



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución- NoComercial-Compartirigual 2.5 Perú](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/).

Vea una copia de esta licencia en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN –TARAPOTO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



Clima laboral y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018

Tesis para optar el título profesional de Licenciado Administración en Turismo

AUTORES:

Pitter Clemente Loyola Pinchi

David Tomás Hernández Ojanama

ASESOR:

Dr. Clifor Daniel Sosa de la Cruz

CO-ASESOR:

Lic. Tur. José Gabriel Seijas Diaz

Tarapoto – Perú

2019

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN -TARAPOTO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



Clima laboral y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018

AUTORES:

Pitter Clemente Loyola Pinchi

David Tomás Hernández Ojanama

Sustentada y aprobado el día 11 de octubre del 2019, por los siguientes jurados:

Econ. M. Sc. Réniger Sousa Fernández
Presidente

Lic. Tur. Mg. Very Rengifo Hidalgo
Secretario

Lic. Adm. Tur. Erika Patricia Chang Alva
Vocal

Dr. Clifor Daniel Sosa de la Cruz
Asesor

Declaración de autenticidad

Pitter Clemente Loyola Pinchi, con DNI N° 48131112 y **David Tomás Hernández Ojanama**, con DNI N° 45581093, bachilleres de la Escuela Profesional de Administración en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, con la tesis titulada: **Clima laboral y calidad de servicio que brindan las agencias de viaje de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018.**

Declaro bajo juramento que:



1. La tesis es de nuestra autoría.
2. He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultada. Por lo tanto la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido auto plagiado, es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados, por lo tanto los resultados que se presenten en las tesis se continuaran en aportes a la realidad investigada.

De considerar que el trabajo cuenta con una falta grave, con el hecho de contar con datos fraudulentos, demostrar indicios y plagio(al no citar la información de los autores), plagio(al presentar información de otros trabajos como propio), falsificación(al presentar información e ideas de otras personas de forma falsa), entre otros, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Nacional San Martín – Tarapoto.

Tarapoto, 11 de octubre del 2019.


.....

Bach. Pitter Clemente Loyola Pinchi
DNI N° 48131112


.....

Bach. David Tomás Hernández Ojanama
DNI N° 45581093

Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis.

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres:	Layulo Pinchi Peter Clemente	
Código de alumno :	188229	Teléfono: 991211453
Correo electrónico :	layulapinchi@gmail.com	DNI: 4813112

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Datos Académicos

Facultad de:	Ciencias Económicas
Escuela Profesional de:	→ mismo

3. Tipo de trabajo de investigación

Tesis	<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo de investigación	<input type="checkbox"/>
Trabajo de suficiencia profesional	<input type="checkbox"/>		

4. Datos del Trabajo de investigación

Título:	Clima laboral y calidad del servicio que brindan por agencias de viaje de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018
Año de publicación:	2019

5. Tipo de Acceso al documento

Acceso público *	<input checked="" type="checkbox"/>	Embargo	<input type="checkbox"/>
Acceso restringido **	<input type="checkbox"/>		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

6. Originalidad del archivo digital.

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.

7. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12º del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI “**Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA**”.


.....
Firma del Autor

8. Para ser llenado en la Oficina de Repositorio Digital de Ciencia y Tecnología de Acceso Abierto de la UNSM – T.

Fecha de recepción del documento:

09 / 12 / 2019



.....
Firma del Responsable de Repositorio
Digital de Ciencia y Tecnología de Acceso
Abierto de la UNSM – T.

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

** **Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis.

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres:	HERNANDEZ OSANOMA DAVID TOMAS		
Código de alumno :	128228	Teléfono:	976653720
Correo electrónico :	LIC.DAVID128228@gmail.com	DNI:	45581093

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Datos Académicos

Facultad de:	Ciencias Económicas
Escuela Profesional de:	TURISMO

3. Tipo de trabajo de investigación

Tesis	<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo de investigación	<input type="checkbox"/>
Trabajo de suficiencia profesional	<input type="checkbox"/>		

4. Datos del Trabajo de investigación

Título:	clima laboral y la calidad del servicio que brindan LAS Agencias de Viaje de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín 2018
Año de publicación:	2019

5. Tipo de Acceso al documento

Acceso público *	<input checked="" type="checkbox"/>	Embargo	<input type="checkbox"/>
Acceso restringido **	<input type="checkbox"/>		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

6. Originalidad del archivo digital.

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.

7. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI "Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA".


.....
Firma del Autor

8. Para ser llenado en la Oficina de Repositorio Digital de Ciencia y Tecnología de Acceso Abierto de la UNSM – T.

Fecha de recepción del documento:

09 / 12 / 2019



.....
Firma del Responsable de Repositorio
Digital de Ciencia y Tecnología de Acceso
Abierto de la UNSM – T.

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

** **Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

Agradecimiento

A Dios, por su amor eterno y sus Bendiciones de cada día, a nuestros docentes de la escuela Profesional de Administración en Turismo de la Universidad Nacional de San Martín, a nuestro asesor Dr. Clífor D. Sosa de la Cruz, por su paciencia durante la investigación y sus enseñanzas, al presidente de la CARETUR, por facilitar importante información requerida para la investigación mediante la entrevista realizada, a los directivos de las agencias de viajes por colaborar con los instrumentos de información de campo de mucha importancia para la investigación.

Pitter Clemente Loyola Pinchi

David Tomas Hernández Ojanama

Índice General

Agradecimiento	vi
Índice General	vii
Índice de tablas.....	viii
Índice de figuras	ix
Lista de siglas o abreviaturas	x
Resumen.....	xii
Introducción	1
CAPÍTULO I.....	2
REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	3
Sistemas de variables.....	4
1.1. Antecedentes de la investigación	6
1.2. Bases teóricas	10
1.2. Definición de términos básicos.....	17
CAPÍTULO II.....	19
MATERIAL Y MÉTODOS	19
2.1. Tipo y nivel de investigación.....	19
2.2. Diseño de la investigación	19
2.3. Población y muestra.....	20
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de Datos	21
2.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	22
2.6. Métodos de investigación	22
CAPÍTULO III	23
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	23
3.1. Resultados	23
3.2. Discusión de resultados	32
CONCLUSIONES.....	39
RECOMENDACIONES	40
REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS.....	41
ANEXOS	45
Anexo N° 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA	46
ANEXO N° 2: DIRECTORIO DE AGENCIAS DE VIAJEY TURISMO.....	49
ANEXO N° 3: ENCUESTAS.....	52
ANEXO N° 4: TABULACIÓN DE ENCUESTAS	56
ANEXO N° 5: FOTOS.....	58

Índice de tablas

Tabla 1. Medidas Estadísticas descriptivas sobre el Clima laboral y Calidad del servicio – 2018.....	23
Tabla 2. Nivel de Clima laboral en las agencias de viaje en el distrito de Tarapoto - 2018	23
Tabla 3. Nivel de Calidad del servicio que brindan las agencias de viajes operadoras en el distrito de Tarapoto, 2018.....	25
Tabla 4. Pruebas de normalidad sobre las puntuaciones de las variables de estudio	26
Tabla 5. Correlaciones entre variables y prueba de hipótesis Del Clima laboral y la calidad del servicio de las agencias de viajes en el distrito de Tarapoto– 2018.....	28

Índice de figuras

Figura 1. Clima laboral en las agencias que operan en el distrito de tarapoto, 2018.	24
Figura 2. Calidad del servicio que brindan las agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto, 2018.	25
Figura 3. Frecuencia de variables.....	26
Figura 4. Relación entre el Clima laboral y la calidad del servicio de las agencias de viaje que operan en el distrito de Tarapoto, 2018.	29
Figura 5. Relación entre el clima laboral a nivel individual y la calidad del servicio de las agencias de viaje, 2018.....	30
Figura 6. Relación entre el clima laboral a nivel interpersonal y la calidad del servicio de las agencias de viaje, 2018.....	31
Figura 7. Relación entre el clima laboral a nivel organizacional y la calidad del servicio de las agencias de viaje, 2018.....	32

Lista de siglas o abreviaturas

OMT	: Organización Mundial del Turismo
CANATAUR	: Cámara Nacional del Turismo en el Perú
DIRCETUR	: Dirección Regional de Turismo
BCR	: Banco Central de Reserva del Perú

Resumen

La investigación titulada “Clima laboral y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018”, aborda el problema para ver cómo se relaciona el clima laboral y calidad del servicio con el objetivo de establecer la correlación entre ambas variables. La investigación es de tipo no experimental referido a las ciencias sociales, con un diseño descriptivo correlacional y una muestra de 58 agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto. Como resultados encontramos que el 74% consideran que el clima laboral está en un nivel medio, el 17% que está en un nivel alto y sólo un 9% considera que es bajo y se obtuvo un grado de correlación baja y con dirección positiva de 0,370 entre dichas variables. Se llegó a la conclusión que las variables se relacionan directamente; es decir, el clima laboral a través de sus dimensiones a nivel individual, interpersonal y organizacional, influyen directamente en la calidad del servicio que ofrecen las agencias de viajes y sus dimensiones de empatía, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y tangibilidad.

Palabras clave: Clima laboral, calidad del servicio, agencias de viaje.

Abstract

The research entitled "Working climate and the quality of service provided by tourism travel agencies in the district of Tarapoto, San Martín, 2018", addresses the problem to see how the work environment and quality of service relates to the objective of establish the correlation between both variables. The research is of a non experimental type referred to the social sciences, with a descriptive correlational design and a sample of 58 travel agencies that operate in the district of Tarapoto. As results, we find that 74% consider that the working environment is at a medium level, 17% that is at a high level and only 9% consider it to be low and a low degree of correlation was obtained with a positive address of 0.370. Between these variables. It was concluded that the variables are directly related; that is, the work climate through its individual, interpersonal and organizational dimensions, directly influence the quality of the service offered by travel agencies and their dimensions of empathy, reliability, security, responsiveness and tangibility.

Keywords: Work climate, quality of service, travel agencies.



Introducción

La presente investigación titulada “Clima laboral y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018”, es de suma importancia, ya que el clima laboral es importante para que se desempeñen mejor los trabajadores de las agencias de viajes y brinden una buena calidad del servicio a los turistas que llegan a la región.

En el distrito de Tarapoto tenemos gran cantidad de agencias de viajes que ofrecen paquetes turísticos a precios de acorde al mercado, ya que contamos con gran afluente turístico. Esto ha permitido a las agencias de viaje adoptar estrategias para mejorar el clima laboral de sus trabajadores en sus dimensiones a nivel individual, interpersonal y organizacional. Este proceso hará que los trabajadores brinden mejores servicios al cliente en las dimensiones de: Empatía, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y tangibilidad. Sin embargo, éstas empresas no brindan un buen servicio en lo que se refiere a seguridad, capacidad de respuesta y empatía; esto se evidencia en las noticias constantes de turistas que tienen problemas al respecto. Esto generalmente se debe a que el personal no tiene un buen clima laboral para desempeñar sus funciones correspondientes, repercutiendo el servicio deficiente al turista.

El propósito de la investigación es conocer el grado de relación entre el clima laboral y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, dichos datos precisos serán tomados para posteriores investigaciones con respecto a la a las variables mencionadas. La investigación es descriptiva correlacional no experimental, se utilizará como muestra a 58 agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto. Además consta de cinco capítulos estructurados de la siguiente manera: I. Marco teórico, se mencionan los antecedentes, teorías relacionadas al tema. II. Materiales y métodos, donde hace Hipótesis, variables, la metodología, muestra, técnicas e instrumentos utilizados en la investigación. III. Resultados de la investigación, hace referencia a los resultados de la investigación de forma descriptiva y correlacional, y la discusión de resultados. Además tenemos las Conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos, todos estos están detallados de forma armoniosa respetando las normas APA y las fuentes respectivas.

CAPÍTULO I

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Planteamiento del problema:

La Organización Mundial del Turismo, ha evidenciado el impacto económico y laboral del sector de viajes y turismo, teniendo previsiones de crecimiento del sector en un 4% y 5% en el 2018. Es decir, el turismo aporta un gran porcentaje al comercio internacional que genera crecimiento a la economía mundial y su continua expansión tiene que ver con los diferentes servicios que brindan las empresas turísticas (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2018). Las agencias de viajes son empresas que han aportado mucho al sector turismo con sus diferentes paquetes de viajes que ofrecen a los diferentes destinos del mundo. Para ello, éstas deben potenciar las políticas de clima laboral para que el personal pueda mejorar los servicios al cliente y tenga mejores resultados. De acuerdo a la Cámara Nacional del Turismo en el Perú [CANATUR], (2018). A nivel nacional, la industria hotelera ha tenido un crecimiento considerado de un 7,7% en el 2016 y con previsiones a crecer en los siguientes años. Significa que habrá un dinamismo económico en la industria turística, sobre todo un gran aporte por parte de las agencias de viajes. Estas agencias de viajes muchas veces no brindan los servicios adecuados al cliente debido a la baja implementación de políticas que mejoren el clima laboral de los colaboradores que laboran en éstas empresas.

La Región San Martín cuenta con un gran afluente turístico en sus 10 provincias. El flujo interno receptivo se incrementan en fiestas y feriados, con un afluente de 31% (BCR, 2011). Estos resultados han derivado un crecimiento de las agencias de viajes. Estas agencias siempre carecen de políticas de desarrollo de los trabajadores para mejorar el clima laboral y poder brindar una mejor calidad de los servicios que ofrecen a sus clientes en todas sus dimensiones.

El clima laboral es entendido como la percepción del ambiente humano y físico donde los colaboradores de una empresa realizan sus labores cotidianas, va acompañado de las condiciones de interacción social e individual que determinan su comportamiento y eficiencia en el trabajo (Williams, 2013). La misma tiene las siguientes dimensiones: A nivel individual, interpersonal y organizacional. La calidad del servicio es la comparación del servicio que una persona percibe y de lo que recibe realmente, está basada en la diferencia

de la expectativa y la percepción. De acuerdo al modelo SERVQUAL, la calidad del servicio tiene cinco dimensiones para medir la calidad del servicio, entre las cuales tenemos: Empatía, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y tangibilidad (Duque, 2005).

En el distrito de Tarapoto tenemos 80 agencias de viajes de turismo (Dirección Regional de Turismo – [DIRCETUR], 2018). Éstas brindan paquetes turísticos a los diferentes lugares turísticos locales. Sin embargo, los turistas mencionan que existe una deficiente calidad del servicio respecto a seguridad, capacidad de respuesta y empatía; esto se evidencia en las noticias constantes de turistas que tienen problemas al respecto. Esto generalmente se debe a que el personal no tiene un buen clima laboral para desempeñar sus funciones correspondientes, repercutiendo en una atención poco apropiada al turista. Es por ello que nace la necesidad de buscar resultados de correlación entre el clima laboral y calidad del servicio que brindan las agencias de viajes en el distrito de Tarapoto.

