



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Marketing

“COMPROMISO ORGANIZACIONAL Y LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS COLABORADORES DE UNA AEROLINEA SEDE EN LA CIUDAD CAJAMARCA EN EL AÑO 2020”

Tesis para optar el título profesional de:
Licenciada en Administración y Marketing

Autor:

Jhoana Victoria Tello Rabanal
Caroline Tracy Torres Fernández

Asesor:

Mg. Paulo Cáceres Iglesias

Cajamarca - Perú

2020

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a DIOS, a mis padres quienes me dieron vida, educación, apoyo y consejos. A mis hermanos y amigos, que sin su ayuda nunca hubiera podido hacer esta tesis.

Jhoana Victoria

Dedico esta tesis especialmente a mi hijo Sebastián por ser mi mayor fuente de motivación para superarme día y a día. Como en todos mis logros hijo mío, has estado presente hoy en este.

Caroline Tracy

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme tener esta experiencia tan buena dentro de la universidad, a mi familia por ayudarme a cumplir mis metas, a la universidad por permitirme convertirme en una profesional a la que tanto le apasiona su carrera, a todos los profesores que hicieron parte de mi proceso. A mis compañeros de aulas y principalmente a Caroline, mi amiga y compañera en este proceso de realización de este proyecto.

Jhoana Victoria

Agradezco primeramente a Dios por darme salud para poder culminar este logro, a mis padres por darme la vida, a mi esposo por el apoyo incondicional, a mis profesores por su asesoría y sobre todo a mi compañera y mejor amiga Jhoana que fue parte fundamental para la realización de este proyecto.

Caroline Tracy

Tabla de contenidos

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	20
CAPÍTULO III. RESULTADOS	30
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	46
REFERENCIAS.....	53
ANEXOS	54
ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS O TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL	77
ACTA DE SUSTENTACIÓN	78.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población.....	22
Tabla 3. Muestra.....	23
Tabla 3. Ficha técnica del instrumento.....	24
Tabla 4. Resumen de casos procesados.....	24
Tabla 5. Estadística de fiabilidad.....	25
Tabla 6. Resumen de casos procesados.....	25
Tabla 7. Estadística de fiabilidad.....	25
Tabla 8. Resumen de casos procesados.....	26
Tabla 9. Estadística de fiabilidad.....	26
Tabla 10. Baremo de fiabilidad.....	26
Tabla 11. Validación de jueces expertos.....	27
Tabla 12. Nivel del compromiso organizacional.....	28
Tabla 13. Nivel de la calidad del servicio.....	28
Tabla 14. Análisis de correlación de variables compromiso organizacional y calidad de servicio.....	30
Tabla 15. Análisis de correlación de variables identificación con la organización y calidad de servicio.....	31
Tabla 16. Análisis de correlación de variables sentido de pertenencia a la organización y calidad de servicio.....	31
Tabla 17. Análisis de correlación de variables deseo de involucramiento con la organización y calidad de servicio.....	32
Tabla 18. Características de la identificación de la organización.....	33
Tabla 19. Características del sentido de pertenencia.....	34
Tabla 20. Características del deseo de involucramiento.....	35
Tabla 21. Fiabilidad del servicio.....	36
Tabla 22. Elementos tangibles del servicio.....	37
Tabla 23. Capacidad de respuesta del servicio.....	38
Tabla 24. Seguridad del servicio.....	39
Tabla 25. Empatía.....	40
Tabla 26. Nivel de compromiso organizacional.....	40
Tabla 27. Nivel de calidad de servicio.....	41
Tabla 28. Prueba de hipótesis general.....	42
Tabla 29. Prueba de hipótesis específica uno.....	43
Tabla 30. Prueba de hipótesis específica dos.....	44
Tabla 31. Prueba de hipótesis específica tres.....	45
Tabla 32. Matriz de consistencia lógico.....	55
Tabla 33. Operacionalización de variables.....	56
Tabla 34. Resultados descriptivos compromiso organizacional y calidad del servicio.....	60
Tabla 35. Prueba de normalidad compromiso organizacional y calidad del servicio.....	61
Tabla 34. Resultados descriptivos identificación con la organización y calidad del servicio.....	64
Tabla 37. Prueba de normalidad identificación con la organización y calidad del servicio.....	65
Tabla 38. Resultados descriptivos sentido de pertinencia con la organización y calidad del servicio.....	67
Tabla 39. Prueba de normalidad sentido de pertinencia con la organización y calidad del servicio.....	67
Tabla 40. Resultados descriptivos involucramiento con la organización y calidad del servicio.....	69
Tabla 40. Resultados descriptivos de la prueba de normalidad involucramiento con la organización y calidad del servicio.....	70
Tabla 42. Resultados del instrumento de recolección.....	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Proceso de investigación	29
Figura 2. Nivel de compromiso organizacional.....	41
Figura 3. Normalidad compromiso	61
Figura 4. Normalidad sin tendencia compromiso	62
Figura 5. Normalidad calidad del servicio.....	63
Figura 6. Normalidad calidad del servicio sin tendencia	63
Figura 7. Normalidad identificación con la organización.....	65
Figura 8. Normalidad identificación con la organización sin tendencia	66
Figura 9. Normalidad sentido de pertinencia	68
Figura 10. Normalidad sentido de pertinencia sin tendencia.....	68
Figura 11. Normalidad involucramiento con la organización	70
Figura 12. Normalidad involucramiento con la organización sin tendencia.....	71

RESUMEN

El trabajo de investigación tuvo como objetivo: Determinar la relación del compromiso organizacional con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020. La investigación es descriptiva correlacional de tipo básica.

La muestra estuvo conformada por 23 colaboradores de una aerolínea de la ciudad de Cajamarca. El método empleado en la investigación fue hipotético deductivo. Durante el proceso de recolección de información se desarrolló un cuestionario conformado por 44 preguntas bajo la escala de Likert con un nivel de confiabilidad de 0.868. Asimismo, se estableció que la relación que existe entre el compromiso organizacional con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020 es alta (0.917774353). Siendo el nivel de significancia bilateral $p=0,00 < 0,05$ se acepta la hipótesis alternativa el compromiso organizacional se relaciona significativamente con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

Palabras clave: Compromiso organizacional, Calidad, Servicio.

ABSTRACT

The objective of the research was: To determine the relationship of the organizational commitment with the quality of service of the collaborators of an airline based in the city of Cajamarca in 2020. The research is descriptive correlational of basic type.

The sample consisted of 23 employees of an airline from the city of Cajamarca. The method used in the research was hypothetical deductive. During the information collection process, a questionnaire was developed consisting of 44 questions under the Likert scale with a reliability level of 0.868.

Likewise, it was established that the relationship that exists between the organizational commitment with the quality of service of the collaborators of an airline based in the city of Cajamarca in 2020 is high (0.917774353). Being the level of bilateral significance $p = 0.00 < 0.05$, the alternative hypothesis is accepted: organizational commitment is significantly related to the quality of service of the employees of an airline based in the city of Cajamarca in 2020.

Keywords: Organizational commitment, Quality, Service.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El escenario existente en el mundo empresarial ha puesto al descubierto la necesidad de que las organizaciones sean cada día más competitivas. Durante las últimas décadas, se ha venido reconociendo a las personas como el principio de competitividad más importante, de tal forma que hoy día se habla de capital y talento humano, haciendo referencia al papel fundamental que desempeña el individuo en la organización.

Dentro de los principales factores que influyen en el comportamiento de los colaboradores, tenemos a la satisfacción y el compromiso organizacional, que tienen mucho que ver con la calidad de vida, dentro y fuera de la organización, pues para que una organización sea exitosa, debe procurar ser un excelente lugar para trabajar e intrínsecamente gratificante para las personas. El grado de satisfacción laboral ayuda a atraer talentos y retenerlos, a mantener un clima organizacional saludable, a motivar a las personas y a conquistar su compromiso. Debemos mencionar que la satisfacción laboral no es un comportamiento en sí, sino que se trata de una actitud de las personas frente a su función en la organización. (Chiavenato, 2009)

En este sentido, las organizaciones se ven en la necesidad de implantar buenas prácticas laborales que generen un ambiente que permita la participación de los colaboradores, logrando que cada uno desde su posición contribuya con el logro de los objetivos organizacionales, para conseguir ello, es de vital importancia que el colaborador se sienta identificado y transmita esto en cada una de las funciones que realiza, generando un comportamiento positivo.

Las organizaciones durante las últimas décadas se han interesado por conocer cuáles son los vínculos entre sus colaboradores y sus objetivos; siendo el compromiso organizacional el factor más significativo al momento de medir la lealtad y la vinculación de los colaboradores hacia la organización; existen varios enfoques y modelos que pretenden definir el compromiso organizacional, coincidiendo la mayoría de autores en que es la identificación psicológica con la empresa en la que laboran; siendo visto como una respuesta emocional ante una evaluación positiva del contexto en el que los colaboradores realizan sus funciones; tomando en cuenta la motivación intrínseca como un factor determinante.

El compromiso organizacional es un estado en el que el colaborador se identifica con una organización y sus objetivos, queriendo seguir siendo partícipe de éstos; siendo un factor pronosticador de cuan satisfecho puede encontrarse cada persona con las labores que realiza. (Robbins, 2017, pág. 72). Hace referencia al nivel en el que un colaborador se siente identificado con la organización en la que labora y con las metas, además de su deseo de permanecer en la organización, las investigaciones demuestran que los colaboradores con un alto nivel de compromiso en el trabajo, en líneas generales poseen menor tasa de ausentismo y de renuncia, pero sobre todo pronostica los niveles de rotación. (Amorós, 2007)

La temática del presente trabajo de investigación permite ser abordada a través investigaciones previas que se realizaron a un nivel internacional, nacional y local:

En el artículo Compromiso organizacional y satisfacción laboral en una muestra de trabajadores de los Juzgados de Granada, de Zurita (2014), publicado por el Departamento de Psicología Social de la Universidad de Granada, España, plantea como objetivo analizar la relación entre las variables compromiso organizacional y satisfacción laboral, esperando, como hipótesis de partida, una correlación positiva entre ambas variables, tal y como han venido demostrando estudios previos. En la investigación se demuestra la correlación positiva entre ambas variables, el autor llega a la conclusión que, a una mayor satisfacción laboral, los colaboradores se muestran más comprometidos con el logro de objetivos de la organización, mejorando incluso el clima laboral. El antecedente contribuye a validar la relación entre la satisfacción que perciben los colaboradores, con el compromiso que requieren las organizaciones, tal como se pretende demostrar en la presente investigación.

