



**VICERRECTORÍA ACADÉMICA
ESCUELA DE POSGRADO**

TESIS

**CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD
DE SERVICIO QUE BRINDAN EN EL HOTEL CUMBAZA –
TARAPOTO, AÑO 2020**

PRESENTADO POR:

Bach. SEGUNDO JEREMÍAS PINEDO GUZMÁN

Código ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-2056-042X>

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

TARAPOTO – PERÚ

2023



**VICERRECTORADO ACADÉMICO
ESCUELA DE POSGRADO**

TESIS

**CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD
DE SERVICIO QUE BRINDAN EN EL HOTEL CUMBAZA –
TARAPOTO, AÑO 2020**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

**GESTIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL EN
CONEXIÓN AL TRABAJO Y EL CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO**

ASESORA:

Mg. YNÉS TORRES FLORES

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2597-0922>

CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO QUE BRINDAN EN EL HOTEL CUMBAZA - TARAPOTO, AÑO 2020

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	2%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1%
4	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	<1%
5	repositorio.unsa.edu.pe Fuente de Internet	<1%
6	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	tesis.unsm.edu.pe Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.udch.edu.pe Fuente de Internet	<1%

9	repositorio.unsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
10	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %
11	repositorio.urp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
13	archive.org Fuente de Internet	<1 %
14	cienciadigital.org Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 20 words

Excluir bibliografía

Activo

DEDICATORIA

A mi familia, a mi esposa y dos hijos quienes inspiraron mi voluntad y ánimos para la conclusión del informe final. A mis padres quienes son los autores de mi existencia, que ponderaron mi educación, con apoyo permanente y consejos valiosos. A mis colegas, profesores y amigos, sin su ayuda no habría podido culminar mi tesis. Aprecio mucho a cada uno de ellos. Este sacrificio va para todos ellos.

AGRADECIMIENTO

Dios por brindarme su infinito amor y sabiduría para poder desarrollar esta tesis.

También agradezco a mis padres por su constante esfuerzo que desplegaron para poder brindarme una profesión en busca de mi superación personal, gracias a sus esfuerzos permanentes me permitieron ser cada vez mejor.

Gracias a mis hermanos que confiaron en mí y me lo demostraron brindándome su constante amistad.

Agradezco también de manera especial a todos mis profesores y asesora de tesis, quienes con compartir sus conocimientos me guiaron a culminar con éxito la maestría y la tesis.

“Ahora puedo decir que todo que soy es gracias a todos ustedes”

RECONOCIMIENTO

En primer lugar, a todos mis Docentes y Tutores, quienes me impartieron sus conocimientos en todos los niveles hasta tener la oportunidad de formular esta tesis.

Luego a mis familiares de manera especial a mi compañera de vida, por toda su motivación, constancia y ánimo de seguir adelante con este proyecto.

ÍNDICE

	Pág.
CARÁTULA	i
DEDICATORIA	iii
RECONOCIMIENTO	v
ÍNDICE	vi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	xiv
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	15
1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.2.1. DELIMITACIÓN ESPACIAL	17
1.2.2. DELIMITACIÓN SOCIAL	17
1.2.3. DELIMITACIÓN TEMPORAL	17
1.2.4. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL	17
1.3. PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN	19
1.3.1. PROBLEMA PRINCIPAL	19
1.3.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS	19
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	19
1.4.1. OBJETIVO GENERAL	19
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	20
1.5. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	20
1.5.1. JUSTIFICACIÓN	20
1.5.2. IMPORTANCIA	21
1.6. FACTIBILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	21
1.7. LIMITACIONES DEL ESTUDIO	21

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	22
2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	22
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES	22
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES	25
2.2. BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS	28
2.2.1. CLIMA ORGANIZACIONAL	28
2.2.1.1. CARACTERÍSTICAS DEL CLIMA ORGANIZACIONAL	30
2.2.1.2. IMPORTANCIA DEL CLIMA ORGANIZACIONAL	30
2.2.1.3. TIPOS DE CLIMA ORGANIZACIONAL	31
2.2.1.4. DIMENSIONES DEL CLIMA ORGANIZACIONAL	32
2.2.2. CALIDAD DE SERVICIO	38
2.2.2.1. CALIDAD EN LAS ORGANIZACIONES DE SERVICIO	38
2.2.2.2. MODELOS DE CALIDAD	39
2.2.2.3. LOS NIVELES DE SATISFACCIÓN	40
2.2.2.4. EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO	41
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	44
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES	47
3.1. HIPÓTESIS GENERAL	47
3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	47
3.3. DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONAL DE LAS VARIABLES	48
3.3.1. DEFINICIÓN CONCEPTUAL:	48
3.3.2. DEFINICIÓN OPERACIONAL:	48
3.4. CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	49
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	51
4.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	51
4.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	51
4.1.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	51

4.2.	MÉTODOS Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	52
4.2.1.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	52
4.2.2.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	52
4.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA DE INVESTIGACIÓN	52
4.3.1.	POBLACIÓN	52
4.3.2.	MUESTRA	52
4.4.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	53
4.4.1.	TÉCNICAS	53
4.4.2.	INSTRUMENTOS	54
4.5.	VALIDEZ Y CONFIABILIDAD	57
4.5.1.	VALIDEZ	57
4.5.2.	CONFIABILIDAD	57
4.6.	PLAN DE ANÁLISIS DE DATOS	59
4.7.	ÉTICA EN LA INVESTIGACIÓN	59
	CAPÍTULO V: RESULTADOS	60
5.1.	ANÁLISIS DESCRIPTIVO	60
5.1.1.	Resultados por variables de estudio	60
5.2.	ANÁLISIS INFERENCIAL	63
5.2.1.	Prueba de normalidad	63
5.2.2.	Prueba de hipótesis	63
	CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN DE RESULTADOS	70
	CONCLUSIONES	73
	RECOMENDACIONES	75
	FUENTES DE INFORMACIÓN	77
	ANEXOS	80
	ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA	
	ANEXO 02: INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS	

ANEXO 03: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

ANEXO 04: CONFIABILIDAD

ANEXO 05: CONSENTIMIENTO INFORMADO

ANEXO 06: COPIA DE LA DATA PROCESADA

ANEXO 07: AUTORIZACIÓN

ANEXO 08: DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 01: Frecuencias de resultados de la variable clima organizacional.....	56
Tabla 02: Frecuencias de resultados de la variable calidad de servicio	57
Tabla 03: Prueba de normalidad	59
Tabla 04: Relación entre el clima organizacional y la dimensión tangibles	60
Tabla 05: Relación entre el clima organizacional y la dimensión confiabilidad	61
Tabla 06: Relación entre el clima organizacional y la dimensión capacidad de respuesta	61
Tabla 07: Relación entre el clima organizacional y la dimensión empatía.....	62
Tabla 08: Relación entre el clima organizacional y la dimensión aseguramiento	63
Tabla 09: Relación entre el clima organizacional y la calidad de servicio	64

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 01: Variable clima organizacional	57
Figura 02: Variable calidad de servicio	58

RESUMEN

El interés principal de la presente indagación fue encontrar la relación entre el clima organizacional y calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020; en su aspecto metodológico, contó con tipo básico, de nivel descriptivo - correlacional su enfoque fue cuantitativo, con diseño no experimental. Su unidad poblacional fue 1100 clientes y con unidad muestral de 285, la técnica empleada para recolectar datos se utilizó formato de una encuesta con instrumento, cuestionario. Los hallazgos demostraron que, la apreciación sobre el clima organizacional fue ni en desacuerdo ni de acuerdo para el 47% de clientes, entretanto la calidad en el servicio fue evidenciado como regular para 64% de sus clientes. En tal sentido, se concluyó que, existe una asociación relevante fuerte entre clima organizacional y calidad de servicio que brindan dentro del Hotel Cumbaza, debido a que se evidenció un coeficiente de correlación igual a 0.714. Asimismo, la calidad de servicio es dependiente en un 51% del clima organización existente, la relación encontrada fue significativa porque el nivel de relevancia fue similar a 0.000 menor a 0.05 (margen de error).

The main interest of this investigation was to find the relationship between the organizational climate and quality of service provided at the Hotel Cumbaza - Tarapoto, year 2020; In its methodological aspect, it had a basic type, descriptive-correlational level, its approach was quantitative, with a non-experimental design. Its population unit was 1,100 clients and with a sampling unit of 285, the technique used to collect data was a survey format with an instrument, questionnaire. The findings showed that the assessment of the organizational climate was neither in disagreement nor agreement for 47% of clients, while the quality of the service was evidenced as regular for 64% of its clients. In this sense, it was concluded that there is a strong relevant association between organizational climate and quality of service provided within the Cumbaza Hotel, because a correlation coefficient equal to 0.714 was evident. Likewise, the quality of service is 51% dependent on the existing organizational climate, the relationship found was significant because the level of relevance was similar to 0.000 less than 0.05 (margin of error).

Palabras clave: clima organizacional, calidad de servicio, hotel

ABSTRACT

The main interest of this investigation was to find the relationship between the organizational climate and quality of service provided at the Hotel Cumbaza - Tarapoto, year 2020; In its methodological aspect, it had a basic type, descriptive-correlational level, its approach was quantitative, with a non-experimental design. Its population unit was 1,100 clients and with a sampling unit of 285, the technique used to collect data was a survey format with an instrument, questionnaire. The findings showed that the assessment of the organizational climate was neither in disagreement nor agreement for 47% of clients, while the quality of the service was evidenced as regular for 64% of its clients. In this sense, it was concluded that there is a strong relevant association between organizational climate and quality of service provided within the Cumbaza Hotel, because a correlation coefficient equal to 0.714 was evident. Likewise, the quality of service is 51% dependent on the existing organizational climate, the relationship found was significant because the level of relevance was similar to 0.000 less than 0.05 (margin of error).

Keywords: organizational climate, service quality, hotel

INTRODUCCIÓN

Se puede argumentar que clima organizacional es una de las particularidades, atributos o peculiaridades dentro de los ambientes laborales que son percibidos, sentidos o experimentados por los colaboradores que crean en las organizaciones públicas o privadas y que influyen en su comportamiento, por lo que diagnosticarlo es importante para el desarrollo de herramientas de gestión hotelera

Cabe señalar que la objetividad de un entorno organizacional adecuado tendrá un impacto positivo en el rol de los empleados en los servicios brindados a los usuarios, así como a las empresas en su conjunto. Por tanto, se cree que un clima organizacional adecuado tendrá un impacto directo en la gestión de las instituciones y por tanto, el servicio de calidad percibida por los clientes.

Actualmente se perciben que, desde el escenario de las instituciones, las estrategias y metas deben estar enfocados relacionado a la calidad del servicio otorgado al usuario, más aún si se trata de empresas que brindan servicios entre ellos el hotelero, en donde las personas buscan una experiencia diferente, es decir, ser bien atendidas en todo lo que demanden. Una vez logrado esto, las empresas con mejor desempeño desarrollarán un diseño especial, considerarán lo que evidencia en las industrias y las organizaciones, qué factores influyen en la explicación general de los clientes, etc.

El ambiente de las organizaciones afecta significativamente la eficiencia y productividad de las organizaciones, por lo tanto, se deben realizar investigaciones para examinar si el ambiente organizacional de Cumbaza Hotel afecta la eficiencia en los servicios que brindan.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

Definición de ambiente organizacional hace referencia a las experiencias compartidas por los empleados en el ámbito laboral, el ambiente organizacional donde se realizan las actividades profesionales, las asociaciones interpersonales que en este ambiente se desarrollan y diversas reglas formales que dificultan este trabajo; En otras palabras, el estilo en que los colaboradores y gerentes conciben las organizaciones de la que forma, parte el mismo que afectará su desempeño de las instituciones. La intención de la indagación del clima organizacional es señalar en qué medida las variables del estudio de las instituciones influyen en la actitud de sus colaboradores.

De particular importancia dentro del diagnóstico del clima organizacional de una organización es que la conducta de los empleados no es producto de factores institucionales existentes, sino que es producto de las ideas de sus empleados sobre estos factores. La percepción depende en gran medida de las acciones, socializaciones y otras prácticas que cada participante tiene dentro de las empresas.

En todo el mundo es percibido que los servicios de calidad cumple un rol preponderante en el progreso de las instituciones, tanto públicas y privadas, como se evidencia en caso

de España, donde más de la mitad de los usuarios estiman que el servicio esmerado es un determinante sobre calidad (AEC, 2017).

La calidad del servicio reviste mayor incidencia en las organizaciones donde trabajan en equipo de manera frecuente con los usuarios, por ejemplo en industrias de servicios como instituciones financieras, agencias gubernamentales, restaurantes, hoteles, etc.

Esto último es el motivo de esta investigación, ya que ha ido aumentando a nivel global en los últimos tiempos; “Solo en 2018, se reservaron más de 15 millones de camas de hotel en todo el universo”, afirmó STR Global, la empresa en gran medida responsable de prestar servicios que satisfagan los gustos de los clientes.

Respecto al tema el Perú no es distinto a los hechos observados en todo el universo, especialmente relacionado a la cantidad de hoteles que existen, siendo uno de los países más valorizados, considerado uno de las oportunidades turísticas más cotizadas del calendario más importante del mundo, tanto a nivel paisajístico como gastronómico; Por ello, dependiendo de las preferencias de los clientes y del poder adquisitivo, existen diferentes clasificaciones de hoteles. El rubro hotelero del Perú actualmente evidencia dinamismo con la construcción de nuevas instalaciones hoteleras en varias regiones del país; Gracias a la impresión de las empresas nacionales e internacionales más primordiales, las inversiones en esta industria continúan sin cesar. (T. News, 2016).

En el entorno regional, el análisis se realiza en la empresa Hotel Cumbaza de la ciudad de Tarapoto ubicada en el Jr. Jiménez Pimentel N° 610; en donde realizando una visita rápida se pudo conocer que los clientes constantemente vienen presentando quejas por el servicio, teniendo en muchas ocasiones problemas con el personal en cuanto a la atención que recibe del mismo, los clientes consideran que estos son poco empáticos desde el momento de la recepción, y algunas veces no tienen interés alguno en dar solución de manera oportuna a los problemas que se les presentan; en cuanto al idioma el personal tiene un nivel promedio de habla extranjera lo cual no permite que el huésped esté satisfecho en su totalidad, porque no se entiende con claridad lo que desea. Los clientes manifiestan que en algunas ocasiones observan rencillas entre los trabajadores por lo que

nadie se hace cargo de sus requerimientos, echándose la culpa entre ellos; por otro lado, se escuchan quejas que los trabajadores no se encuentran contentos con sus labores y con su jefe porque sienten que no reconoce sus esfuerzos; existen colaboradores que llevan en la empresa muchos años y no han visto mejoras tanto en sus oportunidades laborales, como en la parte económica, además los cambian de área de manera repentina sin previo aviso generando incomodidades que muchas veces son contadas a los clientes, así como la existencia de mucha rivalidad entre colaboradores y el mal hablar entre ellos, para caer en gracia con el jefe; situaciones internas a las que el cliente no debería tener acceso.

1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. DELIMITACIÓN ESPACIAL

La presente indagación se realizó en el recinto del Hotel Cumbaza, que se encuentra ubicado en ciudad de Tarapoto.

1.2.2. DELIMITACIÓN SOCIAL

La unidad poblacional para su análisis fueron los clientes que se registraron en las habitaciones del hotel Cumbaza durante el periodo 2020.

1.2.3. DELIMITACIÓN TEMPORAL

El análisis se realizó en un plazo de doce meses (enero a diciembre 2020) en los cuales se plasma toda la información correspondiente y relevante, para que el lector pueda comprender el contenido y pueda tener un mejor panorama del estudio.

1.2.4. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL

Para esta indagación se abarcó literatura nacional e internacional que respalda los conceptos que define variables del trabajo clima organizacional respecto a la calidad de los servicios, literatura que abarcó a la educación superior en ciencias administrativas.

1.3. PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN

1.3.1. PROBLEMA PRINCIPAL

¿Cuál es el nivel de relación entre el clima organizacional y calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020?

1.3.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿Cuál es el nivel de relación entre el clima organizacional y dimensión tangibles de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020?
- ¿Cuál es el nivel de relación entre el clima organizacional y la dimensión confiabilidad de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020?
- ¿Cuál es el nivel de relación entre el clima organizacional y dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020?
- ¿Cuál es el nivel de relación entre el clima organizacional y dimensión empatía de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020?
- ¿Cuál es el nivel de relación entre el clima organizacional y dimensión aseguramiento de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020?

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar el nivel de relación entre el clima organizacional y calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer el nivel de relación entre el clima organizacional y dimensión tangible de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.
- Determinar el nivel de relación entre el clima organizacional y dimensión confiabilidad de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.
- Especificar el nivel de relación entre el clima organizacional y dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.
- Analizar el nivel de relación entre el clima organizacional y dimensión empatía de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.
- Determinar el nivel de relación entre el clima organizacional y dimensión aseguramiento de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.

1.5. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. JUSTIFICACIÓN

JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

Este análisis se realizó para ampliar el conocimiento que existe respecto a las variables del estudio.

Teniendo en cuenta la existencia de diversos enfoques, teorías y modelos para el análisis de variables de investigación, se realiza la sistematización y consolidación de la información teórica con base en los enfoques teóricos de diversos autores para facilitar la comprensión y gestión en una realidad particular.

JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

Esta indagación se realizó por la urgencia de modernizar el grado de desempeño de la organización en estudio, el resultado de esto permite, por ende, elaborar estrategias concretas para soliviantar el clima organizacional y así alcanzar una repercusión en la calidad de sus servicios.

JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Para alcanzar los propósitos de la indagación se llevó a cabo un procedimiento metodológico de manera ordenada y sistematizada, se utilizaron métodos de indagación cuantitativos, enfocándose en el análisis y síntesis relacionados con el ámbito organizacional y de calidad de los servicios, identificando factores descriptivos y explicativos en ambas variables de la investigación.

JUSTIFICACIÓN SOCIAL

La necesidad de este trabajo es asegurar que sus hallazgos ayuden a la empresa a mejorar su clima organizacional y calidad del servicio, apoyando así mayores niveles de productividad de los empleados, contribuyendo al logro de sus objetivos de negocio.

1.5.2. IMPORTANCIA

El clima organizacional afecta significativamente la eficiencia en la producción de las organizaciones, por lo tanto, es apropiado realizar un estudio para examinar si el clima organizacional del Hotel Cumbaza retrasan la calidad del servicio que brinda, otorgados o no, se considera de suma importancia.

1.6. FACTIBILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Este trabajo involucró en el empleo del potencial humano, recursos financieros y materiales, los cuales se desarrollaron con normalidad durante el proceso de indagación.

1.7. LIMITACIONES DEL ESTUDIO

En las limitaciones no se presentaron ninguna dificultad por lo que se cumplieron con lo planificado.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Morán (2015). En su indagación especial de grado: *Clima organizacional para el personal de un hotel ubicado en Santa Cruz Río Hondo del departamento de Zacapa*. El estudio tuvo siguientes conclusiones: se encuentra que la conciencia del entorno organizacional de la institución de capacitación del hotel es beneficiosa, porque la opinión es que el empleado piensa que es positiva para cada indicador encuestado, pero durante el período de estudio, de acuerdo con los indicadores verificados, el indicador del resultado se torna desfavorable antes de muy beneficioso, creyendo que el trabajo es muy importante, estos factores afectan la satisfacción de los colaboradores del hotel, por lo que Se encuentra que los colaboradores del hotel practica la comunicación en el hotel se ha encontrado que la capacitación no es favorable porque a veces se comunican y no están claras información entre los empleados. Y la compañía no alienta a todos los empleados a compartir y tener en cuenta la comunicación casi siempre abierta para la precisión de cada uno de sus deberes, relacionados con la relación del personal del hotel entre las personas, esto es adecuado para complacer a los empleados.

Pupo y García (2015). En su artículo científico: *Relación entre el clima organizacional, la satisfacción laboral y satisfacción del cliente. Caso Hotel de la Cadena Islazul en el oriente cubano*. Entre sus resultados obtuvo los siguientes resultados. Entre los resultados clave de satisfacción encontrados están los compromisos de los colaboradores y la gerencia con la satisfacción del usuario, la responsabilidad que tienen todos los equipos con las secuelas la reputación de las organizaciones y la voluntad de permanecer en el negocio de mayor número de personas. La gran cantidad de desventajas son las condiciones laborales, relacionadas con la falta de logística para desarrollar el trabajo, la situación del mismo y la seguridad, y el escaso apoyo que no es suficiente por parte de los colegas y la dirección; exceso de trabajo, esta es una de las acciones de mayor razón que guían a la insatisfacción, la creencia de que el personal no es suficiente, la falta de reconocimiento de la gestión y el desempeño de los colaboradores en la toma de acciones. Esto indica la diferencia de autoridad con la institución.

La valoración global del medio ambiente no se consideró más relevante en el hotel estudiado, donde la satisfacción de los colaboradores tuvo una incidencia relevante en este resultado, pero no la satisfacción del cliente, porque los acuerdos tanto individuales como grupales son altos, con satisfacción específica de los usuarios.

Faggioni (2015). En su trabajo de investigación: *Influencia del clima organizacional en la calidad del servicio hotelero*. Universidad Espíritu Santo, Samborondón, Ecuador, llega a las conclusiones siguientes: Howard Johnson Guayaquil, a pesar de su fama internacional, no ha logrado mantener una alta proporción de índices de servicio frente al récord estelar que ha disfrutado durante los últimos ocho años. Es claro que la causa del problema es la baja motivación de los empleados, lo que incide negativamente en la percepción de los clientes. La efectividad del plan de incentivos ha mejorado el desempeño y las actitudes de los empleados, como lo demuestran sus mejores métricas de servicio de 2013 a 2014. Es el afán del área de calidad, en colaboración con el gerente del talento, que facilitaron a establecer culturas de servicios en el hotel a lo largo de estos años. Como resultado, el hotel y sus socios se benefician, ya que el hotel se beneficia de las mejoras en los niveles de servicio y el reconocimiento general de los empleados que deberían figurar en sus currículos. El hecho de que el hotel muestre aprecio ha tenido un impacto positivo en sus empleados,

este escenario es un claro ejemplo de cambios positivos en contraste cuando las operaciones crean un ambiente monótono en las personas, lo que se traduce en un mal desempeño de las tareas diarias.

Córdova (2018). En su tesis doctoral: *Calidad del servicio enfocado a la industria hotelera en España*. El estudio tuvo las conclusiones siguientes: Un servicio de calidad requiere atención al detalle, por lo que es necesaria la coordinación entre departamentos; Sin embargo, los mejores planes de acción de mejora siempre incluyen iniciativas de colaboración a gran escala en todos los hoteles del grupo. No todos los hoteles necesariamente se comportan igual. Por el contrario, esta tesis muestra que en muchos casos las preferencias de los clientes son heterogéneas en cuanto al conjunto de parámetros que acredita la calidad global de los servicios, de ahí que lo que puede ser deseable y apropiado en una determinada instalación puede no cumplir con los requisitos de hecho en otros casos y en este sentido cabe señalar que el tiempo de servicio se estima de manera diferente; El experimento utilizado consistió en dos períodos de servicio correspondientes: control y regeneración. Cabe señalar que la disposición a pagar por cada fase es diferente y el tiempo estimado de servicio durante la renovación también es mayor. Por lo tanto, desde el panorama de la satisfacción de los usuarios, es mejor realizar mejoras en ajustes temporales en el proceso de recuperación que en el registro, asumiendo que estas mejoras tienen el mismo gasto.

Moreno y Coromoto (2017). En su trabajo de investigación: *Análisis de la calidad del servicio hotelero mediante la escala de Servqual*. El autor señala que el estudio siguientes conclusiones. La conciencia del servicio es dinámica y hoy está satisfecha y se considera la calidad, en un entorno cultural, en otra sociedad o en diferentes casos, es imposible ver que los resultados demuestra que son importantes que trae desarrollo para los hoteles turísticos. Durante el festival de 2016, comparando las posibilidades, las sensaciones de los invitados que reciben asistencia, lo que lo obtiene en la mayoría de las percepciones de conciencia más allá o Incluso las posibilidades o probabilidades de los anfitriones, son dos aspectos claves, probabilidades más altas que la exhibición o los informes relacionados con la atención obtenida en la mayoría de las variables asociadas con la confiabilidad de

cuatro estrellas en términos de velocidad e ingenio del interés de los beneficios. Los beneficios de los clientes, en las estrellas de los hoteles desde puntos de vista confiables con el conocimiento de los empleados sobre sus necesidades específicas, usen nuevas tecnologías y equipos modernos, así como el vapor.

2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

Pumachara y Romero (2016) en la investigación denominada: *Influencia del clima organizacional en la percepción de calidad de servicios ofrecidos por el hotel Fundador, Arequipa – 2015*. Perú. El autor señala que el estudio llegó a las siguientes conclusiones. La variable clima organizacional se mantiene en grado regular, vale decir, el escenario interno de las instituciones no es el más acorde, los datos muestran falta de supervisión regular por parte de los empleados, las normativas y regulaciones de las instituciones no son del todo claras, falta de resolución proactiva de las problemáticas, limitada comunicación de los compañeros no permite que la noticia no llegue a tiempo. En cuanto a la opinión vertida relacionado al concepto de la calidad del servicio, se logró un grado alto en todos los aspectos, lo que demuestra que los consumidores tienen un buen percepto de las estructuras físicas y sus colaboradores que trabajan dentro del hotel, así como de la calidad y garantía brindadas por el hotel.

Lima y Sarayasi (2017) en su investigación: *Influencia del clima organizacional en la calidad del servicio en el área de recepción del hotel Casa Andina Select de la ciudad de Arequipa – 2017*. Perú. Los autores concluyeron que el clima organizacional afecta de manera directa al servicio de calidad en el Hotel Casa Andina Select en Arequipa. La medición de una cultura organizacional en relación a las variables dependientes tiene una dirección similar, correspondiendo a un valor Rho de Spearman de 0.657, lo que evidencia la existencia de una buena correlación; A su vez, el clima organizacional afecta la confiabilidad del servicio cuando establecen un nivel moderado de correlación (0,543), y el ambiente organizacional también afecta la capacidad de respuesta cuando se establece un nivel moderado de correlación set(0,543).0,518). El clima

organizacional impactan en la confianza en uno mismo con una correlación moderada (0,456); Por su parte, no existe implicancia entre clima organizacional y la simpatía debido a que no se ha establecido el nivel de correlación (0.000), y finalmente no existe influencia entre clima organizacional y factores físicos debido a que no se ha establecido el nivel de correlación (0.000).

Amasifuentes (2018) en su investigación: *El clima organizacional relacionado con la calidad de servicio en Hotel Cielo - distrito Tarapoto - provincia de San Martín*. Perú, Universidad Nacional de San Martín. concluye que: En Hotel Cielo se tomaron medidas para soliviantar el clima organizacional y calidad del servicio, se consideró que sus cooperadores tengan conocimiento su visión y misión, mejoren e implementen las siguientes áreas: las áreas en las que realizan sus actividades diarias, preparar capacitaciones y realizar reuniones; esto aumenta el ambiente de la organización esencialmente alineándose con recomendaciones de mejora de calidad de servicio, mapeo de actividades de áreas, cronogramas de mantenimiento preventivo, un sistema de gestión de quejas y seguimientos de servicios a los usuarios que le permite mejorar el ambiente de la organización para los empleados y sus relaciones mejorarán el servicio al cliente, creando negocios sólidos en la industria hotelera de la ciudad.

Abanto y Marín (2019) en su estudio: *Clima laboral de trabajadores del Hotel Gran Continental su repercusión en la satisfacción del cliente*. Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Cajamarca - Perú, llegan a las siguientes conclusiones: El clima laboral muestra principalmente factores negativos que inciden negativamente en la satisfacción de los pasajeros. El espacio físico para la realización de los turnos de trabajo diario no cuenta con las dimensiones necesarias para crecer cómodamente, sin embargo, los colaboradores que siempre encuentran la manera de realizar su trabajo tienen preocupaciones con la administración pública para brindar a los ocupantes una infraestructura y un ambiente aceptable. Actualmente, las relaciones interpersonales se consideran hostiles, con frecuentes problemas entre compañeros de diferentes campos y con compañeros del mismo campo, pero en menor escala. Sin embargo, los empleados tienden a tener mejores empatías con sus colegas del trabajo. Las realidades situacionales laborales no son lo suficientemente cómodas para los trabajadores, las

carencias en las condiciones técnicas de trabajo y el escaso conocimiento y capacitación hace que los trabajadores no poseen suficiente capacidad para ser competentes para cumplir con estándares requeridos. Los pasajeros tienen altas expectativas del servicio que recibirán, al ser un hotel 4 estrellas, valoran el esfuerzo de los colaboradores. Empero, consideran que se están equivocando de manera constante. Por falta de una adecuada comunicación, a veces el servicio se demora más de lo normal, un problema alimentado por el hecho de que los trabajadores no cuentan con las herramientas y las instrucciones para hacer bien el trabajo.

Peralta y Pfoccoalata (2021) en su investigación: *Influencia del clima organizacional en percepción de calidad del servicio por parte de los clientes del hotel Casona Terrace de la ciudad de Arequipa-2019*. Universidad Nacional de San Agustín. Arequipa - Perú, llegan a las conclusiones precedentes: En cuanto al clima organizacional del Hotel Casona Terraza, se puede observar que el gerente no percibe los conceptos de los empleados, no los tolera o no comunica bien; Además, tienen poco tiempo para hacer su propio trabajo, los conflictos entre empleados son inevitables, la comunicación entre empleadores y empleados es muy mala, la satisfacción de los trabajadores con el trabajo y la interferencia del jefe en conflictos internos es nula. Respecto a la calidad de los servicios, los clientes están satisfechos con la atención eficiente y amable del personal en todas las áreas, la confidencialidad del cliente, la confiabilidad en el manejo de tarjetas de crédito y papeles valiosos en el hotel, así como su modernidad. El servicio brindado fue eficiente, pero con algunos errores menores en la información brindada sobre los servicios del hotel, esto no fue del todo correcto.

2.2. BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS

2.2.1. CLIMA ORGANIZACIONAL

Robbins (2004), señala que clima organizacional es la forma en que los asalariados el escenario del ambiente de trabajo, por eso es importante saber qué son las percepciones y por qué son importantes. La cognición acumulativa se pueden definir como los procesos mediante los cuales los humanos organizan e interpretan sus impresiones sensoriales para

comprender su entorno e interpretarlo, lo quieran o no. Esto es importante porque el comportamiento humano se basa en percepciones de la realidad o del entorno.

Gonzales (2018) indica que para que una empresa u organización gubernamental funcione de manera óptima, es importante considerar los recursos humanos tanto en la prestación de servicios como en sus actividades dentro de la organización. Sin embargo, un empleado que está frustrado o descontento con su jefe, empresa u organización aportará poco o nada. La realización de un análisis del clima organizacional permite diagnosticar la situación de las empresas, respecto a las organizaciones, clima laboral, la cultura, situación anímica, factores internos y factores parecidos que podría afectar el esfuerzo de los empleados. Es necesario que el área de RR.HH. determine si sus filosofía y estrategias que son coherentes y efectivos.

Bustos, Miranda y Peralta (2010). Definen que el clima organizacional posee las características especiales en su área organizacional en el que trabajan los colaboradores; Estas características pueden ser externas o internas.

Rodríguez (2009) señala que el clima organizacional evidencia su determinación, en la satisfacción de las personas que muestran los empleados con su trabajo en la organización, por lo que se sostiene que hay una asociación estrecha entre la satisfacción y el grado de motivación. El horizonte aceptable de una motivación promueve las asociaciones interpersonales, como los mensajes, la seguridad y el trabajo en equipo. Aunque no descarta el conflicto, facilita su resolución. Señala que independientemente de si se trata de un departamento grande o de un grupo pequeño, el ambiente también dependerá de la persona que lo gestione.

2.2.1.1. CARACTERÍSTICAS DEL CLIMA ORGANIZACIONAL

Pintado (2011) Dice que las particularidades típicas del entorno de la compañía son buenas, entre otros, la integración de los objetivos organizacionales e individuales, con estructuras flexibles en la estructura organizacional, con control y entrega.

Los miembros apropiados del liderazgo de estilo. Para identificar situaciones, confiar, considerarse y apoyarse entre sí entre de diversos grados organizacionales, realizar acciones e identificar las carencias y las cualidades personales, así como las necesidades y expectativas de todos en el lugar de trabajo, prestó atención al esbozo y calidad de vida del usuario, responsabilidades complejos y responsable de las posiciones para los altos estándares de rendimiento, la justicia en el tratamiento de campo, las oportunidades de desarrollo personal y especializada, el sistema de premios de honestidad basados en comidas positivas y finalmente un análisis de conflicto enfatizan la posición de la diferencia sin demora y confrontación.

Gan & Berbel (2007) Identifican dos tipos de componentes del ambiente de trabajo: subjetivos y objetivos. La primera tiene que ver con los valores y carencias de las personas, sus acciones y sensaciones, que tiene una característica relacional muy importante, ya sea con grupos propios dentro de los centros laborales, con su supervisor o líder del equipo, o con otros miembros del grupo que conviven dentro del grupo, este último se refiere al entorno y las instalaciones físicas del entorno laboral, como locales, logísticas y ayudantes, respecto a los métodos del centro laboral.

2.2.1.2. IMPORTANCIA DEL CLIMA ORGANIZACIONAL

Chiavenato (2011) señala que “el principal propósito que se indaga respecto al clima laboral es socializar las razones por los que los individuos prestan servicios en las organizaciones se sienten comprometidos o motivados de alguna manera para ejercer sus obligaciones laborales”. Conocer las causas que aumentan la moral es importante porque nos permite diseñar actividades que aumentan la motivación de las personas.

2.2.1.3. TIPOS DE CLIMA ORGANIZACIONAL

Barroso (2014). Señala las dimensiones del clima organizacional, distinguiéndose los siguientes modelos de climas que existen en las empresas:

Clima tipo autoritario-explotador.

La dirección no confía en sus subordinados, la mayoría de los acuerdos y tareas se deciden en el directorio de las empresas y se transmiten únicamente para dar a conocer a los trabajadores. Los empleados se ven en la necesidad de laborar en una atmósfera de miedo, castigo, amenazas y, en ocasiones, recompensas, mientras que la satisfacción de las carencias se mantiene en el aspecto psicológico y de seguridad. Este estilo de climas laborales en el entorno organizacional podría ser confortables con una comunicación adecuada y una dirección pertinente entre los colaboradores donde en la actualidad solo se evidencia órdenes de los jefes.

Clima tipo autoritario-paternalista.

Esto sucede cuando la dirección trata a sus subordinados con desconfianza, modificando las reglas de juego respecto a sus sirvientes. Grandes agendas se planifican en el grado superior, solamente de carácter servicial se acuerdan en el grado inferior. En este tipo acciones en el entorno laboral, permiten que tomen acciones equivocadas a nivel dirección.

