



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**  
**PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DEL TRABAJO EN EQUIPO PARA MEJORAR LA  
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA TURISMO CAHUISE S.R.L., HUARAZ,  
2024**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR**

**GRANADOS SALAS, NOEMI LOIDA**  
**ORCID:0000-0001-5292-6073**

**ASESOR**

**LIMO VASQUEZ, MIGUEL ANGEL**  
**ORCID:0000-0002-7575-3571**

**CHIMBOTE-PERÚ**  
**2024**



**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN**

**ACTA N° 0178-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS**

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **15:00** horas del día **25** de **Junio** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE** Presidente  
**ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA** Miembro  
**CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS** Miembro  
**Mgtr. LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL** Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTA DE MEJORA DEL TRABAJO EN EQUIPO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA TURISMO CAHUISH S.R.L., HUARAZ, 2024**

**Presentada Por :**  
(1211182046) **GRANADOS SALAS NOEMI LOIDA**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **14**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciada en Administración**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE**  
Presidente

**ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA**  
Miembro

**CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS**  
Miembro

**Mgtr. LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL**  
Asesor



## CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: PROPUESTA DE MEJORA DEL TRABAJO EN EQUIPO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA TURISMO CAHUIISH S.R.L., HUARAZ, 2024 Del (de la) estudiante GRANADOS SALAS NOEMI LOIDA, asesorado por LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 22% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 13 de Julio del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman  
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

## **Dedicatoria**

Esta tesis está dedicada inicialmente a Dios por haberme brindado la oportunidad de contar con vida y salud, en segundo lugar, a mi familia ya que ellos me incitaron a seguir una formación profesional además de motivarme constantemente para alcanzar mis sueños y anhelos.

A mi madre que es mi motor, y fuerza cada mañana, por enseñarme a luchar por mis objetivos y estar siempre apoyándome, a mis hermanos por ser lo mejor que tengo en la vida.

## **Agradecimiento**

A todos los profesores de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote por brindarnos sus conocimientos y saberes lo cual atribuye en nuestra formación académica.

A la docente asesor Dr. Limo Vásquez Miguel Ángel, el cual en este presente ciclo académico me ayudó y guio en todo el camino, para así poder llegar a concluir y exponer mi presente tesis.

## Índice General

Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento .....	V
Índice general .....	VI
Lista de Tablas.....	VIII
Lista de Figuras .....	IX
Resumen .....	X
Abstracts .....	XI
I. Planteamiento del problema.....	1
II. Marco teórico.....	5
2.1 Antecedentes .....	5
2.2 Bases teóricas .....	18
2.3 Hipótesis.....	37
III. Metodología.....	38
3.1 Tipo, Nivel y Diseño de Investigación.....	38
3.2 Población.....	39
3.3 Operacionalización de variables.....	41
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	42
3.5 Metodos de analisis de datos .....	43
3.6 Aspectos éticos.....	44
IV. Resultados .....	46

V. Discusión .....	59
VI. Conclusiones .....	78
VII. Recomendaciones.....	80
Referencias bibliográficas .....	81
Anexos.....	93
Anexo 01. Matriz de consistencia .....	93
Anexo 02. Instrumento de recolección de información .....	94
Anexo 03. Ficha técnica de los instrumentos.....	98
Anexo 04. Formato de consentimiento informado.....	113

## Lista de Tablas

Tabla 1. Características de la complementariedad en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.....	46
Tabla 2. Características de la coordinación en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.....	48
Tabla 3. Características de la comunicación en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.....	50
Tabla 4. Características de la orientación al cliente de la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.....	52
Tabla 5. Características de la satisfacción del cliente de la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.....	54
Tabla 6. Propuesta de plan de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.....	56



## **Lista de Figuras**

Figura 1. Características de la complementariedad en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.....	47
Figura 2. Características de la coordinación en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.....	49
Figura 3. Características de la comunicación en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.....	51
Figura 4. Características de la orientación al cliente de la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.....	53
Figura 5. Características de la satisfacción del cliente de la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.....	55

## **Resumen**

La investigación titulada: Propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024. Tuvo como objetivo general: Establecer una mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024. La metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo de propuesta y de diseño no experimental transversal. Para el recojo de la información se utilizó una muestra de 15 trabajadores y 50 clientes, a quienes se les aplicó un cuestionario con 9 y 8 preguntas usando la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados, para la variable trabajo en equipo: El 56,67% respondieron que siempre se organizan equipos para realizar un adecuado servicio. El 56,67% de los trabajadores respondieron que siempre si hay buen clima laboral para el desempeño. Para la variable atención al cliente, se obtuvo: el 52% respondieron que siempre se informan sobre el servicio, el 60% respondieron que siempre es comunicativo al momento del servicio. Concluyendo que existe una relación significativa entre el trabajo en equipo, afecta de forma positiva a la atención al cliente. Así mismo, fue aplicado de manera correcta un sistema de trabajo en equipo que permitirá aumentar o disminuir la atención de calidad que ofrece la empresa de transporte, esto con las mejoras realizadas en complementariedad, coordinación, comunicación, orientación y satisfacción al cliente en la organización.

Palabras clave: atención al cliente, mype, trabajo en equipo, transporte

## **Abstract**

The research entitled: Proposal for the improvement of teamwork to improve customer service in the Cahuish Tourism Company S.R.L., Huaraz, 2024. Its general objective was: To establish an improvement in teamwork to improve customer service in the Cahuish Tourism Company S.R.L., Huaraz, 2024. The methodology was quantitative, descriptive level of proposal and cross-sectional non-experimental design. A sample of 15 workers and 50 customers was used to collect the information, to whom a questionnaire with 9 and 8 questions was applied using the survey technique, obtaining the following results, for the teamwork variable: 56.67% responded that teams are always organized to perform an adequate service. 56.67% of the workers responded that there is always a good work environment for performance. For the customer service variable, it was obtained: 52% responded that they are always informed about the service, 60% responded that they are always communicative at the time of service. Concluding that there is a significant relationship between teamwork, positively affects customer service. likewise, a teamwork system was correctly applied that will increase or decrease the quality service offered by the transport company, this with the improvements made in complementarity, coordination, communication, orientation and customer satisfaction in the organization.

Keywords: customer service, mype, teamwork, transportation

## **I. Planteamiento del problema.**

Las Mypes son fundamentales para la economía de los países, ya que nacen del emprendimiento de las personas con la finalidad de que tengan un empleo, y que después, en su etapa de crecimiento, producen más puestos de trabajo. Actualmente, el gobierno intenta dar apoyo y proteger a las organizaciones informales, las cuales poseen desventajas, como no contar con un sistema de atención al cliente de calidad y trabajo en equipo eficaz. (Ruero, 2021) infiere que en el Perú las empresas consideran que el trabajo en equipo es fundamental debido a que permitirá que los empleados tengan un mejor desenvolvimiento en sus tareas; generando una atención al cliente de calidad, pero esto no se consideró en por el gobierno, el cual no realiza campañas o conferencias referentes a estos temas para que las empresas interesadas puedan participar con el fin de mejorar esos aspectos.

En el Perú, las empresas que ofrecen servicios de transportes forman gran parte de la demanda en el país; estas son financiadas por capital propio o sociedades. (Ruero, 2021) infiere que un gran porcentaje de los clientes que acuden a este tipo de empresas que prestan servicios de transporte, manifiestan su molestia por la escasez de personal calificado, poco conocimiento sobre los servicios ofrecidos, escasa empatía por parte del personal, y diferentes motivos que generan insatisfacción y molestia en los clientes. Por este motivo es primordial mejorar la atención al cliente, y esto será fundamental con el apoyo de los gerentes de estas empresas, ya que ellos deben poner interés en poder mejorar el trabajo en equipo, debido a que pueda permitir potenciar el compromiso y la fidelización de los trabajadores con los objetivos de la empresa.

Actualmente, las empresas de transporte tienen poca importancia en generar en sus trabajadores conocimientos sobre el trabajo en equipo y la atención al cliente, así como los cambios que tienen en el tiempo. Los cuales, al no tenerlos en cuenta, no contó con un sistema de atención al cliente eficaz, generando que la satisfacción de necesidades de los clientes no se cumpla en su totalidad. Por otra parte, no poder implementar un correcto trabajo en equipo complica el cumplimiento de las metas propuestas, ya que, al no contar con equipos organizados, los objetivos no son claros. Forrellat (2020) refiere que en la actualidad se viene aplicando de forma creciente el trabajo en equipo en el sector transporte, ganando más importancia en el proceso de atención del servicio. Sin embargo, la aplicación de una atención de calidad en las empresas del sector no es fácil, debido a que se tiene que tener una logística adecuada que involucre a los empleados de la empresa. Esto se podrá llevar a cabo si se aplica correctamente el trabajo en equipo, el cual se aplica de forma

incorrecta en la empresa y no genera buenos resultados. Todo ello se genera por la inexperiencia de las organizaciones en este aspecto.

Por otra parte, en Europa, se crearon organizaciones que ayudan a las empresas a mejorar sus procesos (IPYME – CEPYME), esto con la finalidad de que las empresas puedan ofrecer servicios de calidad y tengan conocimiento sobre las estrategias necesarias para una buena administración. Sin embargo, los resultados que se muestran no son los esperados, debido a la mal aplicación del trabajo en equipo que no permite crear mejoras con respecto a la atención de servicio que brindan las empresas, generando que los turistas queden insatisfechos con muchos servicios brindados en el continente. (Villa, 2020)

Asimismo, en España, las empresas de transporte cuentan con problemas ligados al trabajo en equipo, debido a que no existe interés en mejorar este aspecto, lo cual viene generando insatisfacción en los empleados. Es por esto que el trabajo en equipo, la credibilidad de la gerencia, las buenas prácticas en RR.HH. y la igualdad laboral, son características que los españoles puntúan muy bajamente de los otros países europeos, los cuales refieren que dichas características son las que los empleadores deben ofrecer a los trabajadores de forma eficaz. Corchón (2019) infiere que esta problemática se viene dado por la falta de experiencia en trabajo en equipo por las gerencias y supervisores, ya que en España se consideró primero los intereses económicos que la comodidad de los trabajadores.

Por otra parte, en países asiático como Tailandia donde la calidad de intención en los servicios de transportes públicos son ineficientes, por la falta de apoyo del estado, no tienen mucha diferencia a las sector privado debido a la falta de un buen trabajo en equipo en las empresas, los cuales no consideran al personal como primer mercador en atender, por ende estos no comprenden que tienen que actuar con las indicaciones necesarias y en diferente ocasiones prestar servicios adicionales, es primordial para la población que el sistema de transporte público y privado mejore su calidad de atención con la aplicación de un buen equipo de trabajo, esto permitirá que los trabajadores tenga claro que funciones deberán cumplir en la organización, con la finalidad de mejorar la calidad de la atención en los servicios de transporte. (Teco, 2021)

De igual manera, el sector de transporte en América Latina es potencial en crecimiento, sin embargo, las empresas de este sector no tienen experiencia en implementar el trabajo en equipo, esto debido a que no existe una conexión entre los procesos empresariales y trabajadores con capacidades de liderazgo, esto se ve reflejado en la poca gestión de los grupos de trabajo, generando una falta de innovación y una mala atención al cliente, pues no

se tiene un servicio diferente a los de la competencia, esto es diferente a los países europeos, asiáticos y americanos, que en su mayoría sí toman importancia al trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente. (Muñoz y Mayor, 2021)

También en México, las empresas prestadoras de servicios de transportes cuentan con problemas relacionados con el trabajo en equipo y la atención al cliente, esto debido a la falta de importancia de las empresas en poder mejorar ese aspecto, puesto que no los consideran factores importantes. La Torre (2022) infiere que las empresas de transportes mexicanas no crean una buena cultura de servicios en la organización y tampoco una orientación adecuada a los servicios entre los trabajadores; sin embargo, es fundamental poder mantener con buena orientación a los servicios entre los colaboradores, para poder indicar al personal los nuevos servicios, los planes de atención. Esto permitirá que el personal esté consiente de lo que la empresa ofrece o planea ofrecer, permitiendo que puedan brindar un servicio con información más precisa.

Por otra parte, en Perú, las empresas médicas tienen una fuerte participación económica, estas son primordiales para la ciudadanía, ya que brindan un servicio importante, no obstante, estos vienen teniendo problemas relacionados con mal servicio ofrecido, lo cual puede ser generado por la falta de interés de los gerentes en el personal de salud, estos no son capacitados e informados oportunamente sobre las estrategias de la empresa y los resultados se pueden obtener de estas, los cuales son fundamentales para ofrecer servicios de calidad, es importante poder aplicar como estrategia empresarial el marketing interno, permitiendo que los trabajadores sean parte fundamental del servicio que se ofrecerá al cliente. (Bessone, 2019)

De manera continua se están haciendo cambios con la finalidad de hacer mejorar y que estas generen beneficios en las empresas del sector de transporte y sus trabajadores. Estas organizaciones poseen objetivos claros de los cuales el buen entorno laboral no es uno de ellos, esto generó una mala atención de calidad. En la empresa de transporte Cahuish se prioriza a los trabajadores y su ambiente laboral, sin embargo, no aplican estrategias de trabajos en equipos, por lo cual no se tiene apoyo por parte de sus empleados, por lo cual no se sienten valorados, satisfechos y reconocidos. Para Figueroa (2023) una problemática que afecta la atención al cliente en empresas del sector transporte es la desmotivación laboral, trayendo como consecuencia que la atención de calidad para los pasajeros no sea cumplida, trayendo malos resultados y generando una mala imagen para la organización. Por lo anterior planteado se propuso la siguiente interrogante: ¿Cuál es la propuesta de mejora del trabajo

en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024?, También se planteó enunciados específicos: ¿Cuáles son las características de la complementariedad del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024?, ¿Cuáles son las características de la coordinación del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024?, ¿Cuáles son las características de la comunicación del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024?, ¿Cuáles son las características de la orientación de la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024?, ¿Cuáles son las características de la satisfacción de la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024?, ¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024?

Por otro lado, se planteó el siguiente objetivo general: Establecer una propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024; asimismo, se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las características de la complementariedad del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024. Describir las características de la coordinación del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024. Describir las características de la comunicación del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024. Describir las características de la orientación de la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024. Describir las características de la satisfacción de la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024. Elaborar una propuesta de un plan de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.

La investigación se justificó de manera teórica ya que permitió analizar los resultados encontrados con el apoyo de los antecedentes y las bases teóricas, permitiendo que el estudio pueda tener un respaldo teórico siendo primordial para lograr el objetivo de la investigación. También tiene una justificación práctica, ya que permitió la resolución de los problemas encontrados para las variables de trabajo en equipo y atención al cliente, realizando una propuesta de mejora que permitió ayudar a la resolución de la problemática hallada. Finalmente, su justificación metodológica es porque la investigación propuso un nuevo método para generar conocimiento confiable y válido, y que pueda ser usado para futuros trabajos de investigación.

## II. Marco teórico

### 2.1. Antecedentes

#### Internacionales

##### Variable 1: Trabajo en equipo.

Amasifuen (2019) en su tesis para optar su maestría en Psicología Industrial de la Universidad Rafael Landívar, Guatemala titulada *Trabajo en equipo y Clima Organizacional*. Tuvo como objetivo determinar la relación del trabajo en equipo con el clima organizacional. El tipo de esta investigación fue tipo cuantitativo, de nivel descriptivo; de diseño no experimental. se trabajó con 30 colaboradores de una empresa de transporte de Quetzaltenango a través de un cuestionario con 28 interrogantes de opción Likert. Obtuvo los siguientes resultados; el 80% de los trabajadores manifestaron pertenecer al equipo que está comprometido a tener un buen desempeño, siendo indispensable y necesario la búsqueda del bienestar común, el 100% de los colaboradores trabajan de manera eficiente y enfocada en su grupo de trabajo, esto es apreciado como algo necesario e indispensable considerando que la única forma de lograrlo es con el apoyo mutuo. El 73% de los colaboradores respondieron recibir un trato justo y respetuoso de parte de sus jefes, pero ellos consideran que no deben dar motivos de que esto suceda, el 73% de los colaboradores sintieron la satisfacción de trabajar para su organización, señalan que es un trabajo digno y honrado, apreciando el trabajo que realizan en un ambiente agradable, en la pregunta si su jefe le brinda libertad de cumplir con su trabajo de la manera que usted considere el 87% acertó que sí, ya que realizaron sus tareas con confianza si no existe presión de por medio, en la pregunta si se consideran responsables sobre el trabajo que realizan el 97% respondió afirmativamente, ya que son contratados para ello y la responsabilidad será demostrada en las tareas encomendadas por la empresa, el 67% de los encuestados consideraron que existe una buena comunicación entre compañeros siendo indispensable el respeto y el buen trato en común para realizar sus actividades, respecto a la pregunta si recibieron de forma fluida y oportuna la información que requiere para realizar su trabajo el 67% de los colaboradores respondió que sí. En conclusión, es preciso que cada trabajador conozca claramente cuáles son sus objetivos a cumplir con la finalidad de generar un grado de autonomía que ayude a tomar decisiones dentro de su área de trabajo. Impulsar el trabajo en equipo por medio de capacitaciones con el único objetivo de buscar mejoras, lo que ayudará a cultivar un sentido de pertenencia y un clima organizacional saludable y confiable.



Valle (2019) en su tesis para optar al título de especialista en Alta Gerencia de la Universidad Militar Nueva Granada, Colombia. titulado *la Importancia del trabajo en equipo en las organizaciones actuales*, tuvo como objetivo general analizar los diferentes conceptos de Trabajo en Equipo y como se optimizan los resultados en las organizaciones generando procesos relacionales fortalecidos y que influyan en el rendimiento de las empresas. El tipo de la investigación fue cuantitativo-correlacional, de nivel descriptivo, de diseño no experimental. Usó como instrumento un cuestionario con 32 preguntas, dirigidas a 56 trabajadores del sector. Asimismo, se obtuvo que el 56% respondió que algunas veces los factores externos afectan directamente a la globalización, trayendo como consecuencia constantes cambios en tendencias mundiales. El 70% respondió que siempre los líderes deben estar instruidos y prevenidos con proyecciones más amplias, impidiendo que las empresas se vean afectadas negativamente. El 68% respondió que algunas veces se evidencia la suma importancia del trabajo en equipo, permitiendo ser más productivos, innovadores y transformadores. El 58% respondió que casi siempre una característica fundamental del trabajo en equipo es implantar espacios de creatividad e innovación, que admita la participación activa y dinámica de las personas, sin tener en cuenta los niveles jerárquicos, para así valorar sin distinción todas las opiniones aportadas, enfocadas al cumplimiento de los objetivos de la organización. En conclusión, el trabajo en equipo es una herramienta que nos permite llegar a conocer las capacidades, limitaciones, formas de pensar y de enfrentar diferentes situaciones empresariales, a cada uno de sus miembros quienes integran el equipo de trabajo basándose en la paciencia, la armonía, el respeto y la convivencia, de sacar provecho de una forma más eficiente de las ideas que aportan en grupo que individualmente.

Zavala (2021) en su tesis para maestría en gestión pública, en la Universidad de Málaga, España, titulada *Trabajo en equipo y su relación con la calidad de servicios de los trabajadores de Transportes Málaga, año 2019*. Tuvo como objetivo general, determinar la relación entre el trabajo en equipo y su relación con la calidad de servicios de los trabajadores de Transportes Málaga, año 2019. La población es de 120 trabajadores, la muestra fue de 92 probabilística, en las cuales se han empleado la variable: trabajo en equipo y calidad de servicios. El método de investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo. El estudio utilizó para su propósito el diseño no experimental de nivel correlacional de corte transversal, que recogió la información en un período específico, que se desarrolló al aplicar los instrumentos: Cuestionario trabajo en equipo, el cual estuvo constituido por 30 ítems en la escala de Likert (siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca, nunca) y para la calidad

de servicios. 30 ítems en la escala de Likert (siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca, nunca), a través de la evaluación de sus distintas dimensiones, que brindaron información acerca del trabajo en equipo y calidad de servicios, a través de la evaluación de sus distintas dimensiones, cuyos resultados se presentan gráfica y textualmente. También podemos observar que 10 trabajadores del trabajo en equipo favorable han logrado la calidad de servicios. El 51% muy favorable hizo lo propio, el 37% de los trabajadores percibe un nivel regular de la calidad de servicio, el 65% de los trabajadores percibe un nivel de buena calidad de servicio, el 52% de los trabajadores percibe un nivel de buena calidad de servicio. Asimismo, la cultura organizacional está en un nivel muy favorable. El estudio concluye que existen evidencias para afirmar que el trabajo en equipo se relaciona con la calidad de servicios de los trabajadores de Transportes Málaga, año 2019. La intervención fortalece la estructura jerárquica mediante los modelos, basándose en la cohesión en los grupos, a través de la innovación y las relaciones interpersonales para afianzar las condiciones a la comunidad de brindar servicios confiables, siendo el objetivo que se pretende incursionar.

### **Variable 2. Atención al cliente**

Izquierdo (2020) en su tesis para obtener la maestría en administración hotelera en la Universidad Nacional-Sede Palmira, Colombia, titulada *Diagnóstico de la Atención al cliente y gestión de calidad en las empresas de transportes en Palmira (Valle)*, tuvo como objetivo principal conocer la percepción sobre la atención al cliente y gestión de calidad que tienen los trabajadores en las empresas de transportes en Palmira. La investigación fue de carácter cualitativo y cuantitativo con un estudio descriptivo de corte transversal. Para el recojo de información se utilizó una población de 57 trabajadores. Se utilizó la técnica de la encuesta y un cuestionario como instrumento con 28 preguntas. En cuanto a los resultados encontrados: El 86% afirmó tener una buena percepción de los locales de transportes de la ciudad de Palmira. El 78% concordó que el clima organizacional genera que la productividad mejore. El 57% asume que la gestión de calidad se vio afectada positivamente. El 67% afirmaron que el nivel de relaciones interpersonales en las empresas es bueno. El 73% afirmaron que el estilo de dirección en el hotel es bueno. El 61% respondió que el sentido de pertenencia hacia el hotel es bueno. El 90% afirmó que la retribución que reciben por parte de la organización es considerado muy buena como elemento del clima organizacional. Se concluyó que la percepción que tienen los empleados sobre el clima organizacional en los locales de transportes ofrece un panorama positivo hacia su entorno, toda vez que incide en la conducta de los empleados, haciendo que haya una percepción igualmente positiva en

los visitantes y clientes. Se espera que los resultados de esta investigación sean un aporte sustancial para las empresas de transportes en Palmira, ya que tener un buen clima laboral y un personal satisfecho posibilita tener un personal altamente motivado, comprometido y productivo, lo cual conlleva a un mejor desempeño de las personas, aportando así al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la organización hotelera, que permita proyectar confiabilidad y estabilidad hacia el exterior de los hoteles.

Morán (2019) en su tesis para obtener el Bachiller en ciencia contable en la Universidad Rafael Landívar, Guatemala titulada *Atención al cliente para la mejora del proceso de gestión de calidad en el personal de una empresa de transportes ubicada en Santa Cruz Río Hondo de departamento de Zacapa*. Tuvo como objetivo general, conocer la percepción de la atención al cliente para la mejora de la gestión de Calidad de personal de dicho local, y con ello conocer los niveles de satisfacción o bien insatisfacción existente. Para el recojo de información se utilizó como muestra a los 21 colaboradores de una empresa de transportes. Se utilizó un cuestionario que contenía 22 preguntas de escala de Likert, obteniendo los siguientes resultados: El 75% se afirmó que conocían la satisfacción del personal. El 57% se sienten satisfechos dentro de su puesto de trabajo. El 67% de los colaboradores se sienten satisfechos con su trabajo, y el hotel cubre sus necesidades básicas y el trabajo lo consideran muy importante. El 69% afirma que el clima organizacional mejora los procesos de gestión de calidad. El 59% afirmó que pueden emitir su punto de vista sin temor, que las reuniones son de utilidad y, por último, el trabajar en equipo. El 89% casi siempre existe respeto y comprensión en el desarrollo del trabajo y la satisfacción con los compañeros. El 72% afirma que no se realizan actividades de motivación que fomentan las relaciones entre empleados, la retribución no la consideran justa, lo que si fue calificado como siempre es que los sueldos son pagados puntualmente. Se concluyó que la percepción del clima organizacional del personal del hotel objeto de estudio es favorable, ya que la opinión que tienen los empleados sobre cada uno de los indicadores estudiados al ser promediado son positivos, no así a la hora de ponderar indicador por indicador. Se recomienda evaluar periódicamente el clima del hotel con el fin de mejorar los indicadores desfavorables y reforzar otros y con ello sea calificado como muy favorable.

Parra (2020) en su tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Marketing, en la Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia, titulada *Impacto de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en las empresas de transportes en el canal tradicional de la ciudad de la Paz en el año 2021*. Tuvo como

objetivo general, determinar la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en las empresas de transportes en el canal tradicional de la ciudad de Puno en el año 2021. Con respecto a la metodología, es de tipo cuantitativo, el nivel de la investigación es descriptivo y el diseño de investigación no experimental - transversal. La muestra estuvo conformada por 5 empresas de transportes que comprenden a la ciudad de Puno. Continuando con la recolección de datos, se asignó utilizar la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, constituido por 24 ítems, adecuándose al área correspondiente de la unidad de análisis a investigar, obteniendo como resultados que un 76% afirman que hay una relación entre la gestión de calidad y el desempeño organizacional, un 65% afirma que enfocarse en implementar la gestión de calidad en los procesos permite cumplir con los requisitos del cliente interno y externo, además la gestión de calidad sirve como soporte para el desarrollo de la empresa. un 56% respondió que las relaciones con los colaboradores tienen un rol importante en el crecimiento de la organización, asimismo el 91% considera que la comunicación es un factor fundamental para realizar sus labores, el 82% de los trabajadores se sienten con la capacidad de adoptar diferentes roles. En conclusión, han permitido establecer que, en efecto, la aplicación del enfoque de la gestión por procesos en una institución educativa de carácter público permite mejorar la calidad de la gestión.

### **Nacionales**

#### **Variable 1: Trabaja en equipo**

Nizama (2019) en su tesis para maestría en Pontificia Universidad Católica del Perú Escuela de Graduados, Perú, en su tesis titulada *El trabajo en equipo en las decisiones organizativas, un estudio de casos en la empresa de Transporte Chávez, 2018*. Tuvo como objetivo, describir las características del fenómeno organizativo en el sistema del transporte para desarrollar una mejor comprensión del equipo de trabajo y sus dinámicas de interacción. La investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, de diseño transversal, se aplicó a una población de 80 trabajadores un cuestionario con 30 ítems, Se obtuvo como resultado que un 76% respondieron que casi siempre se considera que este proceso se desarrolla de manera funcional, teóricamente horizontal, puesto que se respeta la jerarquía. Un 80% respondió que algunas veces las responsabilidades en este entorno se distribuyen de acuerdo a las habilidades de cada miembro, con excepciones peculiares en lo que respecta a la enseñanza de los nuevos trabajadores, un 67% respondió que siempre se concibe como una gestión coherente a las características de las empresas de transportes y enfocada a los objetivos de la organización. Un 78% respondió que casi siempre se encuentra caracterizada

en la combinación de elementos reproductivos de los procesos jerárquicos con la complejidad de estructuras de resistencia producto de la disfuncionalidad de un modelo de rutinas defensivas. En conclusión, el método utilizado de cada uno de los aspectos analizados se interrelaciona entre sí perfilando la descripción del funcionamiento interno de los equipos de trabajo en toma de decisiones.

García et al (2019) en su tesis para optar al grado de licenciado en administración de la Universidad San Martín de Porres, Perú, titulado *Influencia del trabajo en equipo en la adaptación entornos laborales cambiantes: Caso Móvil Bus, Perú*, fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño transversal. Los resultados obtenidos de la encuesta de 20 preguntas a 22 trabajadores fueron las siguientes; el 86% de los encuestados son varones en el área de facturación, el 81% manifestó que trabajar en equipo es indispensable para desarrollar sus funciones, el 63% se siente satisfecho del trabajo en equipo de su área, por otro lado el 59% de los trabajadores mencionan que reciben ayuda de sus compañeros cuando realizan sus labores, asimismo el 91% considera que la comunicación es un factor fundamental para realizar sus labores, el 82% de los trabajadores se sienten con la capacidad de adoptar diferentes roles, por otro lado el 86% de los trabajadores frecuentemente comparten información con sus compañeros, el 81% de los trabajadores perciben buenas relaciones interpersonales, el 68% de los trabajadores perciben una buena cooperación por parte de sus jefes, el 64% de trabajadores realizan actividades de integración con poca frecuencia en su área de trabajo. En conclusión, vemos así que invertir en capacitaciones dirigidas a los jefes de áreas en el desarrollo del liderazgo y manejo de los equipos es primordial, así como cursos de coaching empresarial, permitiendo a los jefes intervenir como facilitadores, orientando a los trabajadores a encontrar soluciones a los problemas que puedan presentarse.