En el artículo Nivel de Relación Del Compromiso Organizacional, Comunicación Organizacional y La Satisfacción Del Trabajo: Evidencia Desde México, de Ocon, Ramirez, y Flores (2017) publicada por la Revista Internacional de Administración y Finanzas IBFR, de México; tiene como objetivo principal Relacionar el compromiso organizacional con la comunicación organizacional y la satisfacción laboral con el personal del hotel. La investigación concluye en que teniendo en consideración que el turismo es una importante fuente de desarrollo y de empleos a nivel mundial. En caso concreto de México es el décimo a nivel mundial en captación de turistas, por ello las organizaciones del sector turístico se están enfrentando, desde hace ya algún tiempo, a cambios sin precedentes en un entorno cada vez más amplio.

En este entorno resulta indudable que el factor humano en los servicios turísticos es un elemento diferenciador que juega un papel fundamental en la consecución de las metas y objetivos de la organización. Las empresas hoteleras no acedaran a estándares competitivos de clase mundial si su personal no se encuentra comprometido y satisfecho y el principal vehículo para llegar a estas actitudes es la forma en que se comunica la organización con la persona. El antecedente refuerza la importancia que tienen la satisfacción laboral y el compromiso organizacional en las empresas del sector hotelero, validando el fin de la presente investigación.

En la investigación titulada Relación entre la satisfacción laboral y el desempeño de los colaboradores del Área de Operaciones – Agencia Central Cajamarca del Banco de Crédito del Perú, 2016, de Perez y Vásquez (2016), publicada por la Universidad Privada del Norte, Cajamarca – Perú, tiene como problema de investigación ¿Cuál es la relación entre la satisfacción laboral y el desempeño de los colaboradores del área de operaciones – ¿Agencia Central Cajamarca del Banco de Crédito del Perú en el segundo cuatrimestre del año 2016?. Donde se concluye que la satisfacción laboral es un elemento fundamental en el desempeño de cada uno de los colaboradores; proponiendo actividades de integración y sensibilización que permitan elevar la satisfacción laboral, menciona también la importancia de la relación entre jefaturas y subordinados, proponiendo una comunicación horizontal que propicie un ambiente de confianza el cual generará un compromiso con la organización y con los objetivos propuestos. El antecedente en mención contribuye a reforzar la importancia de la satisfacción de los en una organización de servicios, en un ámbito local; tal como se pretende validar con la presente investigación.

Por otro lado, la presente investigación tiene su justificación en bases teóricas, los cuales se conciben como el sustento científico de la tesis. En ese sentido tenemos las siguientes teorías:

El compromiso organizacional, fue estudiado con más profundidad por medio de su asociación con, el absentismo, la performance en el trabajo (Allen y Meyer, 1991) y las obligaciones del empleado (Meyer y Herscovitch, 2001), indicando su importancia para el desarrollo de una ventaja competitiva sostenible. Las líneas de investigación, los antecedentes y consecuencias del compromiso organizacional son presentados en la secuencia.

Según Meyer y Allen, el compromiso organizacional presenta tres componentes o dimensiones compromiso afectivo, compromiso de continuidad y compromiso normativo, que corresponden al deseo, la necesidad y el deber de permanecer en la organización. Los trabajadores con un alto nivel de compromiso afectivo frente a su organización sentirán deseos de esforzarse para obtener un buen desempeño y permanecer en la empresa. Compromiso afectivo: Refleja el apego emocional, la identificación e implicación con la organización. Toma como base el deseo y se refiere a los lazos emocionales que las personas forjan con la organización al percibir la satisfacción de sus necesidades (especialmente las psicológicas) y expectativas; por ende, disfrutan de su permanencia en la organización.

Compromiso continuo: Fundamentado principalmente en la necesidad, revela el apego de carácter material que el colaborador tiene con la organización, reconoce los costos asociados con dejar la organización, es muy posible encontrar una conciencia de la persona respecto a las inversiones en tiempo y esfuerzo que se perderían en caso de dejar la organización, o sea, de los costos (financieros, físicos, psicológicos) en los cuales se incurriría al retirarse, o de las pocas posibilidades para encontrar otro empleo.

Compromiso normativo: Fundamentado en el deber, consiste en la experimentación por parte del colaborador de un fuerte sentimiento de obligación de pertenecer en la organización para la que actualmente labora, se encuentra la creencia en la lealtad a la organización (sentido moral), quizá por recibir ciertas prestaciones (por ejemplo, capacitación o pago de colegiaturas), conducente a un sentido de la obligación de proporcionar una correspondencia.

Los modelos de compromiso han propiciado la elaboración de diferentes instrumentos de medida, basándose en su gran mayoría en el compromiso afectivo; los más relevantes han sido considerados: El cuestionario de Compromiso Organizacional (Porter, 1974) es la escala más representativa para medir el compromiso afectivo; en este instrumento aparece la naturaleza multifactorial del constructo; creencia en y aceptación de las metas y valores de la organización, predisposición a ejercer considerable esfuerzo por el bien de la organización y fuerte deseo de pertenencia. (Alfaro y Vecino, 1999)

El cuestionario de Compromiso Organizacional de Hrebiniak y Alutto, 1972; parte del concepto de compromiso como la utilidad percibida de la permanencia en la organización (compromiso instrumental o de continuidad); manifestándose como una falta de voluntad de cambiar de organización, considerando los beneficios que se obtienen; la escala presentada por estos autores mostró una fiabilidad adecuada. (Medina, 2000).

La calidad en el sector servicios tiene unas de sus principales bases en la satisfacción laboral de los empleados que trabajan en el mismo, ya que su dedicación, esfuerzo y compromiso es, a su vez, fundamental para la satisfacción del cliente, es decir llegar a la satisfacción del cliente a través de la satisfacción de los trabajadores (Gonzalez,2013). Con respecto a la calidad del servicio, es un elemento básico de las percepciones del consumidor. En el caso de los servicios puros, la calidad del servicio será el elemento dominante en las evaluaciones de los consumidores. según Fontalvo y Vergara (2010) entiende como servicio a la generación de un bien intangible que proporciona bienestar a los clientes (p. 23). En caso de que el servicio o los servicios al consumidor son ofrecidos en combinación con un producto físico, la calidad del servicio también puede ser muy importante para determinar la satisfacción del consumidor.

Según Margarita Álvarez, directora de marketing y comunicación de Adecco, en la VII Encuesta Adecco sobre Felicidad en el trabajo, realizada entre más de 3, 500 trabajadores españoles, concluye entre otras cosas que más de la mitad de los colaboradores piensa que esta cuestión de la satisfacción laboral "no es una moda pasajera, que es importante y ha llegado a las empresas para quedarse". Lo más importante para ser feliz en el trabajo es disfrutar de un buen ambiente laboral, basado en relaciones personales fluidas y compañerismo, En segundo lugar, está la flexibilidad horaria que

ayuda a los trabajadores a conciliar su vida personal con la profesional a la tercera plaza asciende la posibilidad de contar con un buen jefe o líder para ser feliz en el trabajo. (Diario Gestión, 2017).

La satisfacción del cliente es como la persona se siente satisfecha por obtener un producto que reúne las expectativas, además la satisfacción del cliente depende del producto si no cubre las expectativas, el cliente se sentirá insatisfecho (Kotler 2006, p.147). Chiavenato (2007) considera que el nivel de satisfacción del cliente debe de ser proporcional entre el desempeño que se percibe de una organización y las expectativas del cliente así mismo dice que la gestión de calidad permita conocer al cliente, sus necesidades, como mejorar su satisfacción, conservar a los clientes, atraer a nuevos clientes.

Pumachara y Romero (2015) consideran que las malas actitudes y emociones negativas se contagian más rápido que las buenas, por ello requieren ser atendidas porque pueden causar problemas al equipo de trabajo y por ende afectarán a su desarrollo que afectan la calidad del servicio. Alberca y Valentín (2017) menciona que la capacitación interviene positivamente en la calidad de servicio que brinda el personal, asimismo los incentivos influyen en la calidad de servicio del personal.

La satisfacción laboral es un conjunto de sentimientos y creencias que determinan la manera en la que el colaborador o grupo humano percibe subjetivamente el ambiente donde se desempeña, lo cual influye en el cumplimiento de sus actividades, por consiguiente si percibe un ambiente favorable y tiene actitudes positivas, mejorará su desempeño (Newstrom, 2011). El identificar los factores que determinan la satisfacción en cualquier organización es de vital importancia, ya que permite conocer las necesidades y qué es lo que esperan los colaboradores por parte de la organización. Esto permitirá

trabajar un plan de acción sobre los factores que sean primordiales para lograr un buen ambiente laboral (Palma, 2004).

El sector aeronáutico comercial pertenece a un rubro dinámico y demandante de personal calificado para desarrollar los procesos establecidos, y aportar mejoras a la organización, en la ciudad de Cajamarca opera dos líneas aéreas, dentro de los cuales las buenas prácticas laborales han ido aplicándose paulatinamente, pero ¿cuán satisfechos se sienten los colaboradores?, ¿cuánto aportan a la organización?, ¿se sienten realmente comprometidos con su trabajo?, ¿será éste el reflejo de su satisfacción?, existen diversos estudios sobre la satisfacción del cliente interno y como ésta se ve reflejada en la satisfacción del cliente externo; partiendo de este punto, la propuesta es determinar los factores que contribuyen a la satisfacción laboral, y el nivel de compromiso de los colaboradores; puesto que existe un alto nivel de desinterés y desapego con las actividades realizadas por la empresa.

Posterior al análisis de la realidad problemática se formula el siguiente problema de investigación ¿Cómo se relaciona el compromiso organizacional con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020?. Igualmente, el trabajo encuentra su justificación en consideración lo descrito anteriormente y haciendo referencia a la importancia que ha obtenido el capital humano dentro de las organizaciones, se deben desarrollar acciones que permitan mejorar la satisfacción laboral y así influir en el desempeño de los colaboradores con las competencias requeridas, generando planes de sucesión ; tomando como base las empresas de servicio, enfocadas a la satisfacción laboral y cómo esta influye en compromiso organizacional dentro una línea aérea; alcanzando un mayor valor agregado dentro del entorno en el que se desarrollan.

