr su satisfacción. Sus indicadores son:

Muebles: Recursos materiales que ayudan a que el usuario se sienta cómodo al momento de recurrir a las instalaciones de la empresa.

Equipos modernos: Está conformado por los aparatos tecnológicos que faciliten el trabajo a sus empleados, brindando satisfacción a los usuarios, para poder ofrecer un servicio de calidad, por ejemplo (impresoras, equipos de cómputo, equipos telefónicos, etc.)

Apariencia de las instalaciones: El establecimiento donde se desarrolla el servicio debe encontrarse en perfectas condiciones de

manera que el cliente tenga una buena impresión al momento de conocer el lugar de trabajo. **(Martin & Díaz, 2013).**

Fiabilidad, se entiende como el cumplimiento del servicio de la forma y en el tiempo establecido, también es conocido como la capacidad de cumplir con los compromisos adquiridos en una primera ocasión. Aquí se maneja adecuadamente los datos de los clientes. En general se dice que la fiabilidad es la capacidad que la empresa tiene de identificar los problemas, reducir errores, y buscar soluciones, a fin de evitar los riesgos, mediante una mejora en los procesos e innovación tecnológica y capacitando al personal. De ese modo se asegura el rendimiento adecuado del producto y sus objetivos funcionales. Para ello es importante realizar lo siguiente:

Cumplimiento de plazos: La programación de atención al usuario, donde están sujetos a un tiempo de espera. Este tiempo de espera debe ser cumplido, es decir no debe haber retrasos por documentos o solicitudes, porque esperar más tiempo de lo señalado provoca una imagen negativa en el cliente. **(Martin & Díaz, 2013).**

Interés sincero en solucionar problemas: Quiere decir que el usuario espera ser escuchado cuando plantea sus problemas o cuando quiere ver resultados o la ejecución a los problemas. Entonces consiste en escuchar con detalle y con entendimiento el problema del cliente, para luego comunicarle el procedimiento a adoptar y su solución. **(Martin & Díaz, 2013).**

Trato adecuado: Consiste en mantener un estado anímico estable, cuando el cliente va a solicitar el servicio, a fin de que la empresa otorgue una buena y adecuada primera impresión. **(Martin & Díaz, 2013).**

Capacidad de respuesta: hace referencia a la actitud mostrada por el trabajador al momento de brindar un servicio rápido u oportuno, hace parte también el cumplimiento en el tiempo pactado, así mismo como lo accesible que resulte la empresa para el cliente, es decir qué nivel de acceso tiene el cliente para tener contacto con la empresa y sus miembros, El indicador a tener en cuenta es:

Capacidad y prontitud de resolución de problemas: Consiste en la capacidad y habilidad que tienen los colaboradores de la empresa

para resolver dudas, consulta o inquietud que el usuario hace conocer referente al servicio brindado, siempre que se dé una adecuada solución, con el propósito de satisfacer las expectativas del cliente. El personal encargado de la atención al usuario debe tener una respuesta clara y convincente además de oportuna, este personaje debe saber buscar la forma de dar solución a las inquietudes del cliente de manera adecuada y de forma rápida, con una respuesta inmediata. **(Martin & Díaz, 2013).**

Seguridad: Consiste en el manejo del conocimiento y la cortesía que presta el trabajador, está incluida la amabilidad y la capacidad de transferir confianza en el cliente. Se dice así que la seguridad es una cualidad, habilidad y aptitud del conocimiento de las personas para ofrecer la información respecto al servicio que se ofrece, de forma fácil, sencilla y con precisión. Sus indicadores son:

Credibilidad: consiste en brindar una adecuada comunicación actuando de manera sincera, de ese modo y con el tiempo se puede ganar la confianza del usuario. Para ganar credibilidad se debe brindar honestidad. **(Martin & Díaz, 2013).**

Confianza: Es cuando el cliente se muestra confiado, sabe que las dudas o problemas serán solucionados en su momento, es por ello importante que los colaboradores se deben mostrar con serenidad y seguridad y transmita esta sensación en sus clientes. **(Martin & Díaz, 2013).**

Empatía: Consiste en ofrecer cuidado y atención personalizada, requiere fuerte compromiso e implicación con el cliente, siendo empático, pudiendo conocer sus características y sus requerimientos detallados.

Fácil acceso al usuario: El personal responsable en la atención del usuario debe saber cómo llegar a él, debe poseer la capacidad y habilidad necesaria para lograr la satisfacción del cliente, de allí la importancia de permanecer capacitado. **(Martin & Díaz, 2013).**

Comprensión y buena comunicación al usuario: Es importante realizar las acciones diarias dentro de la empresa, de forma clara sincera y abierta para llegar al cliente de forma adecuada y correcta. El esfuerzo es importante para llegar al cliente de forma clara con una buena comunicación permitiéndole entender lo que el cliente busca, o desea y como lo desea, siendo empático podrá ponerse en su lugar. **(Martin & Díaz, 2013).**

1.4. Formulación del Problema.

¿Qué relación existe entre la Identificación Laboral de los colaboradores y la Calidad de Servicio de la empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba – 2015?

1.5. Justificación de Estudio.

Justificación Teórica.

En la presente investigación se justifica teóricamente en el uso de teorías planteadas sobre las variables identificación laboral y calidad de servicio que sirve para evaluar cada una de estas, determinando así su relación.

Justificación Práctica.

El presente estudio representa un beneficio para la investigación, para la empresa, y para los usuarios ya que tras la indagación de cada una de objetos de análisis, el estudio permite identificar cuáles son los factores que viene ocasionando deficiencias en la institución, y de este modo los directivos podrán establecer las medidas correctivas pertinentes, lo que resulta en un gran beneficio para los usuarios, con el propósito de brindar una mejor calidad de servicio.

Justificación Metodológica.

La presente investigación se justifica en el aporte metodológico brindado, ya que la investigación incentiva a otros investigadores a realizar evaluaciones similares, ya que las teorías serán adaptadas al contexto de las organizaciones locales.

Justificación Académica.

El investigador debe cumplir con todos los parámetros y reglas estipuladas por la universidad, para desarrollar su investigación, cumplir con las normas que exige y con la estructura que son determinadas por la misma.

1.6. Hipótesis.

Hi. Existe una relación positiva entre la Identificación Laboral de los colaboradores y la Calidad de Servicio de la empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba - 2015.

Ho. No existe relación entre la Identificación Laboral de los colaboradores y la Calidad de Servicio de la empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba - 2015.

1.7. Objetivos.

General.

Determinar la relación existente entre la Identificación Laboral y la Calidad de Servicio de la empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba – 2015.

Específicos

- Conocer la Identificación Laboral de los colaboradores de la empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba – 2015.
- Evaluar la Calidad de Servicio de la empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba – 2015.

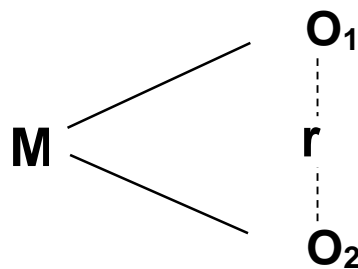
II. Método.

2.1. Diseño de Investigación.

En el análisis se utilizó el diseño **Descriptivo**, de tipo **Correlacional**, el cual se orientó encontrar la conexión entre los datos, el estudio de tipo Descriptivo, analizara cada una de ellas (identificación laboral y calidad de servicio) así mismo se analizó la manifestación de los datos y sus atributos, a través de la medición de sus componentes. Y el estudio de tipo Correlacional: Se enfocó en la determinación del nivel de conexión entre las variables o datos, en una misma muestra de sujetos siendo estas la identificación laboral y la calidad de servicio.

El modelo de indagación, quedó identificado a través del siguiente esquema.

Esquema del diseño:



Dónde:

- M** = Muestra (está conformada por los colaboradores y personas que acuden a LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba -2015)
- O₁** = Identificación Laboral
- O₂** = Calidad de Servicio
- r** = Relación entre O₁ y O₂

En el esquema: M, es la muestra con la que se llevó a cabo la indagación y los subíndices 1, 2 en la letra O, detalla las observaciones que se obtuvo de las dos datos diferentes y r busca la conexión entre los dos datos de investigación.

2.2. Variables y Operacionalización

Identificación de Variables:

Variable I : Identificación Laboral

La construcción de la identificación laboral implica la interacción de diversos factores, tal como son experimentados por cada trabajador desde su posición que se define sociocultural en el proceso productivo y en la organización.

Martínez (2013).