Formulación del problema

Así, ante lo expuesto, se responderá a la siguiente pregunta de investigación

Problema general

¿Cómo se relaciona el clima laboral y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018?

Problemas específicos

¿Cómo se relaciona el clima laboral a nivel individual y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018?

¿Cómo se relaciona el clima laboral a nivel interpersonal y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018?

¿Cómo se relaciona el clima laboral a nivel organizacional y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018?

Objetivos

General

Determinar el grado de relación entre el clima laboral y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018.

Específicos

Conocer el grado de relación entre el clima laboral a nivel individual y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018

Conocer el grado de relación entre el clima laboral a nivel interpersonal y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018.

Conocer el grado de relación entre el clima laboral a nivel organizacional y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018.

Entre las justificaciones del estudio, tenemos:

Sistema de hipótesis

General

H1: El clima laboral se relaciona significativamente con la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018.

H0: El clima laboral no se relaciona significativamente con la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018.

Específicas

H1: El clima laboral a nivel individual se relaciona significativamente con la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018.

H2: El clima laboral a nivel interpersonal se relaciona significativamente con la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018.

H3: El clima laboral a nivel organizacional se relaciona significativamente con la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018.

Sistemas de variables

Variable 1: Clima laboral.

Variable 2: Calidad del servicio.

Justificación

Justificación por conveniencia

Se justifica ya la correlación entre el clima laboral y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, beneficiará a los empresarios y autoridades, con datos reales para ser usados con fines de competencias. Además se justifica el presente estudio de investigación, por significar la consolidación de la formación profesional y la importancia que tiene la tesis para obtener el título de Administración en Turismo en la Universidad Nacional de San Martín.

Justificación social

Socialmente, los resultados beneficiarán a la población ya que contribuirán a mejorar la calidad de vida de la población de los diferentes lugares turísticos que alberga la región San Martín. Esto debido a una buena diversidad de recursos turísticos que tiene la región que aporta al dinamismo económico y social. En consecuencia, debido a la demanda turística existe una significativa cantidad agencias de viajes que generan empleo a muchas familias y jóvenes en la región.

Justificación práctica

El presente estudio respecto a la correlación del clima laboral y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto beneficiará a los empresarios del distrito de Tarapoto donde operan las agencias de viajes, lo que dichos datos serán tomados para generar estrategias mejorando dichas variables, generando así una buena calidad del servicio y por consecuencia, mayor rentabilidad de las empresas.

Justificación Teórica:

Se realiza con el propósito de aportar conocimiento a la comunidad científica sobre el clima laboral y la calidad del servicio, con sus respectivas dimensiones de cada una de las variables, cuyos resultados serán tomados para elaborar distintos estudios similares usando las teorías mencionadas a lo largo del estudio.

1.1. Antecedentes de la investigación

Internacionales

Cortazar y Chamorro, (2014), en su trabajo de investigación de tesis titulada “Incidencia del clima laboral en la calidad de atención en servicios de salud”, llevada a cabo en la Universidad Católica de Manizales, Colombia, con la finalidad de obtener el título de Licenciadas en Administración en Salud; hace énfasis a lo siguiente; “Describir la incidencia que tiene el clima laboral en la calidad de atención en los servicios de salud”.

La investigación es descriptiva, donde se usó como muestra a 89 trabajadores del sector salud, como técnica se usó la encuesta y el cuestionario como instrumento, se obtuvo las siguientes conclusiones:

El clima laboral incide directamente en el nivel de compromiso de los colaboradores de la organización, lo que implica que puede afectar positiva o negativamente al logro de resultados. El equipo humano está compuesto por una serie de características como es el ambiente laboral y las relaciones con los compañeros de la organización y que influye en los resultados como es la de brindar buenos servicios al cliente. Para ello la empresa debe preocupar en mejorar las políticas de mejor atención a los recursos humanos y motivarlos para tener buenos resultados.

El clima está articulado entre la relación existente entre los directivos y los trabajadores, disponibilidad de recursos físicos y herramientas correspondientes para poder realizar el trabajo respectivo. Además es importante la flexibilidad y comprensión de los directivos y tomar decisiones de manera asertiva, buscando apoyar al colaborador de la empresa, buscando utilizar esas capacidades en beneficio de la organización. Tiene mucho que ver el liderazgo de los directivos, la motivación y comunicación en los resultados.

Fuentes, (2012), en su trabajo de investigación de tesis titulada “Satisfacción laboral y su influencia en la productividad (estudio realizado en la delegación de recursos humanos del organismo judicial en la ciudad de Quetzaltenango”, llevada a cabo en la Universidad Rafael Landívar, Francia, con la finalidad de obtener el título de Licenciada en Psicología industrial/organizacional; tiene por objetivo; “establecer la influencia que tiene la satisfacción laboral en la productividad”.

La investigación es descriptiva, donde se usó como técnicas la encuesta aplicada a 20 trabajadores de la organización de recursos humanos, obteniendo las siguientes conclusiones:

Sin embargo, la estabilidad laboral, las relaciones interpersonales, el gusto por el trabajo las condiciones generales y la antigüedad dentro de la Delegación de Recursos Humanos son indicadores que influyen para que los trabajadores estén satisfechos. Es decir existe una buena productividad por parte de los trabajadores y se sienten satisfechos debido a que cuentan con un buen ambiente de trabajo físico espacial.

Además cuentan con material y la infraestructura adecuada para llevar a cabo sus funciones de la mejor manera, así mismo les da los beneficios (compensaciones, permisos, salario, prestaciones) a todos los empleados y reciben beneficios extras por ser empleados de una institución del estado. Es decir tienen una buena motivación en función a lo que realizan y por consiguiente tienen buenos resultados.

Los trabajadores tienen una buena satisfacción laboral, para ello influye mucho la comunicación asertiva y buenas relaciones entre los mismos miembros de la organización. A pesar de éstos resultados positivos, no siempre existe influencia significativa entre la satisfacción laboral y productividad, ya que muchas veces depende de otros factores.

Nacionales

Medina (2017), en su trabajo de investigación de tesis titulada “Clima organizacional y calidad de servicio en la agencia de viajes Inkaland Treks de la Provincia de Huaraz – Ancash, 2017”, llevada a cabo en la Universidad César Vallejo, Lima, con la finalidad de obtener el Título Licenciada en Turismo y Hotelería; tiene como objetivo; “Determinar el grado de relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente”.

La investigación es de tipo no experimental, con diseño descriptivo correlacional, muestra estuvo conformado por 30 colaboradores de la empresa, como técnica se usó la encuesta y como instrumento el cuestionario, obteniendo las siguientes conclusiones:

Existe una relación directa entre las dos variables de estudio de clima organizacional y calidad del servicio de la Agencia de Viajes Inkaland Treks ya que logró un nivel de significancia de ,002 y el valor Rho fue de ,543 esto determinó que la correlación que existe entre ambas variables es moderada.

Con respecto a la calidad corporativa existe una correlación baja con el clima organizacional, con $Rho = 0.391$. Asimismo se aceptó la hipótesis específica ya que el P valor es mayor a 0.05. Sin embargo, referente a la calidad física y el clima organizacional, pues se obtuvo P valor de 0.02, es decir, una correlación moderada.

Y por último tenemos la calidad interactiva y clima organizacional con una correlación positiva y en un nivel moderado, además se rechazó la hipótesis nula ya que se obtuvo 0.023 como valor P.

Pelaez, O. (2010), en su trabajo de investigación de tesis titulada “Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónicos”, llevada a cabo en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú, con la finalidad de obtener el Título Profesional de Doctor en Ciencias Administrativas; hace énfasis a lo siguiente; “Determinar el grado de relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente”.

La investigación fue descriptiva correlacional y explicativa, muestra estuvo conformado por 200 empleados de la empresa telefónica estudiada, como técnica se usó la entrevista y como instrumento el cuestionario, obteniendo las siguientes conclusiones:

Existe relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente, con una correlación de 0.64. A medida que mejoran las relaciones interpersonales mejora correlativamente la satisfacción del cliente. Es decir, si existe una buena satisfacción del cliente con respecto a un buen clima laboral, quiere decir que existe un buen rendimiento para brindar mejores servicios en todas sus dimensiones.

Además existe correlación significativa en lo que respecta a las dimensiones del clima organizacional como: Área de estilo de Dirección, Área de sentido de pertenencia, retribución, distribución de recursos, entre otros que se relacionan directamente con la satisfacción del cliente. Es decir, hay una mejora en los servicios.

Subauste, R. (2013), en su trabajo de investigación de tesis titulada “Clima laboral en el área de atención al cliente de EMAPA Cañete 2013 – San Vicente de Cañete”, llevada a cabo en la Universidad de la Habana de Cuba Cañete, Perú, con la finalidad de obtener el Título Profesional de licenciado en ciencias Administrativas Contables; hace énfasis a lo siguiente; “describir la relación que existe entre ambos factores (clima organizacional y calidad de servicio).”.

La investigación fue transversal no experimental, con un diseño descriptivo correlacional y explicativo, se aplicó la técnica de encuestas que se aplicó a 40 trabajadores de EMAPA.

Existe una relación directa entre el clima laboral y la calidad del servicio al cliente. Esto se puede explicar ya que tiene un buen clima dentro de la organización, con trabajo en equipo y armonía, con apoyo mutuo entre los trabajadores.

Sin embargo, no tienen una buena motivación con respecto a la escala de remuneraciones ya que los administrativos lo consideran como un factor relevante, por ende no incide en el clima laboral, tampoco obtienen beneficios por rendimientos.

Además la empresa no apuesta por cambios en el ambiente organizacional y que comprometa a los trabajadores a brindar un buen servicio y esto se da por el cambio constante de gerentes y contratación de trabajadores sin ser evaluados.

Locales

Tuesta, J. (2016), en su trabajo de investigación de tesis titulada “influencia de la cultura organizacional en la calidad de atención del servicio del personal administrativo de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto”, llevada a cabo en la Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, con la finalidad de obtener el Magister Scientiae en Gestión Empresarial; hace énfasis a lo siguiente; “Determinar cómo influye la cultura organizacional en la calidad de atención al cliente”

La investigación no experimental, con un diseño descriptivo, se aplicó la técnica de encuestas, entrevistas, fichas bibliográficas y hemerográficas. Como muestra se usó al total de alumnos de pre grado, post grado, egresados, bachilleres y docentes.

Concluye que, la Cultura Organizacional, tiene una influencia positiva en la atención de los servicios que ofrece a sus usuarios internos y externos; pese a contar con una tecnología e infraestructura limitada. Es decir, muchas veces la parte tangible de una institución no limita brindar buenos servicios a los usuarios o clientes.

La cultura organizacional se caracteriza por un adecuado clima laboral en lo que concierne a la relación para solucionar problemas laborales, capacidad de aceptar críticas, entre otros.

1.2.Bases teóricas

1.2.1.Base teórica para la variable 1

Clima laboral

Se refiere a la suma de percepciones que los colaboradores de una organización tienen en relación al ambiente físico y humano, y de relaciones interpersonales que influyen para desarrollar sus actividades y tener un rendimiento en beneficio de la organización. Este es un factor coyuntural en una organización; es decir, puede variar o cambiar en un momento determinado (Fundación para la motivación de Recursos Humanos [RH], 2006).

Es importante que las organizaciones tomen estrategias para el desarrollo del personal como factor principal para el logro de objetivos en la organización. Dentro de ellos existe la motivación, como capacitaciones, remuneraciones justas, condiciones de trabajo amigables y el clima de la organización. Estos factor humano es importante para la organización, ya que al estar satisfecho y motivado se esmera para lograr los objetivos encomendados y más (Consortio de Organizaciones privadas de Promoción al Desarrollo de la Micro y Pequeña Empre [COPEME], 2009).

El clima laboral, hace énfasis a las percepciones que tienen los trabajadores de manera compartida, respecto al trabajo en su conjunto, principalmente al ambiente físico, social y los esfuerzos de motivación por parte de los directivos de la organización que influyen en el trabajo. Para ello es importante las políticas de comunicación interna, propiciando las buenas relaciones interpersonales entre sus miembros, trabajo en equipo y recompensas como motivación para tener resultados positivos respecto al cumplimiento de metas y objetivos (Sarmiento, 2011).

El clima laboral es entendido como la percepción del ambiente humano y físico donde los colaboradores de una empresa realizan sus labores cotidianas, va acompañado de la a las condiciones de interacción social e individual que determinan su comportamiento y eficiencia en el trabajo (Williams, 2013). La misma tiene las siguientes dimensiones: A nivel individual, interpersonal y organizacional.

Otro aspecto a tener en cuenta en una organización es la cultura organizacional, como una fuerza importante que está comprendida por un conjunto de valores, normas y creencias que definen el comportamiento y otorga identidad a los miembros dentro de

una organización o de alguna forma participan en ella. Esta forma parte del clima laboral y es una de los aspectos difíciles de cambiar dentro de ellos tenemos tabúes, costumbres, creencia y sentimientos colectivos que definen el accionar de los miembros de la organización (Williams, óp. Cit., 2013).

El mismo autor menciona algunas de las características que se presentan dentro de la cultura laboral son (p. 13).

Innovación y asunción de riesgos.

- Atención a detalle.
- Orientación a resultados.
- Orientación a las personas.
- Orientación al equipo.
- Energía y estabilidad

William, óp. cit., (2013), debemos que tener en cuenta que, el clima laboral es considerado como un indicador de la cultura y la cultura laboral es el contexto en el que se desarrollan las interacciones mediante las que se construye el clima (p. 16). Es decir la cultura debemos tener en claro que el clima laboral es parte de la cultura organizacional y debe ser tomada en cuenta por los directivos correspondientes de las organizaciones.

1.2.2. Base teórica para la variable II

Calidad

Está referido a la dimensión en que una cosa o experiencia satisface una necesidad generando utilidad a un individuo. Se trata de la comparación con experiencias pasadas, superando así las expectativas de lo recibido (Tigani, 2006 p. 25).

La calidad es una estrategia competitiva, considerando una inversión la mejora de los servicios ofrecidos o generando valor agregado para satisfacer a sus clientes. Además es considerado como un conjunto de características inherentes al servicio con las características establecidas por el cliente (Galvis, 2011).

Servicio

La Real Academia Española RAE, define a los servicios como “la acción y efecto de servir”, de tal modo que los usuarios se sientan satisfechos. En sí, se refiere al arte del trabajo que impacta positivamente o negativamente en el consumidor, ésta es intangible (Duque, 2005).

El servicio está enmarcado en una serie de actos asumidos por los trabajadores de una empresa, que son el soporte físico para llevar a cabo éstos procesos que buscan la satisfacción del cliente (Chávez, 2012).

Se refiere a la acción efectuada por el personal de una empresa para beneficio del cliente y en sí para la misma empresa u organización. Esto conlleva a que los directivos de la empresa presten mayor atención en descubrir las necesidades de los usuarios (Estrada, 2007).