Igualmente se establecido el objetivo general el cual propone determinar la relación del compromiso organizacional con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020. Por tal motivo se han señalado objetivos específicos los cuales son establecer la relación de la identificación organizaciones, el sentido de pertenencia a la organización e involucramiento con la organización con la y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020. Así mismo la hipótesis se expresa de la siguiente manera: el compromiso organizacional se relaciona significativamente con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

La investigación básica o pura tiene como finalidad la obtención y recopilación de información para ir construyendo una base de conocimiento que se va agregando a la información previa existente (Lozada, 2014).

2.2. Método de investigación

El método desarrollado en la investigación es el hipotético - deductivo, basado en la observación del compromiso organizacional y su relación con la calidad del servicio del pasajero de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca.

2.3. Diseño de la investigación

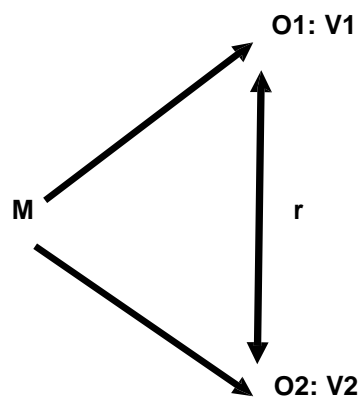
El propósito principal de los estudios correlacionales son saber cómo se puede comportar una variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas (Lozada,2014). La investigación cuantitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes como son encuestas, revisión documentaria (Lozada,2014). No experimental, es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables, se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad (Lozada, 2014).

La investigación propuesta es una investigación es de tipo básica con un nivel de profundidad correlacional debido que se analizara como el compromiso organizacional se relaciona con la calidad del servicio de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca, además presenta una naturaleza cuantitativa debido que durante el estudio

se analizarán datos históricos sobre las capacitaciones desarrolladas por la empresa, frecuencia de viaje, procesos administrativos de la empresa, según el nivel de manipulación de variable es no experimental debido a que no se contara con el control de las variables de estudio, asimismo es de corte transversal debido a que se desarrollo en un periodo determinado.

2.4. Diagrama de la investigación

Diagrama



M: Muestra conformada por los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca.

O1: Observación de la V1: compromiso organizacional.

O2: Observación de la V2: calidad del servicio

r: Relación entre ambas variables.

2.5. Unidad de estudio y análisis

2.5.1. Unidad de estudio

La aerolínea que opera en ciudad de Cajamarca.

2.5.2. Unidad de análisis

Los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca, en el aeropuerto Mayor General FAP Armando Revoredo Iglesias.

2.6. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

2.6.1. Población

La población está conformada por los colaboradores de la aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca que opera el aeropuerto Mayor General FAP Armando Revoredo Iglesias.

Tabla 1. *Población*

Personal	Cantidad
Centros de atención	12
Personal de atención aeropuerto	16
Total	28

2.6.2. Muestra

El muestreo no probabilístico es una técnica de muestreo donde las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados (Hernández, Fernández y Baptista, 2003). Con la finalidad de poder determinar la muestra emplearemos el método no probabilístico que consiste en seleccionar a los individuos que convienen al investigador. Para determinar la muestra se establecieron los siguientes criterios de inclusión y exclusión (Lozada, 2014).

- ❖ **Criterio de inclusión:** personal de la aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca que laboran en aeropuerto Mayor General FAP Armando Revoredo Iglesias.
- ❖ **Criterio de exclusión:** personal de la aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca que no laboran en aeropuerto Mayor General FAP Armando Revoredo Iglesias.

Tabla 2. Muestra

Personal	Población	Criterios
Centros de atención	12	7
Personal de atención aeropuerto	16	16
Total	28	23

La muestra de investigación está conformada por 23 colaboradores de la aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca.

2.7. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

2.7.1 Técnica de reelección de información

La encuesta es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas. Las encuestas proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos (Lozada, 2014). La encuesta se aplica ante la necesidad de probar una hipótesis o descubrir una solución a un problema, e identificar e interpretar, de la manera más metódica posible, un conjunto de testimonios que puedan cumplir con el propósito establecido (Hernández, Fernández y Baptista, 2003).

2.7.2. Instrumento de reelección de información

Un cuestionario es, por definición, el instrumento estandarizado que empleamos para la recogida de datos durante el trabajo de campo de algunas investigaciones cuantitativas, fundamentalmente, las que se llevan a cabo con metodologías de encuestas. (Meneses, 2016). El instrumento es el cuestionario conformado por 44 preguntas, elaboradas según los indicadores y las variables de estudio.

Tabla 3. Ficha técnica del instrumento

Ficha cuestionario	
Descripción	Cuestionario impreso con 44 ítems con 5 posibles respuestas según escala Likert.
Duración de la	12 minutos aproximadamente.
Aplicación	
Escala de medición	Escala de Likert: 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre

2.7.3. Confiabilidad Instrumento de reelección de información

El coeficiente Alfa de Cronbach es el indicador de confiabilidad de escalas psicométricas más usado en ciencias sociales. El Alfa de Cronbach nos da una medida de la consistencia interna que tienen los reactivos que forman una escala. Si esta medida es alta, suponemos tener evidencia de la homogeneidad de dicha escala, es decir, que los ítems están “apuntando” en la misma dirección (Ruiz, 2018).

A. Confiabilidad del cuestionario de compromiso organizacional

La confiabilidad del instrumento relacionado al compromiso organizacional, fue determinada bajo el método del coeficiente de Alfa de Cronbach.

Tabla 4. Resumen de casos procesados

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido	0	,0

Tabla 5. Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,797	22

Como se observa en la tabla anterior el valor del alfa Cronbach es de 0.79 al ser el valor cercano a 1 se considera que la confiabilidad del instrumento que nos permite medir el compromiso organizaciones es alta, asimismo se considera que los resultados que se obtengan a través de la aplicación del instrumento serán confiables al presentar un valor superior a 0.5.

B. Confiabilidad del cuestionario de calidad del servicio

La confiabilidad del instrumento relacionado a la calidad del servicio, fue determinada bajo el método del coeficiente de Alfa de Cronbach.

Tabla 6. Resumen de casos procesados

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	20	100,0

Tabla 7. Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,711	22

Como se observa en la tabla anterior el valor del alfa Cronbach es de 0.711 al ser el valor cercano a 1 se considera que la confiabilidad del instrumento que nos permite medir la calidad del servicio es alta, asimismo se considera que los resultados que se obtengan a través de la aplicación del instrumento serán confiables al presentar un valor superior a 0.5.

C. Confiabilidad del cuestionario

La confiabilidad del instrumento, fue determinada bajo el método del coeficiente de Alfa de Cronbach

Tabla 8. Resumen de casos procesados

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	20	100,0

Tabla 9. Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,868	44

Como se observa en la tabla anterior el valor del alfa Cronbach es de 0.868 al ser el valor cercano a 1 se considera que la confiabilidad del instrumento es muy alta, asimismo se considera que los resultados que se obtengan a través de la aplicación del instrumento serán confiables al presentar un valor superior a 0.5.

Tabla 10. Baremo de fiabilidad

Escala	valor
Muy Alta	0,81 a 1,00
Alta	0,61 a 0,80
Moderada	0,41 a 0,60
Baja	0,21 a 0,40
<u>Muy Baja</u>	<u>0,01 a 0,20</u>

D. Validez del instrumento

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 éste, y que pueden dar información, evidencia, juicios y valoraciones (Robles y Rojas, 2015).

En relación a la validación del instrumento esta fue realizada por docentes especialistas de la Facultad de Negocios y de la escuela Académico profesional de Administración y marketing:

Tabla 11. Validación de jueces expertos

Experto	Descripción
Cristhian Paul Céspedes Ortiz	Grado académico: Magister Cargo: Docente a tiempo parcial Instrumento: Cuestionario en base a Likert
Franklin Córdova Buiza	Grado académico: Magister Cargo: Docente a tiempo completo Instrumento: Cuestionario en base a Likert

2.8. Análisis de información

El análisis de los datos obtenidos mediante la aplicación del instrumento, se realizará con el software IBM SPSS versión 26. En este mismo software se realizará el cálculo del alfa de Cronbach, las tablas estadísticas y gráficos estadísticas. Con el uso del coeficiente de correlación se logrará demostrar la correlación entre las dos variables de estudio; compromiso organizacional y calidad de servicio. Asimismo, para poder determinar el nivel del compromiso y la calidad del servicio se estableció la siguiente escala:

Baremo: Máximo puntaje = (valor de la escala x total de ítems) Máximo

$$\text{puntaje} = (5 \times 22) = 110$$

$$\text{Mínimo puntaje} = (\text{valor de la escala} \times \text{total de ítems})$$

$$\text{Mínimo puntaje} = (1 \times 22) = 22$$

$$\text{Rango } R = 110 - 22 = 88$$

$$\text{Amplitud } A = (88 / 3) = 29$$

Primer Intervalo [Mínimo puntaje; Mínimo puntaje +Amplitud> Primer

Intervalo [22; 51 >

Segundo Intervalo [52; 81> Tercer

intervalo [82; 111>

El nivel del compromiso organizacional será evaluado en la escala de bajo, medio y alto como se muestra en la tabla siguiente.

Tabla 12. Nivel del compromiso organizacional

Nivel	Valor
Bajo	22 – 51
Medio	52 – 81
Alto	82– 111

Igualmente, el nivel de la calidad de servicio será evaluado en la escala de bajo, medio y alto como se muestra en la tabla siguiente.

Tabla 13. Nivel de la calidad del servicio

Nivel	Valor
Mala	22 – 51
Regular	52 – 81
Buena	82– 111

2.9. Procedimiento

El procedimiento desarrollado durante el desarrollo de la investigación es: solicitud a gerente aerolínea de la ciudad de Cajamarca, visitas a la empresa, revisión de registros, análisis de la información y redacción del informe final.

Figura 1. Proceso de investigación



2.10. Ética de la investigación

La ética tiene que ver con el comportamiento de los investigadores en la sociedad, en ese sentido la presente investigación tendrá comportamientos éticos orientados a no infringir la ley y no causar daño a las personas y la empresa involucra, en este sentido se tendrá en cuenta los siguientes valores éticos. Respeto por las personas, todas las actividades se llevarán dentro del respeto y consideración de las personas. En este mismo sentido la información será reservada y anónima, respeto por la empresa; toda la información será reservada, a no publicar los datos de la empresa sin previa autorización, a reconocer el crédito de cada una de las publicaciones utilizadas, el respeto los resultados obtenidos en forma fidedigna.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Para obtener los resultados del presente trabajo de investigación a partir de los datos obtenidos, se ha considerado imprescindible el procesamiento y análisis a través de las técnicas de la estadística descriptiva, tales como: tablas de frecuencia, cuadros de doble entrada, gráfico de tortas.