Variable II: Calidad de Servicio

El que proviene y es entendida como la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente o expresado. **Martin & Díaz (2013).**

Operacionalización de Variables

Variable I: Identificación Laboral

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
IDENTIFICACIÓN LABORAL	La construcción de la identificación laboral implica la interacción de diversos factores, tal como son experimentados por cada trabajador desde su posición que se define sociocultural en el proceso productivo y en la organización. Martínez (2013).	Para la evaluación de esta variable se utilizó los instrumentos de recolección de datos, tales como la encuesta, donde se desarrolló un cuestionario que determino la identificación laboral de los colaboradores.	Interacción laboral	movilidad promocional	ORDINAL
				satisfacción con el salario	
				flexibilidad horaria	
				flexibilidad funcional	
			Referencias corporativas	relaciones con los compañeros	
				referencias corporativas profesionales	
			percepción del capital humano	capacidades técnicas	
				percepción de la formación profesional inicial	
				habilidades relacionales con el cliente	
			implicación en la producción	asunción de responsabilidades	
experiencia de autonomía					
percepción de globalidad del trabajo					

Fuente: Elaboración Propia.

Variable II: Identificación Laboral

VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
CALIDAD DE SERVICIO	El que proviene y es entendida como la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente. Martin & Díaz (2013)	Para la variable dependiente se utilizó la encuesta pero esta vez no fue para el colaborador, sino para el cliente, de esa manera se evaluó que tan buena es el servicio que el negocio les ofrece.	Elementos tangibles	Muebles	ORDINAL
				Equipos modernos	
				Apariencia de las instalaciones	
			Fiabilidad	Cumplimiento de plazos	
				Interés sincero en solucionar problemas	
				Trato adecuado	
			Capacidad de Respuesta	Capacidad y prontitud de resolución de problemas	
			Seguridad	Credibilidad	
				Confianza	
			Empatía	Fácil acceso	
Comprensión y buena comunicación al usuario					

Fuente: Adaptación de la teórica de Martin & Díaz (2013) "Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios"

2.3. Población y Muestra.

Población

Está conformada por todos los clientes que visitan la Empresa, considerando entre ellos a 67 clientes frecuentes en LA IMPRENTA S.A.C, MOYOBAMBA – 2015.

Muestra

Para el análisis se utilizó, como población el total de 67 personas que acuden frecuentemente la empresa LA IMPRENTA S.A.C, MOYOBAMBA – 2015.

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

Técnica	Instrumento	Alcance	Fuente/ Informante
Encuesta	Cuestionario	Obtener información de los trabajadores y clientes.	clientes de la empresa LA IMPRENTA S.A.C.

Fuente: Elaboración propia del Investigador.

Validez y Confiabilidad.

Validación del Instrumento.

Para presente investigación se tomó el criterio de expertos para la aplicación de instrumentos esto a partir de las dimensiones e indicadores que se utilizaron en el estudio.

Las encuestas están en el ojo crítico de los especialistas, que se guían por la estructura de la universidad para realizar todas las correcciones de esa manera poder dar sus conclusiones y posteriormente ser aplicadas en el lugar de investigación.

De similar forma la presente investigación se le asignó un valores a los instrumentos, para que las variables sean operacionales, donde los resultados encontrados para la presente investigación, dieron un Alfa de Cronbach equivalente a 0,943, para la variable identificación laboral, indicando que el instrumento es consistente, mientras que un Alfa de Cronbach equivalente a 0,964, para la variable calidad de servicio indicando que su instrumento es consistente, ambas en base a una prueba piloto realizada con 21 y 29 elementos respectivamente aplicadas a 30 individuos. **(Véase Anexo 04 y 05).**

2.5. Métodos de Análisis de Datos.

El instrumento de recolección de datos que se utilizó para el análisis, fue el programa Excel, en donde se tabularon y graficaron la información, para después pasar un análisis en busca de la conexión existente entre ambos datos (variables).

3.1. Aspectos éticos

Para la presente investigación se cumplió con las normas y reglamentos propuestos por la Universidad César Vallejo, pues se exhibió de manera responsable y creíble en el desarrollo de los datos luego de haber sido recopilados por los instrumentos de recolección. De los cuales se llegaron a debates y conclusiones del tema.

III. Resultados.

3.1. La Identificación Laboral de los colaboradores de la Empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba – 2015.

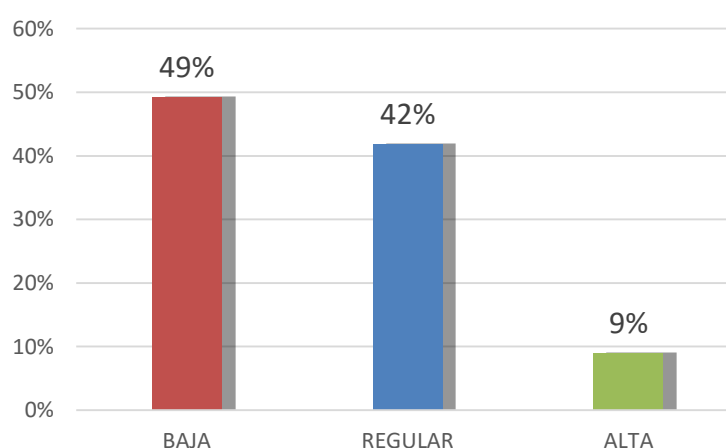
Para dar a conocer la identificación Laboral de los colaboradores de la Empresa “LA IMPRENTA” S.A.C, se procedió a aplicar la encuesta a 67 clientes asiduos de la empresa, así mismo se tiene los resultados por dimensiones (integración laboral, referencias corporativas, percepción del capital humano e implicación en el producto) arrojando los siguientes resultados:

Tabla 1. La identificación Laboral de los colaboradores de la Empresa “LA IMPRENTA” S.A.C.

IDENTIFICACIÓN LABORAL	F	%
BAJA	33	49%
REGULAR	28	42%
ALTA	6	9%
Total	67	100%

Fuente: Elaboración Propia.

Figura 1. La identificación Laboral de los colaboradores de la Empresa “LA IMPRENTA” S.A.C.



Nota: Tabla 1.

En la tabla y figura 1, se muestra la escala de respuestas para la variable identificación laboral en la Empresa “La Imprenta” S.A.C., donde los clientes observaron que la empresa no muestra interés por resolver problemas laborales de sus trabajadores, pese a que existe cercana relación entre los trabajadores y la gerencia, el personal no muestra poseer habilidades para ofrecer los servicios de la empresa, incluso se les puede ver desmotivados, con su trabajo y con su salario, a ello se le añade que es notorio que la dirección nunca muestra señales de valoración a su personal. Por todo lo mencionado se converge en que “La imprenta” cuenta con una baja identificación laboral de sus colaboradores, según el 49% de las respuestas que lo confirman.

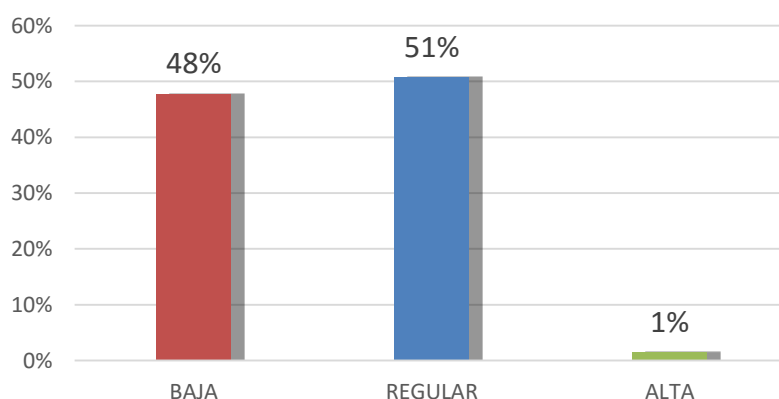
Los resultados por dimensiones son:

Tabla 2. La identificación Laboral en su dimensión Integración Laboral en “LA IMPRENTA” S.A.C.

INTEGRACIÓN LABORAL	f	%
BAJA	32	48%
REGULAR	34	51%
ALTA	1	1%
Total	67	100%

Fuente: Elaboración Propia.

Figura 2. Integración laboral de los colaboradores de la Empresa “LA IMPRENTA” S.A.C.



Nota: Tabla 2.