Clima tipo participativo-consultivo.

Aquí es cuando los acuerdos a menudo se aprueban en el nivel superior, pero los colaboradores pueden tomar acuerdos más detalladas en el grado inferior. En general, los gerentes confían en los empleados, se comunican con el propósito de degradación periódica, recompensas y castigos, estamos hablando de satisfacer la necesidad de prestigio y respeto.

Clima tipo participativo-grupal.

Esto sucede cuando los acuerdos tomados están distribuida en todos los niveles organizacionales integrados de manera ordenada en todos los niveles de las empresas. La dirección de la empresa debe tener confianza suficiente en sus colaboradores, las coordinaciones entre la dirección y los empleados mejoran, la comunicación se da no sólo arriba y abajo sino también horizontalmente, los empleados se motivan por la participación y el compromiso, teniendo acuerdos basados en la empatía y la confianza para fijar metas y alcanzarlas entre superiores y subordinados.

2.2.1.4. DIMENSIONES DEL CLIMA ORGANIZACIONAL

Gonzales (2018), presenta sus dimensiones respecto al clima organizacional los cuales se puede resumir de la siguiente manera:

- **Ambiente Físico**

Gonzales (2018), Este aspecto se refiere al lugar donde el empleado desempeñará sus funciones. Los indicadores clave relevantes para evaluar este aspecto incluyen:

- Condiciones de ruido; Para que los empleados realicen su trabajo de manera óptima, deben estar en un ambiente tranquilo donde sea menos probable que se distraigan con ciertos sonidos.
- La temperatura y la contaminación, otro factor que afecta la estructura física, es la percepción de calidez o falta de calidez por los espacios pequeños o el volumen de los individuos dentro del mismo lugar.
- Objeto, un objeto se refiere a un sistema que puede cambiar de volumen y está diseñada para lograr un propósito específico.
- Estamos hablando de infraestructuras que deben adaptarse al crecimiento de la empresa, de lo contrario provocará cierto descontento entre los empleados, quienes sentirán que navegar por las instalaciones no es tan fácil.
- Las máquinas son conjuntos de instrumentos y sistemas empleados para realizar funciones o tareas asignadas.
- En consecuencia, estas maquinarias necesitan mantenerse al día con los avances tecnológicos para facilitar el trabajo.

- **Estructura**

Gonzales (2018) Indica que la estructura implica la división de las tareas organizacionales de tal manera que se agrupen y formen en departamentos, regiones o divisiones, creando relaciones de poder que a través de la coordinación y la combinación de estas tareas intentarán alcanzar los objetivos de la organización. Los indicadores clave relevantes para evaluar este aspecto incluyen:

- *Tamaño de la organización.* Esto se refiere al tamaño de las organizaciones en términos de cantidad de personal que emplea. Esto tiene un impacto increíble en el ambiente organizacional porque si hay mucha gente trabajando en un lugar que tiene poco o ningún espacio para acomodar a tantas personas, hará que los individuos perciban incomodidad y creará una atmósfera de incomodidad.
- *Estructura formal.* Cuando hablamos de estructuras formales, hablamos de los organigramas, que son estructuras gráficas de las organizaciones, como base para que sus miembros sepan qué deben hacer y qué deben hacer ante quién son responsables cómo definen su trabajo y no sentirse perdidos.
- Al gestionar los grupos de individuos, se utilizan diversos modelos de gestión, que esencialmente determinan cómo un individuo tiene influencia en otros. Estos modelos crean diferentes escenarios laborales, positivos o negativos dentro de la organización; Estos pueden incluir: Estilo autoritario.
- El jefe aplica normativas sin socializar con sus colaboradores, por lo que se crea una atmósfera tensa.
- Estilo patriarcal. El jefe se preocupa por sus colaboradores, sin embargo, toma acciones sin contar con la opinión de los involucrados.

- Estilo laissez-faire. - Modismo francés que pondera "así", sucede cuando el jefe no interfiere en las acciones, no alienta, no dirige, permite que sus empleados trabajen libremente, esto crea un ambiente de confusión por incumplimiento del trabajo.
- Estilo democrático. - Aunque la decisión final la toma el jefe, igualmente convoca a otros integrantes del equipo a formar parte del proceso para tomar decisiones. Esto contribuye a crear un ambiente laboral feliz.
- Estilo institucional. El director se acopla a la situación laboral. Es un motivador tolera algunas situaciones laborales de sus empleados, fomenta la solidaridad entre los compañeros de trabajo.

- **Ambiente Social**

Gonzales (2018), asegura que sea un ambiente caracterizado por la presencia de conexión entre las personas y los valores que profesan. Los indicadores clave relevantes para evaluar este aspecto incluyen:

- La camaradería, las relaciones existentes y el apoyo que los empleados se brindan entre sí crean un ambiente cálido y fraternal que favorece el logro de los objetivos.
- Conflictos entre individuos o entre departamentos. Si las organizaciones tienen conflictos en sus unidades, se crea un escenario tóxico que perjudica a las empresas.
- Comunicar. La base para un buen ambiente en las organizaciones son las comunicaciones, dado que de este modo todas las organizaciones interactuarán entre sí, aumentando de esta forma su grado de confianza. Este tipo de comunicaciones puede ser formales o informales.

- **Aspectos Personales**

Gonzales (2018), señala que el desarrollo de los empleados debe ser gestionado inicialmente por la dirección de la empresa, porque los directivos guían a los colaboradores en el cumplimiento de sus obligaciones. Los indicadores clave relevantes para evaluar este aspecto incluyen:

- Las competencias son las capacidades de las personas para realizar con éxito tareas o actividades específicas, que pueden desarrollarse a través del conocimiento y la práctica.
- Esto crea una atmósfera competitiva que genera un deseo de mejorar.
- Relación: cada persona representa un mundo aparte, por lo que la suma de los comportamientos de todos dará lugar a muchas situaciones en la empresa. Por lo tanto, al analizar su entorno organizacional, debe comenzar examinando el comportamiento de cada persona con la que trabaja.

- Motivación, las personas están naturalmente motivadas por las necesidades, lo que las motiva a encontrar formas de satisfacer dichas necesidades. En la organización, a través de una buena planificación, se deben implementar formas de motivar a los empleados no sólo para lograr sus objetivos establecidos sino también para involucrarse con la empresa y relacionarse con otros empleados.

- Es necesario formar expectativas en las personas para que puedan planificar el futuro y actuar en base a él.

- **Comportamiento Organizacional**

Gonzales (2018), Indica que el comportamiento organizacional es considerado un escenario de actividad laboral que analiza la influencia de personas, grupos en la configuración de la conducta organizacional. Los indicadores clave relevantes para evaluar este aspecto incluyen:

- Productividad: Si existe adecuada clima organizacional, debe haber un buena conducta organizacional y por lo tanto la producción será efectiva.

- El absentismo es un factor negativo que intentamos eliminar en una gran parte de las organizaciones, ya que provoca problemas internos en cuanto en el desempeño dentro de las organizaciones.
- Rotación de empleados (externa): La rotación frecuente de empleados creará una atmósfera de inestabilidad en cuanto a la estabilidad laboral, lo que generará hostilidad entre los empleados.
- El estrés y la tensión surgen cuando los empleados sienten demasiada presión en el trabajo, no se reconoce adecuadamente su esfuerzo...; Esto crea una atmósfera negativa no sólo para el individuo sino también para sus colegas y toda la organización.

2.2.2. CALIDAD DE SERVICIO

Las investigaciones respecto al servicio de calidad y satisfacción de los clientes refieren que la perspectiva del cliente final se considera crucial para evaluar los productos que una organización puede ofrecer. Desde esta perspectiva, el desempeño organizacional es juzgado en última instancia por quienes compran o utilizan bienes y servicios de consumo. Martínez (2009, p.23)

Parasuraman (2009), Indica que el servicio de calidad cumple con los requisitos técnicos del usuario; es a la vez realidad y percepción; es la percepción que tiene el cliente de lo que está sucediendo, en función de sus expectativas sobre el servicio. Un buen sistema de calidad del servicio puede diferenciar la prestación de servicios, ya que puede verse como un "producto" que debe diferenciarse de acuerdo a la satisfacción del usuario y los sistemas de soporte oportuna, válida y adecuada para los clientes. (p 16).

Garvín (1988) que fue citado por Sansalvador (2015) Señaló que el servicio de calidad se considera como una concepción muy vaga, lo que significa que es fácilmente reconocible y difícil de precisar, lo que lleva a que el concepto de calidad del servicio sea vago, lo que hace que los usuarios tengan un concepto del servicio en términos de su punto de vista de la experiencia recibida. (Página 45)

2.2.2.1. CALIDAD EN LAS ORGANIZACIONES DE SERVICIO

Norman (1984), que fue citado por Sansalvador (2015) Señaló que la calidad del servicio se considera un concepto vago. Por lo que cabe hacerse las siguientes interrogantes que pueden esclarecer las dudas.

- ¿Cuánto tiempo tendrán que esperar los clientes para que se realice y complete el servicio?
- Oportunidad. ¿Se realiza el servicio en la fecha acordada?
- Toda la cosa. ¿100% de cumplimiento del servicio?
- Educado.
- ¿Los empleados respetan a los usuarios?
- Levantar. ¿Los servicios son similares para todos sin especificar preferencias?
- Accesibilidad y convivencia. ¿Los clientes tienen dificultades para recibir servicios?
- Exactitud. ¿Se realizó correctamente el servicio la primera vez?
- Sensible. ¿Pueden los empleados responder adecuadamente a un problema inesperado?

Escudero (2011) señala que la reputación de las empresas depende necesariamente del servicio de calidad que proporciona a sus usuarios; Son protagonistas principales de la organización, la organización no logra satisfacer las carencias de los usuarios, el tiempo de existencia en el mercado será muy corto, es necesario hacer esfuerzos hacia los clientes, porque son considerados el verdadero motor de la organización de la empresa.

Hoy en día, el mercado ya no es el mismo que años atrás, cuando era predecible y fácil de entender retener clientes.

2.2.2.2. MODELOS DE CALIDAD

Permiten entender de qué manera los usuarios evalúan un servicio de calidad, a continuación revisamos y describimos los diferentes modelos de calidad desarrollados en este campo en los últimos tiempos.

La calidad en el servicio es una argumentación simplificada del entorno y cuenta con factores básicos que pueden aclarar en forma conveniente el grado de calidad logrado en una organización desde la aprobación del cliente. Asimismo, estos modelos a menudo suponen que el servicio de calidad es percibida con mucha expectativa del usuario con el servicio de calidad que recibe.

Para Wirtz (2009), indica que las definiciones analizadas de calidad están relacionadas principalmente con los procedimientos a nivel interno en las organizaciones. Sólo con la calidad como valor se puede centrarse en la opinión favorable del usuario cuando hace comparación de la calidad real de los productos o servicios con el esfuerzo requerido.

Gracias a este concepto se analizan los clientes, opiniones, preferencias, satisfacción, etc. Lo suyo se cumplirá. Conviértete en el foco de atención de las organizaciones. Los sacrificios van dirigidos a la satisfacción de los usuarios y esto es semejante a la calidad. Hay instituciones en las que prevalece claramente este concepto de calidad. Exagerar o exagerar al usuario consumidos como juez de calidad puede conducir a situaciones problemáticas que pueden ser de carácter funcional e incluso éticos. (p 245).

Camisón (2010), señala 4 características internas respecto a los servicios que dificultan la validación del tema en estudio:

- Intangibilidad: Estas características hacen que la identificación sea más difícil y por tanto potencialmente más riesgosa.
- Heterogeneidad: Los posibles resultados pueden variar de un cliente a otro, de un día a otro y de una época a otra, dependiendo de la situación específica que afecte a la calidad y a la evaluación de la calidad.
- Inseparabilidad: se refiere cuando los servicios y los consumos se validan de manera simultánea.
- Carácter insostenible: los servicios se consumen simultáneamente con el proceso productivo.

Por tanto, un servicio de calidad es lo que perciben los usuarios. Ésta es la relatividad de este concepto. Por tanto, en la definición de calidad, los componentes típicos del servicio son: eficiencia, comportamiento, competitividad, rapidez, cortesía, eficiencia

del proceso, ausencia de errores, cumplimiento de normas y procedimientos. Arellano (2010, p.19).

2.2.2.3. LOS NIVELES DE SATISFACCIÓN

Según Quiróa y Maldonado (2014) Los usuarios experimentan diversos grados de satisfacción por los servicios recibidos:

- Insatisfecho. Ocurre debido a que las características percibidas respecto al producto no cumplen con satisfacer las exigencias del usuario.
- Satisfacción. Ocurre debido a que las características percibidas de los productos coinciden con las exigencias del usuario.
- Complacencia. Ocurre debido a que los resultados de desempeño percibidos exceden las exigencias del usuario.

De acuerdo al grado de satisfacción del usuario se podría evidenciar el grado de fidelidad de los usuarios hacia las empresas. Por ejemplo, un usuario insatisfecho cambia inmediatamente de producto o los proveedores, mientras que los usuarios satisfechos seguirán siendo leales; sin embargo, este tiene su fundamento en que el cliente permanece fiel al producto hasta encontrar otra oferta mejor.

En el mismo sentido, un cliente satisfecho será leal al servicio porque siente una identificación emocional que excede al más allá de simples preferencias racionales. Por esta razón, las organizaciones intentan satisfacer a los clientes prometiéndoles que podrán entregar más de lo prometido. “Servicio al cliente quiere decir, entregar lo que quiere o necesita, como lo quiere, lo antes posible, brindando calidad en el servicio y asegurando a los consumidores que alcancen las expectativas deseadas”. (Quiroa y Maldonado, 2014)

2.2.2.4. EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO

Para evaluar un servicio de calidad se aplican las teorías científicas existentes de Lovelock (2017), quien plantea que el servicio de calidad es producto del proceso de validación;

donde los compradores buscan precios y valor respecto a la percepción de los servicios y los resultados con sus exigencias. (página 171).

Se han identificado categorías para que los compradores evalúen el servicio de calidad, en los cuales se han tenido en cuenta 5 aspectos generales que se describen detalladamente a continuación: tangibilidad, confiabilidad, capacidad para responder, empatía y confianza. Lovelock (2017) citado en Evans (2008) indica que describiendo las dimensiones del servicio de calidad en las empresas y las enumera a continuación.

- **Tangibles**

Lovelock (2017), “Los activos tangibles incluyen instalaciones atractivas, empleados vestidos apropiadamente y uniformes bien diseñados que sean fáciles de leer y comprender”. Los indicadores clave relevantes para evaluar este aspecto incluyen:

- Infraestructura de la casa. Cuando la naturaleza del servicio requiere la presencia del cliente en el momento de la recepción, el diseño del lugar del servicio y la disposición de los elementos físicos cobran especial importancia.
- Apariencia de los empleados. El personal de servicio es el actor más importante en la mayoría de situaciones de servicio en las que entran en contacto directo con los clientes.
- Documentos como tickets, facturas y señales de seguridad, incluso platos, servilletas y otros si hablamos del servicio de calidad en el restaurante.

- **Confiabilidad**

Lovelock (2017), la capacidad de entregar lo prometido de forma segura y precisa, es decir, la capacidad del proveedor de realizar el servicio sin errores, de manera confiable y completa, cumpliendo con sus obligaciones. Los indicadores clave relevantes para evaluar este aspecto incluyen:

- Productividad. La calidad del servicio ciertamente mejora mediante el uso intencionado de las habilidades de los empleados, lo que ayuda a reforzar la identidad de la misión.

- Puntualidad Puede estar seguro de que las organizaciones de servicios actuales deben tener una forma flexible de trabajar, respondiendo rápidamente a las necesidades y las carencias de los usuarios.
- El personal de seguridad y mantenimiento también necesita capacitación y apoyo de las autoridades y la gerencia para garantizar que son primordiales pero con frecuencia breves reuniones con los usuarios para lograr resultados positivos.

- **Capacidad de Respuesta**

Lovelock (2017), Implica la capacidad de una empresa para responder rápidamente y brindar soporte inmediato a los clientes, es decir, estar dispuesta a ayudar a los consumidores y brindarles un servicio oportuno. Los indicadores clave relevantes para evaluar este aspecto incluyen:

- Capacidad para resolver problemas. En caso de errores u omisiones, la organización debe responder rápida y eficazmente para corregirlos. Como resultado, los clientes sentirán que la empresa se preocupa por satisfacer sus necesidades y, en muchos casos, considerarán una respuesta tan rápida como un mejor servicio.
- Resolver problemas rápidamente. Escuche a los clientes y responda adecuadamente, solicite comentarios, fomente el compromiso, mantenga el compromiso durante todo el proceso de transacción y tome las acciones necesarias para satisfacer a los clientes.

- **Empatía**

Lovelock (2017) La empatía es importante porque juega un papel clave en la relación con los clientes, reflejando la felicidad y comodidad de los empleados y una buena actitud hacia los clientes para que se sientan seguros.

- Comunicar. La organización debe informar a los clientes en un lenguaje claro y demostrar capacidad para escucharlos, prestando atención a sus dudas y sugerencias.
 - Educado. Es el cuidado, atención, respeto y amabilidad de los empleados al momento de trabajar con los clientes.
 - Una recepcionista poco amigable hará que el hotel pierda clientes que no estén satisfechos con el servicio, independientemente de las características de otras comodidades y servicios que ofrece el hotel.
- **Aseguramiento**

Lovelock (2017) Los clientes quieren que sus compras estén libres de riesgos o quieren saber qué podría pasar; Esto requiere entendimiento y cortesía de los subordinados, así como la solvencia de demostrar confianza. Los indicadores clave relevantes para evaluar este aspecto incluyen:

- Conocimiento. El entendimiento y la cortesía del individual y su perceverancia para infundir fortaleza y seguridad en los acontecimientos.
- Proporcionar conocimientos a los empleados requiere que las empresas inviertan en una formación eficaz.
- Profesionalismo, atendiendo a las expectativas y requerimientos de los clientes nacionales y extranjeros.
- Conocer a cada uno de ellos permite conocer cuáles son sus expectativas, es decir, obtener información de primera mano sobre los clientes y utilizar esa información para mejorar productos y servicios.