3.1. Análisis estadístico de las variables

3.1.1. En relación objetivo general

Determinar la relación del compromiso organizacional con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

Tabla 14. Análisis de correlación de variables compromiso organizacional y calidad de servicio

	<i>Compromiso Organizacional</i>	<i>Calidad de Servicio</i>
Media	3.156126482	3.193675889
Varianza	0.116045471	0.125510404
Observaciones	23	23
Coefficiente de correlación de Pearson	0.917774353	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	22	
Estadístico t	-1.272334107	
P(T<=t) una cola	0.108269214	
Valor crítico de t (una cola)	1.717144374	
P(T<=t) dos colas	0.216538428	
Valor crítico de t (dos colas)	2.073873068	

Cómo se observa en la tabla anterior, la relación que existe entre el compromiso organizacional con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020 es alta (0.917774353), esta relación permite instituir que existe una dependencia directa entre ambas variables de estudio.

3.1.2. En relación a los objetivos específicos

Objetivo específico uno: Establecer la relación entre la Identificación con la Organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

Tabla 15. Análisis de correlación de variables identificación con la organización y calidad de servicio

	<i>Identificación con la Organización</i>	<i>Calidad de Servicio</i>
Media	3.186335404	3.193675889
Varianza	0.156650803	0.125510404
Observaciones	23	23
Coeficiente de correlación de Pearson	0.819207922	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	22	
Estadístico t	-0.15375222	
P(T<=t) una cola	0.439603381	
Valor crítico de t (una cola)	1.717144374	
P(T<=t) dos colas	0.879206761	
Valor crítico de t (dos colas)	2.073873068	

Cómo se observa en la tabla anterior, la relación que existe entre la identificación con la Organización con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca es alta (0.819207922), esta relación permite instituir que existe una dependencia directa entre ambas variables de estudio.

Objetivo específico dos: Establecer la relación entre el sentido de pertenencia a la organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

Tabla 16. Análisis de correlación de variables sentido de pertenencia a la organización y calidad de servicio

	<i>sentido de pertenencia</i>	<i>Calidad de Servicio</i>
Media	3.142857143	3.193675889
Varianza	0.124304267	0.125510404
Observaciones	23	23
Coefficiente de correlación de Pearson	0.905049827	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	22	
Estadístico t	-1.582365817	
P(T<=t) una cola	0.063918558	
Valor crítico de t (una cola)	1.717144374	
P(T<=t) dos colas	0.127837116	
Valor crítico de t (dos colas)	2.073873068	

Cómo se observa en la tabla anterior, la relación que existe entre el sentido de pertenencia a la organización con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca es alta (0.905049827), esta relación permite instituir que existe una dependencia directa entre ambas variables de estudio.

Objetivo específico tres: Establecer la relación entre el deseo de involucramiento con la organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

Tabla 17. Análisis de correlación de variables deseo de involucramiento con la organización y calidad de servicio

	<i>Deseo de involucramiento</i>	<i>Calidad de Servicio</i>
Media	3.141304348	3.193675889
Varianza	0.126852767	0.125510404
Observaciones	23	23
Coefficiente de correlación de Pearson	0.833491419	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	22	
Estadístico t	-1.225215833	
P(T<=t) una cola	0.116725032	
Valor crítico de t (una cola)	1.717144374	
P(T<=t) dos colas	0.233450064	
Valor crítico de t (dos colas)	2.073873068	

Cómo se observa en la tabla anterior, la relación que existe el deseo de involucramiento con la organización con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca es alta (0.833491419), esta relación permite instituir que existe una dependencia directa entre ambas variables de estudio.

3.2. Análisis descriptivo de las variables

3.2.1. Compromiso organizacional

La identificación con la organización es una percepción y no esta necesariamente asociado a una forma de conducta. La conducta y el afecto se dan frecuentemente como consecuencia de esta identificación, pero no son la identificación en sí misma.

Tabla 18. Características de la identificación de la organización

		Dimensión: Identificación con la Organización				
		Nunca	Casi	A	Casi	Siempre.
N°	ITEMS	nunca	veces	siempre		
1	La gerencia de la empresa aérea desarrolla actividades para mejorar la autoestima de los colaboradores.	0%	9%	13%	43%	35%
2	La gerencia de la empresa aérea brinda apoyo psicológico a los colaboradores.	0%	9%	17%	74%	0%
3	La gerencia de la empresa aérea promueve la calidad de atención en sus labores diarias.	0%	4%	9%	13%	74%
4	Considera que las labores diarias se realizan por convicción personal.	0%	4%	13%	48%	35%
5	Los colaboradores de la empresa aérea se sienten parte importante en sus áreas de trabajo	4%	9%	4%	35%	48%
	Los colaboradores se adaptan a los valores y		9%	13%	78%	
6	ética definidos por la empresa aérea.	0%				0%
	Siempre se logra culminar todo el trabajo	9%	0%	9%	13%	70%
7	encomendado dentro del horario establecido					
	%	2%	6%	11%	43%	37%

Como se observa en la tabla anterior un 43% casi siempre se encuentra identificado con la empresa, esto debido a que la empresa desarrolla actividades que estimulan a los colaboradores, brinda apoyo psicológico, los capacita en temas relacionados con la atención a los clientes, cada uno de los colaboradores realiza sus actividades por convicción, se siente parte importante de la organización, se identifican con los valores empresariales y en relación a los tiempos de trabajo consideran que se cumplen en su totalidad, un 37 % menciona que siempre se identifica con la organización, un 11% a veces, un 6% casi nunca y 2% nunca.

El sentido de pertenencia hace que un colaborador se sienta parte de la empresa y tome los objetivos del equipo como propios; al estar comprometido con tu trabajo aumentas tu desempeño y contribuyes a mejorar el ambiente laboral al mantener una actitud positiva que contagia de entusiasmo a tus compañeros

Tabla 19. Características del sentido de pertenencia

		Dimensión: sentido de pertenencia					
		Nunca	Casi	A	Casi	Siempre.	
N°	ITEMS	nunca	veces	siempre			
8	La empresa aérea motiva a sus colaboradores.	0%	4%	9%	26%	61%	
	Contar con una buena actitud y motivación en su trabajo diario le brinda mayor satisfacción personal.	0%	4%	9%	35%	52%	
9	Los reconocimientos parte de la empresa aérea por su desempeño influyen positivamente en su actividad laboral.	0%	4%	9%	87%	0%	
10	Considera que realizar su trabajo con excelencia le da seguridad laboral en la empresa aérea.	4%	9%	13%	35%	39%	
11	Se siente protegido por la empresa donde labora diariamente.	0%	0%	0%	48%	52%	
12	Considera que sus actividades laborales son valoradas por su jefe inmediato.	4%	17%	26%	9%	43%	
13	El reconocimiento en su trabajo por la gerencia de la línea aérea fomenta el trabajo en equipo.	0%	4%	9%	74%	0%	
14		%	1%	6%	11%	45%	35%

Como se observa en la tabla anterior un 45% casi siempre tiene un sentido de pertenencia con la organización, esta situación es el reflejo de que la estrategia de motivación de la empresa en relación al desarrollo de sus actividades diarias, la política de reconocimientos individuales y colectivos, la existencia de una estabilidad laboral, el sentido de protección desarrollo por la empresa hacia sus colaboradores, el valor de las actividades desarrolladas por parte de los jefes inmediatos, asimismo un 35% menciona que siempre tiene un sentido de pertinencia con la organización, 11% a veces, un 6% casi nunca y un 1% nunca.

El deseo de involucramiento es una percepción que mide el grado de identificación psicológica de un individuo con su trabajo, y está relacionado directamente con el nivel de desempeño. El trabajador que tiene un alto nivel de involucramiento con su trabajo, es aquel que se identifica con la clase de tarea que realiza, la desempeña con agrado y le importa.

Tabla 20. Características del deseo de involucramiento

		Dimensión: deseo de involucramiento					
		Nunca	Casi	A	Casi	Siempre.	
N°	ITEMS		nunca	veces	siempre		
	Considera que los salarios percibidos en la línea	0%	4%	9%	35%	43%	
15	aérea están en función del trabajo realizado.						
	Los méritos individuales son tomados en cuenta	0%	0%	4%	52%	43%	
16	para la asignación de los puestos de trabajo.						
	Se aplican políticas de incentivos por parte de la	0%	0%	22%	78%	0%	
17	gerencia de la empresa aérea.						
	La gerencia de la empresa aérea promueve	0%	0%	0%	39%	61%	
18	programas de capacitación constante.						
	La gerencia de la empresa aérea desarrolla		4%	9%	52%	35%	
19	políticas de mejoras en la remuneración por la	0%					
	especialización profesional.						
	La gerencia de la empresa aérea brinda talleres	4%	17%	9%	43%	26%	
20	de coaching con la finalidad						
	La gerencia de la empresa aérea busca la mejora	9%	9%	13%	48%	22%	
21	personal de sus colaboradores.						
	La opinión de los colaboradores de la empresa	0%	4%	4%	65%	26%	
22	aérea es tomada en cuenta por los jefes de área.						
		%	2%	5%	9%	50%	33%

Como se observa en la tabla anterior un 50% casi siempre presenta el deseo de involucrarse en las actividades de la empresa, esta situación se presenta por que los colaboradores consideran que los salarios son justos y están de acorde al trabajo desarrollado, existe un reconocimiento individual que permite la asignación de nuevas labores, consideran que la política de incentivos y de capacitaciones es adecuada, existe mejoras de la remuneración según el incremento de operaciones y la empresa considera la opinión de cada uno de los colaboradores, igualmente un 33% siempre tiene el deseo de involucrarse, un 9% a veces, un 5% casi nunca y 2% nunca.

3.2.2. Calidad del servicio

La fiabilidad es uno de los puntos más importantes que hay que cumplir, ya que es un factor determinante para que un servicio se perciba de forma adecuada por los usuarios del servicio.