León et al (2019) en su tesis para optar el Grado Académico de Licenciada en Psicología Industrial, en la Universidad Cesar Vallejo, Perú, titulado *Trabajo en Equipo y Satisfacción Laboral de los trabajadores de Transporte CIVA*. Tuvo como objetivo general determinar la influencia del trabajo en equipo en la satisfacción laboral de los trabajadores de la organización en referencia, para lo cual se estableció una aproximación metodológica de la investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental transversal y correlacional, teniendo como propósito encontrar la relación entre las variables en estudio. La población para la investigación estuvo conformada por los trabajadores de Transporte CIVA, la muestra conformada por 132 trabajadores del referido proyecto. para la obtención de la información se elaboró una herramienta cuantitativa de acuerdo a la escala de Likert,

la misma que pasó por la validación por juicio de expertos, así como el nivel de fiabilidad a través del coeficiente de Alfa de Cronbach. En cuanto a los resultados de la encuesta realizada a 25 trabajadores se obtuvo que el 86% son de género masculino entre edades de 23 a 30 años, el 35% con estudios en los 3 primeros años de universidad, en la pregunta si considera a sus compañeros como un equipo de trabajo el 96% menciono que sí; respecto usted se siente identificado con el equipo de trabajo el 100% confirmo que si, en la pregunta si ha recibido la retroalimentación de desempeño en los últimos 2 meses el 100% indico que sí; en cuanto a si se sienten valorado en el puesto de trabajo que ocupan el 84% menciono afirmativamente demostrado que tienen buenas relaciones interpersonales y condiciones de trabajo favorables; acerca de poseer una buena relación con sus compañeros de trabajo el 100% menciono que sí; el 68% afirma haber recibido un reconocimiento por realizar bien su trabajo. En conclusión, el equipo de trabajo desarrolla un sentido de pertenencia hacia la empresa, provocando una satisfacción laboral con deseos de permanecer por mucho tiempo dentro de la organización.

### **Variable 2. Atención al cliente**

Balabarca (2021) en su tesis para optar el título en licenciado en administración presentado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, con título *La gestión de calidad en la Atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro-servicio empresas de transportes en la ciudad de Huaraz, 2018*. Tuvo como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad en la Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro y servicio empresas de transportes en la ciudad de Huaraz, 2018. El diseño de la investigación fue no experimental - transversal de nivel descriptivo- aplicativo y tipo cuantitativo. Para el recojo de información se utilizó una población de 36 hoteles y la muestra fue de 72 trabajadores, la técnica es encuesta y el instrumento utilizado es el cuestionario. Los resultados en esta investigación muestran que, el 58,3% mencionan que el personal que se encarga de administrar sus empresas es de género femenino, el 38,9% indican que el tiempo de permanencia de las MYPES en rubro está entre 7 a 10 años y el 50,0% cuentan con una estructura organizativa. El 52,8% indican que la forma que evalúan a sus colaboradores para ver si están cumpliendo o no con las tareas encomendadas es de acuerdo a la autoevaluación. el 58,3% creen que puede lograr la satisfacción de sus colaboradores brindándoles la confianza. El 38,9% responden que la técnica que utilizan para motivar a su personal, la cual influye en su desempeño laboral, es el ambiente de trabajo óptimo. El 47,2% responde que

muy pocas veces han tomado riesgos para superar a la competencia a pesar de que el tomar riesgos es bueno. Se concluyo que no todos cuentan con una estructura organizativa, los colaboradores se autoevalúan para determinar si están realizando bien o no la labor que se les está encomendando, y por último se concluye mencionando que solo algunos de sus colaboradores se sienten identificados con la empresa.

Benites (2020) en su tesis para optar el título en licenciado en administración presentado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, titulada *Gestión de calidad con el uso de la Atención al cliente en las micros y pequeñas empresas, rubro transporte en la ciudad de Huaraz, 2019*. Tuvo como objetivo principal describir las principales características de la gestión de calidad con el uso de la Atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del rubro transporte de la ciudad de Huaraz, 2018. La metodología fue cuantitativa, descriptiva, no experimental – transversal. Se utilizó la técnica de la encuesta, el instrumento, del cuestionario en escala nominal, contó con 30 preguntas. Se utilizó a los 81 trabajadores de las organizaciones en dicho rubro. Como resultados tenemos que el 91,4% de los trabajadores manifestaron tener edad entre 31 y 50 años; el 49,4% señalaron que el rendimiento de los colaboradores es evaluado mediante la observación; el 63,0% de los trabajadores mencionaron que en la empresa miden el clima laboral mediante el buen desempeño de sus colaboradores. El 58% de los trabajadores mencionan que el desempeño es fundamental para un buen clima laboral. 63, 77% de los trabajadores mencionan que la integración de los colaboradores va a permitir que exista un mejor orden en la empresa. 64,8% de los trabajadores manifiestan que casi siempre tienen en cuenta sus opiniones. el 70% de los trabajadores manifiesta que los incentivos que les dan por su buen desempeño son generando descansos. el 63% manifiestan que evalúan su rendimiento mediante las observaciones. el 37% mencionó que brindar un servicio de calidad es necesario poder brindar una buena atención al cliente. El 75,3% comentaron que la empresa implementa su plan de mejora mediante las capacitaciones. Dentro de las conclusiones en el rubro hotelero se evidencia que en su mayoría no existe un buen clima laboral ya que los trabajadores realizan sus actividades individualmente sin tener en cuenta los objetivos de la empresa; asimismo, no existe una buena gestión porque no miden el desempeño mediante una evaluación, solo mediante la observación y no es lo correcto.

Márquez (2023) en su tesis para optar el título en licenciado en administración presentado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote , Perú , titulada *Propuesta de mejora de la Gestión de la Calidad para la Atención al cliente en la micro y pequeña*

*empresa rubro de transporte, Sol y Luna, distrito Amarilis, 2023*, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la propuesta de mejora de la gestión de la calidad para la Atención al cliente en la Micro y pequeña empresa rubro de transporte, Sol y Luna Distrito Amarilis, 2023. Asimismo, la metodología fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo y diseño transversal no experimental. La población y la muestra estuvo representada por 3 personas: el dueño y 2 administrativos, que toman decisiones sobre la gestión de la calidad y el clima laboral. La técnica fue la encuesta e instrumento; el cuestionario conformado de 18 ítems en escala Likert. Los principales resultados fueron: Los representantes tienen la edad entre 18 – 28 y son de género masculino; asimismo tienen el grado de instrucción universitario y el cargo que la mayoría desempeña es de administrador con un tiempo de 0 – 2 años en el cargo. La Mypes tiene una permanencia de 4 – 6 años, la cantidad de trabajadores es de 4 – 6, el vínculo de los trabajadores con el dueño es; no familiar y el objetivo de la empresa es generar ganancias. El 66.70% de los representantes manifiesta que algunas veces se identifican los problemas laborales. El 66.70% muy pocas veces se planteó soluciones y estrategias para mejorar el clima laboral. El 66.70% algunas veces se determina acciones para solucionar los problemas en el menor tiempo. El 66.70% casi siempre emplea el trabajo coordinado. El 66.70% muy pocas veces los trabajos se realizan con base en objetivos y metas. Por lo que se concluye, que la gestión de calidad en el Mypes rubro hostel Sol y Luna es deficiente, debido a la falta de implementación de programas y estrategias para mejorar el clima laboral.

## **Regionales**

### **Variable 1: Trabajo en equipo**

Carpio (2022) en su tesis para optar el título de Licenciado en ciencias Administración y Gestión de Empresas, en la Universidad Tecnológica del Perú, Perú, titulada *Trabajo en equipo y Desempeño laboral en los colaboradores operativos de la empresa TRANSMAR S.A., sede Pucallpa – Ucayali, 2021*. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal determinar qué relación existe entre el clima organizacional y el desempeño laboral en los colaboradores operativos de la empresa TRANSMAR S.A., sede Pucallpa – Ucayali, 2021. La metodología de la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, de corte transversal, con un cuestionario compuesto por 24 preguntas dirigidas a 20 trabajadores. Se obtuvo que un 68% respondió que la coordinación entre los colaboradores y la alta dirección permitirá mejorar la secuencia de procesos, dando mejores resultados para la empresa, también que un 59% afirman que una buena relación con los proveedores promueve un



trabajo colaborativo para poder reducir tiempos de entrega y costos, generando beneficios para la compañía. El 81% manifestó que trabajar en equipo es indispensable para desarrollar sus funciones, el 63% se siente satisfecho del trabajo en equipo de su área. En conclusión, el trabajo en equipo debe medir todos los factores del desempeño y satisfacción de los colaboradores en una organización. Por otra parte, en las bases teóricas se citó a diversos autores, para fundamentar conceptos y definiciones acerca de las variables trabajo en equipo y desempeño laboral. Se pone énfasis en que este trabajo de investigación es un aporte para la empresa TRANSMAR S.A. y también para otras empresas que se desempeñan en similar rubro.

Maldonado (2021) en su tesis para optar el título de licenciado en administración presentado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, titulado *Desarrollo del Trabajo en equipo en la micro y pequeña empresa Transporte selva S.A., Callería*. Tuvo como objetivo general determinar el desarrollo del Trabajo en equipo en la micro y pequeña empresa Transporte selva S.A. del distrito de Callería, Pucallpa, 2019. Se justificó en la importancia de mejorar los aspectos relacionados con el desarrollo del clima laboral en la microempresa en estudio. La metodología fue del tipo cuantitativa, nivel descriptivo y de diseño no experimental, transversal, descriptiva. Con la aplicación de un cuestionario de 17 preguntas, se entrevistó a los quince colaboradores que constituyen el 100,0% de la población: el 53% están en el rango de edad de 26 a 50 años. Respecto a la variable clima laboral, esta se estudió en relación a sus dimensiones: comunicación interpersonal, donde el 60% de los empleados siempre cumple con el proceso de mejora continua; autonomía para las decisiones de los trabajadores, donde el 73% asegura que el jefe siempre se interesa por sus éxitos y motivación, donde un 67% siempre siente compromiso con su trabajo. Finalmente, se concluyó que se mantiene un ambiente grato que favorece el buen desempeño, gracias a que la gerencia ha logrado identificar y atender los aspectos que son atributos de valor de los trabajadores.

Vásquez (2020) en su tesis para obtener el título profesional de Ingeniero Industrial, en la universidad, Universidad de Ucayali, Perú, titulada *Análisis y Propuesta de mejora de procesos en los Servicios Transporte Terrestre Regional* tuvo como objetivo general implementar mejoras en los procesos de Rampa en una empresa que brinda Servicios de Transporte terrestre. Tuvo una metodología de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño transversal. Para la recolección de información se hizo uso de un cuestionario con 30 preguntas dirigidas a 50 trabajadores. Se obtuvo como resultado que un 76% respondió que

casi siempre las líneas aéreas cobran penalidades por retrasos en la salida de sus vuelos, generando un costo a la empresa y una mala imagen hacia sus clientes. Un 80% afirmó que la empresa atraviesa una fuerte problemática en la gestión de sus procesos, un 78% respondió que casi siempre se encuentra en el proceso de estiba y desestiba de equipajes, por lo cual se decidió realizar una simulación añadiendo 1 operador al proceso y analizar el impacto que tiene esta asignación de recurso en los tiempos de operación, se logró obtener un ahorro del 27.81% en tiempos en el sistema y una mejora de 14.67% en los indicadores de cumplimiento de equipajes. Para la segunda mejora, se logrará un ahorro del 20% el primer año, y este ahorro se incrementará a razón de 5%, hasta lograr el 30%; esto se logró instaurando las mejores propuestas que implicaron en ahorros en tiempo y con ello de penalidades. Por último, al realizar la evaluación económica de cada propuesta, se concluye que es mejor unir ambas propuestas, ya que con ello se logrará una rentabilidad del 40.19% para 3 años y un VAN de S/. 139,155.6.

#### **Variable 2. Atención al cliente**

Mejía (2021) en su tesis para optar el título en licenciado en administración presentado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, con el nombre de *Gestión de calidad en la Atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del rubro Transportes en la ciudad de Pucallpa, Ucayali, 2018*, tuvo el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en la Atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del rubro transporte en la ciudad de Pucallpa, 2018. La investigación fue cuantitativa, descriptiva, no experimental – transversal. Para el recojo de información se utilizó una población y muestra censal de 87 trabajadores de las micro y pequeñas empresas del rubro. Se utilizó como instrumento el cuestionario, la técnica fue la encuesta con 32 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: el 33,33% manifestó que casi siempre identifican los problemas o actividades para mejorar los servicios; el 41,38% siempre realizan y aplican un plan de mejora; el 47,13% indicó que brindan autonomía en el trabajo y el 48,28% señaló que utilizan los incentivos como medio de reconocimiento. El 63,22% indicaron que siempre se apoyan entre sí, pero cada uno asume la responsabilidad de sus acciones. El 47,13% siempre promueven que se sientan libres de desarrollar sus actividades de manera independiente. El 51,72% indicaron que siempre establecen los procedimientos, los recursos y el rol que desarrolla cada colaborador en el trabajo. El 51,72% señaló sobre el indicador estándares que siempre promueven un sistema de trabajo de acuerdo a la misión y visión de la empresa. El 48,28% siempre se utilizó las recompensas para mejorar los niveles

de desempeño de los colaboradores. Como conclusiones, se manifestó que existen limitaciones en la gestión de calidad en el clima organizacional, debido a que la totalidad de trabajadores afirmaron que brinda autonomía a los colaboradores para identificar continuamente las deficiencias en el servicio brindado.

Panduro (2019) en su tesis para optar el título en licenciado en administración presentado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, titulada *Gestión de calidad y Atención al cliente en las mypes del sector servicio, rubro transporte, Región Ucayali, año 2019*. Tuvo como objetivo general diagnosticar si las mypes del sector servicio, rubro transporte de la región Ucayali año 2019, aplican gestión de calidad y atención al cliente. La metodología fue de nivel descriptivo con un diseño transversal-no experimental-descriptivo, para el recojo de información se utilizó una población de 17 trabajadores de mypes del sector, y se tomó el 100% de la muestra. Se utilizó como instrumento un cuestionario de 18 preguntas dirigidas a las mypes de los hoteles ecológicos. Donde se obtuvieron los siguientes resultados: El 76% afirmaron que las empresas están posicionadas más de 10 años en el mercado teniendo un nombre establecido. El 86% difunde su misión, visión y gracias a ello se sabe cuáles son sus objetivos, cómo lo hará y qué quiere lograr con ello. El 98% afirmó que gestionan su negocio bajo la filosofía de mejora continua, conociendo el proceso y modernizándose, cumpliendo sus objetivos trazados y proyecciones a futuro. El 43% de microempresas capacitan a su personal 2 veces al año. El 86% de los empresarios da su opinión con respecto al proceso administrativo y si es eficaz. El 71% de las microempresas tuvieron dificultades en su etapa de crecimiento. 57% de microempresas organizan a su personal mediante áreas. El 71% de las microempresas cuentan con un organigrama. Se concluyó que los procesos administrativos cumplen a cabalidad la planeación, gracias a ello reducirán riesgos haciéndolo factible y permanente en el mercado, organizando al personal mediante áreas funcionales que desarrollaron actividades propias que ayudarán a alcanzar los objetivos y metas trazadas. La mayoría de ellos siempre tienen dificultades en su etapa de crecimiento ya que luchan por la supervivencia en el mercado, buscando siempre el éxito y, por ende, el posicionamiento.

Pumachara (2020) en su tesis para optar el título en licenciado en administración presentado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, con el título *Influencia del Atención al cliente en la percepción de la calidad de los servicios ofrecidos por el local transporte Fundador, Callería – 2019*, cuyo objetivo fue determinar la influencia de la Atención al cliente en la percepción de los servicios ofrecidos. La investigación fue de

enfoque cuantitativo, según el alcance de la investigación es descriptivo-explicativo y el diseño es no-experimental de corte transversal, para determinar la población; la muestra no probabilística se tomó a todos los colaboradores del hotel que hacen de 15 personas a quienes se les aplicó una encuesta estructurada con preguntas cerradas, los cuales lo más resaltante fue que el 40.2% de los colaboradores perciben que su jefe inmediato superior se preocupa por crear un ambiente laboral agradable, así mismo se puede observar que el 56.6% está totalmente en desacuerdo con la comunicación, el 61.7% se encuentran desmotivados, también el 60.0 % de los colaboradores de la empresa de transporte se les permite resolver y dar soluciones a problemas surgidos en su campo laboral, y el 13,33 % de los colaboradores están totalmente en desacuerdo con la estructura organizativa, se concluye mencionando que según los resultados obtenidos en relación a la variable clima organizacional muestra que el potencial humano del hotel se encuentra en un nivel regular debido a que los colaboradores del hotel no perciben un clima laboral adecuado, no se tiene las herramientas necesarias ni el espacio adecuado para desarrollar las labores encomendada y tampoco se sienten motivados en su totalidad.

## **2.2. Bases teóricas**

### **Variables 1: Trabajo en equipo**

Ramos (2021) infiere que es una técnica utilizada frecuentemente en las organizaciones con la finalidad de generar un clima laboral bueno entre los colaboradores. Es esencial que los equipos de trabajo cuenten con líderes competentes que le ayuden a lograr los objetivos del equipo logrando mayores resultados, y generando mejor imagen de la empresa en el mercado.

Mendoza y Águila (2020) comunican que el trabajo en equipo es un proceso en el que los miembros de un grupo comprenden y se responsabilizan de las metas propuestas para lograr los intereses de la organización. Esto conduce a una falta de energía para todos los involucrados en el proceso, generando que los objetivos no puedan lograrse en su totalidad.

Paneflek y Yineth (2019) refieren que un equipo es un grupo de personas que trabajan y cooperan para lograr un objetivo común, los líderes de un equipo de atención al cliente y sus trabajadores. El trabajo en equipo tiene como base la noción obsoleta de que las organizaciones deben mantener un control y responsabilidad en cambios constantes.

Asimismo, Salazar et al. (2020), dicen que el grupo de trabajo esté diseñado para alcanzar las metas propuestas con el apoyo y orientación del gerente. Los gerentes asignan tareas a cada miembro del grupo y son responsables de completar con éxito las tareas en beneficio de la empresa; así mismo, esto permitirá que el desarrollo de los empleados aumente siempre en favor de la organización.

equipo.

**Importancia:** El trabajo en equipo mejora las habilidades sociales de todos, aumenta la motivación y la creatividad y ayuda a alcanzar objetivos. En el mercado laboral, el trabajo en equipo es una habilidad muy valorada y una de las cualidades que más necesitan las empresas. La gestión de equipos (e individuos) es fundamental para cualquier empresa porque el capital humano representa la mayor ventaja competitiva de cualquier empresa. Los recursos humanos deben fomentar la cohesión, la comunicación y la colaboración entre los diferentes miembros de la organización para mejorar la productividad y el desempeño laboral.

**Características:** La gestión de equipos (e individuos) es fundamental para cualquier empresa porque el capital humano representa la mayor ventaja competitiva de cualquier empresa. Los recursos humanos deben fomentar la cohesión, la comunicación y la colaboración entre los diferentes miembros de la organización para mejorar la productividad

y el desempeño laboral

Ventajas: trabajar en equipo nos permite compartir los conocimientos y habilidades. Fomenta la comunicación eficaz, el trabajo en equipo mejora la lluvia de ideas; donde se pueden compartir ideas y el punto de vista. El trabajo en equipo nos fomenta un objetivo común que se debe contar con un objetivo del proyecto. Ayuda a alinear los entregables y a garantizar que se cumplan los objetivos. El trabajo en equipo motiva a los equipos de alto rendimiento. El trabajo en equipo desarrolla las fortalezas individuales. El trabajo en equipo genera eficiencia en todos los proyectos.

### **Dimensiones 1: Complementariedad**

Niebles et al (2019) infieren que una empresa con complementariedad tiene diferentes atributos para los grupos de trabajo, debido a que es fundamental para que los integrantes de los equipos trabajen juntos para lograr objetivos comunes que permitan el desarrollo y la producción del producto, la fabricación y las ventas del producto. Los equipos naturalmente trabajan juntos para completar tareas porque su complementariedad los convierte en un equipo más organizado.

Morocho (2019) comunican que es fundamental conocer las capacidades de cada participante, para generar grupos de trabajo extras que podrían realizar tareas que otros equipos no podrían realizar por sí solos. En ese aspecto, las habilidades personales y la capacidad académica son muy importantes, sin embargo, la experiencia personal, el temperamento y la formación adicional son muy importantes. Aprovechar altamente las capacidades de los integrantes del equipo, genera eficiencia logrando buenos resultados.

Moreno (2019) infiere que la complementariedad se basa en que los miembros del grupo tengan capacidades y conocimientos que permitan satisfacer la necesidad que posea el cliente. Es fundamental mejorar las experiencias del personal para tener mejores resultados. Por eso, es fundamental crear equipos de trabajo con altas cantidades de talentos. Conocer con anticipación todo harán que las actividades sean más fáciles, puede que coordinar sea complicado, pero crear equipo de trabajo con diferentes capacidades podría ayudar, trayendo mejores resultados.

Para la complementariedad es fundamental que los integrantes del equipo tengan capacidades y aptitudes diferentes para cumplir las demandas de los clientes. El aprendizaje y la vivencia personal y laboral de cada integrante contribuyen a mejorar los resultados de la colaboración. Por esta razón, es fundamental establecer su equipo con integrantes complementarios en el menor tiempo que sea posible. Conocer todo con anticipación te

ayudará a la planificación de las tareas. A medida que la coordinación se vuelve más complicada, formar grupos de individuos de diversos orígenes sigue siendo una solución adecuada.

### **Indicador: Conocimientos**

Pastor (2020) comenta que los conocimientos se refieren a la capacidad de comunicar los propios pensamientos, sentimientos y opiniones. También se refiere a la capacidad de aceptar con confianza las opiniones y críticas del entorno, estas capacidades son aprendidas y los individuos que te rodean son una parte importante de aprender, debido a que cuanto más practiques tus habilidades sociales, serán mejoras utilizadas.

Menna (2020) comunica que el conocimiento también puede considerarse una actividad que contribuye a las relaciones interpersonales, ya que su construcción y comunicación eficiente es importante para ayudar a promover un ambiente de trabajo adecuado dentro de una organización, en la mayoría de los casos, estos conocimientos se adquieren mediante el aprendizaje y la experiencia.

El conocimiento es las teorías, conceptos y prácticas que la humanidad ha adquirido en diversos campos del conocimiento. Esta investigación se basa en la sociedad global y los conocimientos adquiridos y verificados por ella. De manera similar, los estudiantes también producen conocimiento. (Rojas y Valencia, 2020).

El conocimiento es considerado como resultado de la actividad constante del mundo. Esto requiere un conocimiento general que se estructura en un conocimiento de individuos, objetos o ideas. El conocimiento es la conexión entre un objeto conocido (que puede ser conocido) y un sujeto que es capaz de comprender. La investigación científica examina la esencia del conocimiento desde una perspectiva científica.

### **Indicador: Liderazgo**

Castro (2019) comenta que lo primordial del liderazgo en la organización radica en que son definidas como una cantidad de hábitos y virtudes que pueden influir positivamente en poder motivar a un individuo para liderar a un equipo de personas con la finalidad de lograr sus objetivos, y poder crear una reputación adecuada ante la competencia del mercado.

Fernández (2020) infiere que toda empresa requiere individuos capaces de liderar equipos de trabajo responsables, los cuales puedan cumplir con las metas propuestas por la organización. Por consiguiente, comunicarse con los trabajadores tiene que ser clara y precisa con la finalidad de que los integrantes de los grupos e incluso el líder puedan

desempeñar de manera eficiente sus actividades y poder así alcanzar los objetivos establecidos.

Ruiz (2018) comunica que el liderazgo es definido como una técnica realizada por un equipo con un propósito específico y lo desempeñan personas que son capaces de tomar decisiones extraordinariamente sabias para inspirar a grupos, grupos, organizaciones y otras partes interesadas. En consecuencia, se sostiene que en el liderazgo participan individuos que dirigen a quienes lo apoyan y le permiten realizar su cargo a sus subordinados de manera efectiva. Asimismo, se puede decir que el liderazgo es la capacidad de una persona para influir en un grupo de personas.

El liderazgo hace referencia a la habilidad de una persona para influir en la audiencia a la que quiere llegar, a la que se entrega el mensaje y los grupos a los que pertenece e influir en las creencias, valores y comportamientos de los demás. Se llama liderazgo y puede ser aplicado en el día a día.

#### **Indicador: Habilidades**

Gil (2020) infiere que tener habilidades se relacionan con la cualidad de poder compartir vivencias y conocimientos. De igual forma, se refiere a la capacidad de aceptar con confianza opiniones y comentarios de los demás. Asimismo, las habilidades son aprendidas por los individuos que nos rodean son un elemento primordial para aprender. Pero cuanto más sean practicadas las habilidades, más las desarrollarás.

Menna (2020) acota poseer habilidades es esencial para establecer y tener un mejor manejo del trabajo, las aptitudes también se consideran actividades que contribuyen a una mejor proactividad en la empresa. Esto ayuda a fomentar un trabajo más comprometido y eficiente en la empresa. Las experiencias y el aprendizaje pueden ayudar a desarrollar estas habilidades.

Zarta y Quevedo (2018) infieren que, actualmente, la sociedad necesita de empleados con capacidades adquiridas, esta no se basa en la habilidad de controlar o poder someter a los demás, sino en la capacidad de persuasión y establecer un trabajo en conjunto entre todas las personas con objetivos comunes. Un líder con habilidades sociales sólidas puede lograr esto.

Se trata de un conjunto de capacidades encaminadas a facilitar la realización de las tareas laborales y ayudar a resolver los problemas que se presenten en el proceso, estos se adquieren a través de la interacción con las personas que te rodean. Estos son los conceptos básicos del proceso de trabajo, son fundamentales para la empresa.



## **Dimensión 2: Coordinación**

Magallanes (2022) infieren que cada equipo de trabajo tiene que tener un líder, el cual personas a individuos con capacidades para cada situación al coordinar tareas y participantes, comprendiendo cada tarea. Los líderes deben estar capacitados para realizar una comunicación entre los integrantes del grupo de trabajo y coordinando todo de manera eficaz, logrando mejores resultados.

Aguilar y Vargas (2010), afirmó que la coordinación asegura que los trabajadores puedan hacer lo necesario para poder cumplir con las actividades bajo la supervisión de los líderes de grupo. Este individuo es el encargado de coordinar y supervisar el desempeño en las actividades de los integrantes del grupo y ayudarlos a comunicarse entre sí. Los líderes deben estar al tanto y poseer buenas capacidades de coordinación con todo el equipo. En consecuencia, cada participante del grupo podrá obtener buenos resultados.

Allca et al (2020) comunica que la coordinación del grupo de trabajo consta de etapas donde se requiere la utilización de técnicas y comportamientos destinados a integrar las capacidades, conocimientos y objetivos de los integrantes de la organización para lograr objetivos comunes. Poder coordinar garantiza que grupos de trabajo se desarrollen como una unidad y es considerado una etapa fundamental para poder conocer el desempeño de los grupos de trabajo.

La coordinación en los equipos de trabajo permite un control más ordenado y proactivo del grupo, y también ayuda a aclarar cómo los miembros deben realizar su trabajo de manera coordinada, así mismo, permite tener un mejor control de las acciones futuras que desean hacer esto gracias a las coordinaciones anteriores.

### **Indicador: Organización**

Guerrero et al (2019) comunica que dentro de la empresa es fundamental la organización ya que ayuda a la resolución de problemas y permite completar las tareas a tiempo y trabaja en la misma área de trabajo. Se apoyan con reuniones que duran muchas horas en el transcurso de la semana para discutir temas relacionados con la empresa, formas de mejorar la contratación y más. La organización ayuda a tener más control de las personas y de los procesos empresariales con una cooperación conjunta.