Calidad del servicio

Crosby (1997), hace énfasis que la calidad del servicio se refiere al nivel de excelencia para satisfacer a los clientes, dando una mejora continua al servicio que ofrecen las empresas. La prioridad de la empresa debe ser satisfacer las exigencias y demandas del cliente, para ello debe conocer su percepción y sus expectativas para mejorarlas y brindar el servicio en óptimas condiciones al usuario (Citado en Caldera, 2011, p. 337).

La calidad del servicio es la comparación del servicio que una persona percibe y de lo que recibe realmente, está basada en la diferencia de la expectativa y la percepción. Tiene cinco dimensiones para medir la calidad del servicio, entre las cuales tenemos: Empatía, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y tangibilidad (Duque, 2005).

Es aquella que según la adaptación del modelo SERVQUAL, la calidad del servicio quedó en cinco dimensiones como: Elementos tangibles, Confiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía (Cueva, 2015). En éste sentido, el cliente es el protagonista en el crecimiento de una organización o empresa, para ello es necesario la calidad con la que se brinda los servicios para conseguir la fidelidad y promoción.

El mismo autor define cada una de las dimensiones de la siguiente manera (p. 27).

- **Empatía:** Se refiere a la muestra de interés y nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes.
- **Fiabilidad:** Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- **Seguridad:** Clientes seguros con su proveedor, personal amable y personal bien formado con habilidad para inspirar credibilidad y confianza.
- **Capacidad de respuesta:** Disposición para ayudar a los clientes y para prestarles un servicio rápido.
- **Tangibilidad:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

1.2.3. Otras teorías relacionadas al tema

Agencia de viajes

Para García, Cruz et al. (2010). “Una agencia de viaje es una empresa que se especializa en diferentes tipos de servicios en beneficio del viajero, tales como reservaciones de boletos y alojamiento en hoteles, programación de tours, arrendamiento de autos y otros” (Citado en Saldaña, 2012). Es decir, éstas son empresas de enlace profesional entre el turista y las empresas turísticas nacionales o extranjeras. Actualmente se han convertido en factores importantes para la oferta turística, canalizando de manera directa éstos enlaces.

Según el mismo autor, las agencias de viajes deben contar con los siguientes requisitos:

- Sistemas computarizados de reservas (SCR) o sistemas globales de reservas (SGR).
- Conexiones vía internet para atender a sus clientes y proveedores de servicios turísticos.
- Mapas, manuales técnicos, guías y bibliotecas especializadas de folletos.
- Una base de datos propia de los clientes y la información viable para ellos (p. 14).

Estas brindan los siguientes servicios:

- Reservar boletos de cualquier tipo de transporte.
- Reservar habitaciones y otros alojamientos.
- Alquiler de alojamiento (casa, bungalós, departamentos), ofertas hoteleras y no hoteleras.
- Expedir visa y pasaporte.
- Alquiler de coches, con o sin chofer.

- Reservar entradas para monumentos, museos, teatros y otros espectáculos.
- Contratar servicios de guías de turistas para visitas y excursiones.
- Cambiar moneda y emitir cheques de viajero.
- Comprar o adquirir guías turísticas.
- Coordinar actividades deportivas (p. 15).

Existen diversos criterios para clasificar las agencias de viajes:

1. De acuerdo con la naturaleza de sus ventas:

- Agencias mayoristas: organizan toda clase de servicios turísticos para su ofrecimiento a la agencias minoristas, no pudiendo ofrecerlos directamente al consumidor, sino mediante las minoristas.
- Agencia minoristas: ofrecen al consumidor el producto organizado por una agencia mayorista.
- Agencia mayoristas-minoristas: combinan la posibilidad de ambas actividades.
- Agencias de viajes de publicidad: se orientan de acuerdo con el área donde operan:
 - a) si la agencia está ubicada en un lugar turístico, su publicidad se dirige hacia la información y venta de los servicios de interés para el viajero en ese punto, tipos de excursiones, eventos locales, alquiler de autos, facilidades cambio de moneda y b)
 - si la agencia está situada en un lugar que genera turismo hacia otro distinto, su publicidad está encaminada a la venta de tours y servicios a clientes potenciales. Las agencias minorista y mayorista pueden hacer uso de ambos tipos.

2. De acuerdo con la actividad que realizan:

- Agencias emisoras: se localizan dónde está la gente que tiene intención de viajar.
- Agencias receptoras: están ubicadas donde llega el turismo de masas.
- Agencia emisora-receptiva: realizan simultáneamente las dos actividades.

3. Según el tráfico de viajeros:

- Emisoras (outgoing): envían viajeros a áreas geográficas distintas del lugar donde se encuentran.
- Receptoras (incoming): atienden o atraen turistas de otras áreas geográficas al lugar donde se localizan.
- Emisoras-receptoras: organizan el tráfico en ambos sentidos, más de la tercera parte de las agencias están en esta clasificación.

4. De acuerdo con el producto o mercado que manejan:

- Producto: viajes de trabajo, investigación, vacacional, todo incluido, tránsito, sencillo, familiarización (para difusión de servicios turísticos), incentivo.
- Mercado: estudiantes, deportistas, familias, personas que viajan solos, tercera edad, recién casados (p.16).

Decreto supremo N° 004 -2016-MINCETUR (El Peruano, 2016)

La ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, señala que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, es el ente rector en materia de comercio exterior y turismo, y tiene entre sus funciones, establecer el marco normativo para el desarrollo de las actividades turísticas, supervisando el cumplimiento de la normatividad emitida en el ámbito de su competencia

Mediante el Decreto Supremo N° 026-2004-MINCETUR, se aprobó el Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo, que establece las disposiciones administrativas para la autorización, clasificación y supervisión de las Agencias de Viajes y Turismo que operan en el país. De la misma forma, establece los órganos competentes en dicha materia; Que, posteriormente, se aprobó la Ley N° 29408, Ley General de Turismo, con el marco legal para el desarrollo y la regulación de la actividad turística.

En el art. 27 establece que son prestadores de servicios turísticos las personas naturales o jurídicas que participan en la actividad turística, con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas; estableciendo en el literal b) del Anexo N° 1 de la citada norma que son prestadores turísticos los que realizan los servicios de Agencias de Viajes y Turismo.

Menciona las siguientes definiciones:

- a) Agencia de Viajes y Turismo: Persona natural o jurídica que se dedica al ejercicio de actividades de organización, mediación, coordinación, promoción, asesoría y venta de servicios turísticos, de acuerdo a su clasificación, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos.

- b) Agencia de Viajes y Turismo Operador de Turismo: Aquella que proyecta, elabora, diseña, contrata, organiza y opera programas y servicios turísticos dentro del territorio nacional, para ser ofrecidos y vendidos a través de las Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas y las Agencias de Viajes y Turismo Minoristas del Perú y el extranjero, pudiendo también ofrecerlos y venderlos directamente al turista.
- c) Agencia de Viajes y Turismo Mayorista: Aquella que proyecta, elabora y organiza todo tipo de servicios turísticos, paquete turístico y viajes para ser ofrecidos a las Agencias de Viajes y Turismo Operador de Turismo y a las Agencias de Viajes y Turismo Minoristas, no pudiendo ofrecer ni vender sus productos directamente al turista.
- d) Agencia de Viajes y Turismo Minorista: Aquella que vende directamente al turista paquetes turísticos organizados, los mismos que son adquiridos de Agencias de Viajes y Turismo Operador de Turismo y de Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas. También puede vender directamente al turista servicios turísticos no organizados.
- e) Clasificación: Forma bajo la cual la Agencia de Viajes y Turismo podrá prestar sus servicios, de acuerdo a lo establecido en el artículo 3 del presente Reglamento.
- f) Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados: Directorio que comprende únicamente a aquellos prestadores de servicios que realizan actividades turísticas que son materia de categorización, calificación o cualquier otro proceso de evaluación similar a cargo de la autoridad competente en materia turística. Corresponde al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo publicar en el Directorio Nacional a los Prestadores de Servicios Turísticos Calificados según el reglamento, en base a la información que para tal efecto deben proporcionar los Gobiernos Regionales.

2.1.1. Otras bases teóricas relacionadas al tema

Teoría de la jerarquía de necesidades de Abraham Maslow.

Esta teoría menciona que la motivación dentro de una organización depende de la satisfacción de cinco necesidades como: Necesidades fisiológicas, de seguridad, de afecto, de estima y de autorrealización (Ramos, 2012). Estas son jerarquías que pueden alterarse en los trabajadores.

Estas necesidades son: Realización personal, estimación, amor o pertinencia, seguridad y necesidades fisiológicas. De esta forma, un nivel más alto de necesidad se convertirá en un factor de motivación sólo cuando las necesidades que ocupan el nivel inmediato anterior hayan sido cubiertas.

Teoría de la motivación e higiene de Herzberg

Es una teoría importante dentro de una organización, que tienen mucho que ver con la satisfacción en el trabajo, influye en la responsabilidad y el desarrollo de la misma. A parte de los factores motivadores intrínsecos de reconocimiento a los trabajadores, intervienen los factores extrínsecos como son las políticas de la empresa, seguridad y la relación de trabajadores y directivos. Para la satisfacción de necesidades está la motivación como la autorrealización y estima para satisfacer las necesidades fisiológicas, de seguridad y afecto de los trabajadores (Ramos, *óp.cit.*, 2012).

El mismo autor menciona que también existen factores de higiene que ayudan a mantener un buen ambiente de trabajo, mientras que los factores motivacionales ayudan a tener un mejor desempeño (p. 31).

Frederick Herzberg (1999). Postula que los factores que intervienen en la motivación y conducta en el trabajo son:

- a). Elementos de higiene o mantenimiento. Son aquellos que impiden la falta de satisfacción pero no motivan, es decir, son los mínimos que deben existir en toda institución, tales como el sueldo, prestaciones, políticas y estilos de supervisión.
- b). Motivadores. Como su nombre lo indica, promueven la motivación, incluyen la autorrealización, reconocimiento, responsabilidad y el trabajo mismo (Citado en Ramos, *óp. Cit.*, 2012).

1.2. Definición de términos básicos

Clima laboral. Es entendido como la percepción del ambiente humano y físico donde los colaboradores de una empresa realizan sus labores cotidianas, va acompañado de la a las condiciones de interacción social e individual que determinan su comportamiento y eficiencia en el trabajo (Williams, *óp cit.*, 2013).

Calidad del servicio. Se refiere al resultado de comparar el servicio que una persona percibe y de lo que recibe realmente, está basada en la diferencia de la expectativa y la percepción (Duque, óp cit., 2005).

Calidad. Está referido a la dimensión en que una cosa o experiencia satisface una necesidad generando utilidad a un individuo. Se trata de la comparación con experiencias pasadas, superando así las expectativas de lo recibido (Tigani, óp cit., 2006)

Servicio. El servicio está enmarcado en una serie de actos asumidos por los trabajadores de una empresa, que son el soporte físico para llevar acabo éstos procesos que buscan la satisfacción del cliente (Chávez, 2012).

Agencia de viajes. Para García, Cruz et al. (2010). “Una agencia de viaje es una empresa que se especializa en diferentes tipos de servicios en beneficio del viajero, tales como reservaciones de boletos y alojamiento en hoteles, programación de tours, arrendamiento de autos y otros” (Citado en Saldaña, 2012).

CAPÍTULO II

MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Tipo y nivel de investigación

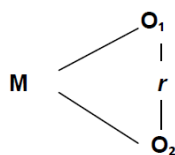
Acorde al planteamiento de Hernández, Fernández y otros (2014). La investigación es no experimental, debido que a través de esta metodología no se manipularan deliberadamente las variables, asimismo esto da a conocer a que el estudio se basará fundamentalmente en la observación directa de la problemática a través de contexto natural para posteriormente ser analizados.

Por su finalidad es aplicada, puesto que utilizando ciencia establecida y el criterio del investigador que busca obtener resultados que serán utilizados en la solución de un determinado problema.

Por su contrastación es descriptiva, debido a que la investigación se fundamenta en leyes y teorías científicas orientando a encontrar la relación de las variables de estudio, identificadas y explicadas en la formulación de las hipótesis en la investigación, estas que se fundamentan en parámetros y constantes que dan consistencia al desarrollo de la investigación (Hernández, Fernández y otros, óp. cit. 2014).

2.2. Diseño de la investigación

El diseño será descriptivo Correlacional: Buscará establecer la correlación entre las variables estudiadas.



En donde:

M = Muestra

O₁ = Clima laboral

O₂ = Calidad del servicio

r = relación

2.3.Población y muestra

Población

La población está constituida por las agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto, provincia de San Martín que están registrados y son un total de 69 (Dirección Regional de Turismo [DIRCETUR], 2018).

Muestra

Para encontrar el tamaño de la muestra se tuvo en cuenta el tamaño total de la población. Para el cálculo se consideró de manera secuencial, el porcentaje de éxito, el porcentaje de fracaso, el nivel de confianza el mismo que determina el indicador z de distribución normal, el nivel de error permisible, el porcentaje estimado de la muestra, el tamaño de la población y al final el tamaño de la muestra.

Porcentaje de éxito (p): La investigación, considera un 60% de probabilidad.

Porcentaje de fracaso (q): Se considera un 40% de probabilidad.

Nivel de confianza (z): El nivel de confianza establecido es del 95%. Para este grado de confianza corresponde un valor de z igual a 1.96 obtenido de una tabla de distribución normal.

Nivel de error permisible (e): Este error ha sido definido con un margen del 5%.

Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra o el número de agencias de viajes encuestados se calculó mediante la siguiente fórmula estadística finita:

$$n = \frac{NZ^2(p \times q)}{E^2N + Z^2(p \times q)}$$

$$n = \frac{(69)1,96^2(0.6 \times 0.4)}{0.05^2 (69) + 1,96^2(0.6 \times 0.4)}$$

$$n = \frac{63.62}{1.094}$$

$$n = 58$$

El número total de agencias de viajes encuestados son 58.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de Datos

Técnicas:

Para el presente trabajo de investigación se empleó como técnica la encuesta, que se aplicó a los gerentes de las agencias viajes en el distrito de Tarapoto. El número de encuestas estuvo definido por la fórmula muestral estadística.

Instrumentos:

Para la recolección de los datos se utilizó como instrumentos dos cuestionarios referidos a las variables de la investigación tanto del clima laboral y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto.

Para las preguntas del cuestionario se usó la escala tipo Likert, lo cual se asignará un peso a cada resultado que permitirá la puntuación del 1 al 5 para cada pregunta y dimensión.