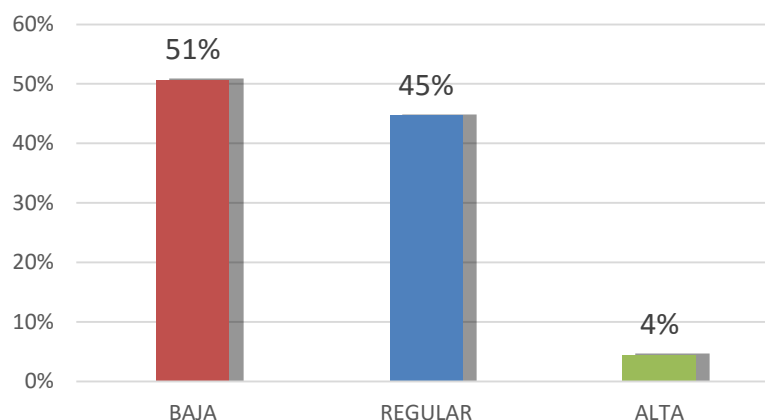
Se muestra en la tabla una regular integración laboral como parte de la identificación laboral de los trabajadores de la Empresa “La imprenta” S.A.C, debido que se pudo determinar que en ocasiones la empresa incentiva el trabajo otorgando remuneraciones acorde a los resultados y esfuerzo de cada personal, sin embargo éstos no se encuentran satisfechos con sus salarios, así mismo la empresa en ocasiones establece horarios de entrada y salida, pero el personal no puede justificadamente faltar o llegar tarde, además los clientes observaron que los trabajadores pueden realizar casi todo clase de funciones dentro de la empresa, porque los directivos casi nunca asignan las tareas a los trabajadores en función a sus habilidades y capacidades. Es por ello que se puede converger en que la empresa cuenta con una regular integración laboral, según el 51% de las respuestas de los clientes.

Tabla 3. La identificación Laboral en su dimensión Referencias Corporativas en “LA IMPRENTA” S.A.C.

REFERENCIAS CORPORATIVAS	F	%
BAJA	34	51%
REGULAR	30	45%
ALTA	3	4%
Total	67	100%

Fuente: Elaboración Propia.

Figura 3. Referencias Corporativas de los colaboradores de la empresa “LA IMPRENTA” S.A.C.



Nota: Tabla 3.

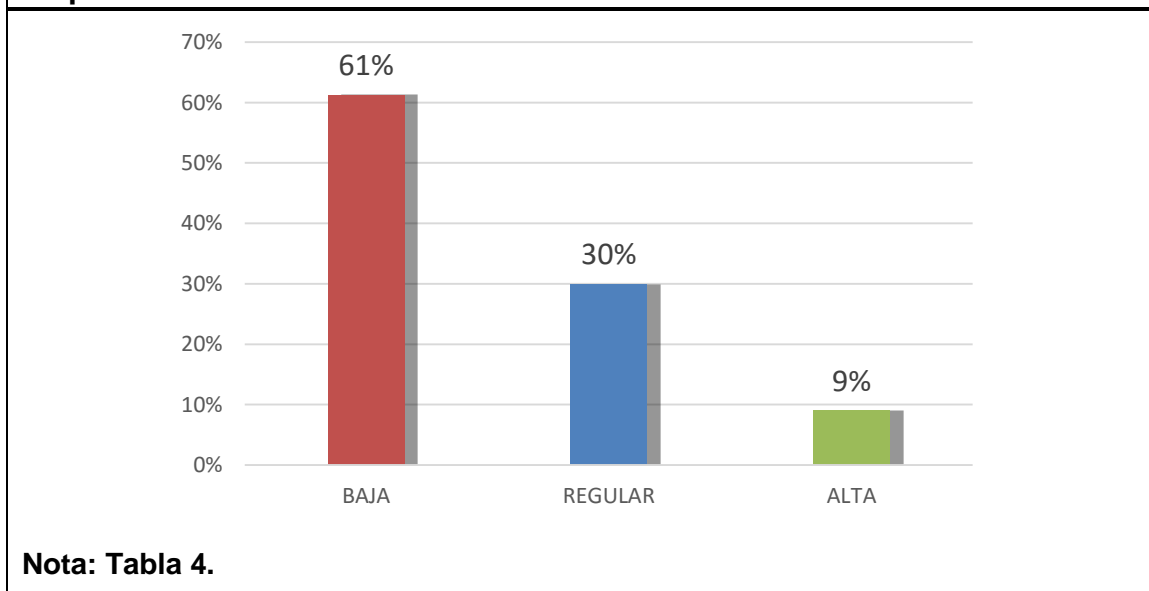
Se aprecia en la tabla y figura 03, una baja referencia corporativa como dimensión de la identificación laboral en la Empresa “La imprenta” S.A.C., debido que en caso de conflictos entre trabajadores, la Empresa no muestra interés o hace esfuerzo alguno para resolver los problemas, así mismo se aprecia que el personal no se siente identificado con el nivel académico o profesional que posee, es por eso que finalmente el personal no muestra señales de superación personal ni profesional dentro de esta empresa. En conclusión existe una inadecuada referencia corporativa, según el 51% de respuestas de los clientes.

Tabla 4. La identificación Laboral en su dimensión Percepción del Capital Humano en “LA IMPRENTA” S.A.C.

PERCEPCIÓN DEL CAPITAL HUMANO	f	%
BAJA	41	61%
REGULAR	20	30%
ALTA	6	9%
Total	67	100%

Fuente: Elaboración Propia.

Figura 4. Percepción del Capital humano de los colaboradores de la empresa “LA IMPRENTA” S.A.C.



En la tabla y figura 04, se observa una baja percepción del Capital Humano como dimensión de la identificación laboral en la Empresa “La imprenta”

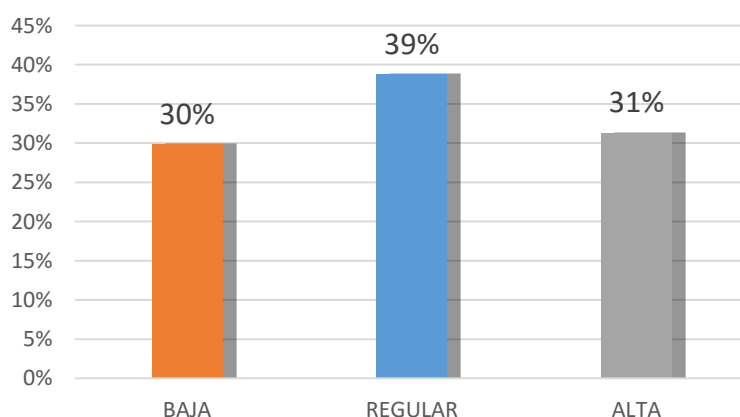
S.A.C., ya que la mayoría de los clientes refieren que casi nunca aprecian que el personal muestre habilidades de vendedor al momento de ofrecer los servicios de la empresa, de similar forma los clientes no notan que el personal se encuentre motivado con su labor en la empresa, mientras que de parte de la empresa, ésta no reconoce el valor profesional que posee su personal, esto puede generar resentimiento en el personal, siendo una barrera para que el personal se sienta comprometido con la empresa. Por todo ello es que se concluye que existe una baja percepción del capital humano hacia la organización, el 61% de las respuestas así lo confirma.

Tabla 5. La identificación Laboral en su dimensión implicación en la producción en “LA IMPRENTA” S.A.C.

IMPLICACIÓN EN LA PRODUCCIÓN	F	%
BAJA	20	30%
REGULAR	26	39%
ALTA	21	31%
Total	67	100%

Fuente: Elaboración Propia.

Figura 5. Implicación en la producción de los colaboradores de la Empresa “LA IMPRENTA” S.A.C.



Nota: Tabla 5.

En la tabla y figura 05 se puede ver una regular implicación en la producción de los trabajadores en la Empresa “La imprenta” S.A.C., debido que la mayoría

de los clientes refieren que casi siempre la empresa otorga muchas responsabilidades a un personal que no se encuentra capacitado, en cambio le brinda autonomía para tomar decisiones de forma independiente, cuando casi nunca estos elementos se encuentran con la capacidad de asumir la autonomía del cargo, pese a ello, el personal se muestra dispuesto a realizar trabajos grupales, con la ayuda de sus compañeros. Por todo ello se puede converger que en la empresa “La imprenta” se cuenta con una regular implicación den la producción, según el 39% de las respuestas que lo confirman.

3.2. La Calidad de Servicio de la Empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba – 2015.

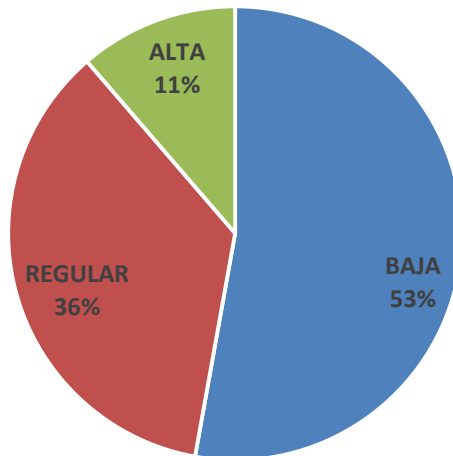
Para evaluar la calidad de servicio que brinda la empresa “La imprenta” S.A.C., se aplicó la encuesta elaborada a los 67 clientes de la muestra, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 6. Calidad de Servicio de “La Imprenta” S.A.C.

CALIDAD DE SERVICIO	f	%
BAJA	28	53%
REGULAR	19	36%
ALTA	6	11%
Total	67	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 6. Calidad de Servicio de la “La Imprenta” S.A.C.