Antuash (2019) comunica que, en las organizaciones, es importante equilibrar las habilidades de los empleados y los directivos. Esto ayudará a evitar conflictos laborales y se reflejará en la adecuada implementación de los objetivos marcados. La organización es parte del proceso que permite tener una estructura organizacional ordenada y eficaz, teniendo roles

específicos para cada empleado y tienen como finalidad poder generar productividad en la empresa.

Al respecto, Marmolejo (2019) plantea que los estudios de tiempos y movimientos son herramientas fundamentales para optimizar el trabajo. Al dividir y compartimentar todas las acciones necesarias para completar cada tarea, se puede trabajar de manera más eficiente, siempre y cuando cada tarea y cada acción se divide en un conjunto ordenado de tareas. Se eliminan acciones innecesarias y se simplifican acciones útiles para ahorrar tiempo y esfuerzo a los empleados.

Un equipo está formado por individuos que trabajan juntas, dependen unas de otras y trabajan juntas para cumplir las metas organizacionales. Los equipos de trabajo ahora están formados por personas que colaboran en una tarea. No todos los grupos de trabajo tienen éxito porque el trabajo en equipo es difícil de lograr. Esto se debe a una variedad de factores, incluidas las habilidades de los miembros del grupo, el tamaño del grupo, la intensidad del conflicto que se está resolviendo y las presiones internas ejercidas sobre los miembros para que se ajusten a las normas establecidas.

#### **Indicador: Cumplimiento**

Beltrán (2019) comunica que, cuando una organización logra cumplir sus promesas de ventas y servicios, los clientes saben que no perderán tiempo ni dinero y es más probable que confíen en la empresa para sus necesidades futuras. Cumplir sus promesas genera confianza en sus clientes y les ayuda a aprovechar su tiempo al máximo. Este es ahora el bien más valioso y nadie tiene tiempo de sobra para quejarse y esperar.

Según Romero et al. (2020) infieren que los gerentes pueden no evaluar el desempeño en el cumplimiento de expectativas de los clientes porque creen que lo están haciendo bien, aunque los clientes digan lo contrario. Los propietarios de empresas pueden aumentar su nivel de cumplimiento en función del número de informes y quejas que reciben, pero muchos clientes no se quejan y los gerentes no consideran que las quejas sean creíbles. Esto no conducirá a las mejoras necesarias en esta área.

Sanchis y Poler (2019) comunican que, aunque la organización puede brindar servicios directamente al cliente, la agencia es responsable de pagar y monitorear los servicios. Además, los clientes pueden optar por ciertos servicios y ciertos servicios pueden implementar diferentes procesos de determinación de pago, todo esto con la finalidad de cumplir con los servicios ofrecidos por la empresa.

La deficiencia más común de las organizaciones a la hora de cumplir con sus obligaciones es la medición incorrecta. Esto se debe a que se midió con base en parámetros establecidos por la organización sin tener en cuenta la perspectiva del cliente. Para quienes entienden que cumplimiento significa poder desarrollar y ofrecer los servicios prometidos de forma adecuada.

### **Indicador: Funciones**

Hellriegel (2019), comenta que las personas carecen de la capacidad de trabajar en equipo. Los equipos de trabajo adquiridos a partir de etapas de ajuste y aplicación a largo plazo demuestran que los integrantes de los grupos necesitan vivir un momento de desapego de la realidad antes de regresar al trabajo.

Parra (2020) refiere que tener funciones son medios de resolución de conflictos, ya que las responsabilidades asumidas en la prestación de los servicios prestados siempre tienen un impacto significativo en los pasajeros. Para satisfacer las necesidades de los clientes, es importante comprender los segmentos de mercado atendidos. Esto le permite anticiparse y satisfacer las necesidades de la otra persona.

Romani (2020) comenta que las funciones son herramientas que brindan la capacidad de identificación y evaluación de perfiles de riesgo de una empresa y analizar las dificultades de diferentes etapas, áreas y actividades, también la efectividad de los controles, permitirá que las empresas puedan tomar decisiones que permitan corregir problemas que puedan generar riesgo de exceder los límites establecidos por las políticas internas.

Las funciones aplicables dentro de los cumplimientos de servicios ayudan a las empresas a aumentar su credibilidad y sostenibilidad, aumentar la rentabilidad y crear una imagen empresarial buena. Esto es esencial para la expansión internacional. El comercio internacional requiere un modelo de cumplimiento y diferentes países no podrán hacer negocios con organizaciones que no lo tengan.

### **Dimensión 3: Comunicación**

Delgado (2021) comenta que la comunicación es fundamental para que las actividades empresariales sean organizadas, siendo un factor importante para el funcionamiento y desarrollo de las mismas, ya que cualquier actividad con apoyo humano es desarrollada mediante la comunicación. Las mismas empresas, a medida que crecen, han comprendido que la comunicación es un elemento primordial para su propio desarrollo.

Rosales (2021) infieren que la clave para la prevención de conflictos dentro de la organización es la comunicación, esto es aplicado diariamente en las relaciones con los

compañeros de trabajo y con el entorno personal de cada empleado, en especial en el aspecto empresarial porque ahí es donde se relaciona con individuos de manera diaria.

Rubén (2019) dice que la comunicación es fundamental para los negocios porque reduce la gestión de la información entre los miembros del grupo, aumenta la productividad del grupo y mejora el servicio al cliente. Por tanto, las empresas necesitan comunicarse de forma eficaz para que exista una mejor organización laboral.

La comunicación dentro de la organización es primordial para incrementar la eficacia, pero lo que fundamenta es que ayuda a los líderes a aclarar las metas que quieren alcanzar, y las bendiciones y fluctuaciones del liderazgo crean oportunidades para operar de manera más efectiva. La comunicación es esencial para mejorar el ambiente de trabajo de una empresa, pero es aún más importante que los gerentes tengan claro qué objetivos quieren alcanzar para su organización, porque la comunicación brinda a las personas la oportunidad de crecer.

#### **Indicador: Facilidades**

Blanchard (2020) manifiesta que el trabajo en grupo permite la interacción entre los miembros y fomenta la participación en el grupo, reduciendo la fluidez de ideas e información, logrando mejores resultados, lo que genera sensación de satisfacción. Como persona y como organización, haciendo que los trabajadores se desarrollen profesional y personalmente.

Junquera et al. (2020) comunican que la oportunidad de ascender e integrarse dentro de la pirámide organizacional es una de las principales expectativas de los empleados, lo cual es fundamental para las organizaciones asegurar la continuidad del talento que contribuye al logro de los objetivos estratégicos. Por eso es fundamental comprender la definición de avance profesional.

Guerrero et al. (2020) acotan que todos los productos y servicios tienen costos, márgenes de ganancia e impuestos. Estos son indicadores de beneficio y pueden evaluarse numéricamente. El servicio y el mantenimiento adicionales crean valor añadido, se trata de lo que atrae a los clientes y les hace pagar, y genera el estándar de experiencia que es un valor agregado.

Es importante que los empleados de su organización tengan acceso a herramientas de comunicación que les permitan realizar su trabajo de manera más efectiva y mejorar su forma de trabajar. También es importante que la dirección implemente adecuadamente estas

opciones para aumentar la confianza de los empleados, y poder generar con esto los objetivos propuestos en la empresa.

### **Indicador: Clima laboral**

Para Nieves et al. (2019) comunican que se trata de un fenómeno que puede afectar el comportamiento de los empleados; su aplicación efectiva contribuye a establecer la personalidad de la organización y, de esta forma, la imagen que se transmite a sus empleados y a otros en la empresa.

Para Pilligua y Arteaga (2019) tener un clima laboral es un factor relevante en el ambiente de trabajo, ya que tiene un impacto en la satisfacción del empleado y su rendimiento. Un entorno laboral adecuado para el personal es fundamental para alcanzar un buen rendimiento. Permitiendo que pueda adaptarse a la cultura de la organización y demostrando sus aptitudes para llevar a cabo las tareas asignadas, lo cual contribuye a alcanzar los objetivos establecidos.

Penachi (2019) acota que es la relación que se establece entre las partes formales e informales de los individuos en el interior de la empresa, que pueden tener un impacto directo en el comportamiento o desempeño de los empleados. En consecuencia, el clima laboral contribuye a las organizaciones a mejorar constantemente el entorno laboral debido a que es una parte primordial del proceso de desarrollo de la organización.

El clima laboral es una parte primordial de los procesos organizacionales con tendencias motivadoras. El entorno laboral posibilita a las compañías mejorar de manera continua el entorno de trabajo. Es esencial disponer de la habilidad para analizar esta variable con el fin de obtener resultados útiles que puedan hacer mejoras en la calidad laboral de los trabajadores, las condiciones laborales y su implicación en la consecución de las metas de las empresas.

### **Indicador: Información**

Amorós (2019) infiere que toda información es un proceso de pronunciación. Dos pistas musicales ilustran temas relacionados con los procesados empresariales ágiles, las empresas que tienen dificultades para ingresar al mercado pueden lograr objetivos comunes. Por el contrario, las acciones establecidas con la llegada e intercambio de declaraciones aumentan la productividad al considerar la viabilidad y la eficiencia a través del acuerdo y consideración entre diferentes departamentos dentro del departamento.

López (2020) comunica la información se refiere a una selección de información procesada y organizada para con la finalidad de saber sobre los gustos de las personas sobre

los temas e inconvenientes de algo específico problema o fenómeno en particular. La consecuencia fundamental de no poseer información es no tener una comprensión de los individuos o de un proceso específico que influyen en las acciones y decisiones que se basan en los nuevos datos.

Yukl (2019) comenta que los trabajadores deben compartir datos, brindar asistencia al azar y colaborar de manera estrecha. Los grupos que han sido establecidos pueden enfrentar dificultades de falta de confianza y cohesión. Para obtener los mismos resultados, las personas deben obtener la información más exhaustiva disponible y colaborar de manera conjunta.

Dado que no deseamos revelar datos privados con cualquier persona, se envía un mensaje contrario de que no depositamos confianza en ese individuo. Lo cual puede tener un impacto significativo en sus relaciones organizacionales y su habilidad de mejorar el rendimiento. Para esto se requiere adoptar tecnología nueva.

### **Variable 2: Atención al cliente**

Para Najul (2019) las empresas que se centran en satisfacer las necesidades de los clientes para mejorar la productividad y seguir siendo competitivas desarrollan un servicio al cliente de alta calidad para fortalecer la lealtad del cliente y mantener la satisfacción. Encontrarás fundamentos como liderazgo, eficiencia operativa, capital humano y cultura organizacional. Es importante que las partes interesadas de una organización comprendan la misión, la visión y las metas y actúen responsablemente hacia los objetivos que buscan alcanzar.

Para Ariza (2020) El servicio al cliente es un conjunto de tareas que realiza una organización antes o después de comprar un producto o servicio con el objetivo de lograr altos niveles de satisfacción del cliente. Las empresas centradas en el cliente a menudo conectan con clientes en áreas de especialización específicas dentro de la empresa, este departamento se llama departamento de atención al cliente. El objetivo del departamento de atención al cliente es reconocer el comportamiento de los clientes y establecer una conexión directa con ellos para resolver incidencias y quejas.

Para Ballou (2020) Los servicios que las organizaciones ofrecen a sus clientes, tales como reclamos, sugerencias de productos o servicios, inquietudes o necesidades de asistencia técnica, información y formación. En consecuencia, el empleado que desempeña la tarea difícil de atención al cliente debe tener una autoestima elevada, motivación para alcanzar, asumir riesgos, enfrentar dificultades, respetar límites, ser solidario y mantener

una elevada conciencia ética, escuchar.

De tal manera que la atención al cliente es un proceso importante donde la comunicación debe ser un componente primordial para entablar buenas relaciones con los clientes, el cual consiste en transmitir información desde un emisor hasta un receptor mediante un canal.

El servicio al cliente es importante porque aumenta la lealtad del cliente y hace que su marca forme parte de la identidad social de sus clientes. Además, mejora la reputación y las recomendaciones de su empresa, dando lugar a una campaña publicitaria natural que ayuda a reducir los costos en la atracción de clientes potenciales.

El servicio de atención al cliente ofrece una oportunidad real para atraer y retener clientes. El futuro del servicio al cliente, del que hablamos anteriormente, se caracterizará por tarifas más bajas y mejores experiencias para agentes y usuarios. Para lograr ambos objetivos, las empresas deben ser capaces de proporcionar soluciones rápidas y útiles que satisfagan las necesidades de los usuarios. Por lo tanto, existe la necesidad de herramientas de integración técnicas y escalables adecuadas que puedan resolver situaciones tanto simples como más complejas.

#### **Dimensión: Orientación al cliente**

Sirvent, Gisbert y Pérez (2022) señalan que las organizaciones dependen de sus clientes actuales y futuros y necesitan comprender sus necesidades. Por lo tanto, las organizaciones necesitan saber que quieren asegurarse de brindar las oportunidades necesarias para lograrlo, y las empresas deben hacer sacrificios por sus clientes y responder a los nuevos cambios y expectativas del mercado, hay que prestar atención y encontrar soluciones a diversos problemas. Proponemos cambios en la vida empresarial.

Velasco (2023) nos indica que los directores de una sociedad deberán analizar todas sus intervenciones cotidianas a realizar las expectativas y complacer por las necesidades de todos sus consumidores, para lo cual deben entender que las necesidades de ellos son variables y dinámicas, lo que hace que sean más estrictas al momento de obtener un beneficio o servicio. Si una sociedad desea y pretende perdurar en el mercado, necesitará adecuarse a los recientes cambios y comprender qué expectativas y necesidades tienen sus consumidores en sustento a ese saber fabricar y preparar su servicio o beneficio. Las sociedades necesitan de sus consumidores y de modo que necesitan entender las necesidades de hoy en día y futuras de los consumidores, satisfacer sus exigencias y esmerarse en superar las expectativas de los consumidores.

Según Gonzales (2019) indica que cuando una sociedad emplea este fundamento, puede calcular y determinar los precios en la entrada del proceso, estimar la impresión que tiene el desarrollo en los abastecedores, los consumidores y más elementos interesados, determinar quiénes son sus consumidores principales, así como internos y externos. Igualmente, en el diseño de desarrollo se logrará tener en consideración las actividades, los procedimientos, la magnitud de control, los componentes, la maquinaria, la investigación, entre muchos más bienes, los cuales son insustituibles para lograr con el propósito final y esperado. Los resultados anhelados se logran obtener más efectivamente cuando los bienes y las actividades enlazadas se manejan como un proceso.

Toda persona que tenga una empresa, organización o emprendimiento, necesita satisfacer a su clientela, bien sea esta grande o pequeña, ya que ella es la encargada de generarle ganancias y prestigio. Por esa razón, superar expectativas es de lo más importante que existe para toda compañía que brinde servicios.

#### **Indicador: Empatía**

Para Alvarado y Ramos (2018) refieren que la empatía es crucial en las organizaciones porque mejora las relaciones interpersonales y crea un entorno laboral agradable y saludable. Esto se debe a que la empatía entre los empleados fomenta el compañerismo y la confianza, lo que conduce a una mayor comunicación entre los empleados.

Gonçalves (2019) explica que la importancia de la empatía como parte esencial de la interacción diaria ha aumentado. La empatía se considera un fenómeno multidimensional en la actualidad porque se basa en vivir y comprender las emociones de los demás. Debido a que la empatía es el conjunto de sentimientos que se tienen hacia el puesto que se ocupa en el lugar de trabajo, los estudios han demostrado que tiene un impacto significativo en la satisfacción laboral.

La empatía es una capacidad social que nos brinda la oportunidad de establecer relaciones emocionales con otras personas para tratar de comprender sus emociones de la manera más eficaz, en pocas palabras, ubicarnos en el lugar de uno mismo. Esto con el fin de lograr una comprensión adecuada de las situaciones que ocurren en el momento (Calle, 2020).

Si los empleados practican la empatía en la organización, se creará un entorno laboral favorable porque se podrá comprender mejor a las personas. Por otro lado, si se aplica esta capacidad al brindar un servicio, esto permitirá una experiencia de servicio mejorada y la



sociedad actual viene mejorando de forma constante. Por lo tanto, se debe adoptar una cultura organizacional firme en favor de los empleados.

#### **Indicador: Atención adecuada**

Gan y Berbel (2021) comunican que, aunque el apoyo es más importante, la motivación se centra en asegurarse de que los empleados cumplan con sus deberes. Como resultado, un gerente o ejecutivo debe brindar apoyo. Esto significa que debe preocuparse por todos sus empleados, no solo por su desempeño. Esto generará que los trabajadores se encuentren satisfechos con su ambiente laboral, generando una mejor atención a los clientes.

Para Studio (2018) comentan que un entorno de trabajo acogedor por reconocer el esfuerzo de los empleados por equilibrar la vida personal y el trabajo. Esto fortalece el vínculo de confianza entre los empleados y sus líderes. Los líderes de departamento respetan a sus empleados y mejoran su productividad.

Gareth & George (2019) infieren que se refiere a todo lo que hace un cliente antes, durante y después de una compra, así mismo, se utiliza para garantizar la satisfacción con un producto o servicio y también se conoce como servicio al cliente. Este proceso requiere muchos pasos y componentes. Esto no se refiere sólo al momento en que un cliente compra algo, sino a lo que sucede antes, durante y después de comprar un producto o servicio.

Todas las empresas, incluso las que operan en el ámbito de la logística, ofrecen una excelente atención. Por otra parte, la satisfacción es lo que muestra si un cliente es leal a los productos y servicios ofrecidos por una organización en particular y, por tanto, si el cliente sigue siendo leal, se puede ofrecer un mejor servicio, así mismo para esto es fundamental el uso de la logística.

#### **Indicador: Cordialidad**

Padilla (2021) comenta que la cordialidad es la forma en que un individuo se comporta con los demás. Los individuos amistosos son optimistas sobre la naturaleza humana y coinciden en que las personas son sinceras y confiables. Esta mentalidad fomenta una variedad de habilidades estratégicas en cualquier empresa, y es muy importante aplicar este concepto en las empresas.

Romaní (2022) acota que la cordialidad es el grado de afecto, amabilidad o disposición necesaria que tiene un individuo hacia otro. El origen de esta palabra se encuentra en el adjetivo cordial, que tiene el mismo significado, y proviene del latín de la palabra (cordis), que significa corazón. Por lo tanto, algo amable es algo que fortalece el corazón de una manera evidente, o algo que otorga un sentimiento de bienestar a los demás.

Pacheco (2019) afirma que es importante ser considerado con los demás y aceptar su dignidad como seres humanos. Los empleados se sienten valorados y escuchados en el trabajo porque respetan a sus compañeros y directivos. La falta de respeto puede generar conflictos, tensiones y un ambiente de trabajo desfavorable.

La serenidad es la actitud de una persona hacia los demás. Sé que las personas cordiales son honestas y llenas de confianza y que tienen una perspectiva optimista sobre la naturaleza humana. Esta ética promueve capacidades fundamentales en cualquier organización, tales como el trabajo en equipo, el compromiso, la orientación al cliente, la iniciativa y la capacidad de adaptación.

### **Indicador: Comunicación**

Martínez (2020) comenta que la comunicación es fundamental para que las actividades empresariales sean organizadas, siendo un factor importante para el funcionamiento y desarrollo de las mismas, ya que cualquier actividad con apoyo humano es desarrollada mediante la comunicación. Las mismas empresas, a medida que crecen, han comprendido que la comunicación es un elemento primordial para su propio desarrollo.

Rosales (2019) infiere que la comunicación organizacional es la totalidad de diversas formas de comunicación en entornos organizacionales como empresas, escuelas y organizaciones no gubernamentales. La comunicación dentro de una organización no se limita a pasar mensajes entre personas. También retrata los complejos procesos de la lengua española, como la creación de significado, el intercambio de experiencias y la armonización de las reglas de juego y convivencia.

Ordoñez (2019) acota que los medios juegan un papel importante en el ámbito social. Tanto el cine como la comunicación pueden ser informativas y persuasivas, educativas y divertidas. La comunicación es extremadamente importante en todas las interacciones profesionales, sociales y educativas. Debido a esto, es fundamental comprender todo el proceso de comunicación. Se trata del proceso de envío e intercambio de información entre un emisor y un receptor utilizando un código común.

La clave para la prevención de conflictos dentro de la organización es la comunicación, esto es aplicado diariamente en las relaciones con los compañeros de trabajo y con el entorno personal de cada empleado, en especial en el aspecto empresarial porque ahí es donde se relacionó con individuos de manera diaria.

### **Dimensión: Satisfacción del cliente**

Zárraga-Cano et al. (2018) comunican que la satisfacción del cliente se caracteriza por la evaluación del cliente en función del grado o nivel de cumplimiento de las expectativas y también indica los requisitos muy importantes del cliente. Es claro cuando la satisfacción es baja, es porque no se aplican las herramientas adecuadas para mejorar estos problemas.

Moreno (2019) define a la satisfacción del cliente como resultado de comparar las expectativas iniciales del usuario sobre un servicio o producto y la imagen y los procesos de la instalación asociados con el servicio tal como se perciben al final de la relación direccional, a través de esto se pueden idear mejoras que permitan cumplir las necesidades de los clientes y, por ende, lograr una satisfacción del servicio.

Sánchez (2020) planteó Los sentimientos y actitudes de los clientes hacia un producto, empresa o servicio proporcionado por una organización se denominan satisfacción del cliente. La satisfacción del cliente se produce cuando se cumplen las expectativas del cliente y es esencial para la lealtad del cliente. Este objetivo puede basarse tanto en elementos tangibles (como la calidad del producto y los retrasos en la entrega) como en intangibles.

Magallanes (2018) señala que los sistemas de administración de calidad son la base de la satisfacción del cliente. Los clientes necesitan bienes y servicios que cumplan con sus expectativas. El cliente tiene la última palabra sobre la aceptabilidad del producto, independientemente de si lo hace de acuerdo con el contrato o por su propia empresa.

Para lograr la satisfacción del cliente, es necesario evaluar la satisfacción del cliente. Disponemos de una variedad de modelos y metodologías para ayudarnos a evaluar la satisfacción del cliente y encontrar áreas de mejora para el cliente, pudiendo con esto mejorar la imagen de la empresa en el mercado.

### **Indicador: Solución de controversias**

Crisóstomo (2018) comenta que uno de los trabajos más complicados para los empleados del sector de servicios es resolver conflictos con los clientes. Una respuesta inadecuada a las quejas puede dar lugar a que se realicen comentarios negativos en su sitio web, lo que puede afectar negativamente a futuros visitantes, causar daños duraderos a la reputación de su empresa y, en última instancia, dañar la reputación de su empresa. Si un huésped menciona algo que requiere su atención, eso debe considerarse como una prioridad. La forma en que respondan al problema determinará el resultado final del problema.

Bell (2022) infiere que los clientes adquieren cada vez más conocimientos y experiencia que les permite distinguir fácilmente entre un buen y un mal servicio. Los

clientes que no reciben un trato adecuado y a un nivel mínimamente aceptable nunca volverán, y pronto se correrá la voz entre colegas, familiares y amigos, lo que afectará negativamente a la reputación de la empresa responsable. Se puede establecer un área designada para la resolución de disputas en el área de servicio al cliente de un hotel y contar con profesionales con habilidades de resolución de disputas, como mediación y negociación. Es muy importante que el personal de las empresas de transportes tenga habilidades relacionadas con la satisfacción del cliente.

Parra (2020) infiere que los huéspedes siempre se verán afectados por la creatividad, la imaginación y la capacidad de resolver conflictos. Para anticiparse a las necesidades de sus clientes e intentar satisfacerlas, es fundamental establecer un segmento del mercado en el que ofrecerá su servicio.

La resolución de conflictos es fundamental para toda organización porque nos permitirá evitar una imagen mala de la empresa y, por lo tanto, tener una reputación mala en el mercado. Para aplicar este sistema es primordial tener trabajadores con capacitación, debido a la falta de resolución de conflictos, la organización tiende a ser percibida de mala manera por los clientes futuros.

#### **Indicador: Cumplimientos de servicios**

Beltrán (2018) infiere que si las organizaciones cumplieran lo prometido sobre su servicio los clientes tendrían la confianza de poder usar los servicios, ante cualquier problema futuro con la seguridad de que no terminarán insatisfechos. Es primordial cumplir con lo prometido para generar una buena imagen de marca atrayendo nuevos clientes, sin necesidad de invertir en mucho marketing.

Según Romero et al. (2018) comunican que los ejecutivos pueden no evaluar el desempeño en el cumplimiento de las expectativas de los clientes porque creen que lo están haciendo bien, aunque los clientes digan lo contrario. Los propietarios de empresas pueden aumentar su nivel de cumplimiento en función del número de informes y quejas que reciben, pero muchos clientes no se quejan y los gerentes no consideran que las quejas sean creíbles. Esto no conducirá a las mejoras necesarias en esta área.

Sanchis y Poler (2018) comentan que un servicio puede brindarse de forma directa a los clientes a través de una agencia, pero la agencia paga y supervisa las tarifas. Además, es posible que los Clientes estén configurados para suscribirse a algunos servicios y puedan tener sus propios procesos con una forma de pago específica.

Las empresas en la actualidad tienen problemas de falsas promesas de servicios, esto por marketing engañoso que aplican para atraer a los clientes. Es importante que las empresas mejoren este aspecto para poder ofrecer un servicio auténtico a los clientes y no tener inconvenientes cuando estos hagan uso del servicio. Todo dependerá de las estrategias que las empresas apliquen en pro de mejorar las promesas de servicio.

### **Indicador: Cumplimientos de necesidad**

Aranda y González (2018) relata que las organizaciones pueden brindar servicios de forma directa al cliente, pero el cliente pagará y supervisará el servicio brindado. Asimismo, es posible establecer la opción del cliente para ciertos servicios, y ciertos servicios pueden implementar un proceso de determinación de pago independiente, esto con el propósito de cumplir con las necesidades que el cliente tenga.

Muñoz (2019) acota que, según la jerarquía de necesidades de Maslow, es importante satisfacer tanto las necesidades básicas como las de orden superior, que van desde necesidades materiales o básicas hasta necesidades de orden superior relacionadas con intangibles. Como resultado, la diversidad de necesidades humanas abre una amplia gama de necesidades, o requisitos aparentes y latentes, que las organizaciones deben satisfacer utilizando diferentes herramientas y capacidades.

Nizama (2018) comenta que El valor del negocio aumenta a medida que se avanza en la jerarquía de Maslow necesidad, a medida que se pueda satisfacer las necesidades del cliente (emocionales, de autoestima, de implementación personal). Cada organización es un planeta y tienen sus propias estrategias para convertir la necesidad del cliente en productos y servicios, pero el desafío para cada organización es centrarse primero en las necesidades intangibles que deben ser reconocidas. Se trata de utilizar sus recursos estratégicamente para ascender en la jerarquía de necesidades. Por lo tanto, el conocimiento y la comprensión de sus clientes es esencial para comprender sus necesidades, brindar la respuesta adecuada y crear un plan exitoso.

Se pueden optimizar las estrategias que se emplean para atraer a los clientes descubriendo información acerca de sus clientes, tales como su trabajo, lo que leen y dónde se observan en la comunicación. Asimismo, es esencial comprender cómo se compra y qué opinan acerca de las marcas y los productos.

### **Indicador: Calidad de servicio**

Aliaga (2021) plantea que una buena calidad de servicio es lo que distingue a una empresa de sus competidores. El secreto está en una integración profunda y transversal en los procesos, la estrategia, las personas y la cultura de una organización. Al incorporar la calidad del servicio en su filosofía corporativa, las empresas pueden garantizar que los resultados reflejen sus resultados y agreguen valor real a sus productos y servicios.

La calidad del servicio puede ayudar a establecer una empresa más sostenible. Debido a que la empresa es una de las principales actividades de un lugar de interés turístico, es importante considerar el marketing de servicios complementarios con el respaldo de una empresa como la nuestra, que se especializa en asesoría y gestión hotelera. (Aranda y Zaquinaula, 2019).

Espinoza et al. (2020) comentan que, durante los últimos años, las organizaciones han adoptado el concepto de calidad del servicio debido a la importancia de ser competitivos ante la ampliación de la oferta de diversos servicios en el mercado. Para el cliente, este término es global, lo que significa que todas las experiencias que se producen durante una visita contribuyen a la definición de un servicio de alta calidad y, por lo tanto, a la satisfacción del cliente. Al hablar de satisfacción, es crucial abordar el tema de la calidad, que está relacionada con los resultados percibidos por los huéspedes al usar un hotel.