Tabla 21. Fiabilidad del servicio

		Dimensión: Fiabilidad					
		Nunca	Casi	A	Casi	Siempre.	
Nº	ITEMS	nunca	veces	siempre			
1	Los errores en los procedimientos administrativos son resueltos adecuadamente para los pasajeros.	4%	13%	9%	48%	26%	
2	La corrección de errores en procedimientos administrativos se realiza con facilidad.	0%	0%	4%	96%	0%	
3	La resolución de procedimientos administrativos se resuelve en los plazos establecidos.	4%	9%	9%	65%	13%	
4	Es posible cumplir diariamente con las obligaciones existentes en su área.	0%	0%	0%	43%	57%	
		%	2%	5%	5%	63%	24%

Con respecto a la fiabilidad un 63% de los colaboradores encuestados considera que casi siempre el servicio es fiable porque cumple con lo ofertado, un 24% siempre, un 5% a veces, un 5% a casi nunca y 2% nunca. Se considera que la fiabilidad del servicio esta estrechamente relaciona a una resolución de problemas administrativos de forma adecuada, la corrección de procedimientos administrativos con mucha facilidad y bajo los plazos establecidos según la ley, cada colaborador cumple sus actividades en los tiempos pre establecidos.

Los elementos tangibles son considerados como la parte visible de la oferta del servicio. Se define como tangible a la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales de comunicación.

Tabla 22. Elementos tangibles del servicio

		Dimensión: Elementos tangibles					
		Nunca	Casi	A	Casi	Siempre.	
N°	ITEMS	nunca	veces	siempre			
5	Los equipos tecnológicos permiten satisfacer las necesidades del trabajador con la finalidad de asegurar la calidad del servicio al pasajero.	0%	0%	0%	35%	65%	
6	Se le brinda actualización de tecnología constante en su área de trabajo.	0%	0%	35%	65%	0%	
7	La empresa aérea se preocupa por capacitar a los encargados del área de atención al público.	0%	0%	0%	30%	70%	
8	La empresa aérea se preocupa por brindar áreas de trabajo adecuadas y cómodas para sus colaboradores.	0%	0%	0%	100%	0%	
9	La empresa aérea le proporciona materiales y herramientas que faciliten el desarrollo de sus actividades diarias.	0%	0%	0%	100%	0%	
		%	0%	0%	9%	58%	34%

En relación a los aspectos tangibles un 58% de los colaboradores encuestados considera que casi siempre el servicio cuenta con las condiciones necesarias para la prestación del servicio, un 34% siempre y un 9% a veces, igualmente los colaboradores consideran que los equipos tecnológicos permiten realizar su trabajo de acorde a las exigencias, se encuentran actualizados y capacitados, las áreas de trabajo son las adecuadas y cuentan con los materiales necesarios.

La capacidad de respuesta es la suma de la prontitud y la disposición que ponen los prestadores de servicio en satisfacer una demanda o necesidad de los usuarios.

Tabla 23. Capacidad de respuesta del servicio

		Dimensión: Capacidad de respuesta					
		Nunca	Casi	A	Casi	Siempre.	
N°	ITEMS	nunca	veces	siempre			
10	Actúa con buena disposición para ayudar al pasajero en sus consultas e inquietudes.	0%	0%	0%	100%	0%	
11	Los encargados de atención al público de la empresa aérea se preocupan por atender a todos los pasajeros que concurren diariamente al aeropuerto.	0%	0%	0%	70%	30%	
12	Considera que existen demoras en la atención al pasajero por factores externos a los procedimientos administrativos de la empresa aérea que no aseguran la calidad del servicio.	0%	43%	35%	22%	0%	
13	Se le informa al pasajero los resultados cuando terminara la atención de su trámite.	0%	0%	0%	13%	87%	
		%	0%	11%	9%	51%	29%

En relación a la capacidad de respuesta un 51% de los colaboradores encuestados considera que casi siempre existe una predisposición para la resolución de conflictos o problemas durante la prestación del servicio, un 29% siempre y un 11% casi nunca y 9% a veces, igualmente los colaboradores consideran siempre se actúa con buena disposición para ayudar al pasajero, se procura la atención de todos los usuarios del servicio, se trata de solucionar con prontitud los problemas de atención de los usuarios debidos a factores externos, existe una adecuada comunicación sobre los procedimientos de los usuarios.

La seguridad de la atención es hoy en día una prioridad a nivel mundial. Garantizar que la atención que se proporciona a los usuarios cumple con los estándares internacionales de calidad y los protege de riesgos.

Tabla 24. Seguridad del servicio

		Dimensión: Seguridad					
		Nunca	Casi	A	Casi	Siempre.	
N°	ITEMS	nunca	veces	siempre			
14	Considera que la atención en su área logra inspirar confianza y seguridad al pasajero.	0%	0%	0%	0%	100%	
15	Considera que logra una mejor atención y una mayor satisfacción del pasajero siendo amable y comprensivo.	0%	0%	13%	61%	26%	
16	Los conocimientos obtenidos durante las capacitaciones para su puesto le permiten resolver las dudas del pasajero.	0%	0%	13%	35%	52%	
17	Los pasajeros de la línea aérea que son derivados muchas veces a otras áreas por desconocimiento de procedimientos de procedimientos	4%	13%	17%	26%	39%	
<u>17 administrativos.</u>		%	1%	3%	11%	30%	54%

En relación a la seguridad del servicio un 54% de los colaboradores encuestados considera que el servicio siempre se cumple estrictos protocolos de seguridad, un 30% casi siempre, un 11% a veces, 3% casi nunca, igualmente los colaboradores consideran siempre se actúa e inspira confianza y seguridad a los usuarios, su trato es amable y comprensivo, los conocimientos obtenidos en las capacitaciones le brindan seguridad para la resolución de problemas.

En el servicio al cliente, la empatía es la capacidad de interactuar con las personas, construir una relación, hacerlos sentir escuchados, respetados y comprendidos. Reconocer sus preocupaciones es esencial para ofrecer una experiencia positiva y ganarse su lealtad.

Tabla 25. Empatía

		Dimensión: Empatía					
N°	ITEMS	Nunca nunca	Casi veces	A veces	Casi siempre	Siempre.	
	Los colaboradores de la empresa aérea brindan atención personalizada o individualizada a los pasajeros.	0%	0%	9%	91%	0%	
18	Existen quejas de los pasajeros por los horarios de atención.	0%	22%	48%	17%	13%	
19	Los horarios de trabajo le permiten poder disfrutar y departir con sus familiares y amigos.	0%	0%	0%	52%	48%	
20	La empresa aérea brinda asesorías constantes de sus procedimientos administrativos a los pasajeros para una mejor atención e incrementar su nivel de satisfacción.	0%	0%	9%	78%	13%	
21	Existe interés por parte de los colaboradores de la empresa aérea por solucionar cualquier inconveniente con los pasajeros para evitar la insatisfacción de los mismos.	0%	0%	0%	26%	74%	
22		%	0%	5%	16%	60%	18%

En relación a la empatía un 60% de los colaboradores encuestados considera casi siempre está predispuesto a interactuar de la mejor manera con los usuarios, un 18% siempre, un 16 % a veces se cumple estrictos protocolos de seguridad, un 5% casi nunca.

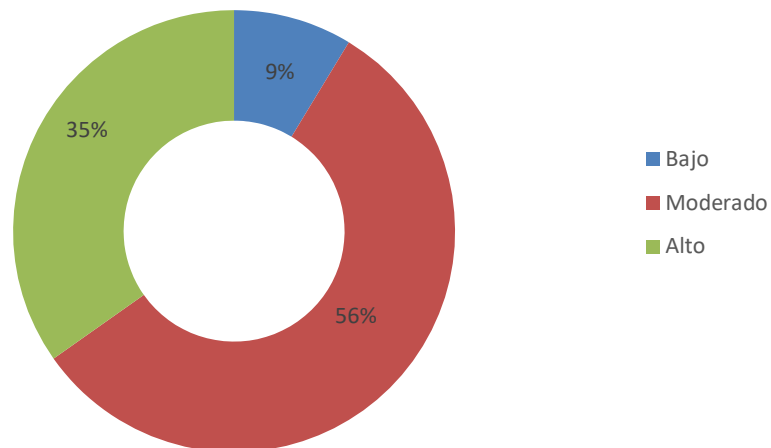
El análisis descriptivo de las variables no permite poder concluir que:

Tabla 26. Nivel de compromiso organizacional

Descripción	fc	%
Bajo	2	9%
Moderado	13	57%
Alto	8	35%

Total	23	100%
-------	----	------

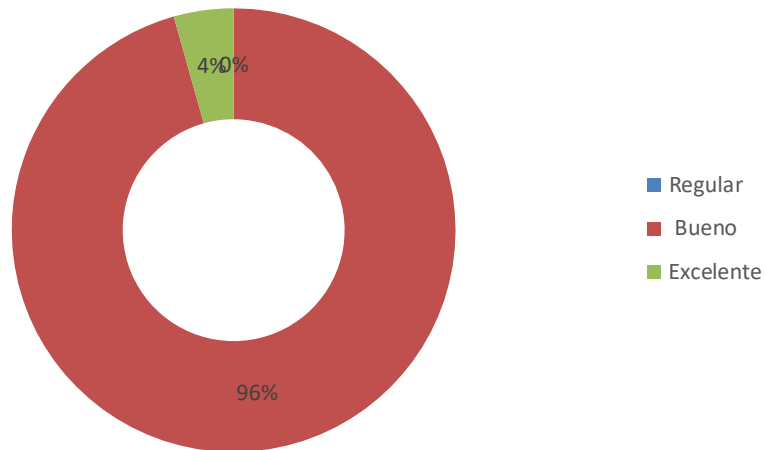
Figura 2. Nivel de compromiso organizacional



Del 100 % de colaboradores encuestados de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca un 57 % presenta n nivel de compromiso moderado, un 35% es alto y un 9% es bajo.

Tabla 27. Nivel de calidad de servicio

Descripción	fc	%
Regular	0	0%
Bueno	22	96%
Excelente	1	4%
Total	23	100%



Del 100 % de colaboradores encuestados de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca un 96 % considera que la calidad del servicio es buena y un 4% es excelente.