Fuente: Tabla 6.

En la tabla y figura 06, se aprecia la escala de respuestas a la calidad de servicio que se ofrece en la Empresa “La imprenta” S.A.C., donde la mayoría de los clientes coinciden en que la condición aparente de las sillas, mesas y demás muebles que posee la empresa, no son los adecuados, no se excluye la mala apariencia de los equipos de cómputo, útiles de escritorio y equipos de comunicación; mientras que la condición del establecimiento donde se desarrolla la actividad, no cuenta con todos los requerimientos para su funcionamiento, en cuanto a los tiempos de entrega del producto, la empresa no siempre cumple con lo prometido en cuanto a tiempo de entrega, lo que hace que no proyecte credibilidad y confianza a todos sus clientes por lo tanto no brinda seguridad. En cuanto al interés que muestra el personal, éste no cubre las expectativa del cliente, siempre que el personal se siga mostrando con falta de amabilidad, paciencia y tolerancia. Finalmente los clientes opinaron que no existe fácil acceso para contactarse con el personal al momento de realizar su reclamo. En conclusión “La imprenta” ofrece una baja calidad de Servicio, según el 53% de las respuestas que brindaron los clientes encuestados.

3.3. Relación entre la Identificación Laboral y la Calidad de Servicio de la Empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba – 2015.

Para dar solución al presente objetivo se comenzó por determinar la normalidad de distribución de los datos generales de cada variable, es por eso que se utilizó la prueba de normalidad de Kolmogorov - Smirnov, ya que la muestra supera los 50 individuos, de allí que se formula la siguiente Tabla:

Tabla 7. Relación entre Identificación laboral y Calidad de Servicio.

Prueba de Kolmogorov - Smirnov para una Muestra.			
		Identificación laboral	Calidad de servicio
N		67	67
Parámetros normales ^{a,b}	Media	53,4776	76,2239
	Desviación típica	14,00796	17,53596
Diferencias más extremas	Absoluta	,196	,193
	Positiva	,196	,193
	Negativa	-,146	-,105
Z de Kolmogorov-Smirnov		1,603	1,581
Sig. asintót. (bilateral)		,012	,014

a. La distribución de contraste es la Normal.

b. Se han calculado a partir de los datos.

En la Tabla 07, se puede observar que los datos de ambas variables se encuentran normalmente distribuidos ello debido a que su valor "P" es decir la significancia asintótica bilateral es menor a 0,05, es decir 0,012 para la variable Identificación laboral y 0,014 para la variable Calidad de servicio; es por este motivo que para establecer la relación entre las variables se aplicó el estadístico de correlación de la "rho" de Spearman.

Tabla 8. Relación entre Identificación Laboral y Calidad de Servicio.

Correlaciones			
		Identificación laboral	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Identificación laboral	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,719**
		N	67
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	,000
		Sig. (bilateral)	,000
		N	67

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

$X^2 =$ Coeficiente determinante

$X^2 = ,719$

$X^2 = 0.52$

$X^2 = 52\%$

La Tabla 08 permite ver la existencia de una relación significativa entre la variable Identificación Laboral y Calidad de Servicio, ello debido a que su valor "P" es menor a 0,05, es decir ",000", además el grado de relación es considerable y positiva ya que el valor "r" es 0,719, que al ser elevado "r²" al cuadrado se puede determinar que el coeficiente de determinación es de 0.516, es decir que en un 52% una variable determina el comportamiento de la otra, lo cual permite aceptar la hipótesis que se planteó en la presente investigación, "Existe una relación positiva entre la Identificación Laboral de los colaboradores y la Calidad de Servicio de la Empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba - 2015."

IV. Discusión.

La identificación laboral de un trabajador se entiende como algo más que estar comprometido con la Empresa, es decir es aquel trabajador que aporta valor a la organización, fácilmente diferenciable porque es aquel que se siente como parte del equipo, habla de la empresa con sentido de pertenencia comparando sus metas y objetivos con los de la empresa, y siempre está dispuesto a trabajar, sin embargo alcanzar tener un personal identificado laboralmente con la empresa es necesario que interactúen factores mediante la aplicación del trabajo como la interacción laboral, requiere evaluar cómo se encuentran las condiciones laborales. En ese sentido el primer objetivo fue dar a conocer la identificación laboral de los colaboradores de la empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba – 2015, dicha variable fue sustentada con la teoría de Martínez (2003) quien identifica a la variable con cuatro dimensiones las cuales son: la integración laboral, referencias corporativas, percepción del capital humano y la implicación en la producción, que permitieron elaborar e cuestionario que se aplicó como instrumento para la extracción de resultados, aplicado a los 67 clientes de la Imprenta S.A.C., arrojando como resultado una baja identificación laboral con un 49% de respuestas, debido que los trabajadores no cumplen como debe ser los indicadores, los cuales no contribuyen al desarrollo de la organización, Estos resultados se ven respaldados por el trabajo de Monsato (2012) quien refiere que los trabajadores de la ONSEC muy pocos se sienten entusiastas e identificados con la empresa, llegando a la conclusión que mientras más edad tenga un colaborador mayor será su compromiso con la empresa.

La calidad de servicio se entiende como la percepción que tiene los consumidores respecto al servicio que el personal brinda, para que el servicio sea de calidad se debe cubrir no solo las necesidades sino las expectativas del cliente, y será excelente cuando éstos sean superados. Por ello se estableció el segundo objetivo de evaluar la calidad de servicio de la empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba periodo 2015. Para tal objetivo, fue necesario la recolección de una serie de información concerniente al tema, de los cuales, solo se eligió la teoría de **Martin & Díaz (2013)**, ya que se adecuaba a las necesidades del trabajo, gracias a lo cual,

se logró formar y desarrollar un instrumento de recolección de información, el cual posteriormente fue aplicado a los clientes de la empresa. Los resultados obtenidos fueron tabulados, y con ayuda de tablas figuras fueron interpretados. De esta manera los hallazgos, evidencian que existe una baja calidad de servicio según la percepción de los clientes los muebles y equipos de toda clase no se encuentran en buenas condiciones, en ocasiones son puntuales, esto resultados se ven respaldados por el trabajo de investigación de **Rodríguez (2004)**, quien menciona que conseguir una alta calidad de servicio no es imposible, pero si difícil, por eso el método de la observación en el proceso de aplicación usado en Cydsa en el análisis del servicio al consumidor mensual, el cual le permite ahorrarse la acumulación de problemas respetando el mejoramiento continuo.

Por último se quiso determinar la relación existente entre la Identificación Laboral y la Calidad de Servicio de la empresa LA IMPRENTA S.A.C, periodo 2015, para ello, tras la tabulación y comparación de los resultados obtenidos a partir de la aplicación de los cuestionarios creados por medio de las teorías de Martínez (2003) y Martín y Díaz (2013), para las variables identificación laboral y calidad de servicio, se llegó a determinar que existe una relación positiva entre la identificación laboral y calidad de servicio de “LA IMPRENTA” S.A.C., como resultado de la correlación obtenida por la aplicación de estadístico Rho de Spearman, el cual fue equivalente a la 0,719, estos resultado se ven contradichos con los hallados por Reyes (2014), quien demostró que el grado de identificación laboral es elevada pues obtuvieron una media de 98.06, sin embargo no se tiene trabajos anteriores que hayan demostrado con anterioridad el tipo de relación entre la identificación laboral y la calidad de servicio.

V. Conclusiones.

- 5.1. Respecto a la identificación laboral de los colaboradores de la Empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba – 2015. Se tuvo como resultado un bajo nivel de identificación laboral, a causa de que la Empresa no pone interés en resolver conflictos laborales, pese a que existe cercanía entre los trabajadores y directivos, en cuanto los trabajadores, los clientes no perciben un esmero o dedicación por brindar los servicios de la empresa, porque además los clientes los ven desmotivados con su trabajo, su remuneración y el no reconocimiento de la empresa a la labor desempeñada por el personal.
- 5.2. Entre tanto la calidad de servicio que ofrece la empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba – 2015. Es baja, según la mayoría de los clientes seleccionados para ser encuestados, porque consideran que los muebles y equipos de trabajo y comunicación de la empresa, no se encuentran en buen estado aparentemente, el mismo modo no es adecuado el tiempo de entrega de sus pedidos, esto le genera pérdida de credibilidad y confianza haciendo que no binde la seguridad necesaria que exige el cliente, entre tanto también perciben un trato sin amabilidad, paciencia y tolerancia, por si fuera poco el personal no está atento al reclamo del cliente.
- 5.3. En cuanto a la relación existente entre la variable identificación laboral y calidad de servicio de la empresa “La imprenta” S.A.C., es positiva de acuerdo a la estadístico de correlación rho de Spearman, se obtuvo un coeficiente determinante de 0,719, el mismo que nos permite determinar el grado de incidencia de una variable sobre la otra ($r^2 = 52\%$), es decir la identificación laboral incide positivamente en un 52% sobre la calidad de servicio que ofrece La imprenta S.A.C.