Dentro del lugar de interés de la empresa se aprecia la excelencia del servicio ofrecido por la industria del transporte, lo cual incrementa la reputación y la satisfacción de los turistas y genera una imagen positiva tanto de la industria como de la ciudad. En consecuencia, los hoteles deben identificar las cuestiones que los clientes consideran relevantes para obtener un servicio de calidad debido a que, al sugerir mejoras, se pueden implementar y mantener una estrategia efectiva de calidad del servicio, lo cual contribuye al turismo sostenible en la ciudad y genera más ingresos. y incrementar la esperanza de vida a nivel global.

## **Marco conceptual**

### **Atención al cliente**

Ariza (2019) comentó que es el vínculo establecido entre el responsable de atención y el cliente mediante una serie de técnicas para brindar un buen servicio y seguridad al cliente. Se estructura mediante un proceso de intercambio de información; el cliente proporciona información sobre todas las características del producto o servicio que ofrece y soluciona las preguntas del cliente. La atención a una persona es un arte que requiere empatía, comprensión de lo que se ofrece y habilidades de persuasión.

### **Comunicación**

Hernández (2019) establece que la comunicación es el elemento fundamental en el desarrollo del trabajo en equipo, ya que definirá si el grupo equipo realizará las tareas de forma efectiva, utilizando sus capacidades, coordinará sus esfuerzos logrando cumplir los objetivos, generará en la empresa resultados buenos, permitiendo tener un mejor ambiente laboral en la empresa.

### **Eficacia del trabajo en equipo**

García et al. (2019) infieren que es la habilidad de realizar una acción específica para obtener el resultado o efecto deseado que se conoce como eficacia. El origen del término es la definición latina *efficere*, la cual proviene de la terminología *facere*, lo que significa en términos simples la capacidad de generar el resultado deseado. Por lo tanto, la eficacia está relacionada con tomar las acciones correctas para lograr un objetivo preestablecido.

### **Enfoque al cliente**

Guevara (2021) infiere que las pequeñas empresas dependen de sus clientes para comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus demandas y esforzarse por superar las expectativas para establecerse en el mercado. Esto se puede lograr si se tiene un enfoque en los clientes, ya son estos los que ayudarán a generar dinero a la empresa.

### **Formación de equipos**

Newstrom (2019) infiere que el formar equipo toma en cuentas las tareas que permitan motivar a los integrantes de los equipos a preguntar, buscar, reconocer y ver hasta dónde llegan los problemas y poder hallar formar que permitan la interacción más eficaz. Los equipos que funcionan dependen de la confianza, pero compartir información relevante y ofrecer apoyo mantendrá a quienes están en riesgo motivados y entusiasmados.

## **Mypes**

Aliaga (2021) refiere que es un organismo empresarial constituido por personas naturales o jurídicas que se dedican a la extracción, transformación, producción, comercialización y prestación de servicios. Los propietarios pueden constituirse como personas físicas o jurídicas y decidir cómo proceder y que tipo de empresas desean crear.

### **Satisfacción del cliente**

Moreno (2019) define a la satisfacción del cliente como resultado de la inevitable comparación entre las expectativas iniciales del usuario sobre el servicio y/o producto y la imagen percibida o los procesos de la instalación asociada con el servicio al final de la relación de orientación, esto podrá lograrse ofreciendo servicios que cumplan con las necesidades del cliente.

### **Sector de servicios**

Espinoza et al. (2020) comenta que se trata de las organizaciones que llevan a cabo negocios y ofrecen servicios. El propósito de este tipo de organizaciones radica en mejorar la calidad de vida de los clientes a través de los servicios que ofrecemos. Esto genera puestos de trabajo extras en los sectores del tipo comercio, hotelería, transporte (turismo), servicios de salud y educación.

### **Trabajo en equipo**

Bateman (2019) comunicó la trata de un equipo es un conjunto de individuos que trabajan en equipo con el fin de alcanzar objetivos comunes, lo cual tanto beneficia tanto a la organización como a los integrantes del equipo. Esto alivia el entorno laboral, fomenta el compromiso, la confianza y la fidelidad cuando trabajan juntos en la organización.

## **2.3.Hipótesis**

No se planteó hipótesis, debido a que fue de nivel descriptivo de propuesta. Concordando con Albán (2019), este autor infiere que la formulación de hipótesis es aplicada en investigaciones con finalidad de comprobar la influencia de variables, las cuales son los estudios correlacionales. Por otra parte, en las investigaciones con fines descriptivos no es necesaria una hipótesis, debido a que solo son necesarios los datos de las encuestas aplicadas.



### **III. Metodología**

#### **3.1. Tipo, Nivel y Diseño de Investigación**

##### **Tipo de investigación**

La presente investigación fue de tipo cuantitativo porque se hizo uso de métodos estadísticos para la presentación de resultados en el estudio titulado: Propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024, sobre el tema Oberti y Bacci. (2021) infieren que los métodos cuantitativos están enfocados en la medición objetiva, estadística, matemática y numérica de los datos recopilados mediante la aplicación de encuestas y cuestionarios usando técnicas estadísticas.

##### **Nivel de investigación**

La investigación fue de nivel descriptivo – De propuesta

Esta investigación permitió determinar las características de las variables de estudio y cómo se estuvo presentando en la empresa estudiada. Según Arias (2022, p.24) las investigaciones descriptivas tienen con fin la caracterización de hechos, fenómenos, individuos o grupos, para poder establecer una estructura o comportamiento. La investigación es de tipo descriptiva porque trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta de la realidad. Para la finalidad de la investigación, se utilizó un nivel descriptivo, ya que tuvo debido a su objetivo general Establecer una propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.

##### **De propuesta**

La propuesta de una investigación se realiza mediante un sistema que incluye cosas esenciales, las cuales permiten el éxito o fracaso del proyecto y los problemas que tiene. Con el fin de poder plantear prioridades y proponer soluciones (Sánchez, 2021).

La investigación fue de propuesta debido a que se elaboró una propuesta y plan de mejorar con la finalidad de dar soluciones a los problemas encontrados sobre el trabajo en equipo y la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.

##### **Diseño de investigación**

La investigación fue de diseño No experimental - transversal

El diseño de investigación empleado fue no experimental; al respecto Ramírez (2019) afirma que en los diseños no experimentales no existe variación de forma intencional de alguna variable para poder medir el efecto de esta en la investigación, sino que se analizan los fenómenos tal cual se dan en su contexto real. Fue no experimental porque las variables

de trabajo en equipo y la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L. no fueron manipuladas deliberadamente por las variables.

Desde la perspectiva temporal de la medición y teniendo en cuenta que se recogieron datos en un solo momento, la presente investigación fue de carácter transversal. De acuerdo a Escobar et al. (2019) infieren que en estos diseños se recolectan los datos en un solo momento. Tiene como fin la descripción y caracterización de un fenómeno, mediante las variables, en un determinado momento. Fue transversal porque en el estudio titulado: Propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L, Huaraz, 2024. fue realizado en un determinado tiempo con inicio y fin, en el año 2024.

### **3.2. Población**

#### **Población**

Pastor (2019) infiere que la población es un conjunto finito o infinito de individuos con similares características, para quienes las conclusiones de la investigación serán extensivas. Esta misma queda limitada por los problemas y los objetivos de la investigación. (p. 135)

La población considerada para la variable trabajo en equipo, fue finita. Se consideró a 15 trabajadores de la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024. La población considerada para la variable atención al cliente, fue finita. Se consideró 50 clientes constantes del mes de mayo del 2024 de la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.

#### **Criterios de inclusión**

- Clientes que viajaron constantemente durante el mes de mayo y que se encuentran en la base de datos de la empresa.

#### **Criterios de exclusión**

- Clientes que no utilicen el servicio de transporte constantemente.
- Clientes que no deseen participar en el estudio.

#### **Muestra**

Para la variable trabajo en equipo, fue de 15 trabajadores de la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024. Asimismo, para la variable atención al cliente fue de 50 clientes constantes del mes de mayo del 2024, utilizando criterios de inclusión y exclusión.

Según Rodríguez y Mendivelso (2020) señala que la muestra es un subconjunto relevante y finito que es extraído del total de la población. Cuando por diferentes motivos puede resultar imposible abarcar todos los individuos que forman parte de la población, se procede a seleccionar una muestra. (p. 152)

#### Tipo de muestra

El tipo de muestra fue censal, porque se consideró a toda la población.

Rodríguez (2021) señaló que la muestra censal usa toda la población, este tipo de método se utiliza cuando se quiere saber las opiniones de los clientes o se tiene una base de datos de fácil acceso, así mismo, se refiere a las muestras con base en el criterio personal, a la muestra seleccionada de acuerdo a los intereses de las personas que están realizando la investigación.

### 3.3. Operacionalización de las variables

Variables	Definición operativa	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Categorías o Valorización
Variable 1 Trabajo en equipo	Ascanio (2021) infiere que trabajar en equipo es parte del proceso a través del cual los participantes tienen una meta en común con la finalidad de poder lograrlo con apoyo de la complementariedad, coordinación y comunicación de los colaboradores de equipo en trabajo (pág. 58).	Complementariedad	• Conocimiento	LIKERT	Nunca (1) Muy pocas veces (2) Algunas veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)
			• Liderazgo		
			• Habilidades		
		Coordinación	• Organización		
			• Cumplimiento		
			• Funciones		
		Comunicación	• Facilidades		
			• Clima Laboral		
			• Información		
Variable 2 Atención al cliente	Para Baque (2021) comenta que la atención al cliente es un conjunto de acciones a través del cual la organización maneja la relación con los clientes actuales o futuros, esto podrá hacerse con apoyo de la orientación antes o después del servicio ofrecido, con el propósito de cumplir con la satisfacción de cliente (pág. 36).	Orientación al cliente	• Empatía	LIKERT	Nunca (1) Muy pocas veces (2) Algunas veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)
			• Atención adecuada		
			• Cordialidad		
			• Comunicación		
		Satisfacción al cliente	• Solución de controversias		
			• Cumplimiento de servicios		
			• Cumplimiento de necesidad		
			• Calidad de servicio		

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **Técnica**

Rodríguez (2019) infiere que las técnicas de recolección son un conjunto de herramientas que permite recopilar de manera eficiente información necesaria para un estudio. Es primordial para los estudios descriptivos la aplicación de cuestionarios como técnica de recopilación de datos, ya que permitirá tener información fidedigna de la muestra. Este tipo de técnicas son usadas en su mayoría en investigaciones cuantitativas.

Atendiendo a la naturaleza de las técnicas de recolección de información, en el presente estudio se empleó la técnica de encuesta para ambas variables; trabajo en equipo y atención al cliente, Esta técnica permitió indagar la opinión que tienen los colaboradores y clientes de la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024. respecto a las variables de estudio.

#### **Instrumentos**

Según Mendoza y Ávila (2020) infiere que el uso de herramientas y recursos de recopilación de datos permite a los investigadores recopilar información sobre fenómenos de una manera que complementa la investigación previa y enfatiza el papel del marco teórico en la selección de datos apropiados para los indicadores. Las variables y conceptos empleados son una combinación de varios. (p.53)

Por otro lado, como instrumento se usó 2 cuestionarios. El primero es referente al Trabajo en equipo, el cual fue aplicado a cada uno de los colaboradores de la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., para conocer sus opiniones respecto a la variable en mención con 9 ítems. El segundo, referente a la Atención al cliente, el cual fue aplicado a cada uno de los clientes más frecuentes del mes de mayo de 2024 de la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., para conocer sus opiniones respecto a la variable en mención con 8 ítems.

#### **Validación**

Los instrumentos en mención fueron validados por 3 expertos en las ciencias administrativas con grado académico maestría en administración, debido a que los 3 validadores fueron magísteres. Para su realización se entregó el instrumento, la constancia y formato de validación, los cuales fueron marcados con aspas las opciones presentadas, corroborando que las preguntas cumplieran con la finalidad del estudio.

Según Escobar y Cuervo (2020) comentan que el juicio de expertos es un método de validación útil para verificar la fiabilidad de una investigación que se define como una

opinión informada de personas con trayectoria en el tema, que son reconocidas por otros como expertos cualificados en este y que pueden dar información, evidencia, juicios y valoraciones. (p.98)

### **Confiabilidad**

La confiabilidad del instrumento se realizó primeramente aplicando una prueba piloto y luego una prueba definitiva utilizando el coeficiente Alfa de Cronbach para los cuestionarios referentes a la variable Trabajo en equipo. se obtuvo un resultado de 93 (elevado) y en atención al cliente se obtuvo el resultado de 97 (Excelente), para cada uno de los instrumentos respectivamente.

Para Rivera (2022) el método más adecuado para establecer la confiabilidad de dicho tipo de pruebas suele ser el Coeficiente Alfa de Cronbach, que se calcula para cada una de las subvariables o factores arrojados por la factorización llevada a cabo. (p.25)

### **3.5. Métodos de análisis de datos**

Para Hidalgo (2019) la gestión, la recopilación y el seguimiento de los datos relacionados con este concepto se ven facilitados por una serie de instalaciones y sistemas. Los métodos son los medios por los cuales se obtienen los datos, mientras que las herramientas tienen que ver con cómo se recopila y almacena la información (p. 19).

Para redactar la tesis se usó el programa Microsoft Word. Este permitió representar textualmente la investigación, se utilizó el Turnitin para dejar en evidencia que no éxito plagió en la investigación. Con la aplicación de la encuesta, se obtuvieron los datos, los cuales fueron tabulados en el programa Microsoft Excel para luego elaborar los cuadros de resultados con su análisis respectivamente. También se hizo uso del programa PDF con el fin de presentar el informe final para su revisión, así mismo se utilizó el Mendeley para generar referencias bibliográficas en normas APA. Para finalizar, se usó el PowerPoint para la sustentación de la tesis y sus resultados.

### 3.6. Aspectos Éticos

Los principios éticos se desarrollaron en función del Reglamento de Integridad Científica en la investigación - *Resolución N°0277-2024-CU-ULADECH Católica* (2024), es por ello que se consideró los siguientes criterios éticos:

**Respeto y protección de los derechos de los intervinientes:** se aplicó el consentimiento informado donde se expresó el propósito de la investigación, la cual consistió en recopilar datos sobre las variables del estudio en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Esto fue aplicado de manera individual a cada participante que conformó la muestra de estudio sin diferencia por su etnia, religión y color. Lo anterior fue presentado con los datos y firmas correspondientes. También, se respetó en todo momento la confidencialidad de la información obtenida y no se vulneró la privacidad de esta.

**Cuidado del medio ambiente:** no se involucró la utilización de animales, ni plantas como muestra y no se hizo uso de materiales que fueran contaminantes para el medio ambiente. Asimismo, se procedió a aplicar medidas con el fin de evitar daño al medio ambiente, esto se pudo lograr aprovechando la luz natural del día y procurando utilizar de manera consciente los aparatos electrónicos (laptops, modem) permitiendo ahorrar energía eléctrica. También se hizo uso consciente del papel en la aplicación de las encuestas.

**Libre participación por propia voluntad:** antes de aplicar la encuesta se obtuvo la autorización de la empresa para la aplicación de la misma, firmando los documentos necesarios de manera presencial. De la misma manera, los participantes otorgaron su consentimiento de manera voluntaria para participar en el estudio, así mismo, se les informó la finalidad y objetivos de la investigación, y se respondió a las preguntas y dudas que tuvieron.

**Beneficencia, no maleficencia:** analizar la investigación no fue problema para los participantes y el investigador, debido a que en el momento de recopilación de datos los participantes de la muestra fueron avisados. La información obtenida fue de uso académico, respetando la comodidad de los individuos que participaron en el estudio. Por este motivo, el objetivo fue asegurar el bienestar de los individuos de la investigación, protegiendo sus derechos de privacidad.

**Integridad y honestidad:** la presente investigación se realizó de manera responsable, íntegra, correcta y transparente, ya que los documentos (carta de autorización) fueron firmados de manera presencial por el gerente de la empresa, sin incurrir en la falsificación o alteración de los documentos, así mismo, para aplicar las encuestas se procedió a la

validación de este, para luego verificar la confiabilidad de dicho instrumento. También se comprobó que no hubo plagio utilizando el Turnitin para respaldar la autenticidad. No se presentó conflicto de interés y no se presentaron inconvenientes en la realización de la investigación.

**Justicia:** durante la aplicación de cuestionarios, se recomendó que los participantes respondan las preguntas con sinceridad y sin omitir alguna, para no invalidar ningún cuestionario. El investigador no tuvo limitaciones de habilidades y capacidades en la investigación; asimismo, se adquirió el conocimiento necesario sobre las variables y la línea de investigación, mediante la formación académica y revisión de literatura.



#### IV. Resultados

**Respecto al objetivo específico N°1:** Describir las características de la complementariedad del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024

**Tabla 1**

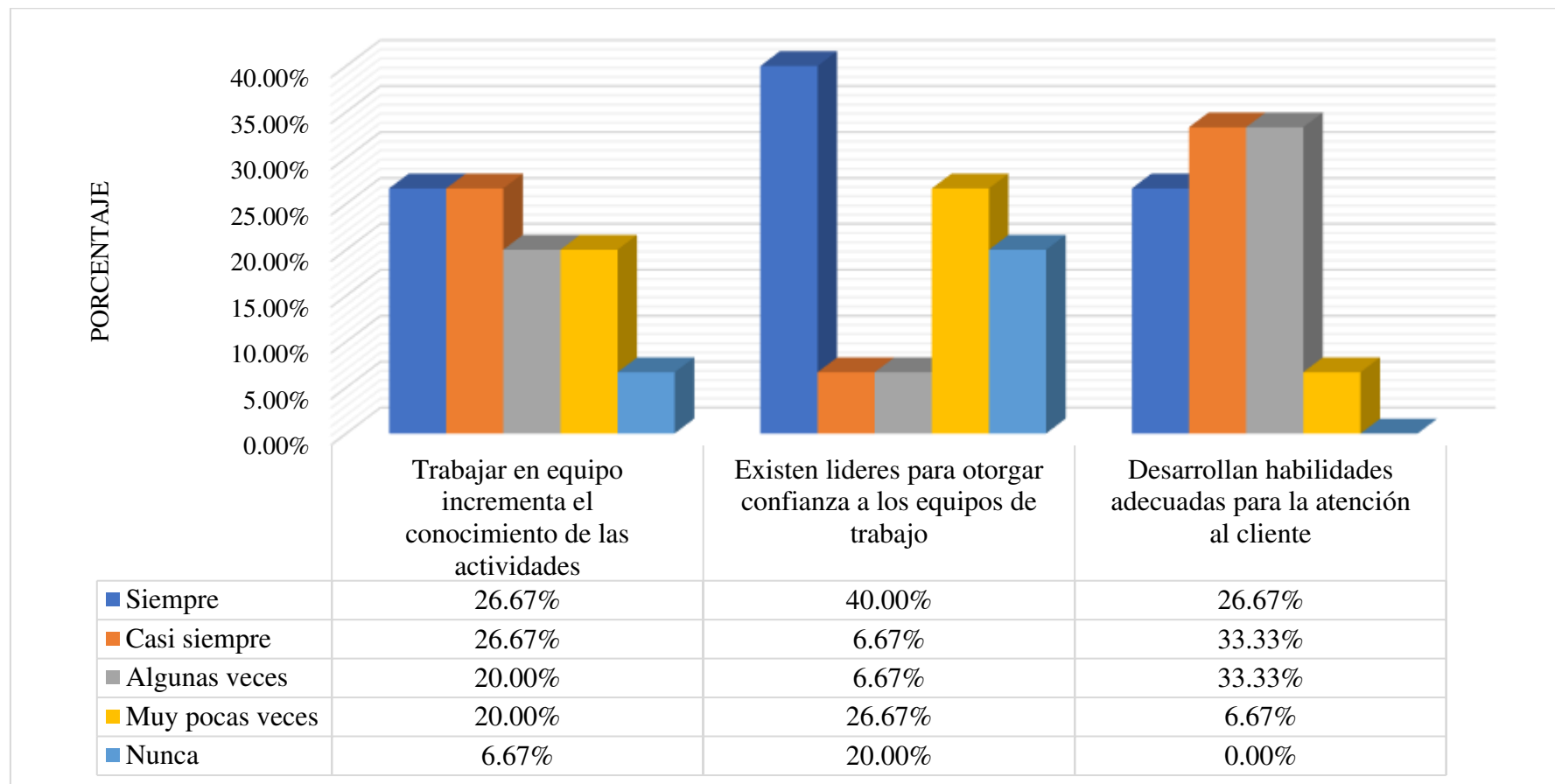
*Características de la complementariedad del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024*

Complementariedad		
	N	%
Trabajar en equipo incrementa el conocimiento de las actividades		
Siempre	4	26,67
Casi siempre	4	26,67
Algunas veces	3	20,00
Muy pocas veces	3	20,00
Nunca	1	6,67
Total	15	100,00
Existen líderes para otorgar confianza a los equipos de trabajo		
Siempre	6	40,00
Casi siempre	1	6,67
Algunas veces	1	6,67
Muy pocas veces	4	26,67
Nunca	3	20,00
Total	15	100,00
Desarrollan habilidades adecuadas para la atención al cliente		
Siempre	4	26,67
Casi siempre	5	33,33
Algunas veces	5	33,33
Muy pocas veces	1	6,67
Nunca	0	0,00
Total	15	100,00

**Nota:** Datos obtenidos de los cuestionarios aplicados a los trabajadores de la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.

**Figura 1**

*Características de la complementariedad del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.*



**Nota:** La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas al objetivo específico: Complementariedad en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.

**Respecto al objetivo específico N°2:** Describir las características de la coordinación del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.

**Tabla 2**

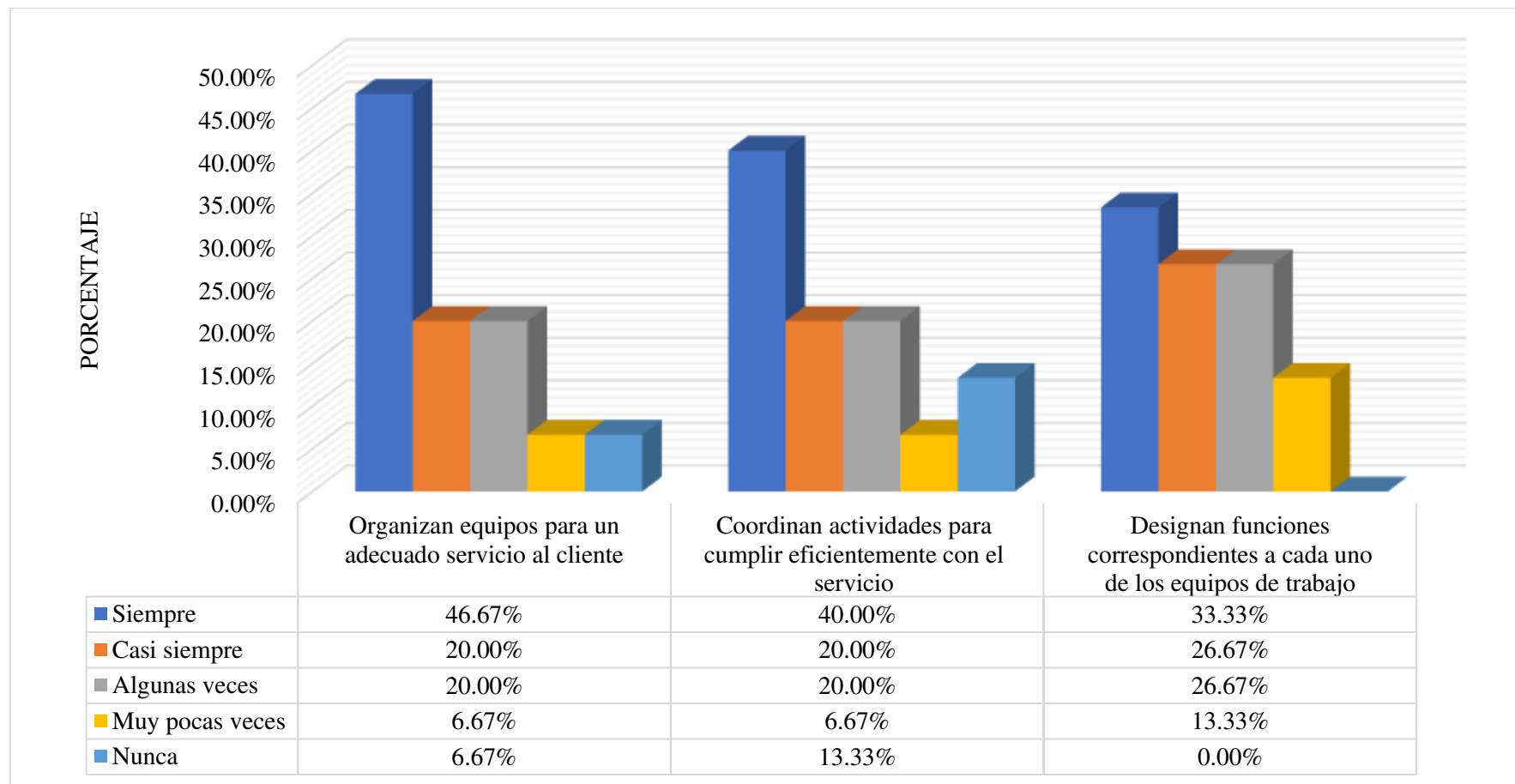
*Características de la coordinación del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.*

Coordinación		
Organizan equipos para un adecuado servicio al cliente	N	%
Siempre	7	46,67
Casi siempre	3	20,00
Algunas veces	3	20,00
Muy pocas veces	1	6,67
Nunca	1	6,67
Total	15	100,00
Coordinan actividades para cumplir eficientemente con el servicio		
Siempre	6	40,00
Casi siempre	3	20,00
Algunas veces	3	20,00
Muy pocas veces	1	6,67
Nunca	2	13,33
Total	15	100,00
Designan funciones correspondientes a cada uno de los equipos de trabajo		
Siempre	5	33,33
Casi siempre	4	26,67
Algunas veces	4	26,67
Muy pocas veces	2	13,33
Nunca	0	0,00
Total	15	100,00

**Nota:** Datos obtenidos de los cuestionarios aplicados a los trabajadores de la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.

**Figura 2**

*Características de la coordinación del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.*



**Nota:** La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas al objetivo específico: Coordinación en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.

**Respecto al objetivo específico N°3:** Describir las características de la comunicación del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.