3.3. Contrastación de hipótesis

3.3.1. Hipótesis general

Hipótesis Estadísticas

Ha: El compromiso organizacional se relaciona significativamente con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

Ho: El compromiso organizacional no se relaciona significativamente con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

Tabla 28. Prueba de hipótesis general

		Compromiso	Servicio
Compromiso	Correlación de Pearson	1	,397
	Sig. (bilateral)		,000
	N	23	23
Servicio	Correlación de Pearson	,397	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	23	23

El coeficiente de correlación de Pearson tiene el objetivo de indicar cuán asociadas se encuentran dos variables entre sí. Habiendo determinado el nivel de significancia bilateral $p=0,00 < 0,05$ se acepta la hipótesis alternativa: El compromiso organizacional se relaciona significativamente con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

3.3.2. Hipótesis específicas

En relación a la hipótesis específica uno se formulan las hipótesis estadísticas:

Ha: Es significativa la relación entre la Identificación con la Organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

Ho: No es significativa la relación entre la Identificación con la Organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

Tabla 29. Prueba de hipótesis específica uno

Correlaciones		Servicio	Identificación
Servicio	Correlación de Pearson	1	,548
	Sig. (bilateral)		,000
	N	23	23
Identificación	Correlación de Pearson	,548	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	23	23

El coeficiente de correlación de Pearson tiene el objetivo de indicar cuán asociadas se encuentran dos variables entre sí. Habiendo determinado el nivel de significancia bilateral $p=0,00 < 0,05$ se acepta la hipótesis alternativa: Es significativa la relación entre la Identificación con la Organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

En relación a la hipótesis específica dos se formulan las hipótesis estadísticas

Ha: Es significativa la relación entre el sentido de pertenencia a la organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

Ho: No es significativa la relación entre el sentido de pertenencia a la organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

Tabla 30. Prueba de hipótesis específica dos

		Servicio	Sentido
Servicio	Correlación de Pearson	1	,468
	Sig. (bilateral)		,000
	N	23	23
Sentido	Correlación de Pearson	,468	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	23	23

El coeficiente de correlación de Pearson tiene el objetivo de indicar cuán asociadas se encuentran dos variables entre sí. Habiendo determinado el nivel de significancia bilateral $p=0,00 < 0,05$ se acepta la hipótesis alternativa: Es significativa la relación entre el sentido de pertenencia a la organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

En relación a la hipótesis específica tres se formulan las hipótesis estadísticas

Ha: Es significativa la relación entre el deseo de involucramiento con la organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

Ho: No es significativa la relación entre el deseo de involucramiento con la organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

Tabla 31. Prueba de hipótesis específica tres

		Involucramiento	Servicio
Involucramiento	Correlación de Pearson	1	,501
	Sig. (bilateral)		,000
	N	23	23
Servicio	Correlación de Pearson	,501	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	23	23

El coeficiente de correlación de Pearson tiene el objetivo de indicar cuán asociadas se encuentran dos variables entre sí. Habiendo determinado el nivel de significancia bilateral $p=0,00 < 0,05$ se acepta la hipótesis alternativa: Es significativa la relación entre el deseo de involucramiento con la organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

El compromiso organizacional se suele considerar en la literatura como una actitud hacia el trabajo que se desarrolla. La importancia de su estudio radica en la influencia que esta orientación crea en el comportamiento de los colaboradores de una organización. Mediante la adecuada gestión del talento humano en la organización, los empleadores aseguran la sostenibilidad, fidelización e identificación de sus recursos humanos aspecto que reduce significativamente el nivel de rotación, ausentismo, insatisfacción y desmotivación del talento humano, durante los últimos años estos factores presentan un incremento significativo, que se encuentra estrechamente relacionado con la calidad del servicio de las distintas empresas prestadoras del servicio de transporte aéreo de pasajeros.

La relación que existe entre el compromiso organizacional con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca es alta (0.917774353), esta relación permite instituir que existe una dependencia directa entre ambas variables de estudio. Estos resultados coinciden por lo propuesto por Zurita (2014), que los colaboradores con mayor satisfacción laboral están más decididos a alcanzar los objetivos de la organización e incluso a mejorar el clima laboral. Asimismo, dicha investigación estableció que existe una correlación positiva entre las variables de estudio, se instaure que siendo el nivel de significancia bilateral $p=0,00 < 0,05$ se acepta la hipótesis alternativa. El compromiso

organizacional se relaciona significativamente con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

Se coincide con González (2013), que refiere que hablar de calidad en el sector servicios, se encuentra fundamentado en la satisfacción laboral de los empleados, es así que los resultados de la evaluación de los colaboradores de la línea área que opera en la ciudad de Cajamarca un 57 % presenta nivel de compromiso moderado, asimismo el otro 35% es alto y un 9% es bajo; en relación a lo mencionado por González (2013), actualmente línea área tiene como prioridad dentro de las políticas de gestión del talento humano que sus colaboradores se sientan satisfechos con las actividades que realizan, es así que un 96 % de los colaboradores encuestados considera que la calidad del servicio de la línea área es buena y el otro 4% considera que es excelente.

Se coincide con Ramírez y Flores (2017) que menciona que resulta indudable que el factor humano en los servicios turísticos es un elemento diferenciador que juega un papel fundamental en la consecución de las metas y objetivos de la organización, se estableció que un 43% de los colaboradores casi siempre se encuentra identificado con la empresa, esto debido a que la empresa desarrolla actividades que estimulan a los colaboradores, brinda apoyo psicológico, los capacita en temas relacionados con la atención a los clientes, cada uno de los colaboradores realiza sus actividades por convicción, se siente parte importante de la organización, se identifican con los valores empresariales y en relación a los tiempos de trabajo consideran que se cumplen en su totalidad, un 37 % menciona que siempre se

identifica con la organización, un 11% a veces, un 6% casi nunca y 2% nunca. Asimismo, siendo el nivel de significancia bilateral $p=0,00 < 0,05$ se acepta la hipótesis alternativa: Es significativa la relación entre la Identificación con la Organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

La relación que existe el deseo de involucramiento con la organización con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea de la ciudad de Cajamarca es alta (0.833491419), esta relación permite instituir que existe una dependencia directa entre ambas variables de estudio. un 50% casi siempre presenta el deseo de involucrase en las actividades de la empresa, esta situación se presenta por que los colaboradores consideran que los salarios son justos y están de acorde al trabajo desarrollado, existe un reconocimiento individual que permite la asignación de nuevas labores, consideran que la política de incentivos y de capacitaciones es adecuada, existe mejoras de la remuneración según el incremento de operaciones y la empresa considera la opinión de cada uno de los colaboradores, igualmente un 33% siempre tiene le deseo de involucrarse, un 9% a veces, un 5% casi nunca y 2% nunca. Siendo el nivel de se acepta la hipótesis alternativa: Es significativa la relación entre el deseo de involucramiento con la organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

La relación que existe entre el sentido de pertenencia a la organización con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca es alta (0.905049827), esta relación permite instituir que existe una

dependencia directa entre ambas variables de estudio. Un 45% casi siempre tiene un sentido de pertinencia con la organización, esta situación es el reflejo de que la estrategia de motivación de la empresa en relación al desarrollo de sus actividades diarias, la política de reconocimientos individuales y colectivos, la existencia de una estabilidad laboral, el sentido de protección desarrollo por la empresa hacia sus colaboradores, el valor de las actividades desarrolladas por parte de los jefes inmediatos, asimismo un 35% menciona que siempre tiene un sentido de pertinencia con la organización, 11% a veces, un 6% casi nunca y un 1% nunca.

Según Fontalvo y Vergara (2010) en caso de que el servicio o los servicios al consumidor son ofrecidos en combinación con un producto físico, la calidad del servicio también puede ser muy importante para determinar la satisfacción del consumidor. En relación a los aspectos tangibles un 58% de los colaboradores encuestados considera que casi siempre el servicio cuenta con las condiciones necesarias para la prestación del servicio, un 34% siempre y un 9% a veces, igualmente los colaboradores consideran que los equipos tecnológicos permiten realizar su trabajo de acorde a las exigencias, se encuentran actualizados y capacitados, las áreas de trabajo son las adecuadas y cuentan con los materiales necesarios.

Chiavenato (2007) considera que el nivel de satisfacción del cliente debe de ser proporcional entre el desempeño que se percibe de una organización y las expectativas, en relación a la fiabilidad del servicio un 63% de los colaboradores encuestados considera que casi siempre el servicio es fiable porque cumple con lo ofertado, un 24% siempre, un 5% a veces, un 5% a casi nunca y 2% nunca. Se

considera que la fiabilidad del servicio está estrechamente relacionada a una resolución de problemas administrativos de forma adecuada, la corrección de procedimientos administrativos con mucha facilidad y bajo los plazos establecidos según la ley, cada colaborador cumple sus actividades en los tiempos pre establecidos.

Alberca y Valentín (2017) consideran que las malas actitudes y las emociones negativas se difunden más rápido que las buenas y deberían ser solucionadas antes de que causen problemas en las actividades del equipo de trabajo, se coincide con lo mencionado, en relación la empatía un 60% de los colaboradores encuestados considera casi siempre está predispuesto a interactuar de la mejor manera con los usuarios, un 18% siempre, un 16 % a veces se cumple estrictos protocolos de seguridad, un 5% casi casi nunca.

Se coincide Palma (2004) que considera que establecer los factores determinantes de la satisfacción en cualquier organización es de vital importancia, ya que permite conocer las necesidades y lo que los colaboradores esperan de la organización. En relación al sentido de pertinencia con la organización es considerado un factor relevante que permite el incremento de la calidad de servicio. Siendo el nivel de significancia bilateral $p=0,00 < 0,05$ se acepta la hipótesis alternativa: Es significativa la relación entre el sentido de pertenencia a la organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

Se coincide con Pérez y Vásquez (2016) que menciona que la importancia de la satisfacción de los en una organización de servicios, relación a la capacidad de respuesta un 51% de los colaboradores encuestados considera que casi siempre existe una predisposición para la resolución de conflictos o problemas durante la prestación del servicio, un 29% siempre y un 11% casi nunca y 9% a veces, igualmente los colaboradores consideran siempre se actúa con buena disposición para ayudar al pasajero, se procura la atención de todos los usuarios del servicio, se trata de solucionar con prontitud los problemas de atención de los usuarios debidos a factores externos, existe una adecuada comunicación sobre los procedimientos de los usuarios.