VI. Recomendaciones.

- 6.1. Al área de alta dirección de la empresa mejorar los beneficios que ya existen en el contrato con el empleado, de modo que la Empresa cree fidelidad por agradecimiento, y no únicamente por exigencia de la organización y de ser necesario que la empresa felicite la iniciativa de los colaboradores de tiene la iniciativa de identificación laboral. Po otro lado se recomienda que la empresa implemente un Manual de identidad empresaria, a fin de plasmar información importante del negocio, que orienten al trabajador a cubrir las necesidades de los clientes.

- 6.2. Se recomienda al área responsable de la Empresa “La imprenta” S.A.C. evaluar el estado de los bienes materiales que posee la Empresa, para determinar posteriormente cual ya están en desuso, o no aptas para su utilización, de modo que se requiere realizar mantenimiento o cambiarlas, esto se aplica para todos los equipos, herramientas, muebles, equipos de comunicación, etc. así mismo se recomienda a los trabajadores de la empresa, mejorar la calidad de atención al cliente, de forma que se relacione con los clientes y éste se lleve una buena primera impresión.

VII. REFERENCIAS.

- Chumaceiro, A. y Atencio, E. (2009). Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 14
- Cantu, D. (2011) Next Generation Sequencing proporciona acceso rápido a la Genoma de *Puccinia striiformis* f. sp. *tritici*, el agente causal de trigo raya Rust. *PLoS ONE*.
- Duque, O. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar, revista de ciencias administrativas y sociales*.
- Duque, O. y Chaparro, C. (2012). Medición de la percepción de la calidad del servicio de educación por parte de los estudiantes de la UPTC Duitama. *Criterio Libre*
- Haslam A. (2004) *Psicología en las Organizaciones*. SAGE Publications. Los ángeles. EE.UU.
- Lozano, C. y Fuentes, F. (2010). *Tratamiento borroso del intangible en la valorización de empresa de internet*. (1ª ed.). España: Editorial EAE.
- Martin, M. & Díaz, E. (2013). *Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios*. (1ª ed.). Madrid, España: ESIC Editorial. Recuperado: <https://books.google.com.pe/books?id=q3ej0KRLsfMC&pg=PA205&dq=Dimensiones+de+la+Calidad+de+Servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiVybDwq6XKAhWMOiYKHXMQANc4ChDoAQgZMAA#v=onepage&q=Dimensiones%20de%20la%20Calidad%20de%20Servicio&f=false>
- Martínez. M (2003) Condiciones laborales e identidad laboral. La universidad como espacio de aprendizaje ético. *Revista Iberoamericana de Educación*, 29.

- Monsato, H. (2012), "*Identificación laboral de los trabajadores de ONSEC*" Universidad Rafael Landívar. Guatemala. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/05/43/Monsanto-Hilma.pdf>
- Ortiz, Manuel. (2008), "construyendo identidad corporativa desde la cultura organizacional en eléctricos y ferretería delta Ltda." -una oportunidad de comunicación a partir de un diagnóstico organizacional.
- Okpara J. (2013). Responsabilidad Social Corporativa: Retos, Oportunidades y Estrategias. Universidad metropolitana de London.
- Pérez, Marcelo. (2014), en su tesis: "Evaluación y propuesta de una guía de identidad corporativa para la municipalidad de provincial de Ayacucho, Ayacucho, Perú.
- Reyes, M. (2014) "Relación entre Identificación Laboral y Desempeño Laboral en un Grupo de Trabajadores del Área Operativa de una Empresa de Abarrotes." Universidad Rafael Landívar". Guatemala. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Reyes-Maria.pdf>
- Ruano, J. (2004) "*Servicio y Atención al Cliente en las Empresas de Transporte Terrestre de pasajeros con destino final El Salvador*" Guatemala. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/59836261/Tesis-SC>
- Rodríguez, M. (2004). "*Calidad en el Servicio de Atención al Cliente en una Empresa Química Industrial*" Universidad Veracruzana de Minatitlán. México. Recuperado de: <http://cdigital.uv.mx/bitstream/12345678/14/1/RodriguezAlvarez.pdf>
- Sánchez, R. y Urrita, M. (2013), en su tesis "propuesta de un manual de identidad corporativa, dirigido a la empresa proveedurías morales romero C.A del municipio Maracaibo del estado Zulia", Instituto Universitario de tecnología Readic Unir. Maracaibo – Venezuela. Recuperado de:

<http://es.slideshare.net/RAFAELSANCHEZ81/propuesta-manual-de-identidad-corporativa-promoroca>

Setó Pamies, Dolors (2004) en su título “de la calidad de servicio a la fidelidad del cliente” primera edición

Vargas Quiñones Marta Elena (2007). “Calidad y Servicio. Conceptos y herramientas” ECOE ediciones, bogota Colombia. Primera edición.

Vargas, M. & Aldana, I. (2011). *Calidad de servicio*. (2ª ed.). Bogotá: Editorial Ecoe Ediciones. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=KhFRG7SfQRUC&pg=PR4&dq=Vargas+y+Vega+calidad+de+servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiwjleKncrKAhVMRSYKHv9BqcQ6AEIHzAB#v=onepage&q=Vargas%20y%20Vega%20calidad%20de%20servicio&f=false>

Wiemeyer, J. (2005). Principios y características de los movimientos exitosos. En T. Rossmann & C. Tropea (ed.), *Bionics. Investigaciones recientes en la ciencia, la ingeniería y la Humanidades* (S.561-574). Berlin: Springer.

Zepeda, E. (2003) “*Análisis de la Calidad en el Servicio de un restaurante familiar en el estado de Chiapas*” Cholula, Puebla, México.

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de Consistencia.

TITULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
"IDENTIFICACION LABORAL Y CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA "LA IMPRENTA" S.A.C, MOYOBAMBA - 2015"	¿Qué relación existente entre la Identificación Laboral de los colaboradores y la Calidad de Servicio de la empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba – 2015?	<p>General Determinar la relación existente entre la Identificación Laboral y la Calidad de Servicio de la empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba – 2015</p> <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> Conocer la Identificación Laboral de los colaboradores de la empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba – 2015. Evaluar la Calidad de Servicio de la empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba – 2015. 	<p>Hi. Existe una relación positiva entre la Identificación Laboral de los colaboradores y la Calidad de Servicio de la empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba - 2015.</p> <p>Ho. No existe relación entre la Identificación Laboral de los colaboradores y la Calidad de Servicio de la empresa LA IMPRENTA S.A.C, Moyobamba - 2015</p>	Identificación Laboral	Integración laboral	movilidad promocional
						satisfacción con el salario
						flexibilidad horaria
						flexibilidad funcional
					Referencias corporativas	Relaciones con los compañeros
						Referencias corporativas profesionales
					percepción del capital humano	Capacidad técnicas
						Percepción de la formación profesional
						Habilidades relacionales con el cliente
					Implicación en la producción	Asunción de responsabilidades
						Experiencia de autonomía
						percepción de globalidad del trabajo
Elementos tangibles	Muebles					
	Equipos modernos					
	Apariencia de las instalaciones					

				Calidad de Servicio	Fiabilidad	Cumplimiento de plazos
						Interés sincero en solucionar problemas
						Trato adecuado
					Capacidad de Respuesta	Capacidad y prontitud de resolución de problemas
					Seguridad	Credibilidad
						Confianza
					Empatía	Fácil acceso
						Comprensión y buena comunicación al usuario

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO N° 02: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

IDENTIFICACIÓN LABORAL		NUCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
INTEGRACIÓN LABORAL						
N°		1	2	3	4	5
1	¿Con que frecuencia observa que esta imprenta les brinda la oportunidad a sus empleados para estudiar?					
2	¿Considera que la empresa brinda las facilidades y el apoyo para que su personal se supere?					
	satisfacción con el salario	1	2	3	4	5
3	¿Considera que el personal está satisfecho con el salario que perciben en esta imprenta?					
4	¿Considera que la empresa se preocupa por remunerar a su personal en función a sus esfuerzos?					
	flexibilidad horaria	1	2	3	4	5
5	¿Los horarios de trabajo que impone la empresa permiten dar descansos a su personal?					
6	¿La empresa cuenta con un horario de trabajo flexible al tiempo de sus trabajadores?					
	flexibilidad funcional	1	2	3	4	5
7	¿La empresa asigna funciones al personal de acuerdo a sus habilidades y capacidades?					
8	¿Con que frecuencia observa que el personal es capaz de realizar distintas funciones en la imprenta?					
	REFERENCIAS CORPORATIVAS	1	2	3	4	5
	Relaciones con los compañeros					
9	¿Son buenas las relaciones entre trabajadores dentro de esta imprenta?					
10	¿En caso de conflictos entre compañeros, ve que la empresa se esfuerza en resolver adecuadamente estos problemas?					
11	¿Existe buenas relaciones del personal con sus jefes y la gerencia?					
	Referencias corporativas profesionales	1	2	3	4	5
12	¿Ud. Observa que el personal se siente identificado con el grado profesional que posee?					
13	¿Ud. Aprecia que el personal tiene deseos de seguir superándose empresarial y profesionalmente?					
	PERCEPCIÓN DEL CAPITAL HUMANO					
	Capacidades técnicas	1	2	3	4	5
14	¿Ud. Observa que el personal muestre sus habilidades al momento de ofrecer sus servicios?					