Validación y confiabilidad de los instrumentos:

La confiabilidad, hace referenciar a si la escala funciona de manera similar bajo diferentes condiciones. Para la confiabilidad se utilizó la estadística: Alfa de Conbrach > a 0.70

La validez es la mejor aproximación a la “verdad”, que puede tener una proposición, apunta a sostener cuan legítimas son las proposiciones o ítems que conforman el cuestionario. Ha sido elaborado por la autor y validado mediante 08 encuestas piloto. Su estructura comprende 12 y 20 ítems distribuidos en los cuestionarios de las variables 1 y 2 respectivamente según las dimensiones e indicadores, cada uno de los cuales permite estimar cinco posibilidades de respuesta, Muy malo, Malo, regular, bueno y muy bueno.

V1: Confiabilidad del clima laboral

Alfa	0.945370
------	----------

V2: Confiabilidad de la calidad del servicio

CONFIABILIDAD	
Alfa	0.814646

2.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

El procesamiento se llevó a cabo una vez que se han aplicado los instrumentos y comprende los siguientes pasos:

Los datos cuantitativos fueron ordenados y procesados mediante hojas de cálculo y el programa estadístico SPSS V22; para la presentación y análisis de los datos referidos a cada una de las variables.

Medidas de tendencia central: Comprende la media.

Medidas de variabilidad o dispersión: Se verán cómo están distribuidos los datos en el diagrama de dispersión y qué relación tienen con la media de la población. Esto comprende la desviación estándar, rango, máximo y mínimo valor.

2.6. Métodos de investigación

El método que se utilizará es el inductivo analítico porque se analizará datos que partirán de hechos particulares para llegar a hechos generales como es el clima laboral y la calidad del servicio de las agencias de viajes del distrito de Tarapoto.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1.Resultados

A nivel descriptivo

Tabla 1

Medidas Estadísticas descriptivas sobre el Clima laboral y Calidad del servicio – 2018

Medidas	Clima laboral	Calidad del servicio
N	58	58
Media	46,97	81,34
Desviación estándar	$\pm 4,484$	$\pm 9,620$
Rango	21	41
Mínimo	39	56
Máximo	60	97

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos recogidos mediante los instrumentos

En la tabla 01, se aprecia las medidas estadísticas a nivel descriptivo de ambas variables; notándose que en el clima laboral, se obtuvo una media de 46,97 puntos, con una desviación estándar de ± 4.484 desviaciones respecto a la media y un rango de 21 puntos; deduciéndose que dichas puntuaciones son homogéneas y poco dispersas. Con respecto a la calidad del servicio, se obtuvo una media de 81,34 puntos, con una desviación estándar de ± 9.620 desviaciones respecto a la media y un rango de 41 puntos; es decir, las puntuaciones son más homogéneas y poco dispersas.

Tabla 2

Nivel de Clima laboral en las agencias de viaje en el distrito de Tarapoto - 2018

	Nivel	Cantidad	Porcentaje
Alta	51 – 60	10	17%
Media	41 – 50	43	74%
Baja	0 – 40	5	9%
T O T A L		58	100%

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos recogidos mediante los instrumentos

En la tabla 02 y figura 01, se aprecia la cantidad y porcentaje de opiniones de las agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto; notándose que, el 74% (43) consideran que el clima laboral está en un nivel *medio*, con puntajes que oscilan entre

41 y 50 puntos en base a la escala de medición, el 17% de las agencias de viajes (10) considera que el nivel del clima laboral dentro de las agencias es *alto*, con puntuaciones que se ubican entre 51 y 60 puntos y solamente un 9% de asociados (5) considera que el clima laboral es *bajo*, con puntuaciones que varían entre 0 y 40 puntos respectivamente.

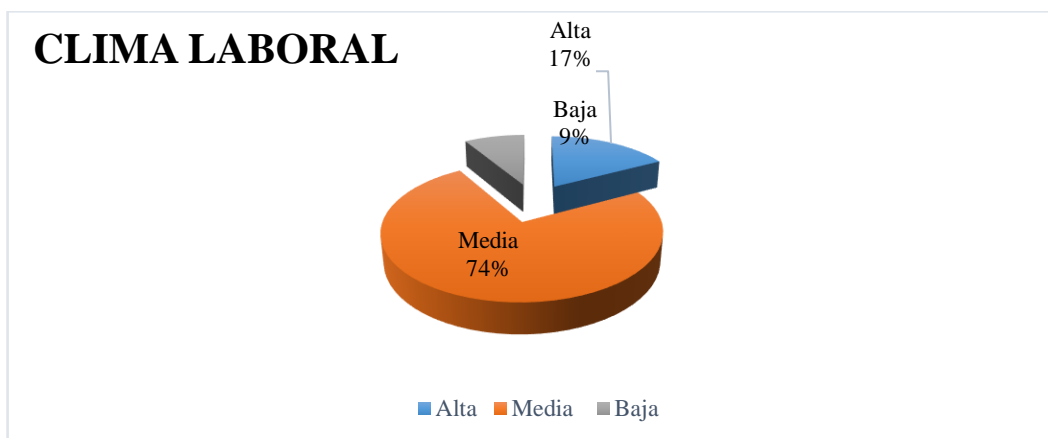


Figura 1. Clima laboral en las agencias que operan en el distrito de tarapoto, 2018.

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos recogidos mediante los instrumentos

Es decir, se deduce que el clima laboral que existe dentro de las agencias de viajes tiene un nivel *medio* en lo que concierne a la parte individual, interpersonal y organizacional. Respecto a los indicadores de estas dimensiones falta potenciar para poder tener un buen clima laboral y poder brindar mejores servicios a los usuarios o turistas. Estas no están siendo tomadas en cuenta por los directivos de las agencias de viajes como el desarrollo personal, facultades para tomar decisiones, comunicación interna y motivación. Quiere decir, que se necesita trabajar dichos puntos para mejorar el clima laboral y los resultados sean altos en un mayor porcentaje.

Tabla 3

Nivel de Calidad del servicio que brindan las agencias de viajes operadoras en el distrito de Tarapoto, 2018

	Nivel	Cantidad	Porcentaje
Alta	91 - 100	13	22%
Media	71 - 90	39	67%
Baja	0 - 70	6	10%
T O T A L		58	100%

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos recogidos mediante los instrumentos

En la tabla 03 y figura 02, se presenta la cantidad y porcentaje de la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto, 2018, distribuidos según la escala de medición para dicha variable; distinguiéndose que, el 67% (39) mencionan que el nivel de la calidad del servicio es *Media*, cuyos puntajes oscilan entre 71 y 90 puntos, el 23% agencias de viajes (13) mencionan que la calidad del servicio es *Alta*, con puntuaciones que oscilan entre 91 y 100 puntos y sólo un 10% mencionan que es *baja*.

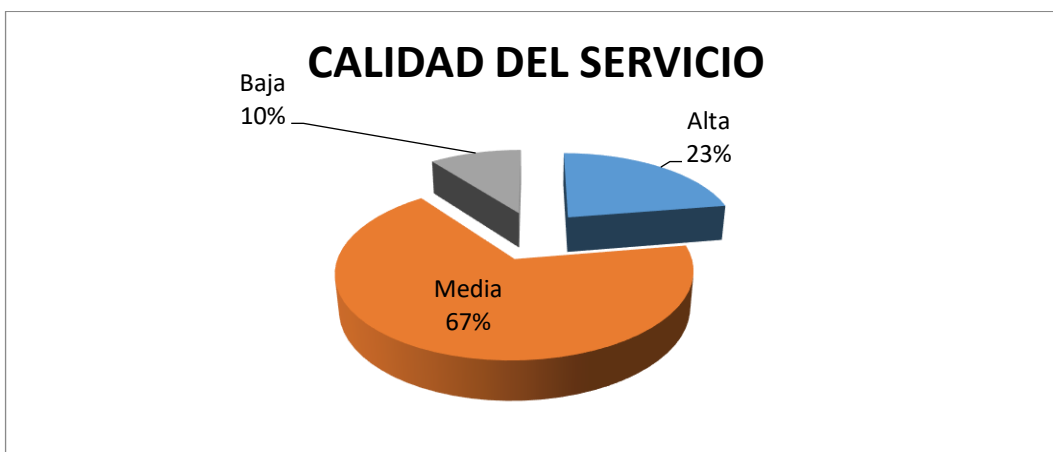


Figura 2. Calidad del servicio que brindan las agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto, 2018.

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos recogidos mediante los instrumentos

Gran parte de agencias de viajes (67%), brindan una calidad del servicio en un nivel *medio*. Es decir, con respecto a las dimensiones de Empatía, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y tangibilidad no tienen mayores resultados en lo que concierne a brindar una buena calidad de servicio. Falta mejorar la cortesía, nivel de confianza brindada al cliente, seguridad, eficiencia en la atención y la presentación del personal para lograr una buena imagen y mejorar los servicios en general.

A nivel correlacional

Ahora, en concordancia con el **objetivo general**, para determinar la relación entre las variables de estudio; se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman, porque según la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov para muestras mayores o iguales a 50 sujetos ($N > 50$), indican que las puntuaciones asignadas para el clima laboral y la calidad del servicio no *proceden* de una distribución normal ($p = .200 > 0,05$); puesto que, se obtuvo una nivel de significancia de 0,200 para cada uno de los datos de las variables de estudio respectivamente, tal como se aprecia en tabla 04 y la figura 03 respectivamente, elaborado en el SPSS.

Tabla 4

Pruebas de normalidad sobre las puntuaciones de las variables de estudio

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
CLIMA LABORAL	.077	58	.200*	.977	58	.337
CALIDAD DEL SERVICIO	.079	58	.200*	.974	58	.235

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

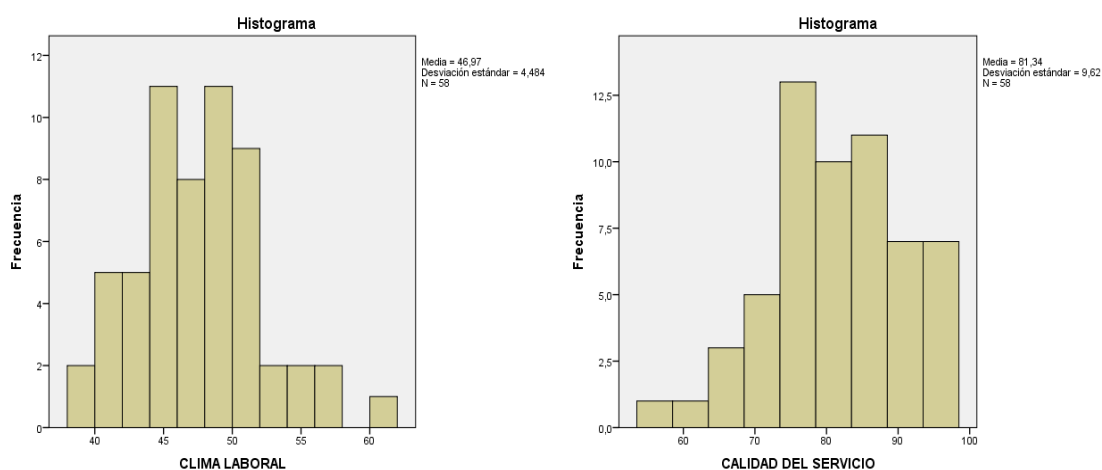


Figura 3. Frecuencia de variables

Fuente. Elaboración propia mediante el procesador SPSS V22 a partir de los datos recogidos mediante los instrumentos.

En la tabla 05 se presentan las correlaciones de spearman y su respectivo nivel de significancia entre los puntajes totales asignados por los sujetos muestrales a cada una de las variables y sus respectivas dimensiones; en concordancia con el objetivo general; pues el grado de correlación entre el clima laboral y la calidad del servicio, es de **0,370**; es decir, se obtuvo un grado de **correlación baja y con dirección positiva**, lo cual significa que el clima laboral de las agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto, con sus dimensiones a nivel individual, interpersonal y organizacional, inciden directamente en la calidad del servicio y sus dimensiones de Empatía, Fiabilidad, Seguridad, Capacidad de respuesta y tangibilidad. Además, la correlación fue significativa en el nivel 0,004 con un examen estadístico bilateral y de acuerdo a la regla de decisión, frente a un p-valor ($0.004 \leq 0.05$) se rechaza la hipótesis nula y se concluye que existe una relación directa y significativa entre el clima laboral y calidad del servicio que brindan las agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto; tal como se aprecia en el figura 04.

Tabla 5

Correlaciones entre variables y prueba de hipótesis Del Clima laboral y la calidad del servicio de las agencias de viajes en el distrito de Tarapoto– 2018.

Correlaciones		INDIVIDUAL	INTERPERSONAL	ORGANIZACIONAL	CLIMA LABORAL	CALIDAD DEL SERVICIO
INDIVIDUAL	Coefficiente de correlación	1.000	,409**	,525**	,749**	,312*
	Sig. (bilateral)		.001	.000	.000	.017
	N	58	58	58	58	58
INTERPERSONAL	Coefficiente de correlación	,409**	1.000	,535**	,822**	,292*
	Sig. (bilateral)	.001		.000	.000	.026
	N	58	58	58	58	58
ORGANIZACIONAL	Coefficiente de correlación	,525**	,535**	1.000	,824**	,292*
	Sig. (bilateral)	.000	.000		.000	.026
	N	58	58	58	58	58
CLIMA LABORAL	Coefficiente de correlación	,749**	,822**	,824**	1.000	,370**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000		.004
	N	58	58	58	58	58
CALIDAD DEL SERVICIO	Coefficiente de correlación	,312*	,292*	,292*	,370**	1.000
	Sig. (bilateral)	.017	.026	.026	.004	
	N	58	58	58	58	58

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

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Además, el coeficiente de determinación indica que el clima laboral es explicada por el 4.44% de la calidad del servicio de las agencias de viaje, y la diferencia se infiere que se debe a otros factores o causas ajenas a la variable mencionada. Por tanto, se puede asumir que hay una correlación lineal entre ambas variables de estudio.

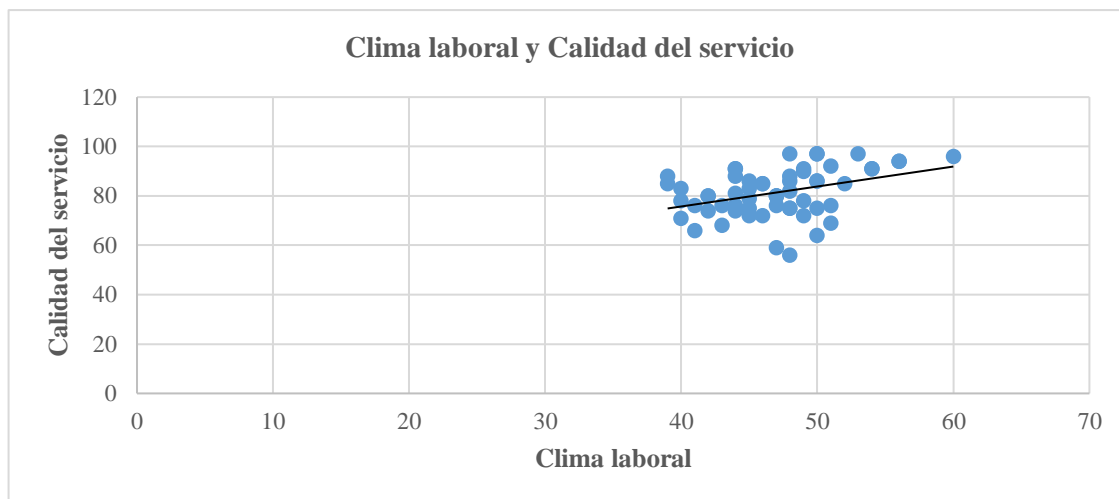


Figura 4. Relación entre el Clima laboral y la calidad del servicio de las agencias de viaje que operan en el distrito de Tarapoto, 2018.