**Tabla 3**

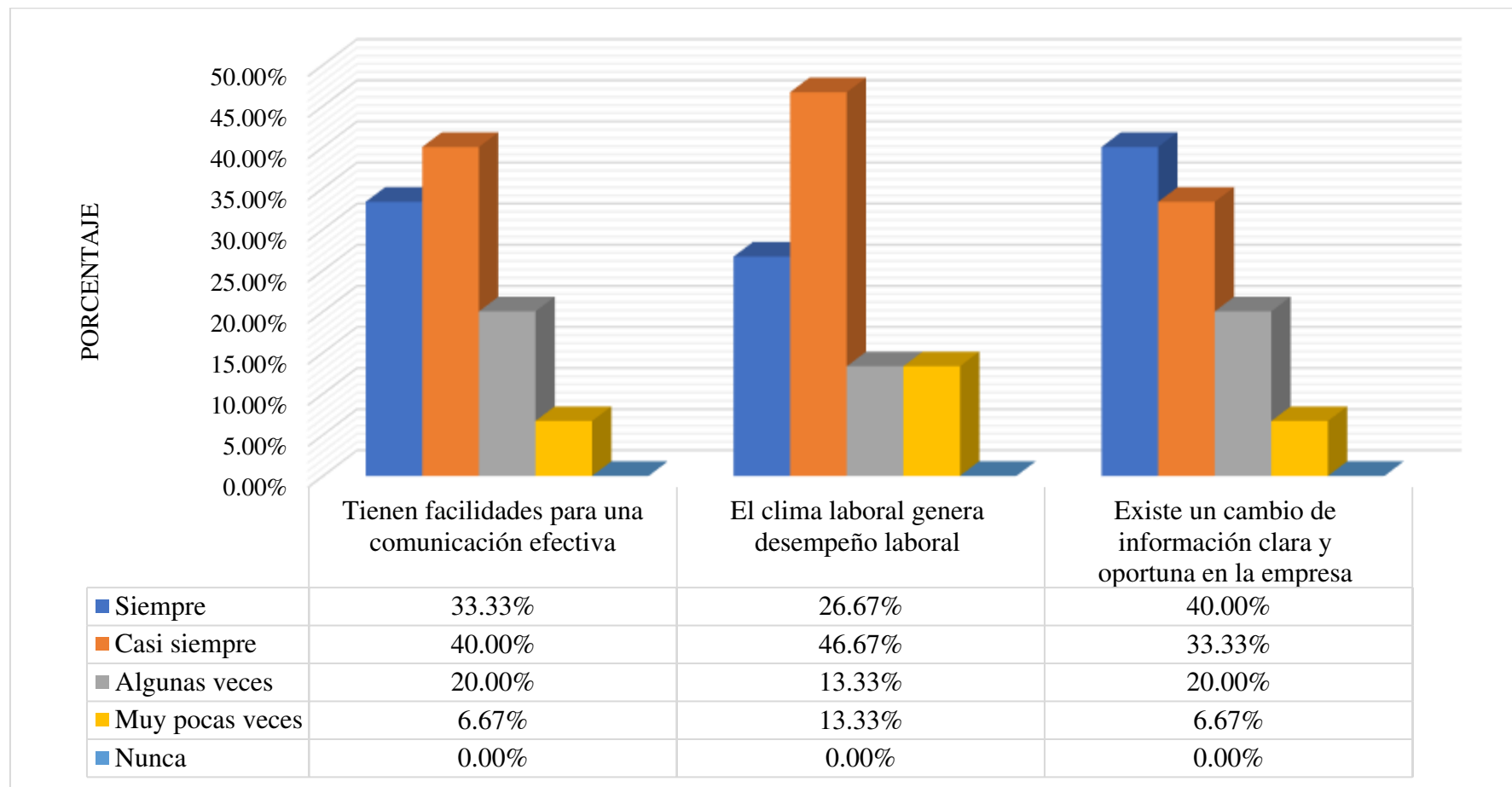
*Características de la comunicación del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.*

Comunicación		
Tienen facilidades para una comunicación efectiva	N	%
Siempre	5	33,33
Casi siempre	6	40,00
Algunas veces	3	20,00
Muy pocas veces	1	6,67
Nunca	0	0,00
Total	15	100,00
El clima laboral genera desempeño laboral		
Siempre	4	26,67
Casi siempre	7	46,67
Algunas veces	2	13,33
Muy pocas veces	2	13,33
Nunca	0	0,00
Total	15	100,00
Existe un cambio de información clara y oportuna en la empresa		
Siempre	6	40,00
Casi siempre	5	33,33
Algunas veces	3	20,00
Muy pocas veces	1	6,67
Nunca	0	0,00
Total	15	100,00

**Nota:** Datos obtenidos de los cuestionarios aplicados a los trabajadores de la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.

**Figura 3**

*Características de la comunicación del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.*



**Nota:** La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas al objetivo específico: Comunicación en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.

**Respecto al objetivo específico N°4:** Describir las características de la orientación de la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.

**Tabla 4**

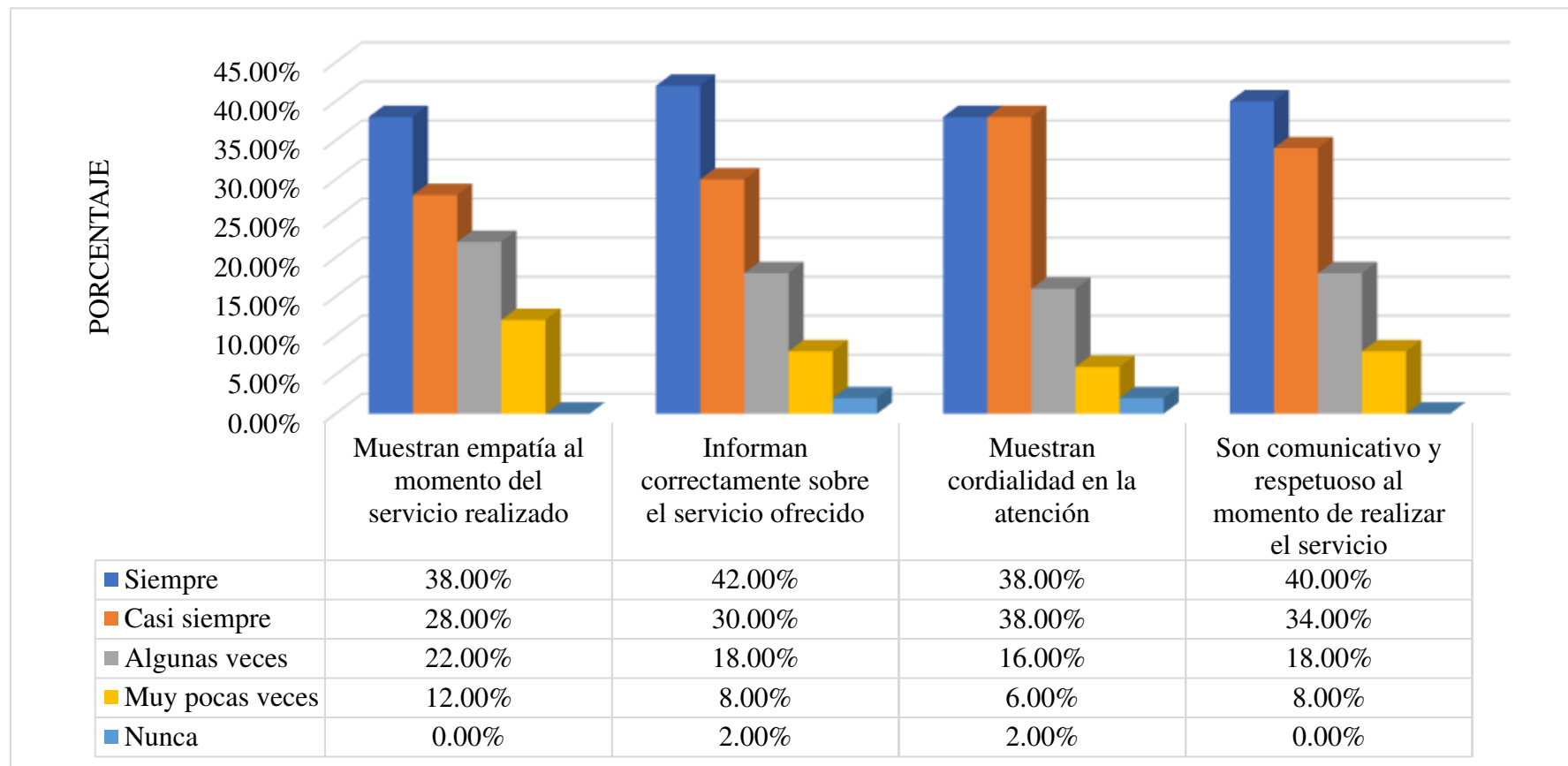
*Características de la orientación de la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.*

Orientación al cliente	N	%
<b>Muestran empatía al momento del servicio realizado</b>		
Siempre	19	38.00
Casi siempre	14	28.00
Algunas veces	11	22.00
Muy pocas veces	6	12.00
Nunca	0	0.00
Total	50	100.00
<b>Informan correctamente sobre el servicio ofrecido</b>		
Siempre	21	42.00
Casi siempre	15	30.00
Algunas veces	9	18.00
Muy pocas veces	4	8.00
Nunca	1	2.00
Total	50	100.00
<b>Muestran cordialidad en la atención</b>		
Siempre	19	38.00
Casi siempre	19	38.00
Algunas veces	8	16.00
Muy pocas veces	3	6.00
Nunca	1	2.00
Total	50	100.00
<b>Son comunicativo y respetuoso al momento de realizar el servicio</b>		
Siempre	20	40.00
Casi siempre	17	34.00
Algunas veces	9	18.00
Muy pocas veces	4	8.00
Nunca	0	0.00
Total	50	100.00

**Nota:** Datos obtenidos de los cuestionarios aplicados a los clientes de la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.

**Figura 4**

*Características de la orientación de la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.*



**Nota:** La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas al objetivo específico: Orientación al cliente de la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.



**Respecto al objetivo específico N°5:** Describir las características de la satisfacción de la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.

**Tabla 5**

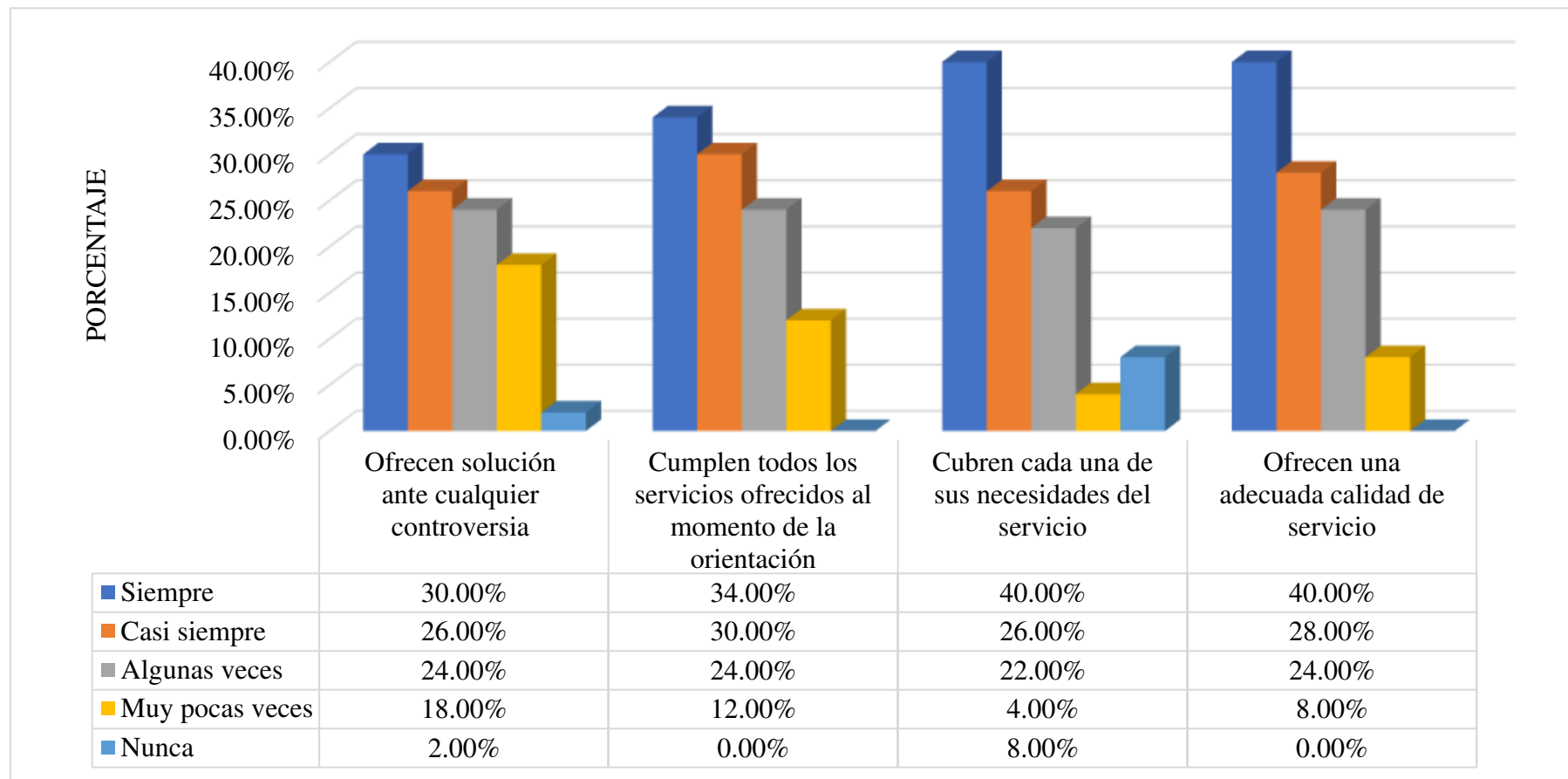
*Características de la satisfacción de la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.*

Satisfacción de los clientes	N	%
<b>Ofrecen solución ante cualquier controversia</b>		
Siempre	15	30.00
Casi siempre	13	26.00
Algunas veces	12	24.00
Muy pocas veces	9	18.00
Nunca	1	2.00
Total	50	100.00
<b>Cumplen todos los servicios ofrecidos al momento de la orientación</b>		
Siempre	17	34.00
Casi siempre	15	30.00
Algunas veces	12	24.00
Muy pocas veces	6	12.00
Nunca	0	0.00
Total	50	100.00
<b>Cubren cada una de sus necesidades del servicio</b>		
Siempre	20	40.00
Casi siempre	13	28.00
Algunas veces	11	24.00
Muy pocas veces	2	4.00
Nunca	4	8.00
Total	50	100.00
<b>Ofrecen una adecuada calidad de servicio</b>		
Siempre	20	40.00
Casi siempre	14	28.00
Algunas veces	12	24.00
Muy pocas veces	4	8.00
Nunca	0	0.00
Total	50	100.00

**Nota:** Datos obtenidos de los cuestionarios aplicados a los clientes de la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.

**Figura 5**

*Características de la satisfacción de la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.*



**Nota:** La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas al objetivo específico: Satisfacción del cliente de la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024

**Respecto al objetivo específico N°6:** Elaborar una propuesta de plan de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.

**Tabla 6**

*Propuesta de plan de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.*

Variable	Indicador	Problemas	Causa	Consecuencia	Acciones de mejora	Responsable	Presupuesto
Trabajo en equipo	Habilidades adecuadas	El 33,33% consideró que algunas veces los equipos no tienen las habilidades adecuadas para el servicio ofrecido al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inexperiencia del personal nuevo contratado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los equipos no podrán aportar su mejores habilidades y capacidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar un sistema de contratación para elegir a trabajadores con las mejores capacidades.</li> </ul>	Gerente general	S/.2,000.00
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Poco filtro al momento de contratar personal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se brindará un mal servicio debido a la carencia de habilidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar instrumentos de medición de rendimiento laboral.</li> </ul>		
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Carencia de habilidades en atención al cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumento de cliente insatisfecho.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitar al personal en atención al cliente trimestralmente.</li> </ul>		

	Facilidades	El 40,00% respondió que casi siempre hay facilidades de comunicación efectiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de contacto directo con el supervisor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Personal insatisfecho</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planificar reuniones mensuales para informar sobre cambios de horarios</li> </ul>	Gerente general	S/.2,500.00
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Poco apoyo por parte de la gerencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mala reputación como empresa contratante.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejorar el dialogo entre la gerencia y el personal nuevo.</li> </ul>		
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de organización en cuanto a horarios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de personal por no contar con horarios flexibles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crear estrategias flexibles para los horarios.</li> </ul>		
	Clima laboral	El 46,67% respondió que siempre existe un buen clima laboral para el desempeño.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desorganización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No delimitar tareas, roles y funciones correctas por ende no existirá un buen clima de trabajo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicar un sistema de tareas.</li> </ul>	Gerente general	S/.4,000.00
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Desconocimiento de funciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No poder delegar a un equipo para evaluar problemas de clima laboral.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planificar un área para consultas que el personal puede resolver dudas en conjunto.</li> </ul>		

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia negativa del cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Afectar negativamente el servicio ofrecido a los clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar reuniones de retroalimentación constantes.</li> </ul>		
Atención al cliente	Cordialidad	el 38% manifestó que, casi siempre, el personal tiene cordialidad en la atención.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de estrategias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No permitir a los miembros trabajar de forma colaborativa, debido a que los objetivos logrados son en conjunto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Charla sobre la calidad del servicio.</li> </ul>	Gerente general	S/4,000.00
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de personal con experiencia en atención al cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daño en la reputación, una atención sin cordialidad puede generar un mal servicio al cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usar herramientas de atención al cliente.</li> </ul>		
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta capacitación en atención al público</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajadores sin buenos valores personales y laborales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitaciones trimestrales de atención al cliente.</li> </ul>		
						Total	12,500.00

## V. Discusión

**Respecto al objetivo específico N°1: Describir las características de la complementariedad del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.**

Trabajar en equipo contribuye a incrementar tu conocimiento de las diferentes actividades: El 26,67% de respondió que, siempre, el equipo de trabajo contribuye a incrementar el conocimiento de diferentes actividades. Esto resultados coinciden con los resultados hallados por Parra (2020). en su estudio titulado *Impacto de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en las empresas de transportes en el canal tradicional de la ciudad de la Paz en el año 2021*, se manifiesto que el 45% de los trabajadores afirmaron siempre tener conocimientos indispensables para desarrollar las tareas asignadas. Pero contrasta con Zavala (2021). en su tesis, titulada *Trabajo en equipo y su relación con la calidad de servicios de los trabajadores de Transportes Málaga, año 2019*, quien manifiesta que el 57.1% de encuestados respondieron que nunca tienen conocimiento sobre sus tareas asignadas, pues no es indispensable. Contrasta también con Izquierdo (2020) en su investigación, titulada *Diagnóstico de la Atención al Cliente y gestión de calidad en las empresas de transportes en Palmira (Valle)*, quien sostiene que el 80% de trabajadores respondieron que algunas veces los conocimientos no son indispensables para desarrollar las tareas asignadas. Según Menna (2020) en su libro *La importancia del conocimiento en las empresas de Transporte terrestre*, el conocimiento también puede considerarse una actividad que contribuye a las relaciones interpersonales, ya que su construcción y comunicación eficiente es importante para ayudar a promover un ambiente de trabajo adecuado dentro de una organización, en la mayoría de los casos, estos conocimientos se adquieren mediante el aprendizaje y la experiencia. Esto suma, el conocimiento es considerado como resultado de la actividad constante del mundo. Esto requiere un conocimiento general que se estructura en un conocimiento de individuos, objetos o ideas. El conocimiento es la conexión entre un objeto conocido (que puede ser conocido) y un sujeto que es capaz de comprender. La investigación científica examina la esencia del conocimiento desde una perspectiva científica.

Existen líderes preparados para otorgar confianza a los equipos de trabajo: El 40,00% de los trabajadores respondieron que siempre cuenta con líderes para formar equipos que logren los propósitos. Estos resultados coinciden con lo encontrado por García et al (2019) en su investigación, titulada *Influencia del trabajo en equipo en la adaptación*

*a entornos laborales cambiantes: Caso Movil Bus, Perú*, quien determinó que el 60.00% de los trabajadores respondió siempre tienen líderes que logran los objetivos propuestos por la empresa, del mismo modo coincide con los resultados encontrados en la investigación de León et al (2019), titulada *Trabajo en Equipo y Satisfacción Laboral de los trabajadores de Transporte CIVA*, quien manifestó que el 83.3% de sus trabajadores afirmaron que siempre cuentan con líderes adecuados que les ayudan a cumplir los objetivos propuestos. Estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Nizama (2019). en su tesis, titulada *El trabajo en equipo en las decisiones organizativas, un estudio de casos en la empresa de Transporte Chávez, 2018*; quien determinó que el 73% de los encuestados respondieron que muy pocas veces cuentan con líderes que logren sus propósitos planteados. Según Fernández (2020) en su libro *Liderazgo empresarial en las empresas de Transporte terrestre europeas*, acota que lo primordial del liderazgo en la organización radica en que son definidas como una cantidad de hábitos y virtudes que pueden influir positivamente en poder motivar a un individuo para liderar a un equipo de personas con la finalidad de lograr sus objetivos, y poder crear una reputación adecuada ante la competencia del mercado. En conclusión, el liderazgo hace referencia a la habilidad de una persona para influir en la audiencia a la que quiere llegar, a la que se entrega el mensaje y los grupos a los que pertenece e influir en las creencias, valores y comportamientos de los demás. Se llama liderazgo y puede ser aplicado en el día a día.

Desarrollan habilidades adecuadas para realizar la atención al cliente: El 33,33% de los trabajadores respondieron que algunas veces se cuentan los equipos de trabajo con las habilidades adecuadas para realizar el servicio ofrecido al cliente. Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Cutipa y Pastor (2021) en su tesis, titulada *La relación de la Gestión de Calidad y el Desempeño Organizacional en la empresa Andes Express S.A.C, periodo 2021*. quien manifiesta que el 67,2% de los trabajadores manifestó que algunas veces se cuentan con la habilidad adecuada para su trabajo. Contrasta con Balabarca (2021) en su, titulada *La gestión de calidad en la Atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro-servicio y empresas de transportes en la ciudad de Huaraz, 2018*, quien manifestó que el 60,00% respondió que casi siempre los trabajadores cuentan con las habilidades necesarias para la realización de sus actividades. Para Gil (2020) en su libro *Habilidades Laborales en las empresas de Transporte terrestre*, comenta que las habilidades se relacionan con la cualidad de poder compartir experiencias

y conocimientos. De igual forma, se refiere a la capacidad de aceptar con confianza opiniones y comentarios de los demás. Estas habilidades se aprenden y las personas que nos rodean son un elemento fundamental de este aprendizaje. Pero cuanto más practiques tus habilidades sociales, más las desarrollarás. Con lo anterior mencionado, se deduce que el liderazgo se trata de un conjunto de capacidades y habilidades encaminadas a facilitar el desarrollo de las actividades laborales y ayudar a resolver los problemas que se presenten en el proceso. Estos se adquieren a través de la interacción con las personas que te rodean.

**Respecto al objetivo específico N°2: Describir las características de la coordinación del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.**

Organizan equipos de trabajo para que realice un adecuado servicio al cliente: El 46,67% de los trabajadores respondieron que siempre se organizó equipos de trabajos para que realice un adecuado servicio al cliente. Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Nizama (2019) quien en su tesis titulado *El trabajo en equipo en las decisiones organizativas, un estudio de casos en la empresa de Transporte Chávez, 2018*, manifiestan que el 65,30% de encuestados respondió siempre se organiza grupos de trabajo a favor de ofrecer un servicio de mejor calidad. Pero contrasta con Maldonado (2021) en su investigación titulada, *Desarrollo del Trabajo en equipo en la micro y pequeña empresa Transporte selva S.A., Callería*. Quien manifiesto que el 52,23% de los trabajadores afirmaron que algunas veces se forman grupos de trabajo, así mismo contrasta con León et al (2019), titulada *Trabajo en Equipo y Satisfacción Laboral de los trabajadores de Transporte CIVA*, que obtuvo que el 61.00% de encuestados respondió que algunas veces se crean grupos de trabajo para ofrecer un mejor servicio. Para Guerrero et al (2019) en su libro *Organización Individual Empresarial*, comenta que dentro de la empresa es fundamental la organización ya que ayuda a la resolución de problemas y permite completar las tareas a tiempo y trabaja en la misma área de trabajo. Se apoyan con reuniones de varias horas a la semana para discutir temas, procesos, calidad, eficiencia, formas de mejorar la contratación y más. La organización permite tener mejor control de las personas y de los procesos empresariales con una cooperación conjunta. Se concluye que en la organización la organización de equipos se da constantemente, siendo una ventaja para la empresa ante la competencia, generando que se logren los objetivos de manera eficiente, ya que todo es más ordenado y organizado. Esto se debe a una variedad de factores, incluidas las habilidades de los miembros del grupo, el tamaño del grupo, la intensidad del conflicto que se está



resolviendo y las presiones internas ejercidas sobre los miembros para que se ajusten a las normas establecidas.

Coordinan actividades a desarrollar para cumplir eficientemente con el servicio que se brinda: El 40,00% de los trabajadores respondió que siempre y casi siempre su equipo cuenta con fechas pactadas para la atención de sus clientes. Estos resultados coinciden con lo encontrado por García et al (2019) en su investigación titulada *Trabajo en equipo y Desempeño laboral en los colaboradores operativos de la empresa TRANSMAR S.A., sede Pucallpa – Ucayali, 2021*, quien determinó que el 65.00% de los encuestados respondieron que siempre pactan un cronograma que les permite realizar la adecuada atención al cliente. Estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Carpio (2022) en su tesis, titulada *Trabajo en equipo y Desempeño laboral en los colaboradores operativos de la empresa Los Portales Operadora S.A., sede Pucallpa – Ucayali, 2021* quien determinó que el 68.00% de los trabajadores respondieron que casi nunca cuentan con fechas pactadas para realizar sus actividades delegadas. El autor Beltrán (2019) en su libro *Cumplimientos de Demanda Ofrecida en las empresas de Transporte terrestre*, aduce que cuando una organización cumple todas sus promesas de ventas y servicios, los clientes saben que no perderán tiempo ni dinero y es más probable que confíen en la empresa para sus necesidades futuras. Cumplir sus promesas genera confianza en sus clientes y les ayuda a aprovechar su tiempo al máximo. Este es ahora el bien más valioso y nadie tiene tiempo para quejarse y esperar. Con esto se deduce que la deficiencia más común de las organizaciones a la hora de cumplir con sus obligaciones es la medición incorrecta. Esto se debe a que se midió con base en parámetros establecidos por la empresa sin considerar la perspectiva del cliente. Para quienes entienden que cumplimiento significa desarrollar y entregar los servicios prometidos de manera adecuada y oportuna, lograr solo una de las dos variables significa incumplimiento.

Designan funciones correspondientes a cada uno de los equipos de trabajo: El 33,33% de los trabajadores respondieron que siempre se designan las funciones correspondientes a los equipos de trabajo. Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Zavala (2021) en su tesis titulada *Trabajo en equipo y su relación con la calidad de servicios de los trabajadores de Transportes Málaga, año 2020*. quienes manifiestan que el 73,20% de los trabajadores manifestaron que siempre se designan las funciones correspondientes a los equipos de trabajo. Estos resultados contrastan con los resultados de Cutipa y Pastor (2021) en su tesis, titulada *La relación de la Gestión de Calidad y el Desempeño Organizacional en la empresa Andes Express S.A.C, periodo 2021*. Quien en su investigación obtuvo que el

45% de los trabajadores respondieron que casi nunca se designan las funciones correspondientes a lo grupo de trabajo. Según el economista Parra (2020) en su artículo *Funciones laborales Aplicables*, infiere que las funciones son medios de resolución de conflictos, ya que las responsabilidades asumidas en la prestación de los servicios prestados siempre tienen un impacto significativo en los pasajeros. Para satisfacer las necesidades de los clientes, es importante comprender los segmentos de mercado atendidos. Esto le permite anticiparse y satisfacer las necesidades de la otra persona. Con lo anteriormente se deduce que las funciones aplicables dentro de los cumplimientos de servicios ayudan a las empresas a aumentar su credibilidad y sostenibilidad, aumentar la rentabilidad y crear una imagen corporativa positiva. Esto es esencial para la expansión internacional. El comercio internacional requiere un modelo de cumplimiento y muchos países no harán negocios con empresas que no lo tengan.

**Respecto al objetivo específico N°3: Describir las características de la comunicación del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.**

Brindan las facilidades para que se comuniquen de manera efectiva: El 40,00% de los trabajadores respondieron que casi siempre se brindan las facilidades para que se comuniquen de manera efectiva. Estos resultados coinciden con los resultados encontrados con Parra (2020) en su tesis titulada *Impacto de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en las empresas de transportes en el canal tradicional de la ciudad de la Paz en el año 2021*, quien manifiesta que el 57.1% de encuestados respondieron que siempre se les facilita que se comunique de manera asertiva entre los grupos de diferentes áreas. Pero contrasta con Izquierdo (2020) en su investigación, titulada *Diagnóstico de la Atención al cliente y gestión de calidad en las empresas de transportes en Palmira (Valle)*, que manifiesta que el 46,67% de los trabajadores respondió que algunas veces se facilita la comunicación asertiva entre los equipos de trabajo. Para Blanchard (2020) en su libro *Facilidades del Trabajo*, manifiesta que el trabajo en grupo permite la interacción entre los miembros y fomenta la participación en el grupo, reduciendo la fluidez de ideas e información, logrando mejores resultados, lo que genera sensación de satisfacción. Como persona y como organización, haciendo que los trabajadores se desarrollen profesional y personalmente. Concluyendo, es importante que los empleados de su organización tengan acceso a herramientas de comunicación que les permitan realizar su trabajo de manera más efectiva y mejorar su forma de trabajar. También es importante que la dirección implemente

adecuadamente estas opciones para aumentar la confianza de los empleados, y poder generar con esto los objetivos propuestos en la empresa.