15	¿Con que frecuencia observa al personal motivado con las labores que realiza dentro de la empresa?					
	Percepción de la formación profesional inicial	1	2	3	4	5
16	¿Frecuentemente el personal se siente satisfecho con su grado profesional y su puesto en la imprenta?					
17	¿Con que frecuencia la empresa valora el grado profesional de su personal?					
IMPLICACIÓN EN LA PRODUCCIÓN						
	Asunción de responsabilidades	1	2	3	4	5
18	¿La empresa delega funciones que implican mucha responsabilidad al personal no capacitado?					
	Experiencia de autonomía	1	2	3	4	5
19	¿La empresa permite brindar autonomía al personal para tomar sus propias decisiones?					
20	¿Considera que el personal se encuentra con capacidad de asumir con autonomía el cargo en su puesto de trabajo?					
	Percepción de globalidad del trabajo	1	2	3	4	5
21	¿Percibe buena actitud del personal al momento de realizar trabajos grupales o que implique mucho apoyo entre compañeros?					

ANEXO N° 03: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

DIMENSIÓN: ELEMENTO TANGIBLES						
N°	Muebles	1	2	3	4	5
1	¿Cómo califica el estado o condición, de las sillas, mesas, estantes o muebles de la Imprenta S.A.?					
N°	Equipos modernos	1	2	3	4	5
2	¿Cómo califica los equipos de cómputo que utiliza el personal?					
3	¿Cómo aprecia el estado de los útiles de escritorio que usa el personal de la imprenta?					
4	¿Cómo aprecia la condición de los equipos de comunicación utilizados por el personal de la imprenta?					
N°	Apariencia de las instalaciones	1	2	3	4	5
5	¿Cómo califica la ubicación geográfica de la imprenta?					
6	¿Cómo evalúa el estado de cada proceso de producción de la imprenta?					
7	¿Cómo considerada el establecimiento de la imprenta?					
DIMENSIÓN: FIABILIDAD						
N°	Cumplimiento de plazos	1	2	3	4	5
8	¿Cómo considera el cumplimiento de los plazos de entrega del producto en esta imprenta?					
9	¿Cómo califica el tiempo de espera para ser atendido por el personal en esta imprenta?					
10	¿Cómo califica el cumplimiento del tiempo de espera para su atención de esta imprenta?					
N°	Interés sincero en solucionar problemas	1	2	3	4	5
11	¿Cómo califica el interés que muestra el personal para solucionar su problema o queja en esta imprenta?					
12	¿Cómo califica las respuestas de solución brindados por el personal de esta imprenta?					
13	¿Cómo califica la dedicación, atención y el tiempo que toma el personal de esta imprenta para resolver su problema?					
N°	Trato adecuado	1	2	3	4	5
14	¿Cómo califica la disponibilidad del personal de esta imprenta para ayudarlo con su pedido?					
15	¿Cómo califica el trato del personal (amabilidad, respeto, paciencia y tolerancia) para atenderlo?					
16	¿Cómo califica la atención que le brinda el personal de esta imprenta?					

DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA						
Nº	Capacidad y prontitud de resolución de problemas	1	2	3	4	5
17	¿Cómo evalúa la rapidez con la que el personal lo asiste para solucionar su queja?					
18	¿Cómo califica la precisión de información brindada por el personal de esta imprenta que ayude a resolver su problema?					
19	¿Cómo califica la capacidad intelectual del personal de esta imprenta para solucionar su problema?					
DIMENSIÓN: SEGURIDAD						
Nº	Credibilidad	1	2	3	4	5
20	¿Cómo califica el perfil de honestidad y honradez que el personal muestra a los clientes?					
21	¿Cómo evalúas la comunicación con el personal de esta imprenta?					
22	¿Cómo evalúa la coherencia del comportamiento y las acciones del personal de esta imprenta?					
Nº	Confianza	1	2	3	4	5
23	¿Cómo evalúa el nivel de seguridad que muestra el personal para darle respuesta a sus consultas o inquietudes?					
24	¿Cómo califica el nivel de conocimiento que tiene el personal para colmar sus expectativas?					
DIMENSIÓN: EMPATÍA						
Nº	Comprensión y buena comunicación al usuario	1	2	3	4	5
25	¿Cómo considera la comprensión que tienen los colaboradores para con los clientes?					
26	¿Cómo evalúa el lenguaje y los procedimientos utilizados por el personal de esta imprenta?					
Nº	Fácil acceso al usuario	1	2	3	4	5
27	¿Cómo calificas la atención personalizada que le brinda el personal de esta imprenta?					
28	¿Cómo evalúa la preocupación que muestra el personal de esta imprenta con los clientes?					
29	¿Cómo considera los métodos que le personal utiliza para llegar a los clientes y resultar satisfactoria?					

ANEXO N° 05: VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

Anexo N° 04

INFORME DE OPINIÓN RESPECTO A INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Apellidos y Nombres del experto : *Delgado Alra Cindy*
 Institución donde labora : *Aluceður*
 Instrumento motivo de evaluación :
 Autora del instrumento :

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN


CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado, es decir libre de ambigüedades.				X	
OBJETIVIDAD	Los ítems permitirán medir la variable en todas sus dimensiones e indicadores en sus aspectos conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencia y está contextualizado al ámbito cultural científico y tecnológico e institucional inherente a los problemas de conducta y su repercusión en el aprendizaje.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento traducen organicidad lógica en concordancia con la definición operacional y conceptual de las variables en todas sus dimensiones e indicadores, de manera que permitan hacer abstracciones e inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento expresan suficiencia en cantidad y calidad en la redacción				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento evidencian ser adecuados para medir evidencias inherentes al problema planteado de los sujetos muestrales.				X	
CONSISTENCIA	La información que se obtendrá, mediante los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan coherencia entre las variables, dimensiones e indicadores.				X	
METODOLOGÍA	Los procedimientos insertados en el instrumento responden al propósito de la investigación.					X
PERTINENCIA	Los ítems son aplicables y apropiados para los sujetos muestrales considerados en la investigación.					X
SUBTOTAL					24	20
TOTAL					44	

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento es viable para su aplicación.

PROMEDIO DE VALORACIÓN: (44 puntos):

Tarapoto, Setiembre del 2016


CONSEJO DIRECTIVO REGIONAL
[Firma]
 Lic. Adm. Cindy Delgado Alva
 REGUC N° 07822
 Oficina Regional de Economía y Finanzas
 CORLAD - SAN MARTÍN
 Docente UCV

Anexo N° 04

INFORME DE OPINIÓN RESPECTO A INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Apellidos y Nombres del experto : *Gatica Vela Anite*
 Institución donde labora : *Aguencia de Viajes Angare Tours*
 Instrumento motivo de evaluación :
 Autora del instrumento :
 MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado, es decir libre de ambigüedades.					X
OBJETIVIDAD	Los ítems permitirán medir la variable en todas sus dimensiones e indicadores en sus aspectos conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencia y está contextualizado al ámbito cultural científico y tecnológico e institucional inherente a los problemas de conducta y su repercusión en el aprendizaje.				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento traducen organicidad lógica en concordancia con la definición operacional y conceptual de las variables en todas sus dimensiones e indicadores, de manera que permitan hacer abstracciones e inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento expresan suficiencia en cantidad y calidad en la redacción				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento evidencian ser adecuados para medir evidencias inherentes al problema planteado de los sujetos muestrales.				X	
CONSISTENCIA	La información que se obtendrá, mediante los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan coherencia entre las variables, dimensiones e indicadores.					X
METODOLOGÍA	Los procedimientos insertados en el instrumento responden al propósito de la investigación.					X
PERTINENCIA	Los ítems son aplicables y apropiados para los sujetos muestrales considerados en la investigación.					X
SUBTOTAL					20	25
TOTAL					45	

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento es viable para su aplicación

PROMEDIO DE VALORACIÓN: (45 puntos):