Fuente. Elaboración propia mediante el procesador SPSS V22 a partir de los datos recogidos mediante los instrumentos.

En concordancia con el primer objetivo específico; se determinó que el grado de correlación entre clima laboral a nivel individual y la calidad del servicio es **0,312**; es decir, se obtuvo un grado de **correlación baja y con dirección positiva**, lo cual significa que el nivel de autonomía de los trabajadores, disponibilidad de herramientas y condiciones físicas de trabajo, nivel de desarrollo personal en la organización y de satisfacción de los colaboradores en el trabajo, inciden directamente en la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes. Sin embargo, la correlación es significativa; porque el examen estadístico bilateral y de acuerdo a la regla de decisión, frente a un p-valor ($0.017 \leq 0.05$) se rechaza la hipótesis nula y se concluye que existe una relación directa y significativa entre el clima laboral a nivel individual y la calidad del servicio; tal como se aprecia en la tabla 05 y figura 05 respectivamente.

Igualmente, el coeficiente de determinación indica que el clima laboral a nivel individual y la calidad del servicio es explicada por el 0.11% respecto a la calidad del servicio, y la diferencia se infiere que se debe a otros factores o causas ajenas a la variable mencionada. Por tanto, se puede asumir que hay una correlación lineal entre ambas variables de estudio.

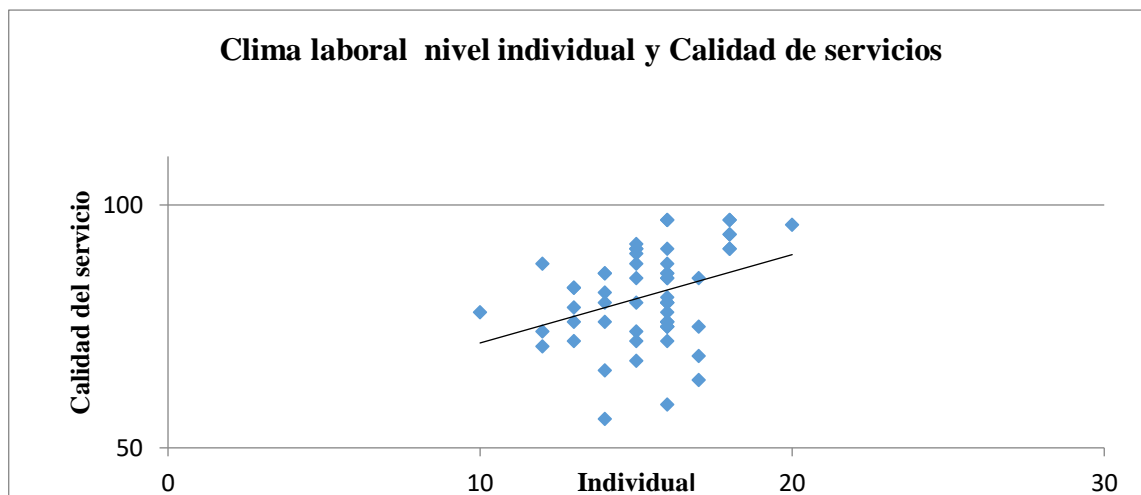


Figura 5. Relación entre el clima laboral a nivel individual y la calidad del servicio de las agencias de viaje, 2018.

Fuente. Elaboración propia mediante el procesador SPSS V22 a partir de los datos recogidos mediante los instrumentos.

En función con el segundo objetivo específico; se determinó que el grado de correlación entre el clima laboral a nivel interpersonal y la calidad del servicio es **0,292**; es decir, se obtuvo un grado de **correlación baja y con dirección positiva**, lo cual significa que el clima laboral a nivel interpersonal con sus indicadores a nivel de compañerismo entre los miembros de la organización, nivel de comunicación entre compañeros, nivel de relaciones sociales entre los miembros de la organización y, nivel de confianza y respeto entre los compañeros de la organización, inciden directamente en la calidad del servicio. La correlación es significativa; porque el examen estadístico bilateral y de acuerdo a la regla de decisión, frente a un p-valor ($0.026 \leq 0.05$) se rechaza la hipótesis nula y se concluye que existe una relación directa y significativa entre el clima laboral a nivel interpersonal y la calidad del servicio; tal como se aprecia en la tabla 05 y figura 06 respectivamente.

Igualmente, el coeficiente de determinación indica el clima laboral a nivel interpersonal y la calidad del servicio es explicada por el 0.74% respecto a la calidad del servicio, y la diferencia se infiere que se debe a otros factores o causas ajenas a la variable mencionada. Por tanto, se puede asumir que hay una correlación lineal y significativa entre ambas variables de estudio.

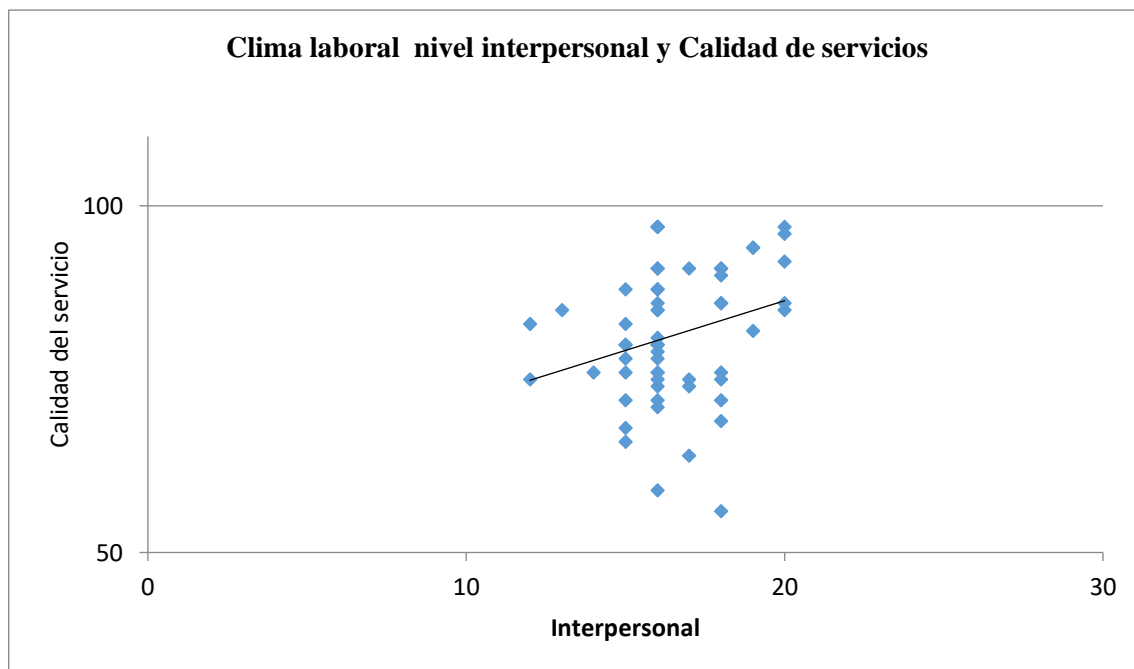


Figura 6. Relación entre el clima laboral a nivel interpersonal y la calidad del servicio de las agencias de viaje, 2018.

Fuente. Elaboración propia mediante el procesador SPSS V22 a partir de los datos recogidos mediante los instrumentos.

Respecto al tercer objetivo específico; se determinó que el grado de correlación entre el clima laboral a nivel organizacional y la calidad del servicio es **0,292**; es decir, se obtuvo un grado de *correlación baja y con dirección positiva*, lo cual significa los indicadores a nivel liderazgo de directivos, nivel de motivación y recompensas a los trabajadores, nivel de flexibilidad de reglas y normas de cultura en la organización y nivel de costumbres y valores, se relacionan directamente con la calidad del servicio. Además, la correlación es significativa; porque el examen estadístico bilateral y de acuerdo a la regla de decisión, frente a un p-valor ($0.026 \leq 0.05$) se rechaza la hipótesis nula y se concluye que existe una relación directa y significativa entre el clima laboral a nivel organizacional y la calidad del servicio; tal como se aprecia en la tabla 05 y figura 07 respectivamente.

Igualmente, el coeficiente de determinación indica que el clima laboral a nivel organizacional y la calidad del servicio es explicada por el 0.08% respecto a la promoción en redes sociales, y la diferencia se infiere que se debe a otros factores o causas ajenas a la variable mencionada. Por tanto, se puede asumir que hay una correlación lineal y significativa entre ambas variables de estudio.

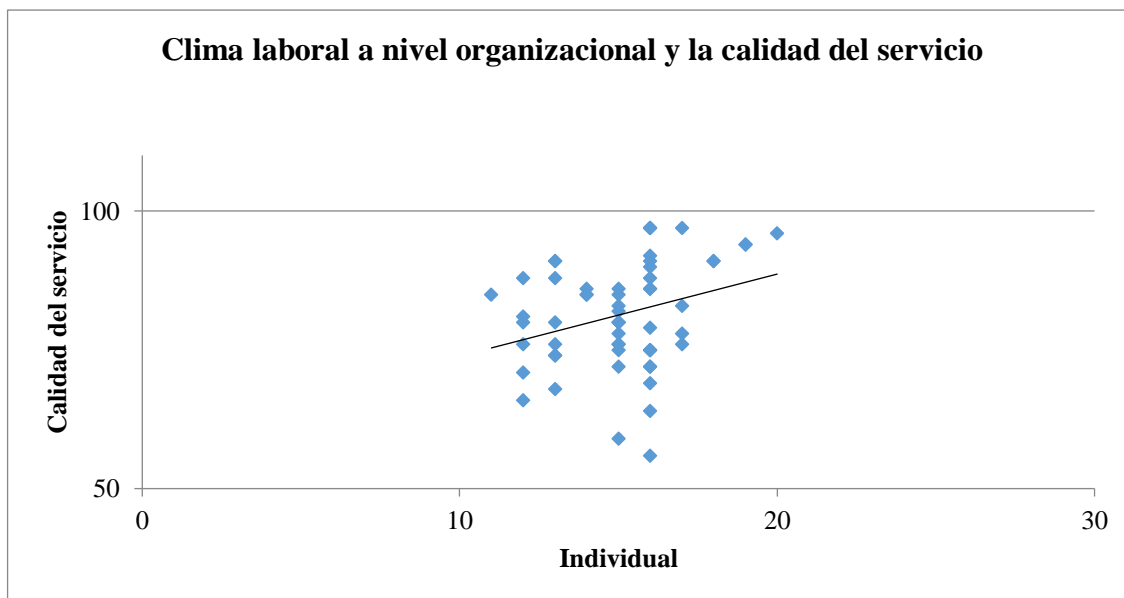


Figura 7. Relación entre el clima laboral a nivel organizacional y la calidad del servicio de las agencias de viaje, 2018.

Fuente. Elaboración propia mediante el procesador SPSS V22 a partir de los datos recogidos mediante los instrumentos.

3.2. Discusión de resultados

Después de haber procesado y analizado los resultados en torno a las medidas estadísticas para cada una de las dimensiones del clima laboral y calidad del servicio, así como establecer la relación entre dichas variables; corresponde argumentar los resultados obtenidos con los antecedentes de la presente investigación y las principales teorías que sustentan las variables.

Los resultados a nivel descriptivo con respecto al clima laboral, de acuerdo al porcentaje de opiniones de las agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto, se obtuvo que el 74% (43) consideran que el clima laboral está en un nivel medio, con puntajes que oscilan entre 41 y 50 puntos en base a la escala de medición, el 17% de las agencias de viajes (10) considera que el nivel del clima laboral dentro de las agencias es alto, con puntuaciones que se ubican entre 51 y 60 puntos y solamente un 9% de asociados (5) considera que el clima laboral es bajo, con puntuaciones que varían entre 0 y 40 puntos respectivamente. Se deduce que el clima laboral que existe dentro de las agencias de viajes tiene un nivel *medio* en lo que concierne a la parte individual, interpersonal y organizacional. Los indicadores de

estas dimensiones falta potenciar para poder tener un buen clima laboral y poder brindar mejores servicios a los usuarios o turistas.

Referente al clima laboral existen muchos autores que la describen como parte de la estrategia que toman los directivos de una organización para tener buenos resultados. Esta generalmente tiene que ver con el ambiente físico y humano, y de relaciones interpersonales que influyen para desarrollar sus actividades y tener un rendimiento en beneficio de la organización. Este es un factor dinámico que puede variar en un momento determinado (Fundación para la motivación de Recursos Humanos [RH], 2006).

Para William (2013), el clima laboral se refiere a la percepción que tenga un trabajador referente al ambiente humano y físico donde realiza sus labores cotidianas, va acompañado de la a las condiciones de interacción social e individual que determinan su comportamiento y eficiencia en el trabajo. La misma tiene las siguientes dimensiones: A nivel individual, interpersonal y organizacional.

Referente a la variable calidad del servicio, los directivos de las agencias de viajes afirman que, el nivel de la calidad del servicio es *Media* un 67% (39), cuyos puntajes oscilan entre 71 y 90 puntos, el 23% agencias de viajes (13) mencionan que la calidad del servicio es *Alta*, con puntuaciones que oscilan entre 91 y 100 puntos y sólo un 10% mencionan que es *baja*. Gran parte de agencias de viajes (67%), brindan una calidad del servicio en un nivel *medio*. Es decir, con respecto a las dimensiones de Empatía, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y tangibilidad no tienen mayores resultados en lo que concierne a brindar una buena calidad de servicio. Falta mejorar la cortesía, nivel de confianza brindada al cliente, seguridad, eficiencia en la atención y la presentación del personal para lograr una buena imagen y mejorar los servicios en general.

En referencia a la variable calidad del servicio Duque (2005), la define como la comparación del servicio que una persona percibe y de lo que recibe realmente, se basa en la expectativa y la percepción que tiene la persona, entre las cuales tenemos: Empatía, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y tangibilidad.

A nivel correlacional se puede se usó el coeficiente correlacional de spearman ya que las muestras son mayores a 50 y proceden de una distribución normal.