4.2 Conclusiones

- Se determina que la relación que existe entre el compromiso organizacional con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca es alta (0.917774353). Asimismo, siendo el nivel de significancia bilateral $p=0,00 < 0,05$ se acepta la hipótesis alternativa: El compromiso organizacional se relaciona significativamente con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.
- Se determina que la relación que existe entre la identificación con la Organización con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca es alta (0.819207922). Asimismo, siendo el nivel de significancia bilateral $p=0,00 < 0,05$ se acepta la hipótesis alternativa: Es significativa la relación entre la Identificación con la Organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

- Se determina que la relación que existe entre el sentido de pertenencia a la organización con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca es alta (0.905049827). Asimismo, siendo el nivel de significancia bilateral $p=0,00 < 0,05$ se acepta la hipótesis alternativa: Es significativa la relación entre el sentido de pertenencia a la organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.
- Se determina que la relación que existe el deseo de involucramiento con la organización con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca es alta (0.833491419). Asimismo, siendo el nivel de significancia bilateral $p=0,00 < 0,05$ se acepta la hipótesis alternativa: Es significativa la relación entre el deseo de involucramiento con la organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea con sede en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

REFERENCIAS

- Alberca, E., & Valentin, C. (2017). *Clima Organizacional y Calidad de Servicio del personal administrativo de la sede central del Ministerio de Educación*. Tesis de grado, Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Facultad de Ciencias Administrativas y Ciencias Económicas, Lima.
- Alfaro, A., & Vecino, J. (1999). Medición de la satisfacción laboral mediante el cuestionario de satisfacción de necesidades de Porter. *Revista de psicología del trabajo y de las organizaciones*, 63 - 76.
- Amorós, E. (2007). *Comportamiento Organizacional*.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones* (Segunda ed.). México: McGraw-Hill.
- Diario Gestión. (08 de Noviembre de 2017). ¿Hay una burbuja de la felicidad laboral?
- Gonzalez, F. (2013). *La calidad en la hostelería Cordobesa*. Córdoba: Universidad de Córdoba.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, C. (2003). *Metodología de la investigación* (tercera ed.). México: McGraw Hill.
- Kotler, P. (1999). *El marketing según Kotler: cómo crear, ganar y dominar los mercados*. Barcelona: Paidós.
- Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria.
- Medina Tornero, M. (2000). *Evaluación de la calidad asistencial del servicio de ayuda a domicilio*. Murcia, España: Universidad de Murcia.
- Meneses, Julio. (2016). *El cuestionario*. Barcelona.
- Newstrom, J. W. (2011). *Comportamiento humano en el trabajo*. México: McGraw-Hill.
- Ocon, E., Ramirez, M., & Flores, P. (2017). NIVEL DE RELACIÓN DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL, COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LA SATISFACCIÓN DEL TRABAJO: EVIDENCIA DESDE MEXICO. *IBFR*, 10(4), 81 - 89.
- Palma, S. (2004). Diagnóstico del clima organizacional en trabajadores dependientes de Lima Metropolitana. *Revista del Departamento de Psicología*, 49 - 59.
- Perez, M., & Vásquez, M. (2016). *Relacion entre la satisfacción laboral y el desempeño de los colaboradores del Área de Operaciones - Agencia Central Cajamarca del Banco de Crédito del Perú, 2016*. Cajamarca: Universidad Privada del Norte.
- Robbins, S. P. (2017). *Comportamiento Organizacional*. México: Person.
- Robles, P., & Rojas, M. (2015). La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada. *Revista Nebrija*.
- Ruiz, L. (2018). *Miscelánea*.

Zurita Alcaraz, M. (Abril de 2014). Compromiso organizacional y satisfacción laboral en una muestra de trabajadores de los Juzgados de Granada. *Reidocrea*, 3(3), 17-25. Recuperado el 10 de Junio de 2020, de <http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/31291/1/ReiDoCrea-Vol.3-Art.3-Zurita-Ramirez-Quesada-Quesada-Ruiz-Manzano.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia lógica

Tabla 32. Matriz de consistencia lógico

PROBLEMA(S)	OBJETIVO(S)	HIPÓTESIS	Definición de variables	Definición operacional	VARIABLE 1	DIMENSIONES	INDICADORES	Ítems	Escala de Likert	Niveles y rangos
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL								
¿Cómo se relaciona el compromiso organizacional con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea de la ciudad de Cajamarca en el año 2019?	Determinar la relación del compromiso organizacional con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea de la ciudad de Cajamarca en el año 2019.	El compromiso organizacional no se relaciona significativamente con la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea de la ciudad de Cajamarca en el año 2019.	El compromiso organizacional viene a ser el grado en el cual, un trabajador se encuentra identificado con su organización (Davis y Newstrom,1999).	El compromiso organizacional se relaciona con la identificación, el sentido de pertinencia y deseo de involucrarse con la organización.	Compromiso Organizacional	Identificación con la organización	Autoestima Pasión en el Pue Correspondenci	01,02 03,04,05 06,07	Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3)	Bajo (22-51) Medio
						Sentido de pertenencia a la organización	Satisfacción Pers Seguridad Labor	8,9,10 11,12	Casi siempre (4) Siempre (5)	(52-81) Alto
						Deseo de involucramiento	Sentido de Arrai Incentivos	13,14 15,16,17		(82-111)
						o con la organización	Capacitación Participación en	18,19,20 21,22		
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	Definición de variables	Definición operacional	VARIABLE 2	DIMENSIONES	INDICADORES	Ítems	Escala de Likert	Niveles y rangos
¿Cómo se relaciona la Identificación con la Organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea de la ciudad de Cajamarca en el año 2019?	Establecer la relación entre la Identificación con la Organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea de la ciudad de Cajamarca en el año 2019.	Es significativa la relación entre la Identificación con la Organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea de la ciudad de Cajamarca en el año 2019.	La calidad de servicio puede concebirse así: Para un cliente externo o interno, es un servicio que	Calidad de servicio está compuesta por los elementos tangibles, confiabilidad, responsabilidad	Calidad de Servicio	Fiabilidad	Manejo de error Conclusión del s Cumplimiento d Modernidad de e	1,2 3 4 5,6	Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4)	Mala (22-51) Regular (52-81)
¿Cómo se relaciona el sentido de pertenencia a la organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea de la ciudad de Cajamarca en el año 2019?	Establecer la relación entre el sentido de pertenencia a la organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea de la ciudad de Cajamarca en el año 2019.	Es significativa la relación entre el sentido de pertenencia a la organización y la calidad de servicio de los colaboradores de una aerolínea de la ciudad de Cajamarca en el año 2019.	satisface las necesidades y expectativas existentes. Para un	tangibles, confiabilidad, responsabilidad	Calidad de Servicio	tangibles	Instalaciones ad Elementos mate Disposición de a	7,8 9 10	Siempre (5)	Buena (82-111)
¿Cómo se relaciona el						Capacidad de	Rapidez de servi	11,12		

deseo de involucramiento	Establecer r la relación entre el deseo de	Es significativa la relación entre	comprador, es una entrega que	d y accesibilidad	respuesta	<u>Comunicación d</u>	<u>13</u>
con la organización y la calidad de servicio de los	involucramiento con la organización y la calidad de	el deseo de involucramiento con la organización y la calidad de	corresponde a las	de respuesta durante la		<u>Comportamient</u>	<u>14</u>
colaboradores de una	servicio de los	servicio de los colaboradores de	requerimientos y exigencias de su	prestación de	Seguridad	<u>Amabilidad del t</u>	<u>15</u>
aerolínea de la ciudad de Cajamarca en el año 2019?	colaboradores de una aerolínea de la ciudad de Cajamarca en el año 2019.	una aerolínea de la ciudad de Cajamarca en el año 2019.	pedido (Rodríguez,2004).	un servicio.		<u>Conocimientos d</u>	<u>16,17</u>
						<u>Atención person</u>	<u>18</u>
					Empatía	<u>Horarios conven</u>	<u>19,20</u>
						<u>Preocupación po</u>	<u>21,22</u>

Anexo 2. Matriz de operacionalización de variables

Tabla 33. Operacionalización de variables

Definición de variables	Definición operacional	VARIABLE 1	DIMENSIONES	INDICADORES	Ítems	Escala de Likert	Niveles y rangos	
El compromiso organizacional viene a ser el grado en el cual, un trabajador se encuentra identificado con su organización (Davis y Newstrom,1999).	El compromiso organizacional se relaciona con la identificación, el sentido de pertenencia y deseo de involucrarse con la organización.	Compromiso Organizacional	Identificación con la organización	Autoestima	01,02	Nunca (1)	Bajo	
				Pasión en el Puesto	03,04,05	Casi nunca (2)	(22-51)	
				Correspondencia	06,07	A veces (3)	Medio	
				Seguridad laboral	8,9,10	Casi siempre (4)	(52-81)	
				Sentido de pertenencia a la organización	11,12	Siempre (5)	Alto	
			Deseo de involucramiento con la organización	Sentido de Arraigo	13,14	(82-111)		
				Incentivos	15,16,17			
				Capacitación	18,19,20			
				Participación en decisiones	21,22			
Definición de variables	Definición operacional	VARIABLE 2	DIMENSIONES	INDICADORES	Ítems	Escala de Likert	Niveles y rangos	
La calidad de servicio puede concebirse así: Para un cliente externo o interno, es un servicio que satisface las necesidades y expectativas existentes. Para un comprador, es una entrega que corresponde a las requerimientos y exigencias de su pedido (Rodríguez,2004).	Calidad de servicio está compuesta por los elementos tangibles, confiabilidad, responsabilidad y accesibilidad de respuesta durante la prestación de un servicio.	Calidad de Servicio	Fiabilidad	Manejo de errores	1,2	Nunca (1)	Mala	
				Conclusión del servicio en tiempo previsto	3	Casi nunca (2)	(22-51)	
				Cumplimiento de promesas	4	A veces (3)	Regular	
			Elementos tangibles	Modernidad de equipamiento	5,6	Casi siempre (4)	(52-81)	
				Instalaciones adecuadas	7,8			
			Capacidad de respuesta	Elementos materiales adecuados	9	Siempre (5)	(82-111)	
				Disposición de ayudar	10			
				Rapidez de servicio	11,12			
				Comunicación de conclusión de servicios	13			
				Seguridad	Comportamiento confiable			14
					Amabilidad del trabajador			15
					Conocimientos del trabajador			16,17
			Empatía	Atención personalizada	18			
				Horarios convenientes	19,20			
				Preocupación por los clientes	21,22			

Anexo 1. Cuestionario de la variable compromiso organizacional

Ítem	Pregunta	Escala de Likert				
		Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
1	La gerencia de la empresa aérea desarrolla actividades para mejorar la autoestima de los colaboradores.					
2	La gerencia de la empresa aérea brinda apoyo psicológico a los colaboradores.					
3	La gerencia de la empresa aérea promueve la calidad de atención en sus labores diarias.					
4	Considera que las labores diarias se realizan por convicción personal.					
5	Los colaboradores de la empresa aérea se sienten parte importante en sus áreas de trabajo					
6	Los colaboradores se adaptan a los valores y ética definidos por la empresa aérea.					
7	Siempre se logra culminar todo el trabajo encomendado dentro del horario establecido					
8	La empresa aérea motiva a sus colaboradores.					
9	Contar con una buena actitud y motivación en su trabajo diario le brinda mayor satisfacción personal.					
10	Los reconocimientos parte de la empresa aérea por su desempeño influyen positivamente en su actividad laboral.					
11	Considera que realizar su trabajo con excelencia le da seguridad laboral en la empresa aérea.					
12	Se siente protegido por la empresa donde labora diariamente.					
13	Considera que sus actividades laborales son valoradas por su jefe inmediato.					
14	El reconocimiento en su trabajo por la gerencia de la línea aérea fomenta el trabajo en equipo.					
15	Considera que los salarios percibidos en la línea aérea están en función del trabajo realizado.					
16	Los méritos individuales son tomados en cuenta para la asignación de los puestos de trabajo.					
17	Se aplican políticas de incentivos por parte de la gerencia de la empresa aérea.					
18	La gerencia de la empresa aérea promueve programas de capacitación constante.					
19	La gerencia de la empresa aérea desarrolla políticas de mejoras en la remuneración por la especialización profesional.					
20	La gerencia de la empresa aérea brinda talleres de coaching con la finalidad de buscar la mejora personal de sus colaboradores.					
21	La opinión de los colaboradores de la empresa aérea es tomada en cuenta por los jefes de área.					
22	Los colaboradores de la empresa aérea participan en la toma de decisiones, para mejorar los servicios ofrecidos a los pasajeros.					