Tarapoto, Setiembre del 2016


CONSEJO DIRECTIVO REGIONAL
[Firma]
 Lic. Adm. Anita Gatica Vela
 REGUC N° 13255
 DNI N°
 Docente UCV

ANEXO Nº 06 PRUEBA DE CONFIABILIDAD INSTRUMENTOS

INSTRUMENTO IDENTIFICACIÓN LABORAL

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	30	100.0
	Excluidos ^a	0	0.0
	Total	30	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.943	21

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Pregunta1	49.1667	238.351	.740	.939
Pregunta2	49.0000	244.138	.625	.941
Pregunta3	49.1667	249.523	.515	.942
Pregunta4	48.5667	239.220	.714	.940
Pregunta5	48.9000	249.541	.401	.945
Pregunta6	49.2000	255.131	.437	.943
Pregunta7	48.8333	243.109	.726	.940
Pregunta8	48.6667	235.747	.741	.939
Pregunta9	48.9000	248.438	.524	.942
Pregunta10	48.7333	238.823	.652	.941
Pregunta11	48.9667	237.344	.744	.939
Pregunta12	49.0667	240.961	.733	.939
Pregunta13	48.9000	241.817	.615	.941
Pregunta14	48.9667	240.378	.640	.941
Pregunta15	48.9333	237.099	.730	.939
Pregunta16	48.9667	240.999	.566	.942
Pregunta17	49.0000	238.069	.707	.940
Pregunta18	49.0667	241.306	.748	.939
Pregunta19	48.6333	240.654	.644	.941
Pregunta20	48.9000	239.955	.751	.939
Pregunta21	48.8000	242.372	.635	.941

ANEXO Nº 07 PRUEBA DE CONFIABILIDAD INSTRUMENTOS

INSTRUMENTO IDENTIFICACIÓN LABORAL

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	30	100.0
	Excluidos ^a	0	0.0
	Total	30	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.964	29

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Pregunta1	70.0333	507.344	.758	.962
Pregunta2	70.0333	526.447	.543	.964
Pregunta3	70.2333	515.013	.678	.963
Pregunta4	69.9667	514.999	.632	.963
Pregunta5	70.2333	498.323	.826	.962
Pregunta6	70.0333	515.137	.663	.963
Pregunta7	70.1000	519.748	.629	.963
Pregunta8	70.1000	513.403	.680	.963
Pregunta9	69.9667	503.620	.774	.962
Pregunta10	70.2333	512.047	.663	.963
Pregunta11	70.0000	521.034	.600	.964
Pregunta12	70.0000	518.828	.608	.964
Pregunta13	69.9000	514.162	.732	.963
Pregunta14	69.8333	510.971	.700	.963
Pregunta15	69.8667	523.637	.533	.964
Pregunta16	69.8000	509.683	.711	.963
Pregunta17	70.0667	510.547	.716	.963
Pregunta18	70.0333	523.068	.506	.964
Pregunta19	69.8667	516.120	.693	.963
Pregunta20	70.2667	510.754	.691	.963
Pregunta21	70.1000	526.024	.449	.965
Pregunta22	69.8667	515.637	.754	.963
Pregunta23	70.1333	518.809	.630	.963

Pregunta24	70.3000	507.183	.803	.962
Pregunta25	70.1333	503.154	.752	.963
Pregunta26	70.0000	510.069	.788	.962
Pregunta27	69.8667	512.464	.772	.962
Pregunta28	69.9000	518.231	.691	.963
Pregunta29	70.0667	509.651	.797	.962

ANEXO N°08. MATRIZ DE RESULTADOS

IDENTIFICACION LABORAL																							
INTEGRACION LABORAL								REFERENCIAS CORPORATIVAS					PERCEPCION K. HUMANO				IMPLICACION EN LA PRODUCCION				Suma	Calificación	
Cliente	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20			P21
Cliente1	3	5	5	3	4	3	3	3	5	4	4	3	3	3	1	2	3	3	3	4	4	71	REGULAR
Cliente2	3	2	2	3	2	1	1	1	4	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	3	36	BAJA
Cliente3	2	1	2	2	3	2	3	1	1	2	1	2	1	3	2	1	1	3	2	2	3	40	BAJA
Cliente4	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	3	2	2	3	1	2	1	3	4	1	37	BAJA
Cliente5	4	4	4	3	3	3	3	3	1	2	2	2	2	3	2	1	2	3	4	4	5	60	REGULAR
Cliente6	3	5	5	3	4	3	3	3	1	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	4	4	63	REGULAR
Cliente7	2	2	2	2	2	1	1	1	4	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	35	BAJA
Cliente8	2	1	2	2	3	3	2	2	4	1	1	2	3	3	2	1	1	3	2	3	1	44	BAJA
Cliente9	1	4	4	3	5	3	3	3	1	4	5	3	3	3	2	2	1	3	4	3	5	65	REGULAR
Cliente10	2	5	5	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	5	3	4	5	4	77	ALTA
Cliente11	2	2	2	3	3	1	3	3	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	3	2	41	BAJA
Cliente12	2	2	2	2	2	1	1	1	4	2	2	1	2	3	3	1	2	3	3	3	4	46	BAJA
Cliente13	3	5	5	3	5	3	3	3	4	5	2	3	3	3	5	4	4	3	4	3	4	77	ALTA
Cliente14	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	27	BAJA
Cliente15	2	5	4	3	5	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	5	3	5	3	4	77	ALTA
Cliente16	2	1	1	2	2	2	1	1	4	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	3	34	BAJA
Cliente17	1	1	2	2	1	1	3	3	4	1	1	2	3	1	1	1	1	1	3	3	1	37	BAJA
Cliente18	2	2	1	2	1	1	1	2	4	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	33	BAJA
Cliente19	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	3	2	3	2	1	42	BAJA
Cliente20	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	3	1	3	4	1	3	1	4	2	43	BAJA
Cliente21	2	3	4	3	5	3	3	2	4	2	2	3	2	3	3	4	1	3	4	3	5	64	REGULAR
Cliente22	4	3	4	3	5	3	3	3	5	4	2	2	3	3	3	1	2	3	3	3	3	65	REGULAR
Cliente23	2	1	2	2	3	2	3	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	4	3	4	42	BAJA
Cliente24	3	1	2	3	2	3	1	3	1	2	1	1	1	1	3	1	3	3	2	2	2	41	BAJA
Cliente25	2	5	4	3	5	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	5	3	4	5	4	78	ALTA
Cliente26	3	1	1	2	1	1	2	3	2	1	2	1	2	2	3	1	2	1	4	5	4	44	BAJA
Cliente27	2	1	2	2	4	1	1	3	1	1	1	1	2	3	1	2	2	3	3	2	5	43	BAJA
Cliente28	5	4	4	2	4	2	2	2	4	2	5	2	2	2	1	4	2	2	4	4	4	63	REGULAR
Cliente29	3	4	3	2	5	2	2	2	1	2	5	2	1	2	2	4	3	2	5	4	3	59	REGULAR
Cliente30	2	1	1	1	2	2	2	2	4	1	5	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	39	BAJA
Cliente31	3	4	3	2	5	2	2	2	5	3	5	2	2	2	1	4	3	2	5	4	5	66	REGULAR
Cliente32	5	5	5	2	4	2	2	2	4	4	5	2	2	2	3	4	1	1	4	4	4	67	REGULAR
Cliente33	1	3	3	2	2	1	3	3	1	1	5	1	1	2	2	1	2	1	2	3	2	42	BAJA
Cliente34	3	4	3	2	5	2	2	2	1	3	5	2	2	2	1	5	1	2	5	4	5	61	REGULAR
Cliente35	3	1	3	1	1	3	3	3	2	2	1	1	1	3	1	1	2	3	3	1	1	40	BAJA