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

- **Actitudes:** se referencia los procesos que conduce a conductas tanto específicas como habituales que aparecen en diferentes situaciones, es decir, las acciones definen la vida emocional de las personas, así como las posturas se dan patentadas por las reacciones repetidas de un individuo. (Camisón, 2010)

- **Ausentismo:** se refiere a los aspectos que preocupan a las empresas es la ausencia de los empleados que no se encuentran presentes en el trabajo durante el horario laboral, la cual se puede definir como la ausencia de una persona en el trabajo, en horario comercial, correspondiente a la jornada laboral, durante el horario laboral. (Martínez, 2009)
- **Calidad:** se refiere a la calidad que se define como el cumplimiento relativo de las especificaciones cuando un producto cumple con las especificaciones de diseño, incluso cuanto mayor sea la calidad de ese producto; Significa encontrar satisfacción en un producto que cumpla con todas las expectativas del consumidor. (González, 2018)
- **Calidad Interna:** Esto corresponde a mejorar las operaciones internas de las empresas. El deseo de la calidad interna es implementar medidas que describan mejor la organización y detecten y limiten problemas. (Chiavenato, 2011)
- **Calidad Total:** se refiere al sistema estratégico e integrado que permita alcanzar la satisfacción del usuario, involucrando a los directivos y colaboradores, empleando métodos cuantitativos para aliviar de manera continua sus procesos. (Martínez, 2009)
- **Clima Organizacional:** También conocido como clima laboral o clima, este es un tema importante para las instituciones de alta competencia que intentan lograr mayor cantidad de producción y brindar un mejor servicio a través de métodos internos. (Abanto y Marín, 2019)
- **Cultura de Calidad:** se refiere a una serie de valores y hábitos que son característicos de las personas, complementados con el uso de métodos y herramientas de alta calidad en las actividades diarias, le permite cooperar con la organización para enfrentar los desafíos que surgen en el proceso de desempeño de su trabajo. (Abanto y Marín, 2019)

- **Cliente:** se refiere a las personas más representativas en toda organización. Es una persona con necesidades y cuidados, por lo que merece el trato más cálido y atento que podamos brindarle. Son los humanos quienes nos brindan nuestras necesidades y deseos, nuestra misión es satisfacerlos. (Barroso, 2014)
- **Necesidades:** se refiere al deseo de los consumidores de los servicios. Lo que quiere señalar que son espacios que las empresas deben tener mayor consideración, dado que pondera la salida de los productos al consumidor final. (Pintado, 2011)
- **Organización:** Unidad social compuesta de personas y recursos, organizada y conscientemente dirigida hacia un objetivo común. (Gan & Berbel, 2007)
- **Percepción:** se refiere a la sensación de los usuarios que son importantes conocer, sus exigencias, sus gustos que estimulan al consumo del producto que vende las empresas. Por otro lado, las sensaciones también son definidos como las respuestas de los órganos sensoriales a un estímulo. (Sansalvador, 2015)
- **Satisfacción del Cliente:** Las percepciones de los clientes externos sobre la empresa, respecto a los servicios que brinda, están basados en el nivel de reclamaciones, devoluciones, pagos de garantía, desempeño, reconocimiento y recompensas. (Camisón, 2010)

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. HIPÓTESIS GENERAL

Existe relación significativa entre el clima organizacional y calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020

3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- Existe relación significativa entre el clima organizacional y dimensión tangible de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.
- Existe relación significativa entre el clima organizacional y dimensión confiabilidad de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.
- Existe relación significativa entre el clima organizacional y dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.
- Existe relación significativa entre el clima organizacional y dimensión empatía de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.
- Existe relación significativa entre el clima organizacional y dimensión aseguramiento de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.

3.3. DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONAL DE LAS VARIABLES

3.3.1. DEFINICIÓN CONCEPTUAL:

Clima organizacional: Percepciones de los empleados sobre el entorno laboral donde realizan los trabajos a diario. (Gonzales, 2018).

Calidad de servicio: Este es el producto de los proceso de validación; donde los compradores comparan precios de los productos, validan sus sensaciones respecto al servicio prestado y el resultado obtenido mediante las exigencias. (Lovelock, 2017).

3.3.2. DEFINICIÓN OPERACIONAL:

Clima organizacional: Se utilizó una encuesta enfocada al abordaje de cada pregunta, la cual nos permitirá conocer si el clima organizacional en la organización es percibido adecuadamente por los clientes. Los aspectos considerados son el entorno físico, la estructura, el entorno social, los aspectos individuales y el comportamiento organizacional.

Calidad de servicio: se refiere a la forma de validar las variables de calidad del servicio que se identifica mediante la utilización de los instrumentos medición basado en, tangibles, confiables, que tienen la capacidad de respuesta, empatía y confianza.

3.4. CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

CLIMA ORGANIZACIONAL

Variable 1	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de medición	
Clima Organizacional	Percepción que tienen los trabajadores del medio ambiente físico en el cual desarrollan su trabajo cotidiano. (Gonzales Martin 2018).	Se aplicará una encuesta enfocada a resolver cada uno de los indicadores, los cuales permitirán conocer si el clima organizacional del personal es percibido de manera adecuada, así mismo los resultados se tabularán y analizarán mediante tablas que ayudarán a su comprensión, para luego relacionar estos resultados con la variable dependiente.		Condiciones de ruido	1	Ordinal	
			Ambiente Físico	Calor y contaminación	2		
				Físico	Instalaciones		3
					Máquinas		4
					Tamaño de la organización		5,6
				Estructura	Estructura formal		7
					Estilos de dirección		8
				Ambiente social	Compañerismo		9
					Conflictos		10,11
					Comunicación		12
					Aptitudes		13
				Aspectos Personales	Actitudes		14
					Motivaciones		15
					Expectativas		16
					Productividad		17
					Ausentismo		18
					Rotación externa de personal		19
							20
					Comportamiento organizacional		
					Tensión y estrés		

Fuente: Gonzales (2018).

CALIDAD DE SERVICIO

Variable 2	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Calidad de servicio	Es el resultado de un proceso de evaluación; donde los clientes comparan sus percepciones de la prestación del servicio y el resultado obtenido, medido en base a sus expectativas. Lovelock (2017).	Para la evaluación de la variable calidad de servicio se utilizará un instrumento de medición las cuales están realizados en base a las dimensiones descritas a continuación.	Tangibles	Infraestructura del local	1	Ordinal
				Apariencia del personal	2,3	
			Materiales	4		
			Desempeño	5,6		
			Confiabilidad	Puntualidad	7	
				Seguridad	8	
			Capacidad de respuesta	Capacidad de resolución de problemas	9,10	
				Prontitud de resolución de problemas	11,12	
			Empatía	Comunicación	13,14	
				Cortesía	15,16	
Aseguramiento	Conocimiento	17,18				
	Profesionalidad	19,20				

Fuente: Lovelock (2017)

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

4.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Aparte del diseño de la indagación, este estudio es de carácter básico, debido a que sólo propone como objetivo avanzar en el análisis teórico. Según Hernández y Mendoza (2018), la investigación básica tiene como objetivo adquirir nuevos conocimientos y nuevas teorías.

4.1.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

En cuanto al nivel de la observación indagatoria, según Ganan et al., el estudio es de naturaleza descriptiva y correlacional, lo que se puede observar mediante pruebas estadísticas. (2015), la investigación correlacional de nivel descriptivo tiene como objetivo principal evaluar la importancia de la asociación entre ambas variables.

4.2. MÉTODOS Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

4.2.1.MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

En cuanto a los métodos utilizados en este estudio, son los métodos hipotéticos, que implican recopilar información importante a través de una observación cuidadosa, complementada con un análisis exhaustivo de diversas teorías que revelan cada variable del estudio y el método deductivo, incluso centrándose en las afirmaciones realizadas, que surge del examen de diversos acontecimientos registrados contribuye a una definición coherente de premisas generales adecuadas para el estudio (Valderrama, 2015).

4.2.2.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En esta observación metodológica se propuso diseño no experimental. Según Hernández et al. (2017) Los estudios no experimentales se realizan sin cambiar deliberadamente las variables para evidenciar sus efectos respecto a las otras variables (p.107). Además, añaden los autores, los estudios no experimentales evalúan hechos que ocurren en un entorno natural y luego los analizan en base al planteamiento de un problema.

4.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE INVESTIGACIÓN

4.3.1.POBLACIÓN

En opinión de Hernández (2017), una unidad poblacional se define como la asociación de todos los casos que tienen ciertas características comunes (p.140). En este sentido, la población incluye a todos los clientes que se registran mensualmente en el Hotel Cumbaza, que según datos actualizados en 2020, promedia 1.100 personas.

4.3.2.MUESTRA

En opinión de Hernández. (2017) una unidad muestral viene a ser una parte específica de la población donde aplica la encuesta, de donde se recogen los datos requeridos que deben ser representativas de la población referida para no generalizar los resultados (p.128).

La muestra se determina según la siguiente fórmula estadística:

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

Dónde:

n: tamaño muestra

N: Universo poblacional=1100

P: probabilidad del éxito (50%) =0.5

Q: probabilidad del fracaso=1-p=1-0.5=0.5

Z: Confianza al (95%) = 1.96

E: Valor estándar al = 0.05

Al remplazar los datos:

$$n = \frac{1100 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times 1100 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

Resolviendo:

$$n = 285$$

Luego de aplicar la fórmula se obtuvo como muestra 285 clientes.

4.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

4.4.1. TÉCNICAS

El método para recolectar datos fue utilizando las encuestas. Valderrama (2015) señala que las encuestas son un método rápido y eficaz para proporcionar información mediante preguntas a una muestra. Así, según el autor, el estudio mide variables de investigación y el grado de logro de los propósitos de la investigación.

4.4.2. INSTRUMENTOS

Según el método propuesto en este estudio el instrumento para recoger datos fue el cuestionario. Según Hernández y Mendoza (2018), los instrumentos son interrogantes elaboradas de manera coherente relacionadas con la variable que permite medir los resultados (p. 250). Al mismo tiempo, el autor destaca que el cuestionario debe ser coherente con las formas en que se plantean los problemas y la hipótesis de investigación.

El instrumento consta de 2 partes:

1º PARTE: Es un cuestionario que mide el Clima Organizacional, cuyo autor es Gonzales, M (2018), el mismo que consta de 20 preguntas tipo Likert.

Alternativas de respuesta:

Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Puntaje:

DIMENSIÓN AMBIENTE FISICO (4 preguntas)	
Totalmente inadecuado	De 01 a 04
Inadecuado	De 05 a 08
Regular	De 09 a 12
Bueno	De 13 a 16
Excelente	De 17 a 20

DIMENSIÓN ESTRUCTURA (4 preguntas)	
Totalmente inadecuado	De 01 a 04
Inadecuado	De 05 a 08
Regular	De 09 a 12
Bueno	De 13 a 16
Excelente	De 17 a 20

DIMENSIÓN AMBIENTE SOCIAL (4 preguntas)	
Totalmente inadecuado	De 01 a 04
Inadecuado	De 05 a 08
Regular	De 09 a 12
Bueno	De 13 a 16
Excelente	De 17 a 20

DIMENSIÓN ASPECTOS PERSONALES (4 preguntas)	
Totalmente inadecuado	De 01 a 04
Inadecuado	De 05 a 08
Regular	De 09 a 12
Bueno	De 13 a 16
Excelente	De 17 a 20

DIMENSIÓN COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL (4 preguntas)	
Totalmente inadecuado	De 01 a 04
Inadecuado	De 05 a 08
Regular	De 09 a 12
Bueno	De 13 a 16
Excelente	De 17 a 20

VARIABLE CLIMA ORGANIZACIONAL (20 preguntas)	
Totalmente inadecuado	De 01 a 20
Inadecuado	De 21 a 40
Regular	De 41 a 60
Bueno	De 61 a 80
Excelente	De 81 a 100

2° PARTE: Es un cuestionario que mide la Calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, cuyo autor es el Bach. Segundo Jeremías Pinedo Guzmán, autor de la presente investigación, consta de 20 preguntas tipo Likert.

Alternativas de respuesta:

- Muy inadecuado (1)
- Inadecuado (2)
- Regular (3)
- Adecuado (4)
- Muy adecuado (5)

Puntaje:

DIMENSIÓN TANGIBLES (4 preguntas)	
Totalmente inadecuado	De 01 a 04
Inadecuado	De 05 a 08
Regular	De 09 a 12
Bueno	De 13 a 16
Excelente	De 17 a 20

DIMENSIÓN CONFIABILIDAD (4 preguntas)	
Totalmente inadecuado	De 01 a 04
Inadecuado	De 05 a 08
Regular	De 09 a 12
Bueno	De 13 a 16
Excelente	De 17 a 20

DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA (4 preguntas)	
Totalmente inadecuado	De 01 a 04
Inadecuado	De 05 a 08
Regular	De 09 a 12
Bueno	De 13 a 16
Excelente	De 17 a 20

DIMENSIÓN EMPATÍA (4 preguntas)	
Totalmente inadecuado	De 01 a 04
Inadecuado	De 05 a 08
Regular	De 09 a 12
Bueno	De 13 a 16
Excelente	De 17 a 20

DIMENSIÓN ASEGURAMIENTO (4 preguntas)	
Totalmente inadecuado	De 01 a 04
Inadecuado	De 05 a 08
Regular	De 09 a 12
Bueno	De 13 a 16
Excelente	De 17 a 20

VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO (20 preguntas)	
Totalmente inadecuado	De 01 a 20
Inadecuado	De 21 a 40
Regular	De 41 a 60
Bueno	De 61 a 80
Excelente	De 81 a 100

4.5. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

4.5.1. VALIDEZ

Connell et al. (2018) Dicen que la fiabilidad asegura que esta herramienta pueda medir lo que se ha desarrollado. A cambio, Heale y Twycross (2015) argumentan que la confiabilidad se está convirtiendo en una prueba más precisa en el método cuantitativo. Por tanto, es necesario determinar la validez de los instrumentos para recopilar datos. Para ello se utilizó la opinión experta de un grupo de expertos en el tema en consideración.

La validación de los instrumentos fue realizado con el visto bueno de juicio de 5 expertos, que son profesionales con grado de Maestro o Doctor, quienes dan su conformidad evaluando el instrumento (Anexo 04)

Variables	Experto	Grado académico	Calificación	Opinión
Clima organizacional	Ynés Torres	Mtro. Educación	19.6	Válido, Aplicar
	Enilma García	Mtro. Administración	19.6	
	Esther Díaz	Mtro. Gestión Pública	19.2	
Calidad de servicio	Anita Gatica	Mtro. Gestión Pública	18.8	
	Gladys Cruzalegui	Mtro. Gestión Pública	19.2	

4.5.2. CONFIABILIDAD

Ñaupas et al. (2018) Argumentaron que la confiabilidad significa que los resultados obtenidos con el dispositivo no variarán significativamente cuando se apliquen a diferentes muestras y en diferentes momentos. De esta manera fue establecida la confiabilidad de las herramientas para recoger datos. Para ello se realizaron estudios piloto con la participación de 30 empleados del Ayuntamiento. De igual forma fue utilizado el alfa de Cronbach, el coeficiente de correlación entre los ítems de

los cuestionarios con una variación de 0 a 1, donde 0 significa confiabilidad cero y 1 significa confiabilidad completa (Corral, 2009).

La confiabilidad de las herramientas estadísticas, para este estudio fue realizado utilizando el coeficiente Alpha de Cronbach, referenciando la consistencia interna más empleado para validar la fiabilidad del instrumento; en ese sentido se aplicó una prueba piloto, con las preguntas del *CUESTIONARIO: CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO QUE BRINDAN EN EL HOTEL CUMBAZA – TARAPOTO, AÑO 2020*. Este indicador fue calculado tras aplicar una prueba piloto al grupo de 10 encuestados con características parecidas a las seleccionadas para el estudio de la muestra. Estadísticos de fiabilidad de la encuesta (Anexo 02)

Estadísticos de fiabilidad de Alpha de Cronbach de los instrumentos

Variables	Alpha de Cronbach	Nº de elementos
Clima organizacional	,835	20
Calidad de servicio	,794	20

Fuente: Elaboración propia

Niveles de fiabilidad

Valores	Nivel
De -1 a 0	No es confiable
De 0.01 a 0.49	Baja confiabilidad
De 0.50 a 0.75	Moderada confiabilidad
De 0.76 a 0.89	Fuerte confiabilidad
De 0.90 a 1	Alta confiabilidad

Fuente: Hernández et al. (2017)

A la luz de los resultados mostrados, se puede deducir una fuerte confiabilidad para ambos instrumentos, porque el Alfa de Cronbach es de 0.835 para la 1º parte de la encuesta que tiene 20 preguntas y mide la variable 1: Clima Organizacional; así también

se obtuvo 0.794 para la 2° parte de la encuesta que tiene 20 preguntas y mide la variable 2: Calidad del Servicio.