Anexo 2. Cuestionario de la variable calidad del servicio

Ítem	Pregunta	Escala de Likert				
		Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
1	Los errores en los procedimientos administrativos son resueltos adecuadamente para los pasajeros.					
2	La corrección de errores en procedimientos administrativos se realiza con facilidad.					
3	La resolución de procedimientos administrativos se resuelve en los plazos establecidos.					
4	Es posible cumplir diariamente con las obligaciones existentes en su área.					
5	Los equipos tecnológicos permiten satisfacer las necesidades del trabajador con la finalidad de asegurar la calidad del servicio al pasajero.					
6	Se le brinda actualización de tecnología constante en su área de trabajo.					
7	La empresa aérea se preocupa por capacitar a los encargados del área de atención al público.					
8	La empresa aérea se preocupa por brindar áreas de trabajo adecuadas y cómodas para sus colaboradores.					
9	La empresa aérea le proporciona materiales y herramientas que faciliten el desarrollo de sus actividades diarias.					
10	Actúa con buena disposición para ayudar al pasajero en sus consultas e inquietudes.					
11	Los encargados de atención al público de la empresa aérea se preocupan por atender a todos los pasajeros que concurren diariamente al aeropuerto.					
12	Considera que existen demoras en la atención al pasajero por factores externos a los procedimientos administrativos de la empresa aérea que no aseguran la calidad del servicio.					
13	Se le informa al pasajero los resultados cuando terminara la atención de su trámite.					
14	Considera que la atención en su área logra inspirar confianza y seguridad al pasajero.					
15	Considera que logra una mejor atención y una mayor satisfacción del pasajero siendo amable y comprensivo.					
16	Los conocimientos obtenidos durante las capacitaciones para su puesto le permiten resolver las dudas del pasajero.					
17	Los pasajeros de la línea aérea que son derivados muchas veces a otras áreas por desconocimiento de procedimientos administrativos.					
18	Los colaboradores de la empresa aérea brindan atención personalizada o individualizada a los pasajeros.					
19	Existen quejas de los pasajeros por los horarios de atención.					
20	Los horarios de trabajo le permiten poder disfrutar y departir con sus familiares y amigos.					
21	La empresa aérea brinda asesorías constantes de sus procedimientos administrativos a los pasajeros para una mejor atención e incrementar su nivel de satisfacción.					
22	Existe interés por parte de los colaboradores de la empresa aérea por solucionar cualquier inconveniente con los pasajeros para evitar la insatisfacción de los mismos.					

Anexo 3. Análisis de fiabilidad de las variables de estudio

todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,797	22

Fiabilidad

Resumen de procesamiento de casos

Casos	N		%	
	Válido	Excluido ^a		
	20	0	100,0	,0
Total	20		100,0	

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,868	44

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode: ON | H: 26 | W: 1097 pt.

Anexo 4. Prueba de normalidad de las variables de estudio

Tabla 34. Resultados descriptivos compromiso organizacional y calidad del servicio

		Estadístico	Desv. Error	
Compromiso	Media	3,13	,072	
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	2,98	
		Límite superior	3,28	
	Media recortada al 5%	3,09		
	Mediana	3,00		
	Varianza	,119		
	Desv. Desviación	,344		
	Mínimo	3		
	Máximo	4		
	Rango	1		
	Rango intercuartil	0		
	Asimetría	2,351	,481	
	Curtosis	3,855	,935	
	Servicio	Media	3,17	,102
		95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	2,96
Límite superior			3,39	
Media recortada al 5%		3,19		
Mediana		3,00		
Varianza		,241		
Desv. Desviación		,491		
Mínimo		2		
Máximo		4		
Rango		2		
Rango intercuartil		0		
Asimetría		,467	,481	
Curtosis		,903	,935	

Tabla 35. Prueba de normalidad compromiso organizacional y calidad del servicio

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Compromiso	,517	23	,000	,402	23	,000
Servicio	,421	23	,000	,659	23	,000

Figura 3. Normalidad compromiso

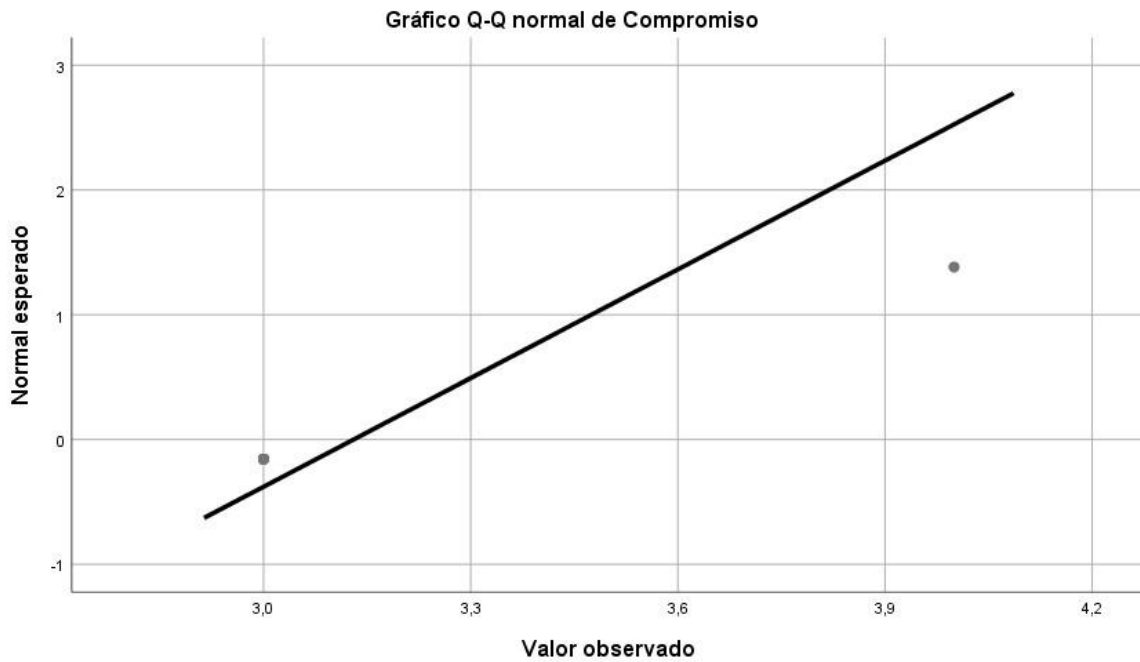


Figura 4. normalidad sin tendencia compromiso

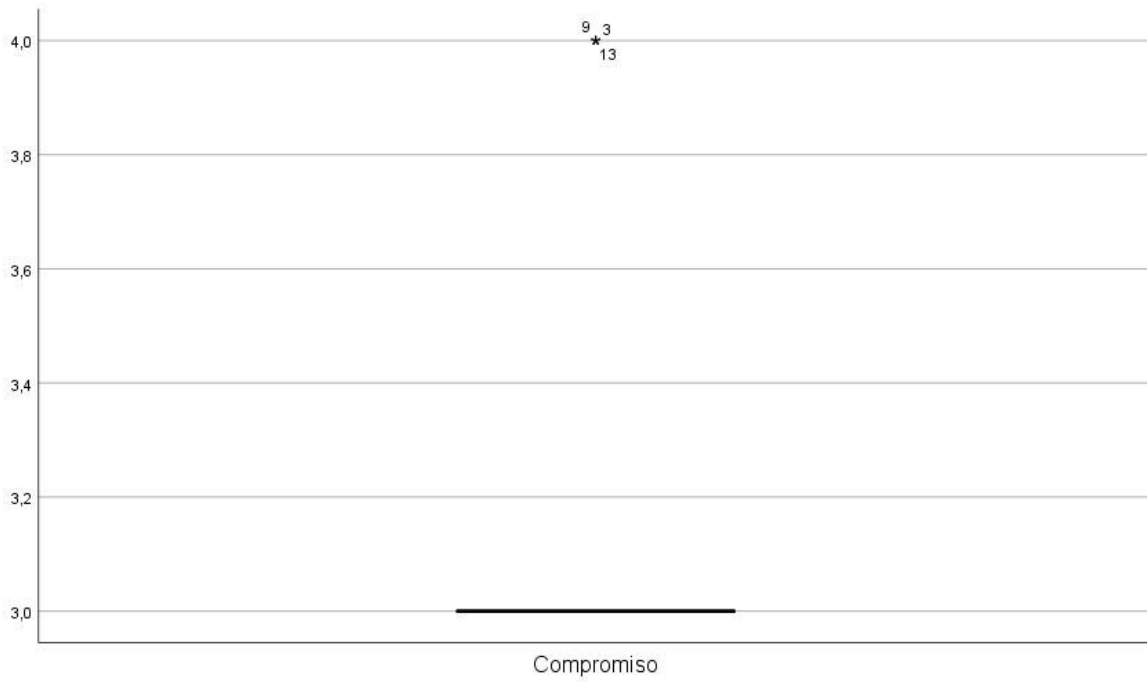