Cliente36	3	4	3	2	5	2	2	2	1	2	5	2	2	2	1	4	3	2	5	4	5	61	REGULAR	
Cliente37	3	4	3	2	5	2	1	1	1	3	5	2	2	2	2	3	5	3	2	5	4	5	63	REGULAR
Cliente38	2	1	2	2	2	2	2	2	4	2	1	2	2	2	2	3	2	1	2	4	2	4	46	BAJA
Cliente39	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	3	2	2	1	2	1	3	32	BAJA
Cliente40	2	1	1	3	1	4	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	4	44	BAJA
Cliente41	5	4	4	3	5	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	4	3	2	5	5	4	62	REGULAR
Cliente42	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	3	3	3	3	4	5	4	3	4	4	5	78	ALTA
Cliente43	5	4	4	2	4	2	1	2	1	2	2	3	2	2	2	4	3	2	2	4	4	4	59	REGULAR
Cliente44	5	4	4	2	4	2	2	2	1	2	5	2	2	2	2	1	4	2	2	4	4	4	60	REGULAR
Cliente45	2	1	2	2	1	2	1	1	4	2	1	1	1	2	2	2	4	2	2	2	2	4	41	BAJA
Cliente46	3	4	5	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	1	4	3	3	4	3	5	68	REGULAR	
Cliente47	2	1	2	2	4	3	2	2	2	1	5	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	45	BAJA
Cliente48	3	1	2	3	1	2	3	3	1	2	5	2	1	2	1	1	2	1	4	1	5	46	BAJA	
Cliente49	4	4	3	2	5	2	2	2	4	2	5	2	1	2	3	4	2	2	5	5	4	65	REGULAR	
Cliente50	4	4	5	2	4	2	2	2	1	2	5	3	2	2	1	3	2	2	4	4	5	61	REGULAR	
Cliente51	3	1	2	3	3	2	1	3	4	1	5	2	1	1	2	1	1	3	4	2	1	46	BAJA	
Cliente52	4	4	3	2	5	2	2	2	4	1	5	2	2	2	3	4	2	2	5	5	4	65	REGULAR	
Cliente53	2	3	2	3	2	3	3	3	2	1	1	2	3	3	2	1	1	3	2	3	1	46	BAJA	
Cliente54	5	1	1	1	3	3	1	3	1	4	5	2	3	1	3	4	1	3	3	5	3	56	REGULAR	
Cliente55	3	4	4	4	2	4	4	4	1	4	2	2	4	4	3	2	3	4	3	4	2	67	REGULAR	
Cliente56	3	4	1	3	4	1	1	3	1	2	5	2	3	1	4	4	2	2	4	5	5	60	REGULAR	
Cliente57	2	1	1	3	2	3	3	3	1	2	1	1	1	3	2	2	2	3	3	1	3	43	BAJA	
Cliente58	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	5	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	39	BAJA	
Cliente59	2	1	2	2	1	2	2	2	4	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	36	BAJA	
Cliente60	5	4	4	2	5	2	1	2	4	5	5	2	2	2	1	5	2	2	5	5	5	70	REGULAR	
Cliente61	3	1	1	3	1	3	1	3	1	4	1	2	2	3	3	1	1	3	1	2	3	43	BAJA	
Cliente62	2	5	3	3	3	2	2	2	4	2	2	2	3	2	3	4	2	3	4	5	4	62	REGULAR	
Cliente63	2	1	3	3	1	3	2	1	1	2	1	1	2	2	1	3	3	3	3	3	2	43	BAJA	
Cliente64	5	5	4	2	4	2	2	2	4	2	5	2	2	2	2	4	1	2	4	5	4	65	REGULAR	
Cliente65	3	5	5	3	3	3	3	3	4	4	5	3	3	3	5	5	4	3	3	3	4	77	ALTA	
Cliente66	4	5	4	2	5	2	2	2	4	3	5	2	2	2	2	4	2	2	5	4	4	67	REGULAR	
Cliente67	2	5	5	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	1	4	2	3	4	3	4	68	REGULAR	

	Desde	Hasta
BAJA	21	48
REGULAR	49	76
ALTA	77	104

RESULTADOS POR DIMENSIONES

RESULTADOS POR DIMENSIONES							
INTEGRACION LABORAL		REFERENCIAS CORPORATIVAS		PERCEPCION DEL CAPITAL HUMANO		IMPLICACION EN LA PRODUCCION	
TOTAL	CALIFICACION	TOTAL	CALIFICACION	TOTAL	CALIFICACION	TOTAL	CALIFICACION
29	REGULAR	19	ALTA	9	BAJA	14	REGULAR
15	BAJA	9	BAJA	5	BAJA	7	BAJA
16	BAJA	7	BAJA	7	BAJA	10	REGULAR
11	BAJA	9	BAJA	8	BAJA	9	BAJA
27	REGULAR	9	BAJA	8	BAJA	16	ALTA
29	REGULAR	9	BAJA	11	REGULAR	14	REGULAR
13	BAJA	9	BAJA	6	BAJA	7	BAJA
17	BAJA	11	BAJA	7	BAJA	9	BAJA
26	REGULAR	16	REGULAR	8	BAJA	15	ALTA
28	REGULAR	17	REGULAR	16	ALTA	16	ALTA
19	REGULAR	8	BAJA	6	BAJA	8	BAJA
13	BAJA	11	BAJA	9	BAJA	13	REGULAR
30	ALTA	17	REGULAR	16	ALTA	14	REGULAR
10	BAJA	6	BAJA	7	BAJA	4	BAJA
28	REGULAR	18	REGULAR	16	ALTA	15	ALTA
12	BAJA	9	BAJA	5	BAJA	8	BAJA
14	BAJA	11	BAJA	4	BAJA	8	BAJA
12	BAJA	8	BAJA	6	BAJA	7	BAJA
18	BAJA	8	BAJA	8	BAJA	8	BAJA
14	BAJA	10	BAJA	9	BAJA	10	REGULAR
25	REGULAR	13	REGULAR	11	REGULAR	15	ALTA
28	REGULAR	16	REGULAR	9	BAJA	12	REGULAR
16	BAJA	7	BAJA	6	BAJA	13	REGULAR
18	BAJA	6	BAJA	8	BAJA	9	BAJA
28	REGULAR	18	REGULAR	16	ALTA	16	ALTA
14	BAJA	8	BAJA	8	BAJA	14	REGULAR
16	BAJA	6	BAJA	8	BAJA	13	REGULAR
25	REGULAR	15	REGULAR	9	BAJA	14	REGULAR
23	REGULAR	11	BAJA	11	REGULAR	14	REGULAR
13	BAJA	14	REGULAR	7	BAJA	5	BAJA
23	REGULAR	17	REGULAR	10	REGULAR	16	ALTA
27	REGULAR	17	REGULAR	10	REGULAR	13	REGULAR
18	BAJA	9	BAJA	7	BAJA	8	BAJA
23	REGULAR	13	REGULAR	9	BAJA	16	ALTA
18	BAJA	7	BAJA	7	BAJA	8	BAJA
23	REGULAR	12	REGULAR	10	REGULAR	16	ALTA

21	REGULAR	13	REGULAR	13	REGULAR	16	ALTA
15	BAJA	11	BAJA	8	BAJA	12	REGULAR
11	BAJA	6	BAJA	8	BAJA	7	BAJA
16	BAJA	8	BAJA	10	REGULAR	10	REGULAR
27	REGULAR	9	BAJA	10	REGULAR	16	ALTA
27	REGULAR	19	ALTA	16	ALTA	16	ALTA
24	REGULAR	10	BAJA	11	REGULAR	14	REGULAR
25	REGULAR	12	REGULAR	9	BAJA	14	REGULAR
12	BAJA	9	BAJA	10	REGULAR	10	REGULAR
27	REGULAR	15	REGULAR	11	REGULAR	15	ALTA
18	BAJA	12	REGULAR	7	BAJA	8	BAJA
18	BAJA	11	BAJA	6	BAJA	11	REGULAR
24	REGULAR	14	REGULAR	11	REGULAR	16	ALTA
25	REGULAR	13	REGULAR	8	BAJA	15	ALTA
18	BAJA	13	REGULAR	5	BAJA	10	REGULAR
24	REGULAR	14	REGULAR	11	REGULAR	16	ALTA
21	REGULAR	9	BAJA	7	BAJA	9	BAJA
18	BAJA	15	REGULAR	9	BAJA	14	REGULAR
29	REGULAR	13	REGULAR	12	REGULAR	13	REGULAR
20	REGULAR	13	REGULAR	11	REGULAR	16	ALTA
18	BAJA	6	BAJA	9	BAJA	10	REGULAR
13	BAJA	12	REGULAR	6	BAJA	8	BAJA
14	BAJA	9	BAJA	7	BAJA	6	BAJA
25	REGULAR	18	REGULAR	10	REGULAR	17	ALTA
16	BAJA	10	BAJA	8	BAJA	9	BAJA
22	REGULAR	13	REGULAR	11	REGULAR	16	ALTA
16	BAJA	7	BAJA	9	BAJA	11	REGULAR
26	REGULAR	15	REGULAR	9	BAJA	15	ALTA
28	REGULAR	19	ALTA	17	ALTA	13	REGULAR
26	REGULAR	16	REGULAR	10	REGULAR	15	ALTA
28	REGULAR	16	REGULAR	10	REGULAR	14	REGULAR

INTERVALOS POR DIMENSIONES:

INTEGRACION LABORAL	Desde	Hasta
BAJA	8	18
REGULAR	19	29
ALTA	30	40

REFERENCIAS CORPORATIVAS	Desde	Hasta
BAJA	5	11
REGULAR	12	18
ALTA	19	25

PERCEPCION K. HUMANO	Desde	Hasta
BAJA	4	9
REGULAR	10	14
ALTA	15	20

IMPLICACION EN LA PRODUCCION	Desde	Hasta
BAJA	4	9
REGULAR	10	14
ALTA	15	20