Con respecto al objetivo general; se obtuvo un grado de **correlación baja y con dirección positiva** de **0,370**, entre el clima laboral y la calidad del servicio, Es decir que el clima laboral de las agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto, con sus dimensiones a nivel individual, interpersonal y organizacional, inciden directamente en la calidad del servicio y sus dimensiones de Empatía, Fiabilidad, Seguridad, Capacidad de respuesta y tangibilidad. Además, el coeficiente de determinación indica que el clima laboral es explicada por el 4.44% de la calidad del servicio de las agencias de viaje, y la diferencia se infiere que se debe a otros factores o causas ajenas a la variable mencionada. Por tanto, se puede asumir que hay una correlación lineal entre ambas variables de estudio.

En éste sentido, **Cortazar y Chamorro, (2014)**, en su trabajo de investigación menciona que el clima laboral incide directamente en el nivel de compromiso de los colaboradores de la organización, lo que implica que puede afectar positiva o negativamente al logro de resultados. El clima laboral está compuesto por una serie de características como es el ambiente laboral y las relaciones con los compañeros de la organización y que influye en los resultados como es la de brindar buenos servicios al cliente. Para ello la empresa se debe preocupar en mejorar las políticas de mejor atención a los recursos humanos y motivarlos para tener buenos resultados.

Por su parte, **Medina (2017)**, concluye que existe una relación directa el clima organizacional y calidad del servicio. En el trabajo logró un nivel de significancia de ,002 y el valor Rho fue de ,543 esto determinó que la correlación que existe entre ambas variables es moderada.

Con respecto a la calidad corporativa hubo una correlación baja con el clima organizacional, con $Rho = 0.391$. Asimismo se aceptó la hipótesis específica ya que el P valor es mayor a 0.05. Sin embargo, referente a la calidad física y el clima organizacional, pues se obtuvo P valor de 0.02, es decir, una correlación moderada. Y por último, con respecto a la calidad interactiva y clima organizacional con una correlación positiva y en un nivel moderado, además se rechazó la hipótesis nula ya que se obtuvo 0.023 como valor P.

El clima laboral está articulado entre la relación existente entre los directivos y los trabajadores, disponibilidad de recursos físicos y herramientas correspondientes para poder realizar el trabajo respectivo. Además es importante la flexibilidad y

comprensión de los directivos y tomar decisiones de manera asertiva, buscando apoyar al colaborador de la empresa, buscando utilizar esas capacidades en beneficio de la organización. Tiene mucho que ver el liderazgo de los directivos, la motivación y comunicación en los resultados.

Es importante tener en cuenta las percepciones que tienen los trabajadores con respecto al ambiente laboral, principalmente al ambiente físico, social y los esfuerzos de motivación por parte de los directivos de la organización que influyen en el trabajo. Para ello es importante las políticas de comunicación interna, propiciando las buenas relaciones interpersonales entre sus miembros, trabajo en equipo y recompensas como motivación para tener resultados positivos respecto al cumplimiento de metas y objetivos (Sarmiento, 2011).

En función al primer objetivo específico; se obtuvo un grado de **correlación baja y con dirección positiva** de **0,312**, entre clima laboral a nivel individual y la calidad del servicio es 0,312; es decir, se obtuvo un grado de correlación baja y con dirección positiva, lo cual significa que el nivel de autonomía de los trabajadores, disponibilidad de herramientas y condiciones físicas de trabajo, nivel de desarrollo personal en la organización y de satisfacción de los trabajadores en el trabajo, inciden directamente en la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes. Se obtuvo un coeficiente de determinación donde indica que el clima laboral a nivel individual y la calidad del servicio es explicada por el 0.11% respecto a la calidad del servicio, y la diferencia se infiere que se debe a otros factores o causas ajenas a la variable mencionada. Por tanto, se puede asumir que hay una correlación lineal y poco significativa entre ambas variables de estudio.

Subauste, R. (2013), en su trabajo de investigación concluye todo lo que tienen que ver con el aspecto interpersonal, es decir la comunicación, apoyo mutuo, solidaridad, y otros dentro de la institución, forman parte del clima laboral y se relaciona directamente con la calidad del servicio al cliente. Sin embargo, si a ésta nos una buena motivación entre trabajadores afecta el clima y los administrativos deben fomentar un buen clima de colaboradores. Además la empresa debe apostar por mejorar y cambiar el ambiente organizacional que comprometa a los trabajadores a brindar un buen servicio con personal estable.

Referente al segundo objetivo específico; se obtuvo un grado de **correlación baja y con dirección positiva** de **0,292**, entre el clima laboral a nivel interpersonal y la calidad del servicio; es decir que el clima laboral a nivel interpersonal con sus indicadores a nivel de compañerismo entre los miembros de la organización, nivel de comunicación entre compañeros, nivel de relaciones sociales entre los miembros de la organización y, nivel de confianza y respeto entre los compañeros de la organización, inciden directamente en la calidad del servicio. El coeficiente de determinación indica el clima laboral a nivel interpersonal y la calidad del servicio es explicada por el 0.74% respecto a la calidad del servicio, y la diferencia se infiere que se debe a otros factores o causas ajenas a la variable mencionada. Por tanto, se puede asumir que hay una correlación lineal y significativa entre ambas variables de estudio.

Fuentes, (2012), en su trabajo de investigación “Satisfacción laboral y su influencia en la productividad (estudio realizado en la delegación de recursos humanos del organismo judicial en la ciudad de Quetzaltenango”, concluye que para que los clientes estén satisfechos influye la estabilidad laboral, las relaciones interpersonales y deben estar a gusto en el trabajo para dar más de lo que le piden con condiciones favorables. Es decir, la satisfacción laboral influye en los buenos resultados de la empresa. Una buena productividad por parte de los trabajadores depende de la satisfacción que tengan en la empresa.

En los resultados muestra que los instrumentos de trabajo en las empresas y la infraestructura adecuada son importantes para llevar a cabo sus funciones de la mejor manera, así mismo cuentan las compensaciones, permisos, salario, prestaciones a todos los empleados, incluso es bueno que los directivos de las empresas den beneficios extras a los empleados para motivarlos. Es decir tienen una buena motivación en función a lo que realizan y por consiguiente tienen buenos resultados en los empleados.

A esto se suma **Pelaez, O. (2010)**, en su investigación A medida que mejoran las relaciones interpersonales mejora correlativamente la satisfacción del cliente. Es decir, si existe una buena satisfacción del cliente con respecto a un buen clima laboral, quiere decir que existe un buen rendimiento para brindar mejores servicios en todas sus dimensiones, como es el área de estilo de Dirección, área de sentido de

pertenencia, retribución, distribución de recursos, entre otros que se relacionan directamente con la satisfacción del cliente. Es decir, hay una mejora en los servicios.

En función al tercer objetivo específico; se obtuvo un grado de *correlación baja y con dirección positiva* de **0,292**, entre el clima laboral a nivel organizacional y la calidad del servicio, lo cual significa los indicadores a nivel liderazgo de directivos, nivel de motivación y recompensas a los trabajadores, nivel de flexibilidad de reglas y normas de cultura en la organización y nivel de costumbres y valores, se relacionan directamente con la calidad del servicio. Igualmente, el coeficiente de determinación indica que el clima laboral a nivel organizacional y la calidad del servicio es explicada por el 0.08% respecto a la promoción en redes sociales, y la diferencia se infiere que se debe a otros factores o causas ajenas a la variable mencionada. Por tanto, se puede asumir que hay una correlación lineal y significativa entre ambas variables de estudio.

Referente a lo obtenido, **Tuesta, J. (2016)**, menciona que una buena cultura organizacional tiene un impacto positivo en la atención de los servicios que ofrece a sus usuarios internos y externos. Estos resultados pueden ser positivos a pesar de no contar con una tecnología e infraestructura indicada y suficiente. Es decir, muchas veces la parte tangible de una institución no limita brindar buenos servicios a los usuarios o clientes.

La cultura organizacional se caracteriza por un adecuado clima laboral en lo que concierne a la relación para solucionar problemas laborales, capacidad de aceptar críticas, entre otros.

Referente a los resultados obtenidos en la presente investigación falta trabajar mucho en lo que concierne a los indicadores a nivel liderazgo de directivos, nivel de motivación y recompensas a los trabajadores, nivel de flexibilidad de reglas y normas de cultura en la organización y nivel de costumbres y valores, se relacionan directamente con la calidad del servicio, ya que éstos significarán un aporte al clima laboral para brindar mejores servicios a los clientes y ajustarse en el lema de que si se cuida a los trabajadores ellos cuidarán de los clientes.

Para ello deben sumar políticas que conlleven a mejorar la calidad de los servicios que ofrecen en los paquetes de viajes. Para Cruz et al. (2010). Las agencias de viajes son consideradas como especialistas en diferentes tipos de servicios que brindan al

turista, como son los servicios de reservación de boletos, alojamiento, restaurant, tours, incluso alquiler de unidades vehiculares (Citado en Saldaña, 2012). Es decir, éstas son empresas de enlace profesional entre el turista y las empresas turísticas nacionales o extranjeras. Actualmente se han convertido en factores importantes para la oferta turística, canalizando de manera directa éstos enlaces.

CONCLUSIONES

- **El clima laboral** se relacionan directa y significativamente con la **calidad del servicio** de las agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto, 2018, por cuanto, se obtuvo **un grado de correlación baja y con dirección positiva de 0,370**, es decir, el clima laboral a través de sus dimensiones a nivel individual, interpersonal y organizacional, influyen directamente en la calidad del servicio que ofrecen las agencias de viajes.
- **El clima laboral a nivel individual**, se relacionan directa y significativamente con la **calidad del servicio** que ofrecen las agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto, 2018; pues, se obtuvo un grado de **correlación baja y con dirección positiva de 0,312**; es decir, que el clima laboral a nivel individual a través de sus dimensiones a nivel de autonomía de los trabajadores, disponibilidad de herramientas y condiciones físicas de trabajo, nivel de desarrollo personal en la organización y de satisfacción de los trabajadores en el trabajo, inciden directamente en la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes.
- **El clima laboral a nivel interpersonal**, se relacionan directa y significativamente con la **calidad del servicio** que ofrecen las agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto, 2018; pues, se obtuvo un grado de **correlación baja y con dirección positiva de 0,292**; es decir, que el clima laboral a nivel individual a través de sus dimensiones a nivel de compañerismo entre los miembros de la organización, nivel de comunicación entre compañeros, nivel de relaciones sociales entre los miembros de la organización y, nivel de confianza y respeto entre los compañeros de la organización, inciden directamente en la calidad del servicio.
- **El clima laboral a nivel organizacional**, se relacionan directa y significativamente con la **calidad del servicio** que ofrecen las agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto, 2018; pues, se obtuvo un grado de **correlación baja y con dirección positiva de 0,292**; es decir, que el clima laboral a nivel individual a través de sus dimensiones a nivel de motivación y recompensas a los trabajadores, nivel de flexibilidad de reglas y normas de cultura en la organización y nivel de costumbres y valores, se relacionan directamente con la calidad del servicio.

RECOMENDACIONES

- Los directivos de las agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto, se recomienda potenciar la implementación adecuada de políticas internas que generen mejoramiento en el clima laboral y calidad del servicio porque existe una relación directa entre dichas variables.
- Las políticas dirigidas por los directivos de las agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto, se recomienda, deben ir dirigidas a mejorar la calidad del servicio a nivel individual; es decir, mejorar a nivel de autonomía de los trabajadores, disponibilidad de herramientas y condiciones físicas de trabajo, nivel de desarrollo personal en la organización y de satisfacción de los trabajadores en el trabajo, ya que existe una relación directa con la calidad del servicio
- Las políticas dirigidas por los directivos de las agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto, se recomienda, deben ir dirigidas a mejorar la calidad del servicio a nivel interpersonal; es decir, mejorar a nivel de compañerismo entre los miembros de la organización, nivel de comunicación entre compañeros, nivel de relaciones sociales entre los miembros de la organización y, nivel de confianza y respeto entre los compañeros de la organización, ya que existe una relación directa con la calidad del servicio
- Las políticas dirigidas por los directivos de las agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto, se recomienda, deben ir dirigidas a mejorar la calidad del servicio a nivel organizacional; es decir, mejorar a nivel individual a través de sus dimensiones a nivel de motivación y recompensas a los trabajadores, nivel de flexibilidad de reglas y normas de cultura en la organización y nivel de costumbres y valores, ya que existe una relación directa con la calidad del servicio.

REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS

Físicos

Asociación Peruana de Agencias de Viajes en la Región San Martín- APAVIT, (2018).

Hernández R. Fernández y otros (2014). Metodología de la investigación. Ciudad de México, Ed. (6). Ed. Mc Graw – Will.

Web

Banco central de Reserva del Perú (2011). El turismo en las regiones del Perú. Recuperado de: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2011/memoria-bcrp-2011.pdf>.

Caldera M. (14 de Abril del 2011). Dimensiones para el estudio de la calidad de servicios en bibliotecas universitarias. CIDTEC. Vol. (34), P. 333-347. Venezuela. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewFile/36462/35310>

Cortazar, L., y Chamorro, M. (2014). *Incidencia del clima laboral en la calidad de atención en servicios de salud*. (Tesis de pre grado), Universidad Católica de Manizales, Cali. Recuperado de: <http://repositorio.ucm.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10839/724/Lady%20L%20Cortazar%20Lozano.pdf?sequence=1>

Consorcio de Organizaciones privadas de Promoción al Desarrollo de la Micro y Pequeña Empre – COPEME (Marzo del 2009). Medición del Clima Laboral. Ed. (1° PRIMERA EDICIÓN. Recuperado de: https://sptf.info/images/medicion_del_clima_laboral.pdf

Cueva, V. (2015). *Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel Los Portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones* (Tesis de pre grado). Universidad de Piura, Perú. Recuperado de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2274/ING_552.pdf.