4.6. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

- Solicitud dirigida al Gerente del Hotel Cumbaza – Tarapoto, solicitando el permiso para realizar las encuestas.
- Cuando ya se tuvo la autorización respectiva, se procedió a encuestar a los visitantes, previa coordinación, ya que las encuestas son voluntarias.
- Recolectada toda la información, fue tabulado los datos con el programa Excel para obtener los resultados descriptivos.
- Con los datos fueron ingresados al sistema estadístico SPSS v.24, para obtener los resultados inferenciales y poder precisar el grado de correlación de las variables.
- Se presentaron las evidencias en el informe de tesis y fueron interpretados.

4.7. ÉTICA EN LA INVESTIGACIÓN

Consideraciones Éticas: en el proceso del empleo de las herramientas se respetó los protocolos de indagación cumpliendo los criterios éticos de:

- **Privacidad:** Los datos recibidos en este trabajo se mantuvieron en reserva, para no exponer al participante, ponderando la intimidad de los clientes, el empleo de los datos fue anónima.
- **Confidencialidad:** Se aplicó el cuestionario señalando a los clientes que los datos recopilados son anónimas, la información recabada tiene por finalidad analizar los datos para evidenciar los problemas planteados.
- **Honestidad:** Se informó la finalidad del estudio es de carácter académico, cuyas conclusiones se encuentran evidenciados en este documento.
- **Consentimiento:** Solo se trabajó con los clientes que aceptaron de manera voluntaria su participación en el presente trabajo.

CAPÍTULO V: RESULTADOS

5.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO

5.1.1. Resultados por variables de estudio

Tabla 1.

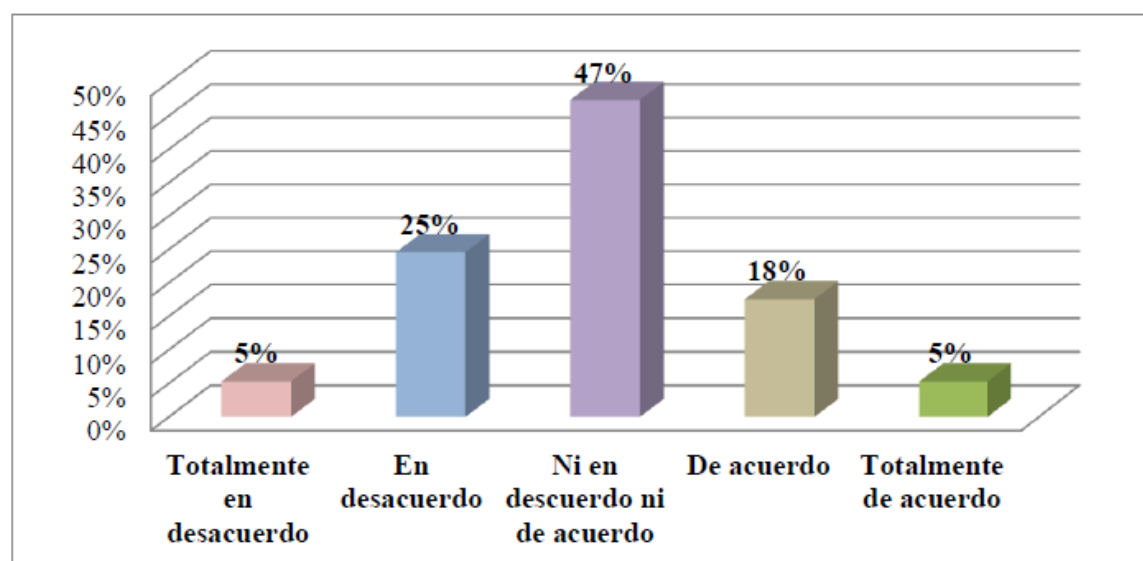
Frecuencias de resultados de la variable clima organizacional

Calificación de la variable	f	%
Totalmente en desacuerdo	15	5%
En desacuerdo	70	25%
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	135	47%
De acuerdo	50	18%
Totalmente de acuerdo	15	5%
TOTAL	285	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 1.

Variable clima organizacional



Fuente: Elaboración propia

En la tabla y figura 01. Se pudo observar que el clima organizacional a percepción del cliente es regular (no está ni en desacuerdo ni de acuerdo) con un 47%, los clientes manifiestan que observan que los trabajadores del hotel, en algunos casos, no se encuentran a gusto en su puesto y con sus funciones, más aún cuando los cambian de áreas sin avisar; por otro lado, han podido captar las quejas de estos en relación a sus jefes, sobre la falta de reconocimiento a su trabajo y sus esfuerzos por el hotel; esto también ha hecho que muchos clientes perciban rencillas y peleas frente a ellos, lo que demuestra la carencia de trabajo en equipo del personal.

Tabla 2.

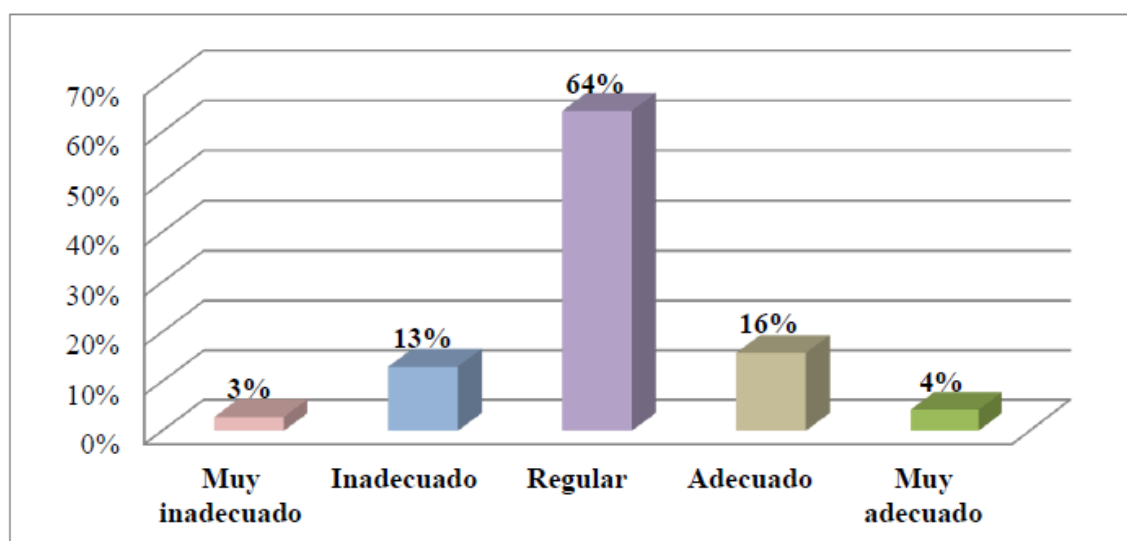
Frecuencias de resultados de la variable calidad de servicio

Calificación de la variable	f	%
Muy inadecuado	8	3%
Inadecuado	37	13%
Regular	183	64%
Adecuado	45	16%
Muy adecuado	12	4%
TOTAL	285	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 2.

Variable calidad de servicio



Fuente: Elaboración propia

En la tabla y figura 02. Se pudo evidenciar que la calidad de servicio según lo experimentado por los clientes es regular con un 64%, estos reconocen que los ambientes y los espacios en el hotel ofrecen comodidad, sin embargo, consideran que el establecimiento no genera la confiabilidad necesaria, al haber presenciado algunos acontecimientos entre colaboradores; por otro lado, la capacidad de respuesta, es muy lenta y no como se espera, lo que genera incomodidad; por otro lado, para los clientes de otros países y otro idioma es un poco complicado establecer comunicación asertiva con el personal, por lo que manifiestan una gran falta de empatía por parte de muchos colaboradores.

5.2. ANÁLISIS INFERENCIAL

5.2.1. Prueba de normalidad

Tabla 3.

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Clima organizacional	0.139	285	0.000	0.928	285	0.000
Calidad de servicio	0.114	285	0.001	0.932	285	0.000

Fuente: Elaboración propia

Para precisar el estadístico de correlación fue empleado la prueba de normalidad, en la misma, fue tomado en cuenta la prueba de Kolmogorov Smirnov ya que los datos seleccionados fueron superiores a 50 unidades, en tal sentido, los datos recogidos no evidenciaron una distribución normal, ya que el valor p fue menor al 5% (0.05) de significancia, por lo tanto, la prueba más coherente fue la prueba de Rho Spearman.

5.2.2. Prueba de hipótesis

Regla de decisión

Si $P - \text{Valor} > 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H_0)

Si $P - \text{Valor} < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0). En tal sentido, se aceptan las hipótesis alternas (H_i).

Hipótesis Especifica 01.

Ha: Existe relación significativa entre el clima organizacional y la dimensión tangible de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020

Ho: No existe relación significativa entre el clima organizacional y dimensión tangible de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020

Tabla 4.

Relación entre el clima organizacional y la dimensión tangibles

			Clima organizacional	Tangibles
Rho de Spearman	Clima organizacional	Coefficiente de correlación	1,000	,726**
		Sig. (bilateral)		,000
	Tangibles	N		285
		Coefficiente de correlación	,726**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000		
	N	285		

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

La tabla 4 muestra al P. El valor o nivel de significancia de 0.000, con un valor menor a 0.05, permite concluir que existe una relación entre la variable y la primera dimensión, mientras que el coeficiente de correlación es de 0.726 y demuestra el nivel de significancia alta de esta relación. Por lo tanto, se adoptó una hipótesis de investigación alternativa, afirmando que un clima organizacional inadecuado puede conducir a una calidad inadecuada del servicio en el aspecto físico.

Hipótesis Especifica 02.

Ha: Existe relación significativa entre el clima organizacional y la dimensión confiabilidad de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.

Ho: No existe relación significativa entre el clima organizacional y la dimensión confiabilidad de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.

Tabla 5.

Relación entre el clima organizacional y la dimensión confiabilidad

		Clima organizacional	Confiabilidad
Rho de Spearman	Clima organizacional	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,700**
	Confiabilidad	N	,000
		Coefficiente de correlación	,700**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	285

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

En la Tabla 5 se muestra que el valor p, es decir el nivel de significancia, es de 0.000, con valores menores a 0.05, lo que permite concluir que existe relación entre la variable y la segunda dimensión, mientras que el coeficiente de correlación es de 0.700 y muestra que esta relación es muy significativa. Por lo tanto, se adoptó una hipótesis de investigación alternativa, que postula que un clima organizacional inadecuado puede conducir a una calidad de servicio inadecuada medida por la confiabilidad.

Hipótesis Específica 03.

Ha: Existe relación significativa entre el clima organizacional y la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.

Ho: No existe relación significativa entre el clima organizacional y la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.

Tabla 6.

Relación entre el clima organizacional y la dimensión capacidad de respuesta

			Clima organizacional	Capacidad de respuesta
Rho de Spearman	Clima organizacional	Coefficiente de correlación	1,000	,798**
		Sig. (bilateral)		,000
	Capacidad de respuesta	N		285
		Coefficiente de correlación	,798**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000		
	N	285		

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

En la Tabla 6 se muestra que el p-valor, es decir el nivel de significancia, es de 0.000, con valores menores a 0.05, lo que permite concluir que existe relación entre la variable y la tercera dimensión, mientras que el coeficiente de correlación es de 0.798 y muestra que la relación es muy significativa. Por lo tanto, se aplicó una hipótesis alternativa de investigación, la cual establece que si el clima organizacional no es el adecuado, puede conducir a una calidad inadecuada del servicio en términos de capacidad de respuesta.

Objetivo Especifico 04.

Ha Existe relación significativa entre el clima organizacional y la dimensión empatía de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.

Ho No existe relación significativa entre el clima organizacional y la dimensión empatía de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.

Tabla 7.

Relación entre el clima organizacional y la dimensión empatía

			Clima organizacional	Empatía
Rho de Spearman	Clima organizacional	Coefficiente de correlación	1,000	,732**
		Sig. (bilateral)		,000
	Empatía	N		285
		Coefficiente de correlación	,732**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000		
	N	285		

**.

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

En la Tabla 7 se muestra que el valor p o significancia fue igual a 0.000, lo que al ser menor a 0.05 permite confirmar la relación entre la variable presencia y la cuarta dimensión, mientras que el coeficiente de correlación fue de 0.732, lo que indica que la relación es muy importante Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa del estudio y se argumenta que si el clima organizacional no es suficiente, puede crear una calidad de servicio insuficiente de la dimensión empática.

Objetivo Especifico 05.

Ha: Existe relación significativa entre el clima organizacional y la dimensión aseguramiento de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.

Ho: No existe relación significativa entre el clima organizacional y la dimensión aseguramiento de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.

Tabla 8.

Relación entre el clima organizacional y la dimensión aseguramiento

		Clima organizacional	Aseguramiento
Rho de Spearman	Clima organizacional	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 ,744** 285
	Aseguramiento	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,744** ,000 285

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

Se puede observar en la Tabla 8. El valor o significancia es 0.000, que es menor a 0.05, por lo que se puede confirmar que existe relación entre la variable y las cinco dimensiones, y el coeficiente de correlación es 0.744, lo que indica que la relación es significativa. Por lo tanto, se adoptó la hipótesis alternativa de este estudio, que señala que el estilo de gestión no necesariamente crea una calidad de servicio en el nivel garantizado.

Hipótesis General.

Ha: Existe relación significativa entre el clima organizacional y la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020

Ho: No existe relación significativa entre el clima organizacional y la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020

Tabla 9.

Relación entre el clima organizacional y la calidad de servicio

		Clima organizacional	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Clima organizacional	Coefficiente de correlación	,714**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	285
	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,714**
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	285	

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

En la tabla 9, podemos apreciar el nivel de relación entre la variable de clima organizacional y la variable de calidad de servicio, en donde luego de aplicar la prueba de correlación, se obtuvo un $r = 0.714$ y un $p = 0.000$, en donde podemos decir que existe una relación significativa fuerte. En tal sentido, se acepta la hipótesis alterna del estudio y se evidencia que, si el clima organizacional no es el adecuado puede generar una inadecuada calidad de servicio.

CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En los resultados relacionados con la hipótesis general se confirmó que la significancia fue inferior a 0.050 y el coeficiente fue 0.714, confirmando la existencia de una relación estadística, lo que demuestra que no existe preocupación por el adecuado clima operativo en el hotel, relacionado con el entorno hotelero del hotel Calidad de los servicios prestados. Esto va en línea con el argumento de Abanto y Marín (2019) de que el clima laboral es un factor que no puede ser ignorado por ninguna organización, porque muchas veces presenta aspectos negativos relacionados al servicio calidad y satisfacción de los pasajeros. De igual forma, Amasifuentes (2018) concluyó que en Cielo Hotel se explicaron medidas de mejora basadas en el clima de gestión y la calidad del servicio; La idea es propiciar un clima de administración de la calidad a través de la concientización de los empleados sobre su visión y misión, las mejoras e implementación en las áreas donde realizan su trabajo diario y la organización de eventos de capacitación y premios.

Los resultados relacionados con la primera hipótesis independiente confirmaron la existencia de la relación, pues la prueba estadística arrojó una significancia de 0,000 y un coeficiente de 0,726, lo que demuestra que el ambiente de gestión no se debe directamente a algunas diferencias en el trabajo de los trabajadores. Está relacionado con el tipo de calidad del servicio. Esto va en línea con lo señalado por Morán (2015) quien dijo que la percepción del ambiente gerencial entre los empleados de los hoteles estudiados es positiva porque, cuando se decide, las opiniones de los trabajadores para cada titulación curs

ada son positivas el peso de cada indicador pasa de un resultado negativo a uno muy positivo y los proyectos de investigación hotelera están satisfechos con las empresas.

Las evidencias de la segunda hipótesis independiente muestran una relación con un valor de p inferior a 0,050 y un coeficiente de 0,798, lo que indica un estilo de gestión negativo como falta de simpatía y comprensión. Esto está directamente relacionado con la calidad del servicio brindado por el personal. Esto está en línea con lo mostrado por Pupo y García (2015), quienes concluyeron que la valoración general del clima de los hoteles estudiados no es muy precisa, y que la satisfacción de los empleados afecta significativamente a estos resultados, pero la satisfacción de los trabajadores no fue buena. . , demostrando un alto nivel de responsabilidad personal y de equipo con entera satisfacción del cliente.

Por otro lado, los datos de la tercera hipótesis independiente arrojaron resultados significativos en la prueba de correlación. Ambos lados son 0,000 y r es 0,798, lo que confirma una relación positiva. Esto muestra que las evaluaciones de los empleados y del entorno en el que trabajan prestan poca atención a la naturaleza de la organización. Cuando no se implementa, surgen algunas quejas sobre la calidad del servicio. Esto es consistente con los hallazgos de Córdova (2018), quien concluyó que la calidad del servicio requiere atención al detalle. Por eso es necesaria la coordinación interinstitucional, pero la mejor manera de mejorar la planificación es mediante intervenciones amplias dentro del Grupo.

A través de los hallazgos relacionados a la cuarta hipótesis detallada, la significancia es inferior a 0.050 y el coeficiente es 0.732, confirmando la existencia de una relación estadística, lo que demuestra que es posible mejorar el clima organizacional. Ofrecer una mejor calidad de servicio a los clientes. Esto es similar a lo que dijeron Moreno y Coromoto (2017), quienes concluyeron que aunque no se ignore el estilo de gestión en una organización, las percepciones del servicio son dinámicas y la necesidad de representar las cosas se considera hoy buena y de calidad. Cabe señalar que los resultados mostrados solo son válidos para hoteles turísticos en un momento dado, ya que pueden no estar disponibles posteriormente, en otras condiciones, en áreas sociales o en otras situaciones.