Brindan un buen clima laboral para el buen desempeño: El 46,67% de los trabajadores respondieron que siempre se brinda un buen clima laboral para el buen desempeño. Estos resultados coinciden con lo encontrado por Benites (2020) en su tesis titulado *Gestión de calidad con el uso de la Atención al cliente en las micros y pequeñas empresas, rubro transporte en la ciudad de Huaraz*, 2018, quien determinó que el 73% de los encuestados respondieron que siempre se brinda un buen clima organizacional. Estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Márquez (2023) en su tesis titulado *Propuesta de mejora de la Gestión de la Calidad para la Atención al cliente en la micro y pequeña empresa rubro de transporte, Sol y Luna, distrito Amarilis*, 2023, quien determinó que el 60.00% de los trabajadores respondieron que no existe un buen clima laboral. Penachi (2019) en su libro *Clima Organizacional y cómo aplicarlo*, refiriere que el clima laboral es un factor relevante en el ambiente de trabajo, ya que tiene un impacto en la satisfacción del empleado y su rendimiento. Un entorno laboral adecuado para el personal es fundamental para alcanzar un buen rendimiento. Esto se puede lograr con aquellos que puedan adaptarse a la cultura de la organización y demuestren sus aptitudes para llevar a cabo las tareas asignadas, lo cual contribuye a alcanzar los objetivos establecidos. Esto demuestra, que el clima laboral es un elemento fundamental del proceso organizacional y de las tendencias motivadoras. El entorno laboral posibilita a las compañías mejorar de manera continua el entorno de trabajo. Es esencial disponer de la habilidad para analizar esta variable con el fin de obtener resultados útiles que puedan mejorar la calidad de vida de los empleados, las condiciones laborales y su implicación en la consecución de los objetivos de la organización.

Existe un cambio de información clara y oportuna en la empresa: El 40,00% de los trabajadores respondieron que algunas veces brindan la información adecuada para la realización de sus funciones. Estos resultados coinciden con lo encontrado por Vásquez (2020) en su tesis titulada *Análisis y Propuesta de mejora de procesos en los Servicios Transporte Terrestre Regional*, quien determinó que el 73% de los encuestados respondieron que algunas veces la información sobre sus funciones no son las adecuadas. Estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Amasifuen (2019) en su investigación con el título *Trabajo en equipo y Clima Organizacional*, quien determinó que el 60.00% de los trabajadores respondieron que siempre brindan una información precisa sobre las funciones delegadas. El analista Yukl (2019) en su libro *Información laboral*, infiere que la

información es una selección de datos procesados y organizados para comprender a una persona o sistema y proporcionar nuevos conocimientos sobre un tema, problema o fenómeno en particular. La consecuencia más importante de la información es un cambio en el nivel de comprensión de un individuo o sistema sobre un tema específico, que afecta sus acciones, actitudes o decisiones basadas en la nueva información. Esto demuestra, que los empleados deben compartir información, brindar asistencia al azar y colaborar de manera estrecha. Los grupos que han sido establecidos pueden enfrentar dificultades de falta de confianza y cohesión. Para obtener los mismos resultados, las personas deben obtener la información más exhaustiva disponible y colaborar de manera conjunta.

**Respecto al objetivo específico N°4: Describir las características de la orientación de la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.**

De acuerdo con los resultados, el 38% de trabajadores manifiesta que siempre el personal muestra empatía al momento del servicio realizado. Resultado que tiene coincidencia con Pumachara (2020) en su tesis para optar el título en licenciado en administración presentado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, con el título *Influencia de la Atención al cliente en la percepción de la calidad de los servicios ofrecidos por el local transporte Fundador, Callería – 2019*, obtuvo que el 45% respondió que casi siempre es la atención y cordialidad del personal que presta el servicio, que es la disposición de los trabajadores de ponerse en la situación del cliente, en su lugar para saber cómo se siente. Para Ríos (2019) en su artículo *Empatía Laboral*, infiere que la empatía es crucial en las organizaciones porque mejora las relaciones interpersonales y crea un entorno laboral agradable y saludable. Esto se debe a que la empatía entre los empleados fomenta el compañerismo y la confianza, lo que conduce a una mayor comunicación entre los empleados. Con lo mencionado se deduce que los empleados practican la empatía en la organización, se creará un entorno laboral favorable porque se podrá comprender mejor a las personas. Por otro lado, si se aplica esta capacidad al brindar un servicio, esto permitirá una experiencia de servicio mejorada y la sociedad actual viene mejorando de forma constante. Por lo tanto, se debe adoptar una cultura organizacional firme en favor de los empleados.

De acuerdo con los resultados, el 35% de trabajadores manifiesta que, siempre, el personal le informa correctamente sobre el servicio ofrecido. Resultado que contrasta con Panduro (2019) en su tesis para optar el título en licenciado en administración presentado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, titulada *Gestión de calidad y Atención al cliente en las mypes del sector servicio, rubro transporte, Región Ucayali, año 2019*,

obtuvo que el 65% respondió que casi siempre el cliente no se encuentra satisfecho con la totalidad de los servicios de limpieza, en cuanto a capacidad de respuesta al no haber una comunicación correcta de parte del personal, el autor Valencia (2020) manifiesta que satisfacer al cliente ayuda a saber la probabilidad de que un cliente haga una compra a futuro. Por eso es importante pedir a los clientes que califiquen el grado de satisfacción, esto es una forma de ver si se convertirán en clientes habituales o incluso en defensores de la marca.

De acuerdo con los resultados, el 38% de trabajadores manifiesta que, casi siempre, el personal muestra cordialidad en la atención. Respuesta que coincide con Mejía (2021) en su tesis para optar el título en licenciado en administración presentado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, con el nombre de *Gestión de calidad en la Atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del rubro transportes en la ciudad de Pucallpa, Ucayali, 2018*, quien dice que es considerada como uno de los valores más valiosos de la organización. Hernández (2021) refiere que aplicar una base de datos en las empresas permite detectar oportunidades de negocio al realizar microsegmentaciones de los clientes actuales. Si se analizó los datos de facturación (fecha, importe, y detalle de la compra) se pueden sacar valiosas conclusiones para realizar nuevas promociones o vender nuevos productos. Por lo mencionado por el autor, es necesario poder analizar la viabilidad de implementar una base de datos, ya que a la larga genera mejoras para la marca del producto.

De acuerdo con los resultados, el 45% de trabajadores manifiesta que siempre, el personal es comunicativo y respetuoso al momento de realizar el servicio. Resultó concordante con Maldonado (2021) en su tesis para optar el título de licenciado en administración presentado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, titulado *Desarrollo del Trabajo en equipo en la micro y pequeña empresa Transporte selva S.A., Callería*. Obtuvo que la comunicación es un, recurso, un activo que hay que gestionar; si existe una comunicación real y verdadera entre las partes es probable que el servicio tenga el éxito esperado en alcanzar los objetivos de la eficacia y eficiencia. Un fuerte posicionamiento de marca identifica claramente a su público objetivo y qué necesidades específicas tiene que la empresa pueda cumplir. Es por esto la importancia de poder aplicar un buen posicionamiento en las empresas y para esto es necesario usar las herramientas adecuadas de atención.

**Respecto al objetivo específico N°5: Describir las características de la satisfacción de la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.**

De acuerdo con los resultados, el 40% de trabajadores manifiesta que siempre el personal ofrece soluciones ante cualquier controversia, contrastan con los resultados encontrados en la investigación de Carpio (2022) en su tesis para optar el título de Licenciado en ciencias de Administración y Gestión de Empresas, en la Universidad Tecnológica del Perú, Perú, titulada *Trabajo en equipo y Desempeño laboral en los colaboradores operativos de la empresa TRANSMAR S.A., sede Pucallpa – Ucayali, 2021*, quien manifestó que el 43.40% de trabajadores contestaron que casi nunca utilizan medios publicitarios para dar a conocer la marca de la empresa. Con esto se demuestra que la empresa usa medios publicitarios para dar a conocer el negocio y esto realmente brinda mejoras en el posicionamiento de la empresa. Al respecto, Gutiérrez (2019) refiere que el uso de medios publicitarios promueve efectivamente una marca, producto o servicio. Asimismo, persuade al consumidor para que el producto sea rentable. Da a conocer las ventajas de comprar bienes o servicios, informa y da a conocer noticias sobre el producto.

De acuerdo con los resultados, el 75% de trabajadores manifiesta que, siempre la empresa cumple todos los servicios ofrecidos al momento de la orientación. Contrasta con Márquez (2023) en su tesis para optar el título en licenciado en administración presentado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote , Perú , titulada *Propuesta de mejora de la Gestión de la Calidad para la Atención al cliente en la micro y pequeña empresa rubro de transporte, Sol y Luna, distrito Amarilis, 2023*, obtuvo que el 65% respondió que algunas veces no se debe dejar de lado la adecuada atención a los clientes, un adecuado ambiente de trabajo, la seguridad de los trabajadores como de los clientes en el momento que van a hacer sus compras para el bienestar de toda la comunidad y desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas y obtener buenos resultados en el incremento del desarrollo de nuestro país.

De acuerdo con los resultados, el 50% de trabajadores manifiesta que siempre la empresa cubre cada una de sus necesidades del servicio; la empresa no cubre cada una de sus necesidades del servicio. Se concuerda con Benites (2020) en su tesis para optar el título en licenciado en administración presentado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, titulada *Gestión de calidad con el uso de la Atención al cliente en las micros y pequeñas empresas, rubro transporte en la ciudad de Huaraz, 2019*, quien obtuvo que el 46% respondió que casi siempre debe realizarse el seguimiento y establecer procesos generales de operación que permitan el control de calidad a través de un manual; con la

intención de cumplir con las expectativas que requieren los clientes a fin de garantizarles un servicio de alta calidad. Lo anteriormente observado permite inferir que el uso de herramientas de marketing genera ganancias económicas en la empresa, puesto que su aplicación permite que los procesos del marketing sean más eficaces, lo cual genera que la empresa no solo mejore sus estrategias de marketing como el posicionamiento o la segmentación. Para Farfán (2019) en su libro *Necesidades de servicio en las organizaciones* menciona que las necesidades de servicio generan ganancias, ya que al ser implementada de forma correcta puede traducirse en un aumento de ventas de la empresa, por lo que resulta esencial considerarla como parte de la planeación empresarial.

De acuerdo con los resultados, el 40% de trabajadores manifiesto que siempre, considera que la empresa ofrece una adecuada calidad de servicio. Consideró que la empresa ofrece una adecuada calidad de servicio. Resultó concordante con Valle (2019) en su tesis para optar al título de especialista en Alta Gerencia de la Universidad Militar Nueva Granada, Colombia. titulado *la Importancia del trabajo en equipo en las organizaciones actuales*, Obtuvo que quien plantea propuestas para mejorar los procesos de limpieza, para poder así incrementar el nivel de satisfacción del cliente respecto a la calidad del servicio que se les brinda y reducir el índice de fallas. Concordante Fuentes (2012), que en su libro *Calidad de servicio en las organizaciones del siglo XXI* manifiesta que la calidad ha evolucionado en etapas no perspectivas desde hace décadas hasta ubicarse en la actualidad como la gestión de la calidad total, con interés primordial en satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Los beneficios que brindan el uso de marketing son muchos, como fideliza a los clientes, mejora la reputación y potenciar la marca, es por eso que la empresa está haciendo bien en aplicar el marketing al respecto. Pinedo (2018) en su libro *Calidad de servicio en las entidades comerciales* infiere que las empresas han descubierto con el paso de los años que la aplicación del marketing genera beneficios a corto y largo plazo, ahora las empresas modernas ven el marketing no como lujo sino como necesidad prioritaria, por los beneficios y ventajas que este genera.

**Objetivo específico 6: Elaborar una propuesta de plan de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.**

### **Plan de mejora**

#### **1. Datos generales**

Razón Social: TURISMO CAHUIISH S.R.L.

#### **2. Misión**

Satisfacer las necesidades de transporte de nuestros clientes, ofreciendo viajes y servicios con la más alta calidad, donde se sobrepasen las expectativas de nuestros clientes y ser un espacio de trabajo que permita la realización personal y el desarrollo de sus trabajadores en el grupo.

#### **3. Visión**

Ser una de las mejores empresas de transporte de la región, capaz de desarrollar en cada uno de los trabajadores su capacidad creativa a favor del cliente. Lograr que sea una empresa altamente productiva, innovadora, competitiva y dedicada para la satisfacción plena de nuestros clientes, un trato justo a sus proveedores y con posibilidades de desarrollo personal, de la misma forma llegar a ser el restaurante más exitoso en su especialidad, así como ser una fuente de trabajo.

#### **4. Objetivos organizacionales**

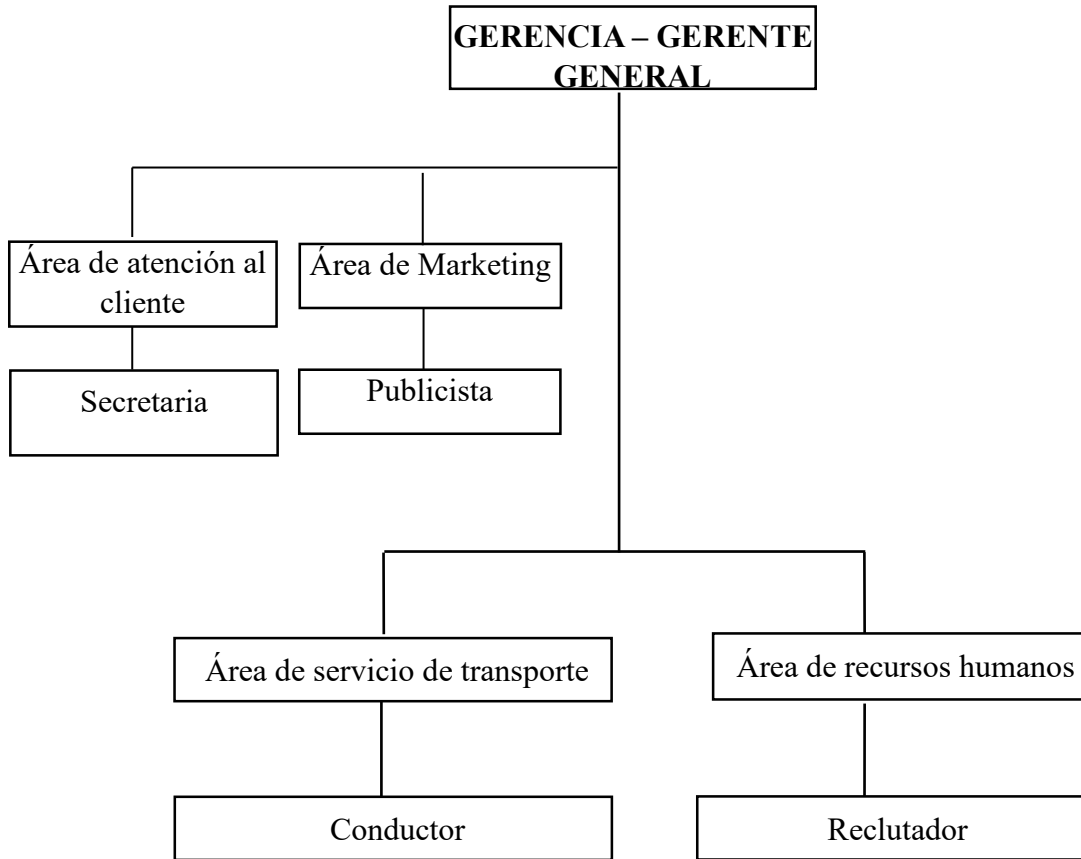
- ✓ Trabajar en equipo para lograr alcanzar las metas y objetivos organizacionales.
- ✓ Trabajar con honestidad, cumpliendo lo que se prometen en las fechas y tiempos establecidos con los clientes.
- ✓ Cumplir con la atención de calidad y un buen ambiente de trabajo.
- ✓ Realizar el buen uso de las prácticas de ofrecimiento del servicio de calidad.
- ✓ Ofrecer lealtad y amor hacia el trabajo y a la organización.

#### **5. Productos y servicios**

Ofrecer viajes de transporte inter regional en el distrito de Huaraz



## 6. Organigrama



### 6.1. Descripción de funciones

Gerencia - Gerente general	
Perfil	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciado en administración, economía, afines.</li> <li>• Capacidad de liderazgo</li> <li>• Experiencia mínima de 3 años como gerente general.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planifica y supervisa la empresa</li> <li>- Evalúa y contrata al personal</li> <li>- Registra en planillas a sus trabajadores</li> <li>- Coordina las operaciones diarias de gestión</li> </ul>
Área de atención al cliente	
Perfil	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios de secretariado o afines</li> <li>• Experiencia a la atención al cliente</li> <li>• Trabajo estable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Llevar el manejo de los libros contables</li> <li>- Recepcionar, entregar y custodiar el dinero en efectivo, giros y</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de Microsoft básico, intermedio.</li> </ul>	<p>demás documentos de valor</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar el pago de los trabajadores en efectivo o depósitos en cuentas diferidas por el trabajador</li> </ul>
---	--

### Área de Marketing

Perfil	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Egresados de las carreras técnicas o universitarias de Marketing, ciencias de la comunicación o afines</li> <li>• Conocimiento básico de adobe Photoshop, ilustrator, Corel draw y premier pro.</li> <li>• Experiencia mínima de 2 año realizando publicidades en diferentes plataformas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar publicaciones en redes sociales</li> <li>- Manejo de imagen publicitaria de la empresa</li> <li>- Encargado de las promociones</li> <li>- Planificar la instalación de paneles o publicidad de las rutas</li> </ul>

### Área de servicio de transporte

Perfil	Perfil
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnico operador de maquinas</li> <li>• Licencia de conducir A2b. A1</li> <li>• Experiencia mínima 1 año</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manejar rutas</li> <li>- Gestiona el equipo y la distribución de tareas</li> <li>- Gestiona el tiempo de manejo</li> <li>- Realiza tareas administrativas</li> </ul>

### Área de recursos humanos

Perfil	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secundaria completa con experiencia en el puesto</li> <li>• Trabajo de manera presencial</li> <li>• Manejar Microsoft básico e intermedio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsable por la atención de los pasajeros para el embarque y desembarque</li> <li>- Brindar un trato cálido, amable y respetuoso a todos los pasajeros.</li> <li>- Recibir, atender y tramitar.</li> </ul>

## 7. Diagnóstico general

<b>Análisis de la Matriz FODA</b>		<b>FORTALEZA</b>		<b>DEBILIDADES</b>	
		F1	Experiencia y conocimiento del sector.	A1	Propuesta de valor poco entendible
		F2	Confianza de los clientes	A2	Mal proceso y estructura de gestión.
		F3	Ventaja competitiva gracias a su ubicación.	A3	Pocas habilidades en la gestión de proyecto.
		F4	Poseer las certificaciones necesarias.	A4	Mal aplicación del desarrollo de negocios.
		F5	Sede con buena ubicación.	A5	Poca productividad del costo.
<b>OPORTUNIDAD</b>		<b>ESTRATEGIAS FO</b>		<b>ESTRATEGIAS FA</b>	
O1	Lograr un modelo de negocio para empresa organización.	F1:O1	Implementar un Canvas con personal experimentado.	O1:A1	Crear propuestas de valor para el plan de negocio
O2	Oportunidad de posicionarse regionalmente.				
O3	Clientes que necesitan servicios adicionales.	F2:O2	Posicionarse en la región con ayuda de la confianza del cliente.	O2:A2	Crear un sistema de servicio adicionales para clientes frecuentes
O4	Ofrecer servicios extras a los clientes.				
O5	Usar la terciarización del trabajo				
<b>AMENAZAS</b>		<b>ESTRATEGIAS DO</b>		<b>ESTRATEGIAS DA</b>	
D1	Futuros competidores con estrategias nuevas.	D1:F1	Proponer una reducción de precios para diferenciarnos de la competencia	D1:A1	Aplicar un proceso de gestión que ayude a competir en el mercado.
D2	Competidores con mucha expansión.	D2:F2	Aplicar un sistema de incentivos a los clientes frecuentes fortaleciendo su fidelidad con la empresa	D2:A2	Planificar un sistema de productividad para competir con los futuros competidores
D3	Posibles sindicatos con malas intenciones.				
D4	Infiltración de delincuencia y narcotráfico.				
D5	Impacto negativo en medios de comunicación.				

## 8. Indicadores de una buena gestión

Indicador	Problema	Causa	Consecuencia
Habilidades adecuadas	El 33,33% consideró que algunas veces los equipos tienen las habilidades adecuadas para servicio ofrecido al cliente.	• Inexperiencia del personal nuevo contratado.	• Los equipos no podrán aportar sus mejores habilidades y capacidades.
		• Poco filtro al momento de contratar personal.	• Se brindará un mal servicio debido a la carencia de habilidades.
		• Carencia de habilidades en atención al cliente.	• Aumento de cliente insatisfecho.
Facilidades	El 40,00% respondió que casi siempre hay facilidades de comuniquen efectiva.	• Falta de contacto directo con el supervisor.	• Personal insatisfecho
		• Poco apoyo por parte de la gerencia.	• Mala reputación como empresa contratante.
		• Falta de organización en cuanto a horarios.	• Falta de personal por no contar con horarios flexibles.
Clima laboral	El 46,67% respondió que siempre existe un buen clima laboral para el desempeño.	• Desorganización	• No delimitar tareas, roles y funciones correctas por ende no existirá un buen clima de trabajo.
		• Desconocimiento de funciones	• No poder delegar a un equipo para evaluar problemas de clima laboral.
		• Experiencia negativa del cliente.	• Afectar negativamente el servicio ofrecido a los clientes.

Cordialidad	el 38% manifiesto que casi siempre, el personal tiene cordialidad en la atención.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de estrategias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No permitir a los miembros trabajar de forma colaborativa, debido a que los objetivos logrados son en conjunto.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de personal con experiencia en atención al cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daño en la reputación, una atención sin cordialidad puede genera un mal servicio al cliente.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta capacitación en atención al publico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajadores sin buenos valores personales y laborales.</li> </ul>

## 9. Problemas

Indicadores	Problemas encontrados	Surgimiento del problema
Habilidades adecuadas	El 33,33% consideró que algunas veces los equipos tienen las habilidades adecuadas para servicio ofrecido al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inexperiencia del personal nuevo contratado.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poco filtro al momento de contratar personal.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carencia de habilidades en atención al cliente.</li> </ul>
Facilidades	El 40,00% respondió que casi siempre hay facilidades de comuniquen efectiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de contacto directo con el supervisor</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poco apoyo por parte de la gerencia.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de organización en cuanto a horarios</li> </ul>
Clima laboral	El 46,67% respondió que siempre existe un buen clima laboral para el desempeño.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desorganización</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconocimiento de funciones</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia negativa del cliente.</li> </ul>

Cordialidad	el 38% manifestó que casi siempre, el personal tiene cordialidad en la atención	• Falta de estrategias
		• Falta de personal con experiencia en atención al cliente
		• Falta capacitación en atención al público

## 10. Establecer soluciones

Indicadores	Problemas encontrados	Acciones de mejora
Habilidades adecuadas	El 33,33% consideró que algunas veces los equipos tienen las habilidades adecuadas para servicio ofrecido al cliente	• Implementar un sistema de contratación para elegir a trabajadores con las mejores capacidades
		• Implementar instrumentos de medición de rendimiento laboral.
		• Capacitar al personal en atención al cliente trimestralmente.
Facilidades	El 40,00% respondió que casi siempre hay facilidades de comuniquen efectiva.	• Planificar reuniones mensuales para informar sobre cambios de horarios.
		• Mejorar el dialogo entre la gerencia y el personal nuevo
		• Crear estrategias flexibles para los horarios.
Clima laboral	El 46,67% respondió que siempre existe un buen clima laboral para el desempeño.	• Aplicar un sistema de tareas.
		• Planificar un área para consultas que el personal puede resolver dudas en conjunto.
		• Realizar reuniones de retroalimentación constantes.
Cordialidad	el 38% manifiesto que casi siempre, el personal tiene cordialidad en la atención	• Charla sobre la calidad del servicio.
		• Usar herramientas de atención al cliente.
		• Capacitaciones trimestrales de atención al cliente.

### 11. Recursos para la implantación de las estrategias

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Recursos tecnológicos	Tiempo	Recursos económicos
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar un sistema de contratación para elegir a trabajadores con las mejores capacidades</li> <li>• Implementar instrumentos de medición de rendimiento laboral.</li> <li>• Capacitar al personal en atención al cliente trimestralmente.</li> </ul>	Gerente Personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Proyector</li> <li>✓ Internet</li> <li>✓ Laptop</li> <li>✓ Celular</li> </ul>	1 año y 6 meses	S/. 2,000.00
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar reuniones mensuales para informar sobre cambios de horarios.</li> <li>• Mejorar el dialogo entre la gerencia y el personal nuevo.</li> <li>• Crear estrategias flexibles para los horarios.</li> </ul>	Gerente	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Internet</li> <li>✓ Laptop</li> <li>✓ Celular</li> </ul>	1 año	S/. 2,500.00
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar un sistema de tareas.</li> <li>• Planificar un área para consultas que el personal puede resolver dudas en conjunto.</li> <li>• Realizar reuniones de retroalimentación constantes.</li> </ul>	Gerente	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Internet</li> <li>✓ Laptop</li> <li>✓ Celular</li> </ul>	6 meses	S/.4,000.00
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Charla sobre la calidad del servicio.</li> <li>• Usar herramientas de atención al cliente.</li> <li>• Capacitaciones trimestrales de atención al cliente.</li> </ul>	Gerente	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Proyector</li> <li>✓ Internet</li> <li>✓ Laptop</li> <li>✓ Celular</li> </ul>	8 meses	S/.4,000.00
5	Total				S/.12,500.00

## 12. Cronograma de actividades

Estrategias	Inicio	Termino	Año 2024															
			Julio				Agosto				Setiembre				Octubre			
			1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar un sistema de contratación para elegir a trabajadores con las mejores capacidades</li> <li>• Implementar instrumentos de medición de rendimiento laboral.</li> <li>• Capacitar al personal en atención al cliente trimestralmente.</li> </ul>	5/07/24	28/07/24	X	X	X	X												
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar reuniones mensuales para informar sobre cambios de horarios.</li> <li>• Mejorar el dialogo entre la gerencia y el personal nuevo.</li> <li>• Crear estrategias flexibles para los horarios.</li> </ul>	4/08/24	27/08/24					X	X	X	X								
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar un sistema de tareas.</li> <li>• Planificar un área para consultas que el personal puede resolver dudas en conjunto.</li> <li>• Realizar reuniones de retroalimentación constantes.</li> </ul>	3/09/24	29/09/24									X	X	X	X				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Charla sobre la calidad del servicio.</li> <li>• Usar herramientas de atención al cliente.</li> <li>• Capacitaciones trimestrales de atención al cliente.</li> </ul>	6/10/24	28/10/24													X	X	X	X



## VI. Conclusiones

- Se estableció una propuesta de mejora que existe una relación significativa entre el trabajo en equipo afecta de forma positiva a y la atención al cliente, así mismo, ya que aplicar de manera correcta un sistema de trabajo en equipo permitirá aumentar o disminuir la atención de calidad que ofrece la empresa de transporte, esto con las mejoras realizadas en la comunicación, complementariedad, orientación y satisfacción al cliente en la organización.
- En su mayoría se posee conocimientos para el desarrollo de las actividades, contando con líderes que forman grupos de trabajo para que cumplan las metas. Por otra parte, una mayoría comentó que no se cuenta con equipos que posean habilidad para el servicio al cliente. Es fundamental que los grupos posean un integrante con las habilidades necesarias con la finalidad de cumplir con las metas propuestas por el líder. En suma, para hacer mejoras en la dimensión de complementariedad es primordial que el personal tenga los conocimientos necesarios y un interés en la participación activa.
- La mayoría expresó que los equipos coordinan sobre las actividades a realizarse, así mismo, se organizan para priorizar mejor las funciones de cada participante del equipo en el proceso del servicio. En conclusión, la productividad se da gracias a la coordinación entre los supervisores y los participantes de los grupos, permitiendo una eficiencia en las tareas empresariales. En la empresa, de caso lo anterior descrito es tomado en cuenta generando que no exista inconveniente en el desempeño de los empleados.
- También que los resultados manifiestan que en su mayoría los pacientes clientes confían en el criterio de los líderes en las decisiones que toman, esto debido a que los servicios prestados por el personal administrativo son cumplidos de manera precisa también por el apoyo que reciben ante cualquier dificultad. Por otra parte, la atención médica es personalizada. En consecuencia, para ofrecer una alta confiabilidad de servicios a los clientes es necesario contar con personal de atención adecuada que ayude a enriquecer la marca de la empresa, sin embargo, es necesario mejorar en aspectos de atención personalizada que aumenten la seguridad de los clientes para la elección de los servicios.
- En su mayoría contestaron que siempre se informa al personal de ventas correctamente sobre el servicio ofrecido, así mismo, el personal es comunicativo y respetuoso al momento de realizar el servicio, mostrando siempre empatía al momento del servicio

realizado. Por otro lado, en su minoría. En suma, la calidad ofrecida por la empresa, va a depender de la adecuada orientación que se dé al cliente. Esto dependerá de cómo el personal informe a los clientes, mostrando siempre empatía y cordialidad hacia ellos, generando una buena imagen de la empresa y mejorando la competitividad de la misma.