- Chávez, N. (2012). *Evaluación de la calidad del servicio de las empresas turísticas nacionales utilizando estándares derivados de las buenas prácticas* (Tesis doctoral). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Recuperada de: <http://erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/documentos/repositorio/2014/01/20/162855/16285520140630070456.pdf>.
- Duque E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR, Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*. Colombia. 15(25) 64-80. Recuperado en http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md1/pos/MDL/AC/AM/AF/Revision.pdf
- Diario el Peruano (2016). Normas legales. Decreto supremo N° 004 -2016-MINCETUR. Recuperado de: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/prestadores_servicios_turisticos/Decreto_Supremo_004_2016_MINCETUR_AGVT.pdf
- Estrada, W. (2007). Servicio y Atención al Cliente. Biblioteca nacional del Perú 2007 – 02203. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/57875917/Servicio-y-Atencion-Al-Cliente>
- Fuentes, S. (2012), *Satisfacción laboral y su influencia en la productividad (estudio realizado en la delegación de recursos humanos del organismo judicial en la ciudad de Quetzaltenango)*. (Tesis de pre grado), Universidad Rafael Landívar, Francia. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/05/43/Fuentes-Silvia.pdf>
- Fundación para la motivación de Recursos Humanos – RH. (2006). El clima laboral. SN. Recuperado de: https://factorhuma.org/attachments_secure/article/8300/clima_laboral_cast.pdf
- Galvis G. (2011). *Calidad en la gestión de servicios*. (Tesis de pre grado), Universidad Rafael Urdaneta. Venezuela. Recuperado de: <http://www.uru.edu/fondoeditorial/libros/pdf/calidaddelservicio/TEXT0.%20Gerencia%20del%20Servicio.%201ra.Edic..pdf>

- Mayuri, P. (2017). *Clima Organizacional y Calidad de Servicio en la División Comercial del BCP en el Distrito de Comas, 2016*. (Tesis de pre grado), Universidad César Vallejo, Perú. Recuperado de: file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Mayur%C3%AD_BPM.pdf
- Medina, D. (2017). *Clima organizacional y calidad de servicio en la agencia de viajes Inkaland Treks de la provincia de Huaraz – Ancash, 2017*. (Tesis de pre grado), Universidad César Vallejo, Lima. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/7023/Medina_OD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Organización Mundial del Turismo – UNWTO (15 de Enero, 2018). Resultados del turismo internacional en 2017: los más altos en siete años. SN. Recuperado de: <http://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos>.
- Pelaez, O. (2010). *Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónicos*. (Tesis de pre grado), Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Recuperado de: [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/1140/Pelaez_lo\(2\).pdf;jsessionid=9B09B286498B7603962ADF222E0AC5BD?sequence=1](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/1140/Pelaez_lo(2).pdf;jsessionid=9B09B286498B7603962ADF222E0AC5BD?sequence=1)
- Ramos, D. (2012). *El Clima Organizacional, definición, teoría, dimensiones y modelos de Abordaje*. (Tesis de post grado), Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia. Recuperado de: <http://repository.unad.edu.co/bitstream/10596/2111/1/Monografia%20Clima%20Organizacional.pdf>
- Saldaña, M. (2012). *Estructura y administración de agencias de viajes*. Ed (1.), México. SN. Recuperado de: http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Estructura_y_admo_de_agencia_de_viajes.pdf

- Sarmiento, I. (2011). *Clima Laboral*. SN. Recuperado de: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/temas/clima_laboral.pdf.
- Subauste, R (2013). *Clima laboral en el área de atención al cliente de EMAPA. Cañete 2013* – San Vicente de Cañete. (Tesis de pre grado), Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/rosasubauste2013/proyecto-de-tesis-clima-laboral-en-el-area-de-atencion-al-cliente-de-emapa-caete-sa-2013-san-vicente-de-caete>
- Tigani, D. (2006). Excelencia en servicio. *Revista Liderazgo* 21. Ed. (1°). Recuperado de: http://www.laqi.org/pdf/libros_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf
- Tuesta, J. (2016). Influencia de la cultura organizacional en la calidad de atención del servicio del personal administrativo de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto. (Tesis de post grado), Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto. Recuperado de: <http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/UNSM/449/81-2-00042.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Williams, L. (2013). *Estudio diagnóstico de clima laboral en una dependencia pública*. (Tesis de post grado), Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey. Recuperada de: <http://eprints.uanl.mx/3751/1/1080256607.pdf>

ANEXOS

Anexo N° 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: Clima laboral y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018.

Br: Loyola, P., y Hernández, D.

DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA. Se desconoce si la promoción en redes sociales está relacionado con la calidad del servicio.		
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL
¿Cómo se relaciona el clima laboral y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018?	Conocer el grado de relación entre el clima laboral y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018.	El clima laboral se relaciona significativamente con la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018.
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS
¿Cómo se relaciona el clima laboral a nivel individual y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018?	Conocer el grado de relación entre el clima laboral a nivel individual y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018	El clima laboral a nivel individual se relaciona significativamente con la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018.
¿Cómo se relaciona el clima laboral a nivel interpersonal y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018?	Conocer el grado de relación entre el clima laboral a nivel interpersonal y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018.	El clima laboral a nivel interpersonal se relaciona significativamente con la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018.
¿Cómo se relaciona el clima laboral a nivel organizacional y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo	Conocer el grado de relación entre el clima laboral a nivel organizacional y la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes	El clima laboral a nivel organizacional se relaciona significativamente con la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo

VARIABLES DE ESTUDIO		
VARIABLE 1: Clima laboral		
Definición conceptual. El clima laboral es entendido como la percepción del ambiente humano y físico donde los colaboradores de una empresa realizan sus labores cotidianas, va acompañado de la a las condiciones de interacción social e individual que determinan su comportamiento y eficiencia en el trabajo (Williams, 2013).		
Definición operacional: Tiene un proceso de desarrollo con dimensiones como: Individual, interpersonal y organizacional.		
Variable 1	Dimensiones	Indicadores
Clima laboral	Individual	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de autonomía de los trabajadores - Disponibilidad de herramientas y condiciones físicas de trabajo. - Nivel de desarrollo personal en la organización. - Nivel de satisfacción de los trabajadores en el trabajo.
	Interpersonal	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de comunicación entre compañeros. - Nivel de compañerismo entre los miembros de la organización. - Nivel de relaciones sociales entre los miembros de la organización. - Nivel de confianza y respeto entre los compañeros de la organización.
	Organizacional	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de liderazgo de directivos - Nivel de motivación y recompensas a los trabajadores. - Nivel de flexibilidad de reglas y normas - Nivel de cultura en la organización, referente a costumbres y valores.
Escala de medición. Para medir la variable “Clima laboral” se empleará una escala ordinal con cinco categorías y sus respectivos equivalentes cuantitativos.		

en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018?	de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018.	en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018.	VARIABLE 2: Calidad del servicio		
			Definición conceptual. Se refiere al resultado de comparar el servicio que una persona percibe y de lo que recibe realmente, está basada en la diferencia de la expectativa y la percepción (Duque, 2005).		
			Definición operacional: Está definido por la empatía, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y tangibilidad.		
			Variable 1	Dimensiones	Indicadores
			Calidad del servicio	Empatía	<ul style="list-style-type: none"> - Grado de cortesía y amabilidad en la atención del personal al cliente. - Grado de comunicación para llegar al cliente. - Nivel de atención individualizada al cliente. - Grado de interés y esmero en atender al cliente.
				Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de los servicios ofrecidos - Profesionalismo en la atención brindada. - Puntualidad en la atención. - Honestidad por parte de los empleados hacia el cliente.
				Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de confianza transmitida al cliente. - Conocimiento del servicio prestado. - Discreción con la información que involucre la integridad del cliente. - Nivel de seguridad con las pertenencias físicas del cliente.
				Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> - Disposición para resolver los problemas del cliente. - Nivel de comunicación asertiva de acuerdo al tipo de cliente. - Nivel de rapidez en la atención al cliente. - Eficiencia en los servicios brindados al cliente.
				Tangibilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Instalaciones físicas de las agencias de viajes - Calidad de las unidades de las agencias de viajes e infraestructuras en general.

					<ul style="list-style-type: none"> - Funcionamiento de equipos y comunicaciones. - Presentación del personal.
			<p>Escala de medición. Para medir la variable “Calidad del servicio” se empleará una escala ordinal con cinco categorías y sus respectivos equivalentes cuantitativos.</p>		
METODOLOGÍA		POBLACIÓN Y MUESTRA		TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS	
<p>Tipo de investigación. El presente estudio corresponde a una investigación descriptiva correlacional.</p> <p>Diseño de investigación. Se empleará el diseño correlacional, representado en el siguiente esquema: Donde:</p> <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> <div style="margin-right: 10px;">O</div> </div> <p>O = Muestra (Agencias de viajes operadoras en el distrito de Tarapoto) X1 = Clima laboral. Y1 = Calidad del servicio r = Relación de las variables de estudio.</p>		<p>POBLACIÓN: La población a considerar para el estudio de investigación son 69 agencias de viajes operadoras en el distrito de Tarapoto (DIRCETUR, 2018).</p> <p>MUESTRA: La muestra a considerar para el estudio de investigación son 58 agencias de viajes que operan en el distrito de Tarapoto y fue obtenida mediante la aplicación de la fórmula muestral para población finita.</p>		<p>Para la recolección de datos: Se utilizará la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario.</p> <p>Para el análisis e interpretación de datos. Se utilizará el método analítico para efectuar el análisis de la información de las tablas estadísticas y de los gráficos. Y como aplicativo el software SPSS versión 22.</p> <p>Para la elaboración de la discusión, en el informe de la tesis, se revisó bibliografía especializada.</p> <p>En el procesamiento de datos se empleó la prueba estadística de r de Pearson o Chi cuadrado, para ello, los datos se organizarán y presentarán en tablas y gráficas, utilizando técnicas descriptivas como la frecuencia absoluta y porcentual; así como la media y la desviación estándar.</p>	

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO N° 2: DIRECTORIO DE AGENCIAS DE VIAJEY TURISMO

DIRECTORIO AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO - OPERADORES DE TURISMO

D.S. N° 004-2016-MINCETUR DE FECHA 11.06.16

REGIÓN: SAN MARTIN : TARAPOTO

No.	DJ	N° RUC	NOMBRE O RAZON SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCIÓN
01	172-2016	20600972155	Empresa de Transportes y Turismo Gladis Tours EIRL	Gladis Tours	Bustamante Davila Gladis	Jr. Manco Capac N° 217
02	180-2016	20601132029	Apache Tarapoto Tours SAC	Apache Tours	Fasanando Garcia Keffer	Jr. Yurimaguas Cdra.6
03	184-2016	20572189679	Peru Tres Nortes SAC	Peru Tres Nortes	Dalmau Gutsens Lluis	Jr. Primero de Abril N° 315
04	195-2016	20494183022	Inversiones Turisticas O&P Huayruro EIRL	Huayruro Tours	Guzman Rios Escarle Maribel	Jr.Jimenez Pimentel N°1201
05	196-2016	20494159822	Inversiones Generales Cerro Escalera EIRL	Heliconia Agencia de Viajes	Torres Lozano Evelyn Janeth	Jr. Federico Sanchez N°1101
06	204-2016	20600233336	Elija Travel Tours SAC	Elija Travel Tours	Saldaña Aspajo Exabier	Jr. Nazca N° 385
07	206-2016	20542277794	Shilcayo Travel Tours EIRL	Shilcayo Travel Tours	Pastor Cateriano Gustavo Jose	Jr. Arias de Morey N° 247
08	209-2016	20572213561	Inti Yaku Opreadores y Logistica SAC	Inti Yaku Tours	Puscan Tipa Stephanie	Jr. San Pablo de la Cruz N° 122
09	214-2016	20572107966	Operador Destinos Mágicos SAC	Destinos Magicos	Valer Oré Lilian Yrma	Jr. Rioja N° 153
10	216-2016	20232663694	Agencia de Viajes y Turismo Quiquiriqui Tours SAC	Quiquiriqui Tours	Lozano Arevalo Anita Aurora	Jr. San Martin N° 373 - 2° piso
11	217-2016	20542242656	Hidalgo Tours SAC	Hidalgo Tours	Hidalgo Rios Medinacelly	Jr. Ramirez Hurtado N° 347
12	222-2016	20600890582	Operador de Turismo Tangarana Explore SAC	Tangarana Explore	Celis Rengifo Carmelo	Jr. Miguel Graú N° 203
13	231-2016	10076155351	Zamora Reategui Carlos Martin	Martin Zamora	Zamora Reategui Carlos Martin	Jr. Manuela Morey N° 247
14	239-2016	20601464480	Leito Inn Tarapoto EIRL	Leito Inn	Flores Vega Leonor	Jr. San Miguel N° 147
15	243-2016	20601306817	Vertical Journey SAC	Vertical Journey	Del Castillo Haas Rodrigo	Jr. San Pablo de la Cruz N° 362
16	254-2016	20450403131	Servicios Turisticos Caspi Manta SAC	La Patarashca Tour Operador	Reategui del Aguila Cesar Augusto	Jr. San Pablo de la Cruz N° 362
17	255-2016	20601572835	Servicios Aereos y Turisticos Aguila Travel EIRL	Aguila Travel	Rengifo Fonseca Carlos Miguel	Jr. Ramirez Hurtado N° 419

18	257-2016	10700011700	Saavedra Angulo Adriann Nichollarv	Tours Tarapoto Selva	Saavedra Angulo Adriann Nichollarv	Jr. Cahuide N° 362
19	258-2016	10011594102	Atuncar Flores Maria Antonia	Inca Huasi	Atuncar Flores Maria Antonia	Av. Via de Evitamiento N° 2037
20	009-2017	20601718589	Conceptos Inversiones y Servicios EIRL	Conceptos Travel Tour	Gutierrez Del Aguila Juana Rosa	Jr. Rioja N° 244
21	012-2017	20572117686	Empresa de Turismo Papasi Ban S.A.C.	Pasasi Ban	Fernandez Dominguez Henry	Carretera Yurimaguas N° 475
22	013-2017	10009538335	Rojas Pezo Marselo	Papasi Ban Tours	Rojas Pezo Marselo	Jr. Moyobamba N° 119
23	025-2017	20542397773	Green Peru Group S.A.C.	Green Peru Travel	Torres Guerrero Javier Alexander	Jr. Manco Capac N° 430
24	033-2017	10701657841	Vásquez León Phill Andy Jovy	Huambrillo Tours	Vásquez León Phill Andy Jovy	Jr. Plaza Mayor N° 135
25	035-2017	20601144272	Wayku Travel Tours SAC	Wayku Travel Tours	Victorio Garcia Abel Arturo	Jr. Moyobamba N° 119 - B4
26	036-2017	20531287429	Inversiones Wiceva SAC	Nanci Tours	Huaman Ramirez Wilson	Jr. San Pablo de la Cruz N° 363
27	037-2017	10412292729	Vera Guevara Elver	Tours Tarapoto Las Palmeras	Vera Guevara Elver	Jr. Moyobamba N° 119
28	040-2017	10415008517	Mendez Andrade Rosa Margoth	Lago Azul Tours	Mendez Andrade Rosa Margoth	Jr. San Pablo de la Cruz Cdra.1
29	047-2017	10011217155	Vasquez Lopez Davis	Davis Tours & Destinos Tarapoto	Vasquez Lopez Davis	Jr. San Pablo de la Cruz N° 137
30	049-2017	20572130194	Agencia Operadora de Turismo Destinos Perú SAC	Destinos Perú	Torres Panduro Miguel Isaias	Jr. San Pedro S/N - B5
31	050-2017	20450482502	Centro Huamanwasi SRL	Huamanwasi	Escariz Ruben Emilio	Jr. San Roque de Cumbaza
32	052-2017	20601524652	Zigzapa Tours S.A.C	Zigzapa Tours	Castillo Arévalo Guillermo Pierre	Jr. San Miguel N° 147
33	054-2017	20450258459	IKARO EIRL	100% Tarapoto	Panduro Moncada Hugo Armando	Jr. Alegria Arias de Morey N° 435
34	056-2017	20104162135	Agencia de Viajes y Turismo Fomentours SAC	Fomentours	Mori Hidalgo Arturo	Jr. San Martin N° 148
35	058-2017	20601983410	Agencia de Viajes y Turismo Tarapoto J.P. Tours EIRL	Tarapoto J. P. Tours	Tapullima Tapullima Roldan	Jr. Yurimaguas N° 530
36	059-2017	10700327570	Vásquez Tuanama Margot	Sunicity	Vásquez Tuanama Margot	Jr.Miguel Grau N° 138
37	060-2017	10001084912	Paredes Del Aguila Lin Johe	Champita Tours	Paredes Del Aguila Lin Johe	Jr. Rioja N° 153
38	061-2017	20600540590	DyC Servicios Amazónicos SAC	Kuri Tours	Rubio Alvarez Carmen Rina	Jr. Ulises Reategui N° 350
39	062-2017	20601464480	Leito Inn Tarapoto EIRL	Leito Inn	Flores Vega Leonor	Jr. Miguel Graú N° 146 A
40	070-2017	20542343410	Ecoaldeas Perú EIRL	Ecoaldeas Perú	Ponce Otoya Rodrigo Javier	Jr. Lima S/N
41	081-2017	20601521661	Yuripari Jungle Expeditions SAC	Yuripari Tours Operador	Quiñe del Aguila Jessy Grace	Jr. Plaza Mayor N° 135
42	090-2017	20602075223	You Saywa Tours EIRL	Saywa Tours	Fernandez Cordova Marisol	Jr. Miguel Graú N° 109
43	093-2017	20602133649	Mika´s Tour EIRL	Mika´s Tour	Asencio García Allen Conde	Jr. Tahuantinsuyo N° 316
44	094-2017	10443164460	Mori López Giovanna Carmen Rosa	Loma Linda Agencia de Viajes y Turismo	Mori López Giovanna Carmen Rosa	Jr. Jose Olaya N° 919