Finalmente, debido a la quinta hipótesis independiente, la significancia es menor a 0.050 y el coeficiente es 0.744, corroborando la existencia de una asociación estadística significativa. El Hotel A, con una trayectoria como la estudiada, también debe ofrecer la necesaria calidad de servicio, que se refleja en la felicidad de sus clientes. Esto es similar a lo encontrado por Lima y Sarayasi (2017), quienes concluyeron respecto al clima organizacional que impacta en el servicio de calidad en el Hotel Casa Andina Select en la región Arequipa. El nivel de cultura organizacional para la variable (y) muestra la misma dirección que el valor de .657 según Rho de Spearman, es decir, existe una relación positiva. En ese apartado, el estilo de gestión afecta la confiabilidad del servicio, una relación promedio (0.543), y el clima de gestión tiene una relación promedio (0.543, 0.518), que se relaciona con la eficiencia de la respuesta.

CONCLUSIONES

1. Existe una asociación significativa entre el clima organizacional y dimensión tangibles en el servicio de calidad que se brinda dentro del Hotel Cumbaza, lo que evidenció que al haber hallado inadecuadas acciones para garantizar un ambiente óptimo en el trabajo, se descuida la apariencia de los ambientes, los empleados descuidan su imagen personal y los materiales para desarrollar el servicio no son los adecuados, esto genera un efecto negativo en la experiencia del cliente.
2. El clima organizacional y dimensión confiabilidad respecto a la calidad del servicio, tienen una relación significativa, esto indicó que la percepción que tienen los clientes sobre qué tan a gusto se encuentran los colaboradores de la empresa como para brindar un buen servicio es bastante deficiente, por lo tanto, esto está conectado con las dudas en cuanto al nivel de confiabilidad que genera el hotel.
3. Existe una asociación significativa entre clima organizacional y dimensión capacidad de respuesta respecto al servicio de calidad, se pudo demostrar que un clima organizacional poco óptimo, se encuentra asociado con la escasa eficacia que demuestra el personal para atender y solucionar las dificultades que se les aglomeran a los clientes con rapidez.
4. El clima organizacional y dimensión empatía respecto a la calidad del servicio, tienen una relación significativa, se pudo demostrar que clima organizacional enfatiza la capacidad de los colaboradores para generar una buena comunicación con los clientes, así como sus niveles de cortesía en el trato que brinda.
5. Existe una asociación significativa del clima organizacional y dimensión aseguramiento del servicio de calidad, se pudo conocer que el clima organizacional está asociado con el conocimiento que adquiere el personal sobre todos los servicios que oferta el hotel para darlo a conocer a los clientes, así como la capacitación que recibe para interactuar con el mayor nivel de profesionalismo.

6. El clima organizacional se asocia de manera significativa con el servicio de calidad dentro del Hotel Cumbaza, lo que indica que la opinión que tienen los clientes respecto al clima organizacional que tiene el Hotel es regular, su calificación de la calidad de servicio se da en las mismas condiciones, por lo que se puede inferir que, si la empresa se preocupa por modernizar el clima organizacional sería muy favorable para la calidad de los servicios.

RECOMENDACIONES

1. Realizar diagnósticos situacionales de los materiales, enseres y equipos existentes en el hotel, de tal manera que se puede planificar la prevención de aquellos que aún son necesarios y luego presupuestar las renovaciones de equipos necesarios para mejorar el servicio al cliente, su personal debe asistir al lugar de trabajo debidamente uniformado; La entidad prevé el uso de información de identificación y/o control de imagen para identificar con precisión a las personas.
2. Desarrolla talleres sobre el ambiente organizacional para los empleados, permitiéndoles potenciar su sentido de pertenencia al hotel y estar en mejores condiciones para desenvolverse en sus funciones y resolver dificultades con normalidad. De igual manera, implementar un mecanismo para brindar información y resolver dudas de los clientes sin necesidad de acudir a recepción.
3. Realizar talleres de atención y concientización para todos los empleados que tengan trato directo con el usuario, lo que promoverá una comunicación asertiva, un acercamiento más cálido y amabilidad, enfocando todo en una cultura de servicio.
4. Capacitar a los trabajadores en procedimientos, normas y conocimiento del servicio, para una mayor eficiencia en sus operaciones (proporcionando información veraz y detallada, tanto verbalmente como por escrito, así también, sobre los pagos a realizar), esto contribuye con los trabajadores, para crear una imagen de honestidad e integridad.
5. Al buscar estrategias para mejorar aún más el ambiente organizacional como la calidad del servicio, debieran implementarse acciones de mejora del programa para reducir la insatisfacción del cliente con los servicios del hotel a través de seminarios, mejorar las operaciones de recepción, mejorar el servicio de calida en favor del cliente y fortalecer el conocimiento del personal.

6. A la gerencia del hotel se realicen capacitaciones en forma regular a fin de determinar el clima laboral así como implementar cursos de capacitación in house y extrainstitucionales, motivar mediante capacitaciones mejoras remunerativas, charlas de relaciones interpersonales que coadyuven a mantener y/o mejorar el clima en forma permanente y logrando elevar la calidad del servicio ofertado.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Arellano, R. (2010). *Marketing. Enfoque. América Latina. El marketing científico aplicado en Latinoamérica*. México: Pearson Educación.
- Asociación Española para la Calidad (2017). *La calidad de servicio: clave para recomendar un automóvil*. España: Lienzo gráfico.
- Barroso, P (2014). *Comportamiento en las organizaciones modernas*. 1ª ed. México: Me Graw Hill
- Bustos, P. Miranda M y Peralta R. (2010). *Clima organizacional. Administración y gerencia*. (4ª ed.). México: Ecoe Ediciones.
- Camisón, C. (2010). *Gestión de Calidad*. 2ª ed. México: Pearson Educación
- Connell, J., Carlton, J., Grundy, A., Taylor, E., Keetharuth, A. D., Ricketts, T., & Brazier, J. (2018). The importance of content and face validity in instrument development: lessons learnt from service users when developing the Recovering Quality of Life measure (ReQoL).
- Chiavenato, I. (2011). *Gestión del talento humano*. Cuarta edición. México: Ed. Mc Graw Hill.
- Escudero (2011) *Comunicación y atención al cliente* (1ª. Edición) Editorial Paraninfo. España.
- Gan, F. & Berbel, G. (2007). *Manual de recursos humanos. 10 programas para la gestión y el desarrollo del factor humano en las organizaciones actuales*. Barcelona: UOC.
- Ganan, B., Hauser, G., & Thomas, T. (2015). A correlational study investigating the relationship between the Fluidez en La Lectura Oral Lectura (IDEL FLO) and the Englishportion of the Illinois Standard Achievement Test (ISAT). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*.
- Gonzales, M. (2018). *Comportamiento Organizacional*. (8ª ed.). México: Compañía Editorial Continental
- Heale, R., & Twycross, A. (2015). *Validity and reliability in quantitative studies [Validez y confiabilidad en estudios cuantitativos]*. Evidence-Based Nursing.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *La metodología de la investigación*. Ciudad de México: Mc Graw Hill Education

- Hernández, R., Méndez, S., Mendoza, C., & Cuevas, A. (2017). *Fundamentos de investigación*. Ciudad de México: Druko International.
- Lovelock, C. (2017). *Marketing de Servicios*. México: Pearson Educación.
- Martínez, L. (2009). *Calidad de servicio y Satisfacción del cliente*. 2ª ed. México: Pearson Educación.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Parasuraman, A. (2009). *Calidad Total en la gestión de servicios*. 2ª ed. México: Díaz de Santos.
- Pintado, E. (2011). *Comportamiento organizacional: generación y liderazgo conductivo del talento humano* (3ª ed.). Lima: Biblioteca Nacional del Perú.
- Quiróa, D. & Maldonado, E. (2014). *Servicio al Cliente en Hoteles de La Ciudad de San Marcos*. Tesis de grado, Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango.
- Rodríguez (2009) *Comportamiento organizacional*. España: Lienzo gráfico.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Editorial Prentice Hall.
- Sansalvador, M. (2015). *El coste de la calidad: ¿Qué es y como calcularlo?* Universitas Miguel Hernández
- STR Global (2018). *En el mundo hay más de 13 millones de habitaciones de hotel*. Recopilado el 28 de septiembre de 2015.
- T News (2016). *Inversiones hoteleras en Perú*. 2012 – 2016. Perú
- Valderrama, S. (2015). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica: Cuantitativa, Cualitativa y Mixta* (Segunda ed.). Lima: San Marcos.
- Wirtz, J. (2009). *Marketing*. 1ª ed. México: Pearson Educación.

ANTECEDENTES

- Abanto y Marín (2019) *Clima laboral de los trabajadores del Hotel Gran Continental y su repercusión en la satisfacción del cliente*. Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Cajamarca - Perú
- Amasifuentes (2018) *El clima organizacional y su relación con calidad de servicio en el Hotel Cielo - distrito Tarapoto - provincia de San Martín*. Perú, Universidad Nacional de San Martín.

- Córdova, M. (2018). *La calidad del servicio enfocado a la industria hotelera en España*. Universidad De Las Palmas de Gran Canaria. España.
- Faggioni (2015). *Influencia del clima organizacional en la calidad del servicio hotelero*. Universidad Espíritu Santo, Samborondón, Ecuador
- Lima y Sarayasi (2017) *Influencia del clima organizacional en la calidad del servicio en el área de recepción del hotel Casa Andina Select de la ciudad de Arequipa – 2017*. Perú, Universidad Nacional de San Agustín.
- Morán, S. (2015). *Clima organizacional para el personal de un hotel ubicado en Santa Cruz Río Hondo del departamento de Zacapa*. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Moreno, M. y Coromoto, M. (2017). *Análisis de la calidad del servicio hotelero mediante la escala de Servqual*. Universidad de la Laguna. España.
- Peralta y Pfoccoalata (2021) *Influencia del clima organizacional en la percepción de la calidad de servicio por parte de los clientes del hotel Casona Terrace de la ciudad de Arequipa-2019*. Universidad Nacional de San Agustín. Arequipa – Perú.
- Pumachara y Romero (2016) *Influencia del clima organizacional en la percepción de la calidad de los servicios ofrecidos por el hotel Fundador, Arequipa – 2015*. Perú, Universidad Nacional de San Agustín
- Pupo y García (2015). *Relación entre el clima organizacional, la satisfacción laboral y la satisfacción del cliente. Caso Hotel de la Cadena Islazul en el oriente cubano*. Revista Caribeña de Ciencias Sociales

ANEXOS

ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Clima organizacional y su relación con la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	METODOLOGÍA
¿Cuál es el nivel de relación entre el clima organizacional y la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020?	Determinar el nivel de relación entre el clima organizacional y la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.	Existe relación significativa entre el clima organizacional y la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020	Variable 1 Clima organizacional Dimensiones: <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente físico • Estructura • Ambiente social. • Personales. • Comportamiento organizacional. 	TIPO DE INVESTIGACIÓN: Básica
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS		NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Descriptiva correlacional
¿Cuál es el nivel de relación entre el clima organizacional y la dimensión tangibles de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020?	Establecer el nivel de relación entre el clima organizacional y la dimensión tangible de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.	Existe relación significativa entre el clima organizacional y la dimensión tangible de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.		DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: No experimental
¿Cuál es el nivel de relación entre el clima organizacional y la dimensión confiabilidad de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020?	Determinar el nivel de relación entre el clima organizacional y la dimensión confiabilidad de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.	Existe relación significativa entre el clima organizacional y la dimensión confiabilidad de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.	Variable 2 Calidad de servicio Dimensiones: <ul style="list-style-type: none"> • Tangible. • Confiabilidad. • Capacidad de respuesta. • Empatía. • Aseguramiento 	POBLACIÓN: 1100 personas
¿Cuál es el nivel de relación entre el clima organizacional y la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020?	Especificar el nivel de relación entre el clima organizacional y la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.	Existe relación significativa entre el clima organizacional y la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.		MUESTRA: 285 personas
¿Cuál es el nivel de relación entre el clima organizacional y la dimensión empatía de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020?	Analizar el nivel de relación entre el clima organizacional y la dimensión empatía de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.	Existe relación significativa entre el clima organizacional y la dimensión empatía de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.		TÉCNICAS: Encuesta
¿Cuál es el nivel de relación entre el clima organizacional y la dimensión aseguramiento de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020?	Determinar el nivel de relación entre el clima organizacional y la dimensión aseguramiento de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.	Existe relación significativa entre el clima organizacional y la dimensión aseguramiento de la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020.		INSTRUMENTOS: Cuestionario

ANEXO 02: INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS



CUESTIONARIO: CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO QUE BRINDAN EN EL HOTEL CUMBAZA – TARAPOTO, AÑO 2020

Autor: Segundo Jeremías Pinedo Guzmán

1° PARTE: Mide el CLIMA ORGANIZACIONAL, Autor es Gonzales, M (2018).

Instrucciones:

Buenos días/tardes, el siguiente cuestionario tiene como objetivo determinar la percepción que tiene respecto al clima organizacional en el Hotel Cumbaza de la ciudad de Tarapoto, opine de la forma más franca posible, esto será de mucha ayuda para que la empresa mejore sus servicios y le brinde un mejor ambiente.

Este cuestionario no contiene preguntas correctas ni incorrectas. Por favor responda con total sinceridad ya que sus datos serán tratados de forma anónima y confidencial

A continuación UD. encontrará una serie de afirmaciones acerca de la institución en la que trabaja. Para cada una de ellas tendrá 5 alternativas de respuestas:

Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Su tarea consistirá en marcar con una (X) en uno de los casilleros numéricos que aparecen debajo de cada afirmación, la alternativa que según su percepción describe con mayor exactitud lo que usted piensa acerca de la empresa.

N°	DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: AMBIENTE FÍSICO						
1	Considera que en las oficinas de la empresa existe un ambiente que permite trabajar con efectividad.					
2	Considera que el personal se encuentra a gusto en su puesto.					
3	Considera que la temperatura de las oficinas es adecuada.					
4	Considera usted que los equipos existentes en la empresa ayudan a que el trabajo se realice de manera efectiva.					

Nº	DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: ESTRUCTURA						
5	Considera que el número de personas que trabaja en la empresa es apropiado para la cantidad de trabajo que se realiza.					
6	Considera que la distribución del personal en la empresa permite que se realice un trabajo efectivo.					
7	En esta empresa los trabajos están bien asignados y organizados.					
8	Considera que en la empresa hay un adecuado estilo de liderazgo.					
DIMENSIÓN: AMBIENTE SOCIAL						
9	Se percibe un alto grado de trabajo en equipo.					
10	Los jefes ayudan a los recepcionistas en sus obligaciones.					
11	Los jefes reprenden al trabajador frente al cliente por una acción mal realizada.					
12	Considera que existe una buena comunicación entre los diferentes servicios y unidades que trabajan generalmente Juntos.					
DIMENSIÓN: ASPECTOS PERSONALES						
13	Considera que los trabajadores de la empresa cuentan con la competitividad suficiente para realizar de manera efectiva sus funciones.					
14	En esta empresa los colaboradores muestran interés por el trabajo que realizan.					
15	Los colaboradores de la empresa se esfuerzan bastante por desarrollar eficientemente su labor.					
16	Considera que en esta empresa el personal está comprometido con su trabajo.					
DIMENSIÓN: COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL						
17	Considera que los trabajadores de esta empresa cuentan con una productividad competente					
18	Considera que la empresa brinda una estabilidad laboral.					
19	En la empresa el personal no discute frente al cliente					
20	En esta empresa, entre el personal predomina un ambiente de tranquilidad y sin estrés					

2º PARTE: Mide la CALIDAD DE SERVICIO, Autor: Segundo Jeremías Pinedo Guzmán

Buenos días/tardes, el siguiente cuestionario tiene como objetivo determinar la percepción que tiene respecto a la calidad de servicio en el Hotel Cumbaza de la ciudad de Tarapoto, opine de la forma más franca posible, esto será de mucha ayuda para que la empresa mejore sus servicios y le brinde un mejor ambiente.

Instrucciones:

El presente instrumento ha sido diseñado con la finalidad de obtener información sobre la calidad de servicio que se ofrece en la empresa Hotel Cumbaza. La misma cuenta con una serie de preguntas que se le solicita conteste de forma objetiva y con total sinceridad ya que sus datos serán tratados de forma anónima y confidencial.

A continuación UD. encontrará una serie de afirmaciones acerca de la institución en la que trabaja. Para tal efecto encontrará 5 diferentes estimaciones:

- Muy inadecuado (1)
- Inadecuado (2)
- Regular (3)
- Adecuado (4)
- Muy adecuado (5)

Su tarea consistirá en marcar con una (X) en uno de los casilleros Numéricos que aparecen debajo de cada afirmación, la alternativa que según su percepción describe con mayor exactitud lo que usted piensa acerca de la empresa.

Nº	DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: TANGIBLES						
1	Como califica la distribución de los ambientes de la empresa.					
2	Como califica la apariencia personal de los miembros de la empresa.					
3	Como calificas al primer saludo que te brinda el encargado de la recepción					
4	Como califica el orden en la documentación de los trámites por parte de los empleados al momento de registrarse para su estadía.					
DIMENSIÓN: CONFIABILIDAD						
5	Como considera que los empleados desempeñan su labor en la empresa.					
6	Considera que existe confidencialidad de la información en la empresa.					
7	Como califica usted los horarios de atención al cliente.					
8	Como califica la importancia que le dan a la puntualidad en la empresa.					
DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA						
9	Considera usted que los trabajadores se comprometen con la solución de los problemas del cliente.					