- En su mayoría, la empresa siempre cumple todos los servicios ofrecidos al momento de la orientación, cubriendo cada una de las necesidades del cliente. En su minoría, sin embargo, algunas veces se dan soluciones a las controversias que ocurren, así mismo, algunas veces se vela por el cumplimiento de las expectativas de los clientes. mostrando siempre empatía al momento del servicio realizado. En conclusión, poder satisfacer al cliente se podrá dar si se tiene un buen trabajo en equipo, permitiendo que el servicio sea de calidad y que se pueda ofrecer lo promocionado, generando que se pueda cubrir la necesidad del cliente y teniendo mejor marca corporativa.
- Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la tesis que permitió diagnosticar y determinar los aspectos internos y externos de las problemáticas encontradas. Esto ayudó a plantear alternativas que ayuden a la mejora de los problemas, con el fin de mejorar el trabajo en equipo, permitiendo que la atención al cliente sea más eficiente.

## VII. Recomendaciones

- Continuar observando déficits sobre trabajo en equipo y atención al cliente, esto ayudó a identificar qué aspectos mejorar, en la comunicación, complementariedad, orientación y satisfacción al cliente. Sin embargo, es primordial establecer estrategias necesarias enfocadas a los líderes porque son ellos los que toman las decisiones.
- Promover la organización grupal para las tareas laborales, permitiendo que se pueda desarrollar mejor la habilidad de los integrantes. También, es fundamental poder incentivar la empatía en los trabajadores, ya que genera que se pueda ofrecer un servicio diferenciador para el cliente.
- Propiciar la participación del personal en espacios donde se promuevan los cambios organizacionales, teniendo en cuenta sus aportes para la mejora del servicio, con el propósito de involucrar y generar el compromiso de los colaboradores con el logro de las metas organizacionales.
- Implementar un sistema de evaluación para el personal con el fin de saber las habilidades y hacer mejoras, para ofrecer servicios de calidad atrayendo a nuevos clientes.
- Promover el desarrollo de competencias para la atención al cliente en servicios de transporte, tanto en el personal de atención como administrativo, a fin de mejorar la capacidad de respuesta, empatía y atención adecuada del servicio que brinda la empresa.
- Implementar un sistema de dudas y reclamos, que permita conocer que aspectos mejorar en la empresa con el fin de lograr los objetivos propuestos, también incentivar el cumplimiento de promesas del servicio logrando que la empresa sea más competitiva.
- Elaborar un plan de mejora sobre los problemas encontrados, con la finalidad de proponer estrategias que permitan a la empresa Turismo Cahuish S.R.L., fortalecer el trabajo en equipo y la atención al cliente.

## Referencias bibliográficas

- Amasifuen (2019) *Trabajo en equipo y Clima Organizacional en el Hotel Cielo - distrito Tarapoto - provincia de San Martín* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Martín]. Repositorio Institucional UNSM. <http://hdl.handle.net/11458/3094>
- Allca Melgarejo, J. d. P., & García Godos Pereyra, S. J. (2020). *Análisis de los factores que determinan el ascenso en la carrera gerencial*. [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio UPC. <http://hdl.handle.net/10757/658120>
- Albán, S. (2019). *Trabajo en equipo y participación según la percepción de los docentes de la Institución Educativa Coronel José Joaquín Inclán – Piura*. [Tesis de maestría en Educación con Mención en Gestión Educativa]. Universidad de Piura. Facultad de Ciencias de la Educación. Piura, Perú. <https://hdl.handle.net/11042/3184>
- Alvarado Goicochea, M. S., & Ramos Diez, G. K. (2019). *Empatía cognitiva y afectiva en colaboradores de una empresa distribuidora de abarrotes, Chiclayo, durante agosto a diciembre, 2017*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio de Tesis USAT. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/1585>
- Aliaga Jibaja, L. A. (2021). La magnitud de la mype en el Perú: libertad para elegir la estructura empresarial. *Giuristi: Revista De Derecho Corporativo*, 2(4), 181-199. <https://doi.org/10.46631/Giuristi.2021.v2n4.04>
- Álvarez Risco, A. (2020). *Clasificación de las investigaciones*. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/10818>
- Amorós, E. (2007). *Comportamiento Organizacional*. Perú: Universidad Católica Santo Toribio Mogrovejo, Escuela de Economía
- Antuash Jempets, M. (2019). *La motivación laboral mejora la productividad en la Empresa Rio Hotel SRL Bagua-2018*. [Tesis de grado, Universidad Señor de Sipán]. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/4834>
- Ancos, H. (2019): *Las empresas españolas como motores del desarrollo sostenible*, Documento de Trabajo N° 12 (2ª época), Madrid, Fundación Carolina.: <https://doi.org/10.33960/issn-e.1885-9119.DT12>

- Aranda, M. F., y González, G. B. (2019). Calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas de un hotel en Ecuador. *ECA Sinergia*, 9(2), 80-90. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6726422.pdf>
- Aranda, S., y Zaquinaula, U. (2019). *Trabajo en equipo y desempeño de los colaboradores del hotel las vegas, jaén* 2018. [Tesis de grado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio USS. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/5898>
- Ascanio, Y. C., Porras, K. D. P., & Carvajal, A. L. M. (2021). *Análisis De Factores De Productividad Del Sector Hotelero De Bucaramanga, Para Propuesta De Mejora En Escenario De Pandemia Covid 2020*. [Tesis de maestría en Hotelería y Administración, Unidades Tecnológicas de Santander]. Repositorio UTS. <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/6126>
- Baque, L. K., Álvarez, L. K., Izquierdo, A. M., y Viteri, D. A. (2021). Generación de valor agregado a través del marketing digital en las Mipymes. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(5), 407-415. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202021000500407&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000500407&lng=es&tlng=es)
- Bell, G. (2022). *Calidad de servicio en los clientes del Mercado de Frutas–La Victoria-2021*. [Tesis de grado, Universidad María Auxiliadora]. Repositorio UMA. <https://hdl.handle.net/20.500.12970/771>
- Beltrán Tituaña, A. C. (2019). *Mejoramiento del cumplimiento de pedidos mediante un sistema de control de la producción en la imprenta gráfica Ediecuatorial*. [Tesis de maestría]. Universidad de las Américas, <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/9469>
- Briones Saltos, L., & Cedeño Zambrano, R. (2019). El comportamiento organizacional y su impacto en las actitudes del talento humano en el ámbito universitario. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 3(8). <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/11/comportamiento-organizacional-actitudes.html>
- Calle, N., & Montenegro, A. (2020). La empatía como factor de calidad en los servicios bancarios del Ecuador. *Digital Publisher CEIT*, 5(5), 219-232. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5.305>
- Carpio, J. (2022). *Trabajo en equipo y Desempeño laboral en los colaboradores operativos de la empresa TRANSMAR S.A., sede Pucallpa – Ucayali, 2021*. [Tesis de maestría,

- Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio UTP.  
<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/1762>
- Campos, A. (2022). *La gestión de calidad en la Atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro-servicio empresas de transportes en la ciudad de Huaraz, 2018*. [Tesis de posgrado, Universidad Nacional de Ucayali]. Repositorio Institucional UNU.  
<http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/5189>
- Caro, L. (2019). *7 técnicas e instrumentos para la recolección de datos*. UDG Virtual.  
<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/2801>
- Carrillo, A. Rico, F. y Hernández, R. (2019). Formación en creatividad e innovación: estudiando las percepciones y prácticas de los jóvenes emprendedores locales. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración: RICEA*, 8(15), 1-28. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6813911.pdf>
- Caballero, J., Martínez, M., Fajardo, J., Galvis, K., García, M., y Silva, R. (2021). *Atención al cliente para la mejora del proceso de gestión de calidad en el personal de una empresa de transportes ubicado en Santa Cruz Rio honde de departamento de Zacapa*. [Tesis de maestría, Unidades Tecnológicas de Santander, Facultad de Ingeniería, Carrera de Ingeniería Industrial]. Repositorio UTS.  
<http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/6067>
- Cardoso, S. L. M. (2019). *Metodología para procesos de Inteligencia de Negocios con mejoras en la extracción y transformación de fuentes de datos, orientado a la toma de decisiones* [Tesis de posgrado, Universidad de Alicante]. Repositorio Institucional Universidad de Alicante. <http://hdl.handle.net/10045/92767>
- Castiblanque, R. P., & i Calatayud, P. J. B. (2019). Participación sindical y salud laboral: una relación positiva. *Barataria: Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, (24), 61-81. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6837002.pdf>
- Castro, W. y Bravo, L. (2019). Propuesta de un sistema de gestión de calidad, en la ejecución de obras públicas. *Revista científica investigación Andina*, 19(1).  
<https://revistas.uancv.edu.pe/index.php/RCIA/article/view/738>
- Caparros, L. M. (2021). *Incidencia de la satisfacción laboral en el clima organizacional de los colaboradores en hoteles boutique en la ciudad de Cartagena*.

- Cervantes, G., Muñoz, G., y Inda, A. D. (2020). El trabajo en equipo y su efecto en la calidad del servicio a clientes. *Revista Espacios*, 41(14), 27-37. <http://www.revistaespacios.com/a20v41n14/a20v41n14p27.pdf>
- Chacon, J., y Rugel, S. (2019). Artículo de revisión. Teorías, modelos y sistemas de gestión de calidad. *Revista espacios*, 39(50). <http://www.revistaespacios.com/a18v39n50/18395014.html>
- Chura, T. T. (2019) *Gestión de la calidad en la industria hotelera de puno: caso hoteles de tres estrellas*. *Semestre Económico*, 4(2), 50 - 66. <https://doi.org/10.26867/seconomico.v4i2.116>
- Cordova, J. D. (2022) *Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPES del sector servicios, rubro hoteles del distrito de Callería, Pucallpa 2021*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. Repositorio ULADECH. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/25096>
- Cutipa y Pastor (2021) *La relación de la Gestión de Calidad y el Desempeño Organizacional en la empresa Andes Express S.A.C, periodo 2021*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio UPN . <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/32767>
- Choez, F. N. Z., y Moreira, E. M. V. (2020). La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios-Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 264-281. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539687>
- Crisóstomo, K. T. (2019). *Calidad de servicio y sati de una tienda de supermercados, Ate, 2018*. [Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/19582>
- Cruz Velazco, J. E. (2019). La calidad de vida laboral y el estudio del recurso humano: una reflexión sobre su relación con las variables organizacionales. *Pensamiento & Gestión*, 45, 58-81. <https://doi.org/10.14482/pege.45.10617>
- Diaz, Y. S. (2020). *Gestión de calidad con el uso de la Atención al cliente en las micros y pequeñas empresas, rubro transporte en la ciudad de Huaraz, 2019.* [Tesis de licenciatura, Universidad de Huánuco]. Repositorio UDH-Institucional. <http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/2372>

- Escobar, A., Rodríguez, M., López, B., Ganchozo, B., Gómez, A., y Ponce, L. (2019). Metodología de la investigación científica. *3Ciencias*, 15,42-49. [https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/02/MIC\\_breve.pdf](https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/02/MIC_breve.pdf)
- Espinoza, E. (2019). *Universo, muestra y muestreo*. Paper Académico. Repositorio Universidad Nacional Autónoma de Honduras. <http://www.bvs.hn/Honduras/UICFCM/SaludMental/UNIVERSO.MUESTRA.Y.MUESTREO.pdf>
- Espinoza, E. E. (2019). La hipótesis en la investigación. Mendive. *Revista de Educación*, 16(1),122-139. <https://mendive.upr.edu.cu/index.php/MendiveUPR/article/view/1197/html>
- Espinoza Vilca, S., Blanco Jiménez, M., & Terán Cazares, M. M. (2020). Factores que mejoran la calidad del servicio electrónico del sector hotelero en el Perú. *Repositorio de la red internacional de investigadores en competitividad*, 13, 1735–1749. <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/1879>
- Figuroa, D. F. (2021). *de Gestión de calidad en la Atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del rubro transportes en la ciudad de Pucallpa, Ucayali, 2018*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. Repositorio Uladech. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9175>
- Fernández, E., y Valle, S. (2019). Liderazgo empresarial. *Innovar*, 28(70),9-21. <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n70.74404>
- Kasparian, D., y Rebón, J. (2020). La sustentabilidad del cambio social. Factores positivos en la consolidación de empresas recuperadas por sus trabajadores en Argentina. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 98, 213-246. <https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/77427/7320092.pdf?sequence=1>
- Gallegos, W. L. A., Mora, J. L., & Cuentas, S. Q. (2019). ¿Es el clima organizacional determinante de relaciones interpersonales o son las relaciones interpersonales las que determinan el clima organizacional?, Universidad Católica San Pablo: *Industrial data*, 21(2), 81-89. <https://www.redalyc.org/journal/816/81658967012/>
- García, J., Cazallo, A., Barragan, C. E., Mercado, M., Olarte, L., & Meza, V. (2019). *Influencia del trabajo en equipo en la adaptación a entornos laborales cambiantes: Caso Movil Bus, Perú* [Tesis para optar el grado de licenciado en administración de la Universidad San Martín de Porres] Repositorio USMP <http://www.revistaespacios.com/a19v40n22/19402216.html>



- Gaudin, Y., y Padilla, R. (2020). *Los intermediarios en cadenas de valor agropecuarias: un análisis de la apropiación y generación de valor agregado*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). <http://hdl.handle.net/11362/45796>
- Gil, S. (2020). *Habilidades sociales (Vol. 4)*. Editorial Flamboyant. [https://issuu.com/editorialflamboyant/docs/esp\\_habilidades\\_issuu\\_extract](https://issuu.com/editorialflamboyant/docs/esp_habilidades_issuu_extract)
- Gonçalves, J. F. N. (2019). *Empatia autopercibida e desempenho empático em contexto organizacional: relação com a satisfação no trabalho*. [Tesis de maestría, Universidade do Minho]. Repositorio UM. <http://hdl.handle.net/1822/61535>
- Gómez, R. J. M., Gómez, N. V., & Borré, D. F. (2021). Integración de las técnicas lluvia de ideas, MICMAC y series de tiempo para la definición de variables en el proceso prospectivo. *Revista Ciencia e Ingeniería Uni Guajira*, 6(1), e074-e074. <http://revistas.uniguajira.edu.co/rev/index.php/cei/article/view/151/144>
- Gutiérrez, E. M., Salmerón, D., Alonso, A., & Morales-Delgado, N. (2020). Aprendizaje colaborativo en odontología conservadora mediante el uso de la lluvia de ideas como recurso educativo. *Revista Española de Educación Médica*, 1(2), 90–104. <https://doi.org/10.6018/edumed.454371>
- Guerrero Bejarano, M. A., Parra Suárez, R. J., & Arce Vera, M. F. (2019). La satisfacción laboral y su efecto en la satisfacción del cliente, un análisis teórico. *INNOVA Research Journal*, 3(8), 140-146. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n8.2018.879>
- Hamann, F., Bejarano, J., & Gafaro, M. (2019). Productividad total de los factores y eficiencia en el uso de los recursos productivos en Colombia. *Revista Ensayos Sobre Política Económica; No. 89*, febrero 2019. Pág.: 1-54. <https://repositorio.banrep.gov.co/handle/20.500.12134/9598>
- Hanco Gomez, M. S., Carpio Maraza, A., Laura Castillo, Z. J., & Flores Mamani, E. (2021). Relaciones interpersonales y desempeño laboral en hoteles turísticos del departamento de Puno. *Comunicación*, 12(3), 186-194. <https://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.12.3.552>
- Hidalgo, A. (2019). Técnicas estadísticas en el análisis Cuantitativo de datos. *Revista sigma*, 15(1), 28-44. <http://funes.uniandes.edu.co/15431/>
- Izquierdo, N. Z., Barco, Y. V., & Lino Charrupi, J. (2020). *Diagnóstico de la Atención al cliente y gestión de calidad en las empresas de transportes en Palmira (Valle)*, Palmira (Valle). [Tesis de maestría, Fundación Universitaria Católica Lumen

- Gentium - UNICATÓLICA]. Repositorio UNICATÓLICA.  
<http://hdl.handle.net/20.500.12237/1480>
- Junquera, M. C., Betancourt, M. R., y Betancourt, J. (2020). Línea de ascenso en el conocimiento para el recién graduado en las especialidades de Material Rodante y Talleres-Ferrocarriles de Centro Este. *Universidad de Camagüey*. 19 (3).  
<http://www.cyta.com.ar/ta/article.php?id=190303>
- Justel, G. V. (2019). Planificar espacios productivos innovadores en tiempos de incertidumbres.: Racionalización y reajuste en instrumentos de planificación regional: lógicas y ejemplos recientes en Castilla y León. *Planur-e: territorio, urbanismo, paisaje, sostenibilidad y diseño urbano*, 14, 2.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7337107>
- Kasiv, M. (2022). *El uso de las estrategias de marketing digital dirigido al perfil del viajero de lujo. Empresa Marbella Club Hotel*. [Tesis de maestría, a Universidad de Málaga]. Facultad de turismo.  
[https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/23860/TFM\\_Kasiv%20Gurak,%20Maryana.pdf.pdf?sequence=1](https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/23860/TFM_Kasiv%20Gurak,%20Maryana.pdf.pdf?sequence=1)
- León, C. A. (2019). *Trabajo en Equipo y Satisfacción Laboral de los trabajadores de Transporte CIVA*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. Repositorio ULADECH.  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/6082>
- León González, V. J., Erazo Álvarez, J. C., Narváez Zurita, C. I., & Solís Muñoz, J. B. (2019). Marketing mix de servicios de valor agregado de última milla. Valor y trascendencia de las 4 P. *Visionario Digital*, 3(2.2), 145-172.  
<https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.2.628>
- Lorenzo Gilvonio, E. P. (2020) *Gestión de calidad y Atención al cliente en las mypes del sector servicio, rubro transporte, Región Ucayali, año 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio UCV.  
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/23150>
- Lopez, P. A., y Alarcón, M. F. (2021). *¿Existe un techo de cristal que limita el ascenso laboral a las mujeres en las empresas?* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio UPC. <http://hdl.handle.net/10757/653637>

- Martínez Clares, P.; Pérez Cusó, F.J.; Martínez Juárez, M. (2019). Aplicación de los Modelos de Gestión de Calidad a la Tutoría Universitaria. *Revista Complutense de Educación*, 29 (3), 33-50. <https://doi.org/10.5209/RCED.53541>
- Manterola, C., Quiroz, G., Salazar, P., & García, N. (2019). Metodología de los tipos y diseños de estudio más frecuentemente utilizados en investigación clínica. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 30(1), 36-49. <https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2018.11.005>
- Mantilla Castrejón, R., & Rayco Portal, I. M. (2021). *La gestión del talento humano y su influencia en la productividad laboral de la empresa hoteles Cajamarca S.A.C, periodo, 2018-2020*. [Tesis de licenciatura, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo]. Repositorio UPAGU. <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/1784>
- Marmolejo-Carrasco, D. y Del Rio-Cortina, A. (2021). Equipo de gestión de reclamaciones contractuales como componente de gobernanza de los proyectos de infraestructura energética en Colombia. *Informador Técnico*, 85(2), 230 -245. <https://doi.org/10.23850/22565035.3577>
- Magallanes, M. (2022). *Inteligencia emocional y solución de conflictos de una dirección del Viceministerio de Turismo, Lima 2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/23156>
- Marmolejo, D. F. (2021). *Gobernanza de proyectos en la gestión de reclamaciones contractuales para el sector de infraestructura energética de Colombia*. [Tesis de doctorado, Universidad EAN]. Biblioteca Digital Minerva. <http://hdl.handle.net/10882/11145>
- Maldonado, R. L (2021) *Desarrollo del Trabajo en equipo en la micro y pequeña empresa Transporte selva S.A., Callería*. [Tesis de doctorado, Universidad Los Ángeles de Chimbote]. Repositorio Institucional ULADECH. <http://repositorio.uladech.edu.ni/id/eprint/12837>
- Mendoza, S. H., y Ávila, D. D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 9(17), 51-53. <https://doi.org/10.29057/icea.v9i17.6019>
- Mendoza, P. y Arguello, A. (2020). *Administración de Empresas: Reunión Administrativa* [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua].

- Repositorio Institucional UNAN-Managua.  
<http://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/12837>
- Menna, L. (2020). *Taller psicoeducativo en habilidades sociales para mejorar Trabajo en equipo en el cuartel de bomberos voluntarios de Río Cuarto* [Tesis de pregrado, Universidad Siglo 21]. Repositorio UESiglo21. <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/18456>
- Monereo Pérez, J. L. (2020). La racionalización jurídica de las relaciones laborales y la emergencia de nuevas fuentes reguladoras en el orden internacional. *Lex Social: Revista De Derechos Sociales*, 8(1), 1–44. Recuperado a partir de [https://www.upo.es/revistas/index.php/lex\\_social/article/view/2896](https://www.upo.es/revistas/index.php/lex_social/article/view/2896)
- Moreno, F. J. T. (2019). *Medios alternativos para la solución de controversias (Vol. 724)*. Inter-American Development Bank. <http://dx.doi.org/10.18235/0001787>
- Morocho, T. C. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp SA, 2018*. [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana Unión]. Repositorio de tesis Universidad Peruana Unión. <http://hdl.handle.net/20.500.12840/1809>
- Muñoz, C. E. A. (2019). Calidad del servicio y satisfacción del cliente en las mype del sector servicios-rubro hoteles de 3 estrellas del distrito de Piura, 2015. *In Crescendo*, 10(1), 215-221. <https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/2108>
- Niebles, N., Hoyos, B., y De La Ossa, G. (2019). Clima organizacional y desempeño docente en universidades privadas de Barranquilla. *Revista Saber, ciencia y libertad*, 14(2), 283-294. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/5893/5470>
- Nizama, G. C. (2019). *El trabajo en equipo en las decisiones organizativas, un estudio de casos en la empresa de Transporte Chávez, 2018*. [Tesis de maestría, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio USMP-Institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/3809>
- Oberti, A., y Bacci, C. (2021). *Metodología de la Investigación*. Universidad Nacional de la Plata. <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/programas/pp.11944/pp.11944.pdf>
- Parra, J. L. (2020). *Impacto de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en las empresas de transportes en el canal tradicional de la ciudad de la Paz en el año*

2021. [Tesis de pregrado, Universidad Militar Nueva Granada]. Repositorio Institucional UMNG. <http://hdl.handle.net/10654/37125>
- Penachi Valle, N. (2019). Clima Organizacional y Desempeño Laboral del Instituto Nacional de Defensa Civil – INDECI. *Gestión En El Tercer Milenio*, 22(44), 85–93. <https://doi.org/10.15381/gtm.v22i44.17314>
- Pilligua, L., y Arteaga, U. (2019). El Trabajo en equipo como factor clave en el rendimiento productivo de las empresas. Estudio caso: Hardepex *Cía. Ltda. Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 15(28), 1-25. <https://cutt.ly/ikdUUZb>
- Pincay, Y. M., y Parra-Ferrié, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 1118-1142. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1341>
- Phabmixay, C. S., Escudero, A. I. R., y Pinto, J. R. (2021). *La función de los recursos humanos en la gestión de reclamaciones y quejas en empresas manufactureras. nuevos horizontes del marketing*, 1(1), 335-354.
- Pastor, B. F. R. (2019). Población y muestra. *Pueblo continente*, 30(1), 245-247.
- Quintanilla, P. y Bravo, K. (2019). Vinculación Universidad-Sociedad: Espacio para generar creatividad e innovación. *Killkana sociales: Revista de Investigación Científica*, 2(2), 53-58. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6538372>
- Ramos, I. L. (2021). *Plan de negocios para la creación de un micro hotel en la ciudad de Guayaquil* [Tesis de licenciatura, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil]. Repositorio ULVR. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/4534>
- Ramírez, J. V. (2019). Metodología de la Investigación. *Revista Manuela Ramírez*, 38(1), 51-62.
- Ramírez-Wong, L. C. (2020). *Influencia del Atención al cliente en la percepción de la calidad de los servicios ofrecidos por el local transporte Fundador, Callería – 2019*. [Tesis de maestría en Desarrollo Humano: ITESO]. Repositorios Latinoamericanos. <http://hdl.handle.net/11117/5802>
- Reyes Hernández, J. (2021) Desarrollo de culturas de participación positivas en las organizaciones laborales. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(3), 104-111. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202018000300104](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000300104)
- Romero, A. J., Álvarez, G. A., y Álvarez, S. (2020). *Evaluación de la satisfacción del cliente en empresas de servicio. Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores. Edición Especial* (50), 19.