45	096-2017	20602159320	Circuitos Ecoturísticos Alto Shilcayo y Adyacentes SRL	Circuitos Ecoturísticos Alto Shilcayo Tours	Tuanama Salas Juver	Jr. Tiwinsa N° 274
46	097-2017	20572208720	Agencia de Viajes y Operadores Turísticos Sereteri SAC	Chullamaqui Tours	Tenazoa Rivera Segundo Remberto	Jr. Moyobamba N° 119 - B1
47	103-2017	20600746261	Tingana Tours S.A.C.	Tingana Tours	Romero Roque William	Jr. Moyobamba N° 173
48	107-2017	20542367513	Tours Tarapoto Viajes y Turismo SAC	Tours Tarapoto Perú	Panduro Vasquez Sandro	Jr. Ricardo Palma N° 1446
49	108-2017	20542367513	Tours Tarapoto Viajes y Turismo SAC	Tours Tarapoto Perú	Panduro Vasquez Sandro	Jr. Plaza Mayor N° 251-A (Sucursal)
50	109-2017	20450221962	Jungla Tour EIRL	Jungla Tour	Zumaeta Rojas Rita de los Milagros	Psje Abelardo Ramirez N° 273
51	130-2017	20602287727	Colina Verde & Suve SAC	Colina Verde & Suve	Suyon Vega Delsy Danissa	Jr. Moyobamba N° 119
52	146-2017	20600065115	Chirapa Manta SAC	Chirapa Manta	Olivares Seminario Claudia	Jr. La Banda S/N
53	148-2017	20602351247	Shamiro Travel Tours SAC	Shamiro Tours	Quispe Flores John Cesar	Jr. Alegría Arias de Morey N° 251.
54	156-2017	20600754832	Tierra Verde Tours SAC	Tierra Verde Tours	Cardenas Ramirez Patricia	Jr. Ramirez Hurtado N° 621
55	160-2017	20227553236	Corporacion Turistica Amazonica S.A.	CTA	Lupis Cid Vda. De Gonzalez Lydia	Carr. Fernando B. Terry Km. 3
56	162-2017	20602099670	Amazonian Explorer Corporation SAC	Trocha's Explorer	Romero Salazar Simith	Jr. Jorge Chavez N° 1088
57	165-2017	20542299844	Bambu Tours & Travels SAC	Bambu Tours	Rodas Ramirez Cynthia Berenice	Jr. Micaela Bastidas N° 254
58	176-2017	20602678793	Pirata Tours SAC	Pirata Tours	Cena Sanchez Ede	Jr. Arias de Morey N° 150
59	179-2017	20488854896	Laguna Azul SAC	Laguna Azul	Velasquez Taboada Roger	Plaza Mayor N° 251
60	001-2018	20542236923	GHM Tarapoto Cargo SAC	GHM Express	Ríos Perez Geidilver	Jr. Amarca N° 129
61	002-2018	20602030700	DAKAMU SAC	DKM XPLORE	Rivera Rivera Roxana	Jr. Jose Olaya N° 500
62	027-2018	20603860692	Pura Selva EIRL	Pura Selva Tours	Rojas Linares Jhomira Casandra	Jr. Arias de Morey N° 140
63	029-2018	20600930045	Corporación Peruvian Travelers SAC	Perú Vam	Valle Fernández Magaly	Jr. Pedro de Urzua N° 464
64	040-2018	10406196769	Copia Zamora Edin	Tarapoto Perú Travel	Copia Zamora Edin	Jr. Miguel Grau N°414
65	044-2018	10448108851	Saavedra Rengifo Katherine	Wilkat Adventure	Saavedra Rengifo Katherine	Jr. Juanjui N° 140
66	045-2018	20542381931	Representaciones Generales Samy EIRL	Samy Tours	Diaz Arevalo Pedro Salomón	Jr. Manco Capac N° 322
67	047-2018	20450211061	Selva Tours Viajeros SAC	Selva Tours	Trigozo Del Aguila Maria Luisa	Jr. San Pablo de La Cruz N° 397
68	048-2018	20600454413	Tours Gorillaz Perú EIRL	Tours Gorillaz	Ishuiza Satalaya Lorena	Jr. San Pablo de La Cruz N° 189
69	055-2018	20601209889	Amazon Gold Grain EIRL	Amazon Gold Travel	Chinguel Santos Franklin	Jr. Rioja N° 357

Fuente: DIRCETUR 2018.

ANEXO N° 3: ENCUESTAS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN - TARAPOTO



ENCUESTA DIRIGIDA A LAS AGENCIAS DE VIAJES, PARA CONOCER EL CLIMA LABORAL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN EL DISTRITO DE TARAPOTO.

Fecha:

Instrucciones. Distinguido empresario, con el propósito de conocer sobre el clima laboral en las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018, le solicitamos valorar cada uno de las afirmaciones. Al respecto, pueden existir distintas opiniones, por lo tanto, **NO HAY RESPUESTAS CORRECTAS NI INCORRECTAS.** De antemano agradecemos su colaboración con esta actividad. De acuerdo a su opinión marque con una (X) en el casillero correspondiente según la escala de medición.

Instrucciones: Lea atentamente cada ítems y responda con una X en los recuadros según su propio criterio.

: Muy malo = 1 Malo = 2 Regular = 3 Bueno = 4 Muy bueno = 5

Ítem / Indicador	Indicador				
	1	2	3	4	5
➤ INDIVIDUAL					
1. Valore el nivel de autonomía que tienen sus trabajadores, respecto a las decisiones que puedan tomar en sus respectivas áreas en la agencia de viaje:					
2. La disponibilidad de herramientas y condiciones físicas de trabajo son:					
3. El nivel de desarrollo personal de los trabajadores es:					
4. Valore el nivel de satisfacción laboral de los trabajadores en la agencia de viaje.					
➤ INTERPERSONAL					
5. Valore el nivel de comunicación entre los compañeros de trabajo.					

6. Valore el nivel de compañerismo dentro de la agencia de viaje.					
7. Valore el nivel de relaciones sociales entre los miembros de trabajo en la agencia.					
8. Valore el nivel de confianza y respeto entre los compañeros de trabajo dentro de las agencias de viajes.					
➤ ORGANIZACIONAL					
9. El nivel de liderazgo de los directivos en la agencia de viaje es.					
10. Valore el nivel de motivación y recompensas dentro de la agencia de viaje.					
11. Valore el nivel de flexibilidad de reglas y normas dentro de la agencia de viaje.					
12. Valore el nivel de cultura, referente a costumbres y valores en la agencia de viaje.					

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN - TARAPOTO



ENCUESTA DIRIGIDA A LAS AGENCIAS DE VIAJES, PARA CONOCER LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE BRINDAN LAS AGENCIAS DE VIAJES EN EL DISTRITO DE TARAPOTO.

Fecha:

Instrucciones. Distinguido empresario, con el propósito de conocer sobre la calidad del servicio que brindan las agencias de viajes de turismo en el distrito de Tarapoto, San Martín, 2018, le solicitamos valorar cada uno de las afirmaciones. Al respecto, pueden existir distintas opiniones, por lo tanto, **NO HAY RESPUESTAS CORRECTAS NI INCORRECTAS**. De antemano agradecemos su colaboración con esta actividad. De acuerdo a su opinión marque con una (X) en el casillero correspondiente según la escala de medición

Escala: Muy malo = 1 Malo = 2 Regular = 3 Bueno = 4 Muy bueno = 5

Empatía	1	2	2	3	4
1. Valore el grado de cortesía y amabilidad respecto a la atención que brindan al cliente dentro de la agencia de viaje.					
2. Valore el grado de comunicación que practica el personal de la agencia para llegar al cliente.					
3. El nivel de atención individualizada que brindan al cliente dentro de la agencia de viaje es.					
4. El grado de interés y esmero en entender al cliente dentro de la agencia de viaje es.					
FIABILIDAD	1	2	3	4	5
5. Valore la calidad de los servicios ofrecidos a los clientes dentro de la agencia de viaje es.					
6. Valore el profesionalismo en la atención brindada al cliente en la agencia de viaje.					
7. Valore la puntualidad en la atención que brinda al cliente.					
8. Valore la honestidad hacia el cliente que practican dentro de la agencia de viaje.					
SEGURIDAD	1	2	3	4	5
9. Valore el nivel de confianza que transmiten al cliente en la agencia de viaje.					

10. El nivel de conocimiento de los servicios que ofrece es.					
11. El nivel de discreción con la información relacionada al cliente es:					
12. El nivel de discreción respecto a las pertenencias físicas del cliente es:					
CAPACIDAD DE RESPUESTA					
13. Valore la disposición para resolver los problemas de sus clientes.					
14. El nivel de comunicación asertiva al cliente es:					
15. El nivel de rapidez para atender al cliente es:					
16. Valore la eficiencia con respecto a los servicios brindados a sus clientes					
TANGIBILIDAD					
17. Las instalaciones físicas de la agencia de viajes es:					
18. Valore la calidad física de las unidades de transportes en la agencia de viaje.					
19. Valore el funcionamiento de equipos y comunicaciones en la agencia de viaje.					
20. La presentación del personal en la agencia de viaje es:					

Gracias por su colaboración

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO N° 4: TABULACIÓN DE ENCUESTAS

N°	Clima laboral				Calidad del servicio					
	Individual	Interpersonal	Organizacional	Total	Empatía	Fiabilidad	Seguridad	Capacidad de respuesta	Tangibilidad	Total
1	16	16	16	48	20	20	20	20	17	97
2	16	16	12	44	16	16	16	16	17	81
3	16	16	12	44	16	16	16	16	12	76
4	16	16	17	49	16	16	16	16	14	78
5	16	20	17	53	20	20	20	20	17	97
6	15	16	13	44	20	19	16	18	15	88
7	15	16	13	44	16	16	11	16	15	74
8	16	18	16	50	18	15	17	18	18	86
9	18	16	16	50	19	19	19	20	20	97
10	15	16	13	44	17	18	20	18	18	91
11	18	18	18	54	20	19	18	18	16	91
12	18	19	19	56	17	20	20	17	20	94
13	16	16	14	46	15	18	19	15	18	85
14	16	16	15	47	16	16	16	16	16	80
15	17	20	15	52	19	14	18	17	17	85
16	15	13	11	39	16	17	16	16	20	85
17	15	20	16	51	18	18	18	18	20	92
18	16	15	15	46	15	16	15	15	11	72
19	13	15	17	45	18	16	16	18	15	83
20	20	20	20	60	18	19	20	19	20	96
21	16	16	15	47	16	16	16	16	12	76
22	13	16	16	45	16	16	17	16	14	79
23	14	20	14	48	20	16	15	20	15	86
24	16	16	16	48	20	16	18	19	15	88
25	13	12	15	40	18	17	18	15	15	83
26	14	15	12	41	14	12	12	16	12	66
27	16	16	16	48	15	16	16	16	12	75
28	14	14	15	43	16	16	16	16	12	76
29	15	15	12	42	16	16	16	17	15	80
30	17	17	16	50	16	12	12	12	12	64
31	16	16	15	47	14	16	14	14	15	59
32	14	18	16	48	12	12	12	12	8	56
33	16	17	15	48	14	14	15	15	17	75
34	16	16	15	47	16	16	16	16	16	80
35	17	18	16	51	14	15	16	12	12	69
36	13	15	13	41	18	16	15	15	12	76
37	15	15	13	43	15	14	14	12	13	68

38	16	18	16	50	14	16	13	16	16	75
39	15	18	16	49	12	15	15	15	15	72
40	15	18	16	49	18	20	18	18	16	90
41	16	18	17	51	16	16	14	15	15	76
42	16	17	16	49	19	20	17	15	20	91
43	14	19	15	48	18	17	15	16	16	82
44	17	12	16	45	16	15	16	14	14	75
45	10	15	15	40	16	16	15	15	16	78
46	12	15	12	39	18	16	18	18	18	88
47	13	16	16	45	17	13	15	15	12	72
48	12	16	12	40	14	14	15	14	14	71
49	12	17	13	42	16	15	16	14	13	74
50	14	15	13	42	18	16	15	16	15	80
51	14	16	15	45	18	18	18	16	16	86
52	16	18	16	50	18	15	17	18	18	86
53	18	16	16	50	19	19	19	20	20	97
54	15	16	13	44	17	18	20	18	18	91
55	18	18	18	54	20	19	18	18	16	91
56	18	19	19	56	17	20	20	17	20	94
57	16	16	14	46	15	18	19	15	18	85
58	16	16	15	47	16	16	16	16	16	80

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N° 5: FOTOS**Foto N° 1: Agencia de viaje Huayruro Tours****Foto N° 2: Agencia de viaje Sacha mama Travel Tours**