10	Como considera la disponibilidad que el personal tiene para atender tu problema					
11	Como consideras la prontitud para que tus problemas sean respondidos					
12	Cuando le dan solución al problema existente, como consideras su eficiencia					
DIMENSIÓN: EMPATÍA						
13	Como califica las muestras de empatía que el trabajador presta ante las necesidades del cliente.					
14	Como califica la forma de expresión del personal.					
15	Los trabajadores tratan con atención y responsabilidad su reclamo.					
16	El trabajador crea un clima de confianza para que usted pueda expresar sus dudas o reclamos.					
DIMENSIÓN: ASEGURAMIENTO						
17	El personal brinda información clara, suficiente y oportuna.					
18	El personal está preparado para realizar diálogos con extranjeros					
19	El trabajador emplea las palabras adecuadas para atender al público.					
20	A su percepción, como se maneja el estrés del personal.					

Muchas gracias

JUICIO DE EXPERTOS



FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1 APELLIDOS Y NOMBRES : TORRES FLORES, YNES
 1.2 GRADO ACADÉMICO : MAESTRO EN EDUCACIÓN CON MENCIÓN EN INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA.
 1.3 INSTITUCIÓN QUE LABORA : UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN.
 1.4 TÍTULO DE LA INVESTIGACION : Clima organizacional y su relación con la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020
 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : BACH. SEGUNDO JEREMÍAS PINEDO GUZMÁN
 1.6 MAESTRÍA : ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS.
 1.7 NOMBRE DEL INSTRUMENTO : CUESTIONARIO: CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO QUE BRINDAN EN EL HOTEL CUMBAZA – TARAPOTO, AÑO 2020.
- 1.8 CRITERIOS DE APLICABILIDAD:
 a) De 01 a 09: (No válido, reformular) b) De 10 a 12: (No válido, modificar)
 c) De 12 a 15: (Válido, mejorar) d) De 15 a 18: (Válido, precisar)
 e) De 18 a 20: (Válido, aplicar)

II. ASPECTOS A EVALUAR:

INDICADORES DE EVALUACION DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		(01-09)	(10-12)	(12-15)	(15-18)	(18-20)
		01	02	03	04	05
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado con conductas observables				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización y lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio					X
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y variables					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.					X
Sub Total					1	9
Total					04	45

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 49 x 0.4 = 19.6
 VALORACIÓN CUALITATIVA : Excelente
 CRITERIO DE APLICABILIDAD : Válido, aplicar.

Lugar y Fecha: Tarapoto, 21 de Mayo del 2021.


 Mg. Yriés Torres Flores
 DNI 01148660

**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS**

III. DATOS GENERALES

- 1.1 APELLIDOS Y NOMBRES : GARCIA CASTILLO, ENILMA
 1.2 GRADO ACADÉMICO : MAESTRO EN ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS.
 1.3 INSTITUCIÓN QUE LABORA : UNIDAD DE GESTION EDUCATIVA LOCAL MARISCAL CACERES.
 1.4 TITULO DE LA INVESTIGACION : Clima organizacional y su relación con la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020
 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : BACH. SEGUNDO JEREMÍAS PINEDO GUZMÁN
 1.6 MAESTRÍA : ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS.
 1.7 NOMBRE DEL INSTRUMENTO : CUESTIONARIO: CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO QUE BRINDAN EN EL HOTEL CUMBAZA – TARAPOTO, AÑO 2020.
 1.8 CRITERIOS DE APLICABILIDAD:
 a) De 01 a 09: (No válido, reformular) b) De 10 a 12: (No válido, modificar)
 c) De 12 a 15: (Válido, mejorar) d) De 15 a 18: (Válido, precisar)
 e) De 18 a 20: (Válido, aplicar)

IV. ASPECTOS A EVALUAR:

INDICADORES DE EVALUACION DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-09)	Regular (10-12)	Bueno (12-15)	Muy Bueno (15-18)	Excelente (18-20)
		01	02	03	04	05
11. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
12. OBJETIVIDAD	Está expresado con conductas observables					X
13. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					X
14. ORGANIZACIÓN	Existe una organización y lógicas					X
15. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
16. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio					X
17. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio					X
18. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y variables					X
19. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
20. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías				X	
Sub Total					1	9
Total					04	45

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 49 x 0.4 = 19.6
 VALORACIÓN CUALITATIVA : Excelente
 CRITERIO DE APLICABILIDAD : Válido, aplicar.

Lugar y Fecha: Tarapoto, 21 de Mayo del 2021.


 Mg. Enilma García-Castillo
 DNI 00828290

**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS**

XI. DATOS GENERALES

- 1.1 APELLIDOS Y NOMBRES : DIAZ BARTRA, ESTHER
 1.2 GRADO ACADÉMICO : MAESTRO EN GESTION PUBLICA.
 1.3 INSTITUCIÓN QUE LABORA : ADMINISTRACION DEL HOTEL LAS TERRAZAS DEL CUMBAZA - TARAPOTO
 1.4 TITULO DE LA INVESTIGACION : Clima organizacional y su relación con la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020
 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : BACH. SEGUNDO JEREMÍAS PINEDO GUZMÁN
 1.6 MAESTRÍA : ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS.
 1.7 NOMBRE DEL INSTRUMENTO : CUESTIONARIO: CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO QUE BRINDAN EN EL HOTEL CUMBAZA – TARAPOTO, AÑO 2020.
 1.8 CRITERIOS DE APLICABILIDAD:
 a) De 01 a 09: (No válido, reformular) b) De 10 a 12: (No válido, modificar)
 c) De 12 a 15: (Válido, mejorar) d) De 15 a 18: (Válido, precisar)
 e) De 18 a 20: (Válido, aplicar)

XII. ASPECTOS A EVALUAR:

INDICADORES DE EVALUACION DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CANTITATIVOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(01-09)	(10-12)	(12-15)	(15-18)	(18-20)
		01	02	03	04	05
51. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
52. OBJETIVIDAD	Está expresado con conductas observables				X	
53. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					X
54. ORGANIZACIÓN	Existe una organización y lógica					X
55. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
56. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio					X
57. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio				X	
58. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y variables					X
59. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
60. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.					X
Sub Total					2	8
Total					08	40

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 48 x 0.4 = 19.2
VALORACIÓN CUALITATIVA : Excelente
CRITERIO DE APLICABILIDAD : Válido, aplicar.

Lugar y Fecha: Tarapoto, 21 de Mayo del 2021.



 Mg. Esther Diaz Bartra
 DNI 46232985

**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS**

VII. DATOS GENERALES

- 1.1 APELLIDOS Y NOMBRES : GATICA VELA, ANITA
 1.2 GRADO ACADÉMICO : MAESTRO GESTION PUBLICA.
 1.3 INSTITUCIÓN QUE LABORA : UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN.
 1.4 TÍTULO DE LA INVESTIGACION : Clima organizacional y su relación con la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020
 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : BACH. SEGUNDO JEREMÍAS PINEDO GUZMÁN
 1.6 MAESTRÍA : ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS.
 1.7 NOMBRE DEL INSTRUMENTO : CUESTIONARIO: CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO QUE BRINDAN EN EL HOTEL CUMBAZA – TARAPOTO, AÑO 2020.
 1.8 CRITERIOS DE APLICABILIDAD:
 a) De 01 a 09: (No válido, reformular) b) De 10 a 12: (No válido, modificar)
 c) De 12 a 15: (Válido, mejorar) d) De 15 a 18: (Válido, precisar)
 e) De 18 a 20: (Válido, aplicar)

VIII. ASPECTOS A EVALUAR:

INDICADORES DE EVALUACION DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		(01-09)	(10-12)	(12-15)	(15-18)	(18-20)
		01	02	03	04	05
31. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
32. OBJETIVIDAD	Está expresado con conductas observables					X
33. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					X
34. ORGANIZACIÓN	Existe una organización y lógica				X	
35. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
36. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio				X	
37. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio					X
38. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y variables					X
39. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio.				X	
40. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.					X
Sub Total					3	7
Total					12	35

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 47 x 0.4 = 18.8
 VALORACIÓN CUALITATIVA : Excelente
 CRITERIO DE APLICABILIDAD : Válido, aplicar.

Lugar y Fecha: Tarapoto, 21 de Mayo del 2021.



Mg. Anita Gatica Vela
DNI 01120568

**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS**

V. DATOS GENERALES

- 1.1 APELLIDOS Y NOMBRES : CRUZALEGUI GARCÍA, GLADYS
 1.2 GRADO ACADÉMICO : MAESTRO EN GESTION PUBLICA.
 1.3 INSTITUCIÓN QUE LABORA : UNIDAD EJECUTORA 400 – OFICINA DE GESTION DE SALUD BAJO MAYO.
 1.4 TITULO DE LA INVESTIGACION : Clima organizacional y su relación con la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2020
 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : BACH. SEGUNDO JEREMÍAS PINEDO GUZMÁN
 1.6 MAESTRÍA : ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS.
 1.7 NOMBRE DEL INSTRUMENTO : CUESTIONARIO: CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO QUE BRINDAN EN EL HOTEL CUMBAZA – TARAPOTO, AÑO 2020.
 1.8 CRITERIOS DE APLICABILIDAD:
 a) De 01 a 09: (No válido, reformular) b) De 10 a 12: (No válido, modificar)
 c) De 12 a 15: (Válido, mejorar) d) De 15 a 18: (Válido, precisar)
 e) De 18 a 20: (Válido, aplicar)

VI. ASPECTOS A EVALUAR:

INDICADORES DE EVALUACION DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(01-09)	(10-12)	(12-15)	(15-18)	(18-20)
		01	02	03	04	05
21. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
22. OBJETIVIDAD	Está expresado con conductas observables				X	
23. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					X
24. ORGANIZACIÓN	Existe una organización y lógica					X
25. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
26. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio					X
27. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio					X
28. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y variables					X
29. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
30. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.				X	
Sub Total					2	8
Total					08	40

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 48 x 0.4 = 19.2
VALORACIÓN CUALITATIVA : Excelente
CRITERIO DE APLICABILIDAD : Válido, aplicar.

Lugar y Fecha: Tarapoto, 25 de Mayo del 2021.


 Mg. Gladys-Cruzalegui García
 DNI 01119759

ANEXO 04: CONFIABILIDAD



COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH

VARIABLE 1: Clima organizacional

Confiabilidad por pregunta del cuestionario de clima organizacional

Ítems	Análisis de fiabilidad
PG1	,875
PG2	,781
PG3	,886
PG4	,875
PG5	,719
PG6	,879
PG7	,770
PG8	,793
PG9	,826
PG10	,794
PG11	,824
PG12	,780
PG13	,805
PG14	,766
PG15	,789
PG16	,880
PG17	,755
PG18	,790
PG19	,838
PG20	,891

VARIABLE 2: Calidad de servicio

Confiabilidad por pregunta del cuestionario de calidad de servicio

Ítems	Análisis de fiabilidad
PG1	,775
PG2	,681
PG3	,786
PG4	,675
PG5	,719
PG6	,779
PG7	,670
PG8	,793
PG9	,726
PG10	,794
PG11	,724
PG12	,680
PG13	,705
PG14	,766
PG15	,789
PG16	,680
PG17	,755
PG18	,690
PG19	,738
PG20	,791

ANEXO 05: CONSENTIMIENTO INFORMADO



CONSENTIMIENTO INFORMADO

Lugar y Fecha: _____

Por medio del presente acepto participar en la investigación titulada: *Clima organizacional y su relación con la calidad de servicio que brindan en el Hotel Cumbaza – Tarapoto, año 2021.*

Declaro que se me ha informado ampliamente sobre los posibles riesgos, inconvenientes, molestias y beneficios derivados de mi participación en el estudio.

El Investigador responsable se ha comprometido a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que le plantee acerca de la encuesta que se llevará a cabo.

Entiendo que conservo el derecho de retirarme del estudio en cualquier momento en que lo considere conveniente. El Investigador responsable me ha dado seguridades de que no se me identificará en las presentaciones o publicaciones que deriven de este estudio y de que los datos relacionados con mi privacidad serán manejados en forma confidencial. También se ha comprometido a proporcionarme la información actualizada que se obtenga durante el estudio, aunque esta pudiera cambiar de parecer respecto a mi permanencia en el mismo.

Bach. Segundo J. Pinedo Guzmán

Investigador

Encuestado

DNI

ANEXO 06: COPIA DE LA DATA PROCESADA



	Clima organizacional																				SUMA
	PRE G.1	PRE G.2	PRE G.3	PR EG. 4	PR EG. 5	PR EG. 6	PR EG. 7	PRE G.8	PRE G.9	PRE G.10	PRE G.11	PRE G.12	PRE G.13	PRE G.14	PRE G.15	PRE G.16	PRE G.17	PRE G.18	PRE G.19	PRE G.20	
Encuest. 1	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	2	2	3	3	2	1	1	4	63
Encuest.2	5	4	3	5	4	5	4	5	3	4	2	3	4	5	3	3	5	2	3	5	77
Encuest. 3	4	5	3	5	3	4	3	2	4	2	2	3	2	4	5	3	3	2	3	2	64
Encuest. 4	5	5	4	5	4	2	5	5	4	3	4	4	5	2	5	2	5	1	3	5	78
Encuest. 5	4	5	4	5	4	3	4	2	2	4	3	4	4	3	4	4	2	1	2	2	66
Encuest. 6	3	4	5	4	5	4	2	4	2	5	4	5	2	5	2	5	4	2	3	4	74
Encuest. 7	3	4	5	3	4	3	4	5	4	5	4	5	2	5	4	5	2	2	2	5	76
Encuest. 8	4	3	3	4	5	3	4	5	5	4	3	5	3	4	4	4	3	2	3	5	76
Encuest. 9	1	2	2	1	5	2	1	4	2	2	2	2	2	4	5	1	1	3	3	4	49
Encuest. 10	3	3	5	2	5	1	2	3	3	1	3	5	3	2	4	3	1	3	4	3	59
Encuest. 11	3	3	5	1	3	1	1	2	4	3	2	5	3	2	5	2	3	4	4	2	58
Encuest. 12	4	4	5	5	3	1	4	2	5	3	2	3	5	5	3	1	3	2	2	4	66
Encuest. 13	3	5	4	1	2	3	2	3	5	3	1	4	3	3	4	1	3	3	3	3	59
Encuest. 14	3	3	5	3	1	4	3	2	5	2	1	5	4	4	2	1	3	1	1	2	55
Encuest. 15	4	4	4	3	5	5	4	2	5	4	3	4	4	2	5	3	3	2	3	2	71
Encuest. 16	2	2	4	4	3	2	5	2	4	3	4	4	3	2	3	2	4	2	3	2	60
Encuest. 17	2	1	2	5	4	3	4	5	5	4	5	2	2	5	4	5	5	1	3	5	72
Encuest. 18	1	3	2	3	2	3	3	2	3	4	3	2	2	3	1	2	1	1	2	2	45
Encuest. 19	4	4	4	4	3	5	4	5	1	2	4	4	4	4	3	5	3	2	3	5	73

Encuest. 20	1	4	1	5	5	4	4	3	4	1	5	1	4	1	4	5	5	2	2	3	64
Encuest. 21	1	5	2	3	4	3	4	4	1	5	3	2	5	5	4	3	4	2	3	4	67
Encuest. 22	4	4	2	4	1	5	5	4	2	3	3	2	4	4	4	5	4	3	3	4	70
Encuest. 23	5	3	3	4	4	5	4	5	4	3	5	3	5	5	4	5	5	3	4	5	84
Encuest. 24	5	5	5	4	4	3	1	3	1	3	5	5	2	5	5	4	2	4	4	3	73
Encuest. 25	5	3	3	5	3	3	5	3	3	5	3	5	4	3	3	1	3	2	2	3	67
Encuest. 26	5	5	5	4	3	3	4	5	4	3	3	5	1	4	1	2	4	3	3	5	72
Encuest. 27	1	3	2	2	2	3	1	4	1	3	3	2	2	3	1	4	2	1	1	4	45
Encuest. 28	4	4	1	3	4	3	5	4	5	5	5	1	1	5	1	5	4	2	3	4	69
Encuest. 29	5	5	2	4	5	3	4	5	5	5	5	2	2	4	5	4	1	2	3	5	76
Encuest. 30	5	3	2	4	5	4	4	4	5	5	3	2	4	5	3	5	1	1	3	4	72
Encuest. 31	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	2	2	3	3	2	1	2	3	63
Encuest. 32	5	4	3	5	4	5	4	5	5	4	2	3	4	5	5	3	5	2	3	2	78
Encuest. 33	4	5	3	5	4	4	4	2	4	2	2	3	2	4	5	3	3	2	2	3	66
Encuest. 34	5	5	4	5	4	2	5	5	4	3	4	4	5	2	5	2	5	2	3	3	77
Encuest. 35	4	3	4	3	4	3	4	2	2	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	68
Encuest. 36	3	4	5	4	5	4	2	4	2	5	4	5	2	5	2	5	4	3	4	4	76
Encuest. 37	3	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	2	5	4	5	2	4	3	2	78
Encuest. 38	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	2	3	2	81
Encuest. 39	1	2	2	1	5	2	1	4	2	2	2	2	2	4	5	1	1	3	3	3	48
Encuest. 40	3	3	5	2	5	1	2	3	3	1	3	5	3	2	4	3	1	1	1	4	55
Encuest. 41	3	3	5	1	3	1	1	2	4	3	2	5	3	2	5	2	3	2	3	5	58
Encuest. 42	4	4	5	5	3	1	4	4	5	3	2	5	5	5	5	1	3	2	3	2	71
Encuest. 43	3	5	4	1	2	3	2	3	5	3	1	4	3	3	4	1	3	1	3	5	59
Encuest. 44	3	3	5	3	1	4	3	2	5	2	1	5	4	4	2	1	3	1	2	2	56