<https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/843>

- Rodríguez, M. R. (2021). Desarrollo, creatividad e innovación I. *Editorial Pesca*.  
<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1509/71%20DESARROLLO,%20CREATIVIDAD%20E%20INNOVACION%20I.pdf?sequence=1>
- Rodríguez, M., & Mendivelso, F. (2020). Diseño de investigación de corte transversal. *Revista médica sanitas*, 21(3), 141-146.  
<https://revistas.unisanitas.edu.co/index.php/rms/article/view/368>
- Rojas, M., Jaimes, L., & Valencia, M. (2020). Efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo. *Revista espacios*, 39(06).  
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n06/18390611.html>
- Sánchez, K. M. (2020). *Racionalización del almacenamiento de grupos electrógenos para reducir los costos logísticos en la empresa Luvegi Ingenieros SAC*. [Tesis de licenciatura, Universidad Inca Garcilaso de la Vega]. Repositorios UIGV.  
<http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/5247>
- Sánchez, A., Márquez, D., y Camarillo, B. (2020). *Desafíos de los medios alternativos de solución de controversias en el derecho mexicano contemporáneo*. UNAM, México.  
<https://www.defensoria.unam.mx/publicaciones/Desafios-medios.pdf>
- Sanchis, R., y Poler, R. (2019). *Las Fases del Proceso de Gestión de Pedidos según las Estrategias de Cumplimiento de Pedidos*. [Tesis de licenciatura, Universidad Politécnica de València]. Unidad de Documentación Científica de la Biblioteca.  
<http://hdl.handle.net/10251/104399>
- Santos, M. y Velasco, M. (2020). Estrés psicosocial laboral según modelo desbalance esfuerzo-recompensa en gestantes cubanas. *Salud & Sociedad*, 9(2), 172-178.  
<https://doi.org/10.22199/S07187475.2018.0002.00004>
- Salazar, N. L. V., Martínez, C. P. B., Gómez, L. A., y Sánchez, V. V. (2020). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 6(2), 18-24. <https://doi.org/10.22579/23463910.159>
- Sola, T., Aznar, I., Romero, J. M., & Rodríguez-García, A. M. (2019). Eficacia del método de aula invertida en la universidad: Metanálisis de la producción científica de

- impacto. *REICE. Revista Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 17 (1), 25-38. <https://doi.org/10.15366/reice2019.17.1.002>
- Torres Bernal, A. J. (2021). *Sistema de gestión de calidad para los hoteles de la parroquia Chanduy cantón Santa Elena año 2020*. [Tesis de licenciatura, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Repositorio UPSE. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5912>
- Valle, N. P. (2019). La Importancia del trabajo en equipo en las organizaciones actuales. *Gestión en el tercer milenio*, 22(44), 85-93. <https://doi.org/10.15381/gtm.v22i44.17314>
- Valderrama Cieza, C. A. (2022). *Propuesta de mejoras en los procesos de cosecha y postcosecha de arándano para reducir mermas en el reempaque para el mercado europeo de la empresa Camposol SA*. [Tesis de licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego]. Repositorio UPAO. <https://hdl.handle.net/20.500.12759/8753>
- Vidrio-Barón, S. B., Rebolledo-Mendoza, A. R., y Galindo-Salvador, S. D. (2020). Calidad del servicio hotelero, lealtad e intención de compra. *Investigación administrativa*, 49(125). <https://doi.org/10.35426/iav49n125.02>
- Yukl De La Cruz, N. D. (2021). *Habilidades interpersonales y trabajo en equipo de los trabajadores del hotel Villa Kitzia, distrito de Santa María, 2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. Repositorio UNJFSC. <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/4367>
- Zavala, L (2021) *Trabajo en equipo y su relación con la calidad de servicios de los trabajadores del del aeropuerto*. [Tesis de Maestría en gestión pública, Universidad de Málaga, España]. <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24412/1/426508-Forero-CruzIA-y-426575-G%C3%B3mez%20ForeroDL-TdG.pdf>
- Zarta, Y., & Quevedo, J. (2019). *Formación y capacitación para fortalecer habilidades sociales de los directivos en las organizaciones*. Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24412/1/426508-Forero-CruzIA-y-426575-G%C3%B3mez%20ForeroDL-TdG.pdf>

## Anexos

### Anexo 01. Matriz de consistencia

**Título: *Propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.***

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿Cuál es la propuesta de mejora del Trabajo en equipo para mejorar la Atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Establecer una propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Describir las características de la Complementariedad del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024</li> <li>- Describir las características de la Coordinación del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024</li> <li>- Describir las características de la Comunicación del trabajo en equipo en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024</li> <li>- Describir las características de la orientación de la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024</li> <li>- Describir las características de la satisfacción de la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024</li> <li>- Elaborar una propuesta de un plan mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024.</li> </ul>	<p>No se aplicó hipótesis, ya que fue una investigación de nivel descriptivo de propuesta. Para Albán (2019) comenta que las hipótesis se formulan en estudios destinados a probar la influencia de varias variables entre sí, o la influencia de un rasgo o variable en relación con otra, y son esencialmente señala que los estudios que investigan la causalidad, sin embargo, no todos los estudios requieren hipótesis, como es el caso de los estudios descriptivos no los necesita, ya que unas pocas preguntas de la encuesta serán suficientes.</p>	<p><b>Variable 1:</b></p> <p>Trabajo en equipo</p> <hr/> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Complementariedad</li> <li>• Coordinación</li> <li>• Comunicación</li> </ul> <hr/> <p><b>Variable 2:</b></p> <p>Atención al cliente</p> <hr/> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientación al cliente</li> <li>• Satisfacción al cliente</li> </ul>	<p><b>Tipo:</b></p> <p>El presente trabajo fue de tipo cuantitativo.</p> <p><b>Nivel:</b></p> <p>El nivel de la investigación fue descriptivo de propuesta</p> <p><b>Diseño:</b></p> <p>El diseño de la investigación fue, No Experimental- Transversal</p> <p><b>Población</b></p> <p>La población para las variables trabajo en equipo y atención al cliente fueron finitas y consto de 15 trabajadores y 50 clientes respectivamente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L, Huaraz, 2024</p> <p><b>Muestra:</b></p> <p>La muestra para las variables trabajo en equipo y atención al cliente fueron de tipo censal de 15 trabajadores y 50 clientes constantes.</p>



**Anexo 02. Instrumento de recolección de información**



**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene la finalidad de recoger información de la Empresa TURISMO CAHUISH S.R.L, HUARAZ, para el buen desarrollo de trabajo de investigación que se denomina. Propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024

**INSTRUCCIONES:** a continuación, le presentamos 09 preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x).

**I. TRABAJO EN EQUIPO**

**Instrucciones:** observe el cuadro de leyenda y de acuerdo al siguiente código marcará con un aspa la respuesta elegida, en la hoja de respuestas aquella quemejor exprese su punto de vista, de acuerdo

Nunca	Muy Pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

N°	Ítems	Alternativas				
<b>V1: Trabajo en equipo</b>		1	2	3	4	5
<b>D1: Complementariedad (Conocimientos, Liderazgo, Habilidades)</b>						
1.	¿Consideras que trabajar en equipo contribuye a incrementar tú conocimiento de las diferentes actividades?					
2.	¿Consideras que existen lideres preparados para otorgar confianza a los equipos de trabajo?					

3.	¿Los trabajadores desarrollan habilidades adecuadas para realizar la atención al servicio al cliente?					
<b>D2: Coordinación (Organización, Cumplimiento, Funciones)</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1.	¿La empresa organiza equipos de trabajo para que realice un adecuado servicio al cliente?					
2.	¿Se coordinan las actividades a desarrollar para cumplir eficientemente con el servicio que se brinda?					
3.	¿La empresa designa las funciones correspondientes a cada uno de los equipos de trabajo?					
<b>D3: Comunicación (Facilidades, Clima laboral, Información)</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1.	¿La empresa brinda las facilidades para que los equipos de trabajo se comuniquen de manera efectiva?					
2.	¿La empresa brinda un clima laboral saludable para el buen desempeño de sus equipos de trabajo?					
3.	¿Existe un intercambio de información clara y oportuna en la empresa?					



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene la finalidad de recoger información de la Empresa TURISMO CAHUISH S.R.L, HUARAZ, para el buen desarrollo de trabajo de investigación que se denomina. Propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024

**INSTRUCCIONES:** a continuación, le presentamos 08 preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x).

**II. ATENCIÓN AL CLIENTE**

**Instrucciones:** observe el cuadro de leyenda y de acuerdo al siguiente código marcará con un aspa la respuesta elegida, en la hoja de respuestas aquella quemejor exprese su punto de vista, de acuerdo


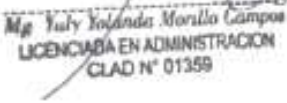

Nunca	Muy Pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nº	Ítems	Alternativas				
<b>V2: Atención al cliente</b>						
<b>D1: Orientación al cliente (Empatía, Atención adecuada, Cordialidad, Comunicación)</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>1</b>	¿El personal muestra empatía al momento del servicio realizado?					
<b>2</b>	¿El personal de ventas informa correctamente sobre el servicio ofrecido?					
<b>3</b>	¿El personal muestra cordialidad en la atención?					
<b>4</b>	¿El personal es comunicativo y respetuoso al momento de realizar el servicio?					

<b>D2: Satisfacción al cliente (Solución de controversias, Cumplimiento de servicios, Cumplimiento de necesidad, Calidad de servicio)</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>1</b>	¿El personal ofrece soluciones ante cualquier controversia?					
<b>2</b>	¿La empresa cumple todos los servicios ofrecidos al momento de la orientación?					
<b>3</b>	¿La empresa le cubre cada una de sus necesidades del servicio?					
<b>4</b>	¿Considera que la empresa ofrece una adecuada calidad de servicio?					

**Anexo 03. Ficha técnica de los instrumentos**

**Validación de juicio de expertos**

<b>Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación</b>	
Nombres y Apellidos: Yuly Yolanda Morillo Campos	
N° DNI / CE: 33263862    Edad: 51 años	
Teléfono / celular: 985967896    Email: yymorillo@gmail.com	
<hr/>	
Título profesional: Licenciada en Administración	
Grado académico: Maestría <u>  X  </u> Doctorado: <u>          </u>	
Especialidad: Gestión Pública	
Institución que labora: Asesora académica independiente	
<hr/>	
<b>Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis</b>	
Título: "Propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024"	
Autor(es): Noemi Loida Granados Salas	
Programa académico: Administración	
<hr/>	
 	
<hr/> <b>Firma</b>	<b>Huella Digital</b>

## Carta de Presentación al Experto

### CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister:

Yuly Yolanda Morillo Campos

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Noemi Loida Granados Salas con DNI N.º 72572400, egresado del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: "Propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024" y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



Noemi Loida Granados Salas

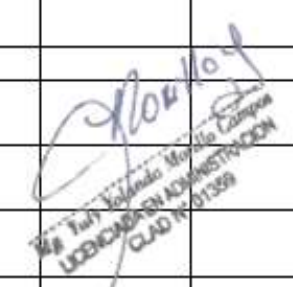
DNI: 72572400



Mag. Yuly Yolanda Morillo Campos  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN  
CUAO N° 01359  
Recibido 30/04/2024

### Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: "Propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024"								
V1:	Trabajo en equipo	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
D1:	Complementariedad (Conocimientos, Liderazgo, Habilidades)	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Consideras que trabajar en equipo contribuye a incrementar tu conocimiento de las diferentes actividades?	X		X		X		
2	¿Consideras que existen líderes preparados para otorgar confianza a los equipos de trabajo?	X		X		X		
3	¿Los trabajadores desarrollan habilidades adecuadas para realizar la atención al servicio al cliente?	X		X		X		
D2:	Coordinación (Organización, Cumplimiento, Funciones)							
1	¿La empresa organiza equipos de trabajo para que realice un adecuado servicio al cliente?	X		X		X		
2	¿Se coordinan las actividades a desarrollar para cumplir eficientemente con el servicio que se brinda?	X		X		X		
3	¿La empresa designa las funciones correspondientes a cada uno de los equipos de trabajo?	X		X		X		
D3:	Comunicación (Facilidades, Clima laboral, Información)							
1	¿La empresa brinda las facilidades para que los equipos de trabajo se comuniquen de manera efectiva?	X		X		X		
2	¿La empresa brinda un clima laboral saludable para el buen desempeño de sus equipos de trabajo?	X		X		X		
3	¿Existe un intercambio de información clara y oportuna en la empresa?	X		X		X		
V2:	Atención al cliente							
D1:	Orientación al cliente (Empatía, Atención adecuada, Cordialidad, Comunicación)							
1	¿El personal muestra empatía al momento del servicio realizado?	X		X		X		


  
 La Tary Valinda Mollis Campa
   
 LEGISLACIÓN ADMINISTRACIÓN
   
 CLAD N° 01389

2	¿El personal de ventas informa correctamente sobre el servicio ofrecido?	X		X		X	
3	¿El personal muestra cordialidad en la atención?	X		X		X	
4	¿El personal es comunicativo y respetuoso al momento de realizar el servicio?	X		X		X	
<b>D2:</b>	<b>Satisfacción al cliente (Solución de controversias, Cumplimiento de servicios, Cumplimiento de necesidad, Calidad de servicio)</b>						
1	¿El personal ofrece soluciones ante cualquier controversia?	X		X		X	
2	¿La empresa cumple todos los servicios ofrecidos al momento de la orientación?	X		X		X	
3	¿La empresa le cubre cada una de sus necesidades del servicio?	X		X		X	
4	¿Considera que la empresa ofrece una adecuada calidad de servicio?	X		X		X	

*Morillo*  
 Mg. Yuly Yolanda Morillo Campos  
 LICENCIADA EN ADMINISTRACION  
 GLAD N° 01339

\*Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

Recomendaciones: Formula las preguntas de manera coherente y de acuerdo a tus dimensiones e indicadores.....

Opinión de experto: Aplicable ( X ) Aplicable después de modificar ( ) No aplicable ( )

Nombres y Apellidos de experto: Mg. Yuly Yolanda Morillo Campos

DNI: 33263862

*Morillo*  
 Mg. Yuly Yolanda Morillo Campos  
 LICENCIADA EN ADMINISTRACION  
 GLAD N° 01339

Firma



Huella digital



**Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación**

**Nombres y Apellidos:** ROBERT RUBIO CASTILLO

**N° DNI / CE:** 32888279 **Edad:** 52 años

**Teléfono / celular:** 985964848 **Email:** Robert.rubio.castillo@gmail.com

---

**Título profesional:** LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

**Grado académico:** Maestría X Doctorado: \_\_\_\_\_

**Especialidad:** ADMINISTRACIÓN

**Institución que labora:** ESSALUD CHIMBOTE

---

**Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis**

**Título:** "Propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024"

**Autor(es):** Noemi Loida Granados Salas

**Programa académico:** Administración

---



MG. ROBERT RUBIO CASTILLO  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
CLAD N° 01358

---

Firma



Huella Digital

**Carta de Presentación al Experto**  
**CARTA DE PRESENTACIÓN**

Recibido 30/04/2024

Magister:

**ROBERT RUBIO CASTILLO**

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS



**MG. ROBERT RUBIO CASTILLO**  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
CLAD N° 01358

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Noemi Loida Granados Salas con DNI N.º 72572400, egresado del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: “Propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024” y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



\_\_\_\_\_  
Noemi Loida Granados Salas

DNI: 72572400

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: "Propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cabuish S.R.L., Huaraz, 2024"								
VI:	Trabajo en equipo	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
D1:	Complementariedad (Conocimientos, Liderazgo, Habilidades)	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Consideras que trabajar en equipo contribuye a incrementar tu conocimiento de las diferentes actividades?	X		X		X		
2	¿Consideras que existen líderes preparados para otorgar confianza a los equipos de trabajo?	X		X		X		
3	¿Los trabajadores desarrollan habilidades adecuadas para realizar la atención al servicio al cliente?	X		X		X		
D2:	Coordinación (Organización, Cumplimiento, Funciones)							
1	¿La empresa organiza equipos de trabajo para que realice un adecuado servicio al cliente?	X		X		X		
2	¿Se coordinan las actividades a desarrollar para cumplir eficientemente con el servicio que se brinda?	X		X		X		
3	¿La empresa designa las funciones correspondientes a cada uno de los equipos de trabajo?	X		X		X		
D3:	Comunicación (Facilidades, Clima laboral, Información)							
1	¿La empresa brinda las facilidades para que los equipos de trabajo se comuniquen de manera efectiva?	X		X		X		
2	¿La empresa brinda un clima laboral saludable para el buen desempeño de sus equipos de trabajo?	X		X		X		
3	¿Existe un intercambio de información clara y oportuna en la empresa?	X		X		X		
V2:	Atención al cliente							
D1:	Orientación al cliente (Empatía, Atención adecuada, Cordialidad, Comunicación)							
1	¿El personal muestra empatía al momento del servicio realizado?	X		X		X		

  
**ING. ROBERT RUBIO CASTILLO**  
 LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
 CLAD N° 01358

2	¿El personal de ventas informa correctamente sobre el servicio ofrecido?	X		X		X		
3	¿El personal muestra cordialidad en la atención?	X		X		X		
4	¿El personal es comunicativo y respetuoso al momento de realizar el servicio?	X		X		X		
D2:	Satisfacción al cliente (Solución de controversias, Cumplimiento de servicios, Cumplimiento de necesidad, Calidad de servicio)							
1	¿El personal ofrece soluciones ante cualquier controversia?	X		X		X		
2	¿La empresa cumple todos los servicios ofrecidos al momento de la orientación?	X		X		X		
3	¿La empresa le cubre cada una de sus necesidades del servicio?	X		X		X		
4	¿Considera que la empresa ofrece una adecuada calidad de servicio?	X		X		X		

\*Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable ( X ) Aplicable después de modificar ( ) No aplicable ( )

Nombres y Apellidos de experto: Mgtr. Robert Rubio Castillo DNI 32888279



Mgtr. ROBERT RUBIO CASTILLO  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
CLAD N° 01358

Firma



Huella digital

**Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación**

**Nombres y Apellidos:** Julio César Cerna Izaguirre

**Nº DNI / CE:** 06453403 **Edad:** 64 años

**Teléfono / celular:** 943900811 **Email:** kimbara\_60@hotmail.com

---

**Título profesional:** Lic. Administración

**Grado académico:** Maestría  X **Doctorado:** \_\_\_\_\_

**Especialidad:** Administración

**Institución que labora:** Universidad Tecnológica del Perú

---

**Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis**

**Título:** "Propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024"

**Autor(es):** Noemi Loida Granados Salas

**Programa académico:** Administración

---

  
CORLAD  
Mtro. Lic. Adm. Julio C. Cerna Izaguirre  
Reg. Único de Colegiación N° 5720

---

Firma



Huella digital

## Carta de Presentación al Experto

### CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Julio César Cerna Izaguirre

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Noemi Loida Granados Salas con DNI N.º 72572400, egresado del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: **“Propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024”** y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



DNI: 72572400

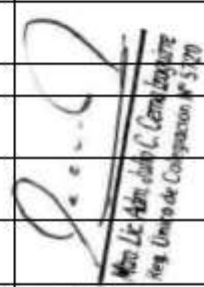

Noemi Loida Granados Salas



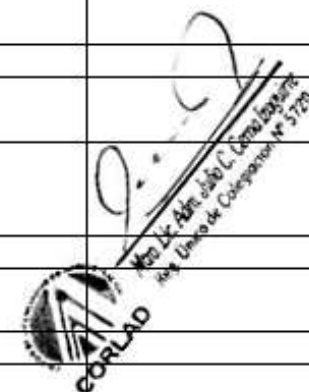
Mag. Lic. Adm. Julio C. Cerna Izaguirre  
Reg. Único de Colegiación N° 5720

**Recibido 30/04/2024**

### Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACION*								
TÍTULO: "Propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024"								
V1:	Trabajo en equipo	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
D1:	Complementariedad (Conocimientos, Liderazgo, Habilidades)	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Consideras que trabajar en equipo contribuye a incrementar tu conocimiento de las diferentes actividades?	X		X		X		
2	¿Consideras que existen líderes preparados para otorgar confianza a los equipos de trabajo?	X		X		X		
3	¿Los trabajadores desarrollan habilidades adecuadas para realizar la atención al servicio al cliente?	X		X		X		
D2:	Coordinación (Organización, Cumplimiento, Funciones)							
1	¿La empresa organiza equipos de trabajo para que realice un adecuado servicio al cliente?	X		X		X		
2	¿Se coordinan las actividades a desarrollar para cumplir eficientemente con el servicio que se brinda?	X		X		X		
3	¿La empresa designa las funciones correspondientes a cada uno de los equipos de trabajo?	X		X		X		
D3:	Comunicación (Facilidades, Clima laboral, Información)							
1	¿La empresa brinda las facilidades para que los equipos de trabajo se comuniquen de manera efectiva?	X		X		X		
2	¿La empresa brinda un clima laboral saludable para el buen desempeño de sus equipos de trabajo?	X		X		X		
3	¿Existe un intercambio de información clara y oportuna en la empresa?	X		X		X		
V2:	Atención al cliente							
D1:	Orientación al cliente (Empatía, Atención adecuada, Cordialidad, Comunicación)							
1	¿El personal muestra empatía al momento del servicio realizado?	X		X		X		

2	¿El personal de ventas informa correctamente sobre el servicio ofrecido?	X		X		X		
3	¿El personal muestra cordialidad en la atención?	X		X		X		
4	¿El personal es comunicativo y respetuoso al momento de realizar el servicio?	X		X		X		
<b>D2:</b>	<b>Satisfacción al cliente (Solución de controversias, Cumplimiento de servicios, Cumplimiento de necesidad, Calidad de servicio)</b>							
1	¿El personal ofrece soluciones ante cualquier controversia?	X		X		X		
2	¿La empresa cumple todos los servicios ofrecidos al momento de la orientación?	X		X		X		
3	¿La empresa le cubre cada una de sus necesidades del servicio?	X		X		X		
4	¿Considera que la empresa ofrece una adecuada calidad de servicio?	X		X		X		



\*Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

Recomendaciones: .....

Opinión de experto:   Aplicable (X)   Aplicable después de modificar ( )   No aplicable ( )

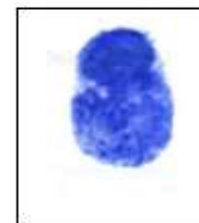
Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg. Julio César Cerna Izaguirre                   DNI 06453403



Mg. Lic. Adm. Julio C. Cerna Izaguirre  
Reg. Único de Colegación N° 5720

---

Firma



Huella Digital



### Confiabilidad del instrumento

ENCUESTADOS	ITEMS (TRABAJO EN EQUIPO)									SUMA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
E1	5	5	4	5	5	5	4	5	4	42
E2	5	3	4	3	5	5	4	5	4	38
E3	3	3	4	3	5	5	4	5	4	36
E4	5	5	3	3	5	5	4	5	4	39
E5	5	4	3	3	5	5	3	5	3	36
E6	5	4	3	3	5	5	3	5	3	36
E7	5	4	3	3	5	5	3	5	3	36
E8	4	4	3	3	5	5	3	5	3	35
E9	2	3	2	3	5	4	3	4	3	29
E10	4	3	2	3	3	4	3	4	3	29
E11	4	3	2	2	4	4	3	4	3	29
E12	4	3	2	2	4	4	3	4	2	28
E13	4	3	2	2	4	3	3	4	2	27
E14	3	3	2	2	3	3	3	3	2	24
E15	3	3	2	2	3	2	3	3	2	23
<b>VARIANZA</b>	<b>0,862</b>	<b>0,516</b>	<b>0,596</b>	<b>0,560</b>	<b>0,640</b>	<b>0,862</b>	<b>0,196</b>	<b>0,507</b>	<b>0,533</b>	
<b>SUMATORIA DE VARIANZAS</b>	<b>5,271</b>									
<b>VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ÍTEMS</b>	<b>31,182</b>									

RANGO	CONFIABILIDAD
0.95 – más	Excelente
0.90 - 0.94	Elevada
0.85 - 0.89	Muy Buena
0.80 - 0.84	Buena
0.75 - 0.79	Muy respetable
0.70 - 0.74	Respetable
0.65 - 0.69	Mínimamente aceptable
0.40 - 0.64	Moderadamente inaceptable
0.0 - 0.39	Inaceptable

**0.93 DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO (ELEVADA)**

$\alpha$ : Coeficiente de confiabilidad del cuestionario  $\Rightarrow$  **0,93**  
 $k$ : Número de ítems del instrumento  $\Rightarrow$  **9**  
 $\sum_{i=1}^k S_i^2$ : Sumatoria de las varianzas de los ítems.  $\Rightarrow$  **5,271**  
 Varianza total del instrumento.  $\Rightarrow$  **31,182**

En la variable **TRABAJO EN EQUIPO** se encuestó a 15 trabajadores de la empresa Turismo Cahuish S.R.L. de lo cual según la fórmula Alfa de Cronbach, salió como resultado final **0.97**, lo que nos quiere decir nivel de confiabilidad del instrumento es ELEVADA.

ENCUESTADOS	ITEMS (ATENCIÓN AL CLIENTE)								SUMA
	1	2	3	4	5	6	7	8	
E1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
E2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
E3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
E4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
E5	5	5	5	5	3	5	5	5	38
E6	5	5	5	5	4	5	5	5	39
E7	5	5	5	5	4	5	5	5	39
E8	5	5	5	5	3	5	5	5	38
E9	5	4	5	5	3	4	5	4	35
E10	4	4	3	4	3	4	4	4	30
E11	4	4	3	4	3	4	4	4	30
E12	4	3	3	3	3	4	4	4	28
E13	4	3	3	3	3	4	4	3	27
E14	3	2	2	3	3	4	3	4	24
E15	2	2	2	3	2	4	3	2	20
E16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
E17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
E18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
E19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
E20	5	5	5	5	3	5	5	5	38
E21	5	5	5	5	4	5	5	5	39
E22	5	5	5	5	4	5	5	5	39
E23	5	5	5	5	3	5	5	5	38
E24	5	4	5	5	3	4	5	4	35
E25	4	4	3	4	3	4	4	4	30
E26	4	4	3	4	3	4	4	4	30
E27	4	3	3	3	3	4	4	4	28
E28	4	3	3	3	3	4	4	3	27
E29	3	2	2	3	3	4	3	4	24
E30	2	2	2	3	2	4	3	2	20
E31	5	5	5	5	5	5	5	5	40
E32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
E33	5	5	5	5	5	5	5	5	40
E34	5	5	5	5	5	5	5	5	40

RANGO	CONFIABILIDAD
0.95 – más	Excelente
0.90 - 0.94	Elevada
0.85 - 0.89	Muy Buena
0.80 - 0.84	Buena
0.75 - 0.79	Muy respetable
0.70 - 0.74	Respetable
0.65 - 0.69	Mínimamente aceptable
0.40 - 0.64	Moderadamente inaceptable
0.0 - 0.39	Inaceptable

**0.97 DE CONFIABILIDAD**

**DEL INSTRUMENTO (EXCELENTE)**

E35	5	5	5	5	3	5	5	5	38
E36	5	5	5	5	4	5	5	5	39
E37	5	5	5	5	4	5	5	5	39
E38	5	5	5	5	3	5	5	5	38
E39	5	4	5	5	3	4	5	4	35
E40	4	4	3	4	3	4	4	4	30
E41	4	4	3	4	3	4	4	4	30
E42	4	3	3	3	3	4	4	4	28
E43	4	3	3	3	3	4	4	3	27
E44	3	2	2	3	3	4	3	4	24
E45	2	2	2	3	2	4	3	2	20
E46	5	5	5	5	4	5	5	5	39
E47	5	5	5	5	3	5	5	5	38
E48	5	4	5	5	3	4	5	4	35
E49	4	4	3	4	3	4	4	4	30
E50	4	4	3	4	3	4	4	4	30
<b>VARIANZA</b>	0,724	1,094	1,354	0,710	0,846	0,250	0,490	0,704	
<b>SUMATORIA DE VARIANZAS</b>	<b>6,172</b>								
<b>VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ÍTEMS</b>	<b>39.874</b>								

En la variable **ATENCIÓN AL CLIENTE** se encuestó a 50 clientes constantes del mes mayo del 2024 de la empresa Turismo Cahuish S.R.L. de lo cual según la fórmula Alfa de Cronbach, salió como resultado final **0,97**, lo que nos quiere decir nivel de confiabilidad del instrumento es EXCELENTE.

$\alpha$ : Coeficiente de confiabilidad del cuestionario  $\Rightarrow$  **0,97**  
 $k$ : Número de ítems del instrumento  $\Rightarrow$  8  
 $\sum_{i=1}^k S_i^2$ : Sumatoria de las varianzas de los ítems.  $\Rightarrow$  6,172  
 Varianza total del instrumento.  $\Rightarrow$  39,874

## Anexo 04: Formato de consentimiento informado u otros

### UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula \_\_\_\_\_ (poner título de su investigación) \_\_\_\_\_ y es dirigido por \_\_\_\_\_ (nombres y apellidos del estudiante), investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: \_\_\_\_\_ (poner aca el objetivo general del estudio) \_\_\_\_\_. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del whatsapp (poner su número de whatsapp) \_\_\_\_\_, Si desea, también podrá escribir al correo \_ (poner su correo institucional) \_\_\_\_\_ para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombres y apellidos: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Firma del participante: \_\_\_\_\_

Firma del investigador: \_\_\_\_\_



Chimbote, 28 de mayo del 2024

**CARTA N° 0000000838- 2024-CGI-VI-ULADECH CATÓLICA**

**Señor/a:**

**TURISMO CAHUIISH S.R.L.**

**Presente.-**

A través del presente reciba el cordial saludo a nombre del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, asimismo solicito su autorización formal para llevar a cabo una investigación titulada PROPUESTA DE MEJORA DEL TRABAJO EN EQUIPO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA TURISMO CAHUIISH S.R.L., HUARAZ, 2024, que involucra la recolección de información/datos en 65, a cargo de NOEMI LOIDA GRANADOS SALAS, perteneciente a la Escuela Profesional de la Carrera Profesional de ADMINISTRACIÓN, con DNI N° 72572400, durante el período de 28-04-2024 al 05-05-2024.

La investigación se llevará a cabo siguiendo altos estándares éticos y de confidencialidad y todos los datos recopilados serán utilizados únicamente para los fines de la investigación.

Es propicia la oportunidad para reiterarle las muestras de mi especial consideración.

Atentamente.

*Dr. Willy Valle Salvatierra*  
Coordinador de Gestión de Investigación

## DECLARACIÓN JURADA

Yo, GRANADOS SALAS NOEMI LOIDA, identificado (a) con DNI: 72572400, con domicilio real en Jr. Huayna Capac s/n — Los Emprendedores, Distrito de Chavín de Huántar, Provincia de Huari, Departamento de Áncash.

### DECLARO BAJO JURAMENTO,

En mi condición de bachiller de Administración con código de estudiante 1211182046 de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de ciencias e ingeniería de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, semestre académico 2024-1:

1. Que los datos consignados en la tesis titulada: PROPUESTA DE MEJORA DEL TRABAJO EN EQUIPO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA TURISMO CAHUIISH S.R.L., HUARAZ, 2024. Fueron reales.

Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad

Chavín de Huántar, 28 de mayo de 2024



Firma del bachiller

DNI: 72572400



Huella Digital