Encuest. 45	4	4	4	3	5	5	4	2	5	4	3	4	4	2	5	3	3	2	3	4	73
Encuest. 46	2	2	4	4	3	2	5	2	4	3	4	4	3	2	3	2	4	2	2	5	62
Encuest. 47	2	1	2	5	4	3	4	5	5	4	5	2	2	5	4	5	5	2	3	5	73
Encuest. 48	1	3	2	3	2	3	5	2	3	4	3	2	2	3	1	2	1	3	3	4	52
Encuest. 49	4	4	4	4	3	5	4	5	1	2	4	4	4	4	3	5	3	3	4	3	73
Encuest. 50	1	4	1	5	5	4	4	3	4	1	5	1	4	1	4	5	5	4	4	2	67
Encuest. 51	1	5	2	5	4	4	4	4	1	5	3	2	5	5	4	3	4	2	2	4	69
Encuest. 52	4	4	2	4	1	5	5	4	2	3	3	2	4	4	4	5	4	3	3	3	69
Encuest. 53	5	3	3	4	4	5	4	5	4	3	5	3	5	5	4	5	5	1	1	2	76
Encuest. 54	5	5	5	4	4	3	1	3	1	3	5	5	2	5	5	4	2	2	3	2	69
Encuest. 55	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	3	5	4	3	3	1	3	2	3	2	73
Encuest. 56	5	5	5	4	3	3	4	5	4	3	5	5	1	4	1	2	4	1	3	5	72
Encuest. 57	1	3	2	2	2	3	1	4	1	3	3	2	2	3	1	4	2	1	2	2	44
Encuest. 58	4	4	1	3	4	3	5	4	5	5	5	1	1	5	1	5	4	2	3	5	70
Encuest. 59	5	5	2	4	5	3	4	5	5	5	5	2	2	4	5	4	1	2	2	3	73
Encuest. 60	5	3	2	4	5	4	4	4	5	5	3	2	4	5	3	5	1	2	3	4	73
Encuest. 61	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	2	2	3	3	2	3	3	4	67
Encuest. 62	5	4	3	5	4	5	4	5	5	4	2	3	4	5	5	3	5	3	4	5	83
Encuest. 63	4	5	3	5	4	4	4	2	4	2	2	3	2	4	5	3	3	4	4	3	70
Encuest. 64	5	5	4	5	4	2	5	5	4	3	4	4	5	2	5	2	5	2	2	3	76
Encuest. 65	4	5	4	5	4	3	4	2	2	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	5	73
Encuest. 66	3	4	5	4	5	4	2	4	2	5	4	5	2	5	2	5	4	1	1	4	71
Encuest. 67	3	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	2	5	4	5	2	2	3	4	78
Encuest. 68	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	2	3	5	84
Encuest. 69	1	2	2	1	5	2	1	4	2	2	2	2	2	4	5	1	1	1	3	4	47
Encuest. 70	3	3	5	2	5	1	2	3	3	1	3	5	3	2	4	3	1	1	2	3	55
Encuest. 71	3	3	5	1	3	1	1	2	4	3	2	5	3	2	5	2	3	2	3	2	55

Encuest. 72	4	4	5	5	3	1	4	4	5	3	2	5	5	5	5	1	3	2	2	3	71
Encuest. 73	3	5	4	1	2	3	2	3	5	3	1	4	3	3	4	1	3	2	3	3	58
Encuest. 74	3	3	5	3	1	4	3	2	5	2	1	5	4	4	2	1	3	3	4	3	61
Encuest. 75	4	4	4	3	5	5	4	2	5	4	3	4	4	2	5	3	3	3	4	4	75
Encuest. 76	2	2	4	4	3	2	5	2	4	3	4	4	3	2	3	2	4	4	3	2	62
Encuest. 77	2	1	2	5	4	3	4	5	5	4	5	2	2	5	4	5	5	2	3	2	70
Encuest. 78	1	3	2	3	2	3	5	2	3	4	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	51
Encuest. 79	4	4	4	4	3	5	4	5	1	2	4	4	4	4	3	5	3	1	1	4	69
Encuest. 80	1	4	1	5	5	4	4	3	4	1	5	1	4	1	4	5	5	2	3	5	67
Encuest. 81	1	5	2	5	4	4	4	4	1	5	3	2	5	5	4	3	4	2	3	2	68
Encuest. 82	4	4	2	4	1	5	5	4	2	3	3	2	4	4	4	5	4	1	3	5	69
Encuest. 83	5	3	3	4	4	5	4	5	4	3	5	3	5	5	4	5	5	1	2	2	77
Encuest. 84	5	5	5	4	4	3	1	3	1	3	5	5	2	5	5	4	2	2	3	4	71
Encuest. 85	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	3	5	4	3	3	1	3	2	2	5	75
Encuest. 86	5	5	5	4	3	3	4	5	4	3	5	5	1	4	1	2	4	2	3	5	73
Encuest. 87	1	3	2	2	2	3	1	4	1	3	3	2	2	3	1	4	2	3	3	4	49
Encuest. 88	4	4	1	3	4	3	5	4	5	5	5	1	1	5	1	5	4	3	4	3	70
Encuest. 89	5	5	2	4	5	3	4	5	5	5	5	2	2	4	5	4	1	4	4	2	76
Encuest. 90	5	3	2	4	5	4	4	4	5	5	3	2	4	5	3	5	1	2	2	4	72
Encuest. 91	1	4	1	5	5	4	4	3	4	1	5	1	4	1	4	5	5	3	3	3	66
Encuest. 92	1	5	2	5	4	4	4	4	1	5	3	2	5	5	4	3	4	1	1	2	65
Encuest. 93	4	4	2	4	1	5	5	4	2	3	3	2	4	4	4	5	4	2	3	2	67
Encuest. 94	5	3	3	4	4	5	4	5	4	3	5	3	5	5	4	5	5	2	3	2	79
Encuest. 95	5	5	5	4	4	3	1	3	1	3	5	5	2	5	5	4	2	1	3	5	71
Encuest. 96	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	3	5	4	3	3	1	3	1	2	2	71
Encuest. 97	5	5	5	4	3	3	4	5	4	3	5	5	1	4	1	2	4	2	3	5	73
Encuest. 98	1	3	2	2	2	3	1	4	1	3	3	2	2	3	1	4	2	2	2	3	46

Encuest. 99	4	4	1	3	4	3	5	4	5	5	5	1	1	5	1	5	4	2	3	4	69
Encuest. 100	5	5	2	4	5	3	4	5	5	5	5	2	2	4	5	4	1	3	3	4	76
Encuest. 101	5	3	2	4	5	4	4	4	5	5	3	2	4	5	3	5	1	3	4	5	76
Encuest. 102	1	3	2	2	2	3	1	4	1	3	3	2	2	3	1	4	2	4	4	3	50
Encuest. 103	4	4	1	3	4	3	5	4	5	5	5	1	1	5	1	5	4	2	2	3	67
Encuest. 104	5	5	2	4	5	3	4	5	5	5	5	2	2	4	5	4	1	3	3	5	77
Encuest. 105	5	3	2	4	5	4	4	4	5	5	3	2	4	5	3	5	1	1	1	4	70
Encuest. 106	1	4	1	5	5	4	4	3	4	1	5	1	4	1	4	5	5	2	3	4	66
Encuest. 107	1	5	2	5	4	4	4	4	1	5	3	2	5	5	4	3	4	2	3	5	71
Encuest. 108	4	4	2	4	1	5	5	4	2	3	3	2	4	4	4	5	4	1	3	4	68
Encuest. 109	5	3	3	4	4	5	4	5	4	3	5	3	5	5	4	5	5	1	2	3	78
Encuest. 110	5	5	5	4	4	3	1	3	1	3	5	5	2	5	5	4	2	2	3	2	69
Encuest. 111	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	3	5	4	3	3	1	3	2	2	3	73
Encuest. 112	5	5	5	4	3	3	4	5	4	3	5	5	1	4	1	2	4	2	3	3	71

Calidad de servicio																					
	PREG.	PREG.	PREG.	PREG.	PREG.	PREG.	PREG.	PREG.	PREG.	PREG.	PREG.	PREG.	PREG.	PREG.	PREG.	PREG.	PREG.	PREG.	PREG.	PREG.	SUMA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
Encuest. 1	1	4	1	3	1	3	1	4	1	4	1	4	1	2	1	3	1	5	1	4	46
Encuest. 2	2	4	2	5	2	5	2	5	2	4	2	3	2	5	2	3	2	5	2	5	64
Encuest. 3	3	5	3	5	3	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	5	3	2	65
Encuest. 4	4	5	4	5	4	2	4	5	4	3	4	4	4	2	4	2	4	4	4	5	77
Encuest. 5	5	5	5	5	5	3	5	2	5	4	5	4	5	3	5	4	5	3	5	2	85
Encuest. 6	2	4	2	4	2	4	2	4	2	5	2	5	2	5	2	5	2	4	2	4	64
Encuest. 7	2	3	2	3	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	2	2	5	63
Encuest. 8	3	4	3	4	3	4	3	5	3	4	3	5	3	4	3	4	3	3	3	5	72
Encuest. 9	3	2	3	1	3	2	3	4	3	2	3	2	3	4	3	1	3	3	3	4	55
Encuest. 10	4	3	4	2	4	1	4	3	4	1	4	5	4	2	4	3	4	4	4	3	67
Encuest. 11	4	3	4	1	4	1	4	2	4	3	4	5	4	2	4	2	4	5	4	2	66
Encuest. 12	1	4	1	5	1	1	1	4	1	3	1	5	1	5	1	1	1	3	1	4	45
Encuest. 13	1	5	1	1	1	3	1	3	1	3	1	4	1	3	1	1	1	4	1	3	40
Encuest. 14	5	3	5	3	5	4	5	2	5	2	5	5	5	4	5	1	5	2	5	2	78
Encuest. 15	4	4	4	3	4	5	4	2	4	4	4	4	4	2	4	3	4	1	4	2	70
Encuest. 16	2	2	2	4	2	2	2	2	2	3	2	4	2	2	2	2	2	3	2	2	46
Encuest. 17	3	1	3	5	3	3	3	5	3	4	3	2	3	5	3	5	3	4	3	5	69
Encuest. 18	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	67
Encuest. 19	5	4	5	4	5	5	5	5	5	2	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	91
Encuest. 20	1	3	1	5	1	4	1	3	1	1	1	1	1	1	1	5	1	4	1	3	40
Encuest. 21	2	3	2	5	2	4	2	4	2	5	2	2	2	5	2	3	2	3	2	4	58
Encuest. 22	3	4	3	4	3	5	3	4	3	3	3	2	3	4	3	5	3	5	3	4	70
Encuest. 23	4	3	4	4	4	5	4	5	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	83
Encuest. 24	5	5	5	4	5	3	5	3	5	3	5	5	5	5	5	4	5	3	5	3	88
Encuest. 25	2	5	2	5	2	3	2	3	2	5	2	5	2	3	2	1	2	3	2	3	56
Encuest. 26	2	3	2	4	2	3	2	5	2	3	2	5	2	4	2	2	2	4	2	5	58
Encuest. 27	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	5	3	4	63
Encuest. 28	3	4	3	3	3	3	3	4	3	5	3	1	3	5	3	5	3	3	3	4	67
Encuest. 29	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	2	4	4	4	4	4	5	4	5	82
Encuest. 30	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	5	4	5	4	5	4	4	81

Encuest. 31	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	60
Encuest. 32	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	4	1	5	59
Encuest. 33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	98
Encuest. 34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
Encuest. 35	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	49
Encuest. 36	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	69
Encuest. 37	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	3	4	2	61
Encuest. 38	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	4	5	3	81
Encuest. 39	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	5	1	3	42
Encuest. 40	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	3	2	4	59
Encuest. 41	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	4	3	5	79
Encuest. 42	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	69
Encuest. 43	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	1	5	4	87
Encuest. 44	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	41
Encuest. 45	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	4	2	1	33
Encuest. 46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
Encuest. 47	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	69
Encuest. 48	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	71
Encuest. 49	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	70
Encuest. 50	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	5	1	4	51
Encuest. 51	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	5	1	3	42
Encuest. 52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	98
Encuest. 53	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	88
Encuest. 54	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	2	3	51
Encuest. 55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	62
Encuest. 56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	79
Encuest. 57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
Encuest. 58	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	5	1	3	42
Encuest. 59	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	70
Encuest. 60	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	4	3	5	79
Encuest. 61	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	88
Encuest. 62	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	90

Encuest. 63	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	49
Encuest. 64	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	3	2	4	59
Encuest. 65	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	51
Encuest. 66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	61
Encuest. 67	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	72
Encuest. 68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	79
Encuest. 69	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	4	1	5	59
Encuest. 70	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	2	1	3	39
Encuest. 71	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	1	5	4	87
Encuest. 72	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	3	4	2	61
Encuest. 73	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	4	2	1	33
Encuest. 74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
Encuest. 75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	79
Encuest. 76	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	4	5	3	81
Encuest. 77	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	40
Encuest. 78	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	5	2	4	61
Encuest. 79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	62
Encuest. 80	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	88
Encuest. 81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	98
Encuest. 82	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	2	3	51
Encuest. 83	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	5	2	3	52
Encuest. 84	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	69
Encuest. 85	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	80
Encuest. 86	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	72
Encuest. 87	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	90
Encuest. 88	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	4	1	5	59
Encuest. 89	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	3	1	5	58
Encuest. 90	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	90
Encuest. 91	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	69
Encuest. 92	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	3	2	4	59
Encuest. 93	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	51
Encuest. 94	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	71

Encuest. 95	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	5	5	3	82
Encuest. 96	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	3	1	4	49
Encuest. 97	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	4	2	5	69
Encuest. 98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	59
Encuest. 99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	77
Encuest. 100	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	3	5	2	71
Encuest. 101	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	4	2	1	33
Encuest. 102	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	50
Encuest. 103	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	69
Encuest. 104	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	61
Encuest. 105	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	70
Encuest. 106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	81
Encuest. 107	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	5	1	3	42
Encuest. 108	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	3	1	5	58
Encuest. 109	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	98
Encuest. 110	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	71
Encuest. 111	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	5	2	3	52
Encuest. 112	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	69
Encuest. 113	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	88
Encuest. 114	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	61
Encuest. 115	3	3	3	2	3	2	3	3	3	1	3	2	3	3	2	3	2	2	3	4	54
Encuest. 116	2	3	2	3	2	2	2	3	2	4	2	4	2	3	2	3	2	3	2	3	51
Encuest. 117	2	4	2	3	2	3	2	2	2	5	2	2	2	3	2	3	2	4	2	3	52
Encuest. 118	1	3	1	3	1	3	1	3	1	2	1	3	1	4	1	4	1	2	1	4	41
Encuest. 119	5	5	5	4	5	4	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	84
Encuest. 120	5	5	5	3	5	3	5	4	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	83
Encuest. 121	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	68
Encuest. 122	3	3	3	5	3	5	3	5	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	68
Encuest. 123	3	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	5	3	5	3	3	3	5	3	5	71
Encuest. 124	2	5	2	3	2	3	2	3	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	64
Encuest. 125	2	3	2	4	2	4	2	3	2	5	2	3	2	3	2	5	2	3	2	3	56
Encuest. 126	1	2	1	5	1	5	1	4	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	44

Encuest. 127	2	3	2	3	2	3	2	5	2	3	2	4	2	4	2	3	2	4	2	4	56
Encuest. 128	3	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	5	3	5	3	4	3	5	3	5	69
Encuest. 129	1	4	1	3	1	2	1	2	1	5	1	3	1	3	1	5	1	3	1	3	43
Encuest. 130	2	3	2	4	2	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	52
Encuest. 131	3	2	3	2	3	2	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	62

ANEXO 07: AUTORIZACIÓN



AUTORIZACIÓN DE LA ENTIDAD DONDE REALIZO EL TRABAJO DE CAMPO

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Tarapoto, 05 de Mayo del 2021

Señor : Lic. Segundo Jeremias Pinedo Guzmán
Tarapoto

De mi especial consideración:

Me dirijo cordialmente a usted para saludarlo y comunicarle la aceptación y autorización correspondiente para realizar las encuestas y demás procesos como parte del desarrollo de la investigación de su Maestría "**Clima organizacional y su relación con la calidad de servicio que brindan en el hotel Cumbaza - Tarapoto, año 2020**", información que será de suma importancia para nuestra organización.

Atentamente,

SEGNDO JEREMIAS PINEDO GUZMÁN
Lic. Segundo J. Pinedo Guzmán
ADMINISTRADOR

ANEXO 08: DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DE TESIS



ANEXO 3: DECLARACIÓN JURADA PLAN DE TESIS

DECLARACIÓN JURADA

Yo, SEGUNDO JEREMIAS PINEDO GUZMAN Egresado de la
Escuela de Posgrado, Programa MAESTRIA EN ADMINISTRACION
Y DIRECCION DE EMPRESAS
de la UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS - Filial Tarapoto, con código
N° 2011143793, identificado/a con DNI N° 43266488 Declaro
bajo juramento que:

1) Soy Autor/a del Plan de Tesis titulado:

"CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU RELACION CON
LA CALIDAD DE SERVICIO QUE BRINDAN
EN EL HOTEL CUMBAZA - TARPOTO, AÑO 2020

2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, el Plan de Tesis no ha sido plagiado ni total ni parcialmente.

De identificarse fraude (datos falsos), plagio (utilizar información sin citar autor/es), piratería (uso ilegal de información ajena) o de falsificación (presentar falsamente ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS.

Tarapoto, 24 de MAYO del 2021

Firma: [Firma manuscrita]

DNI: 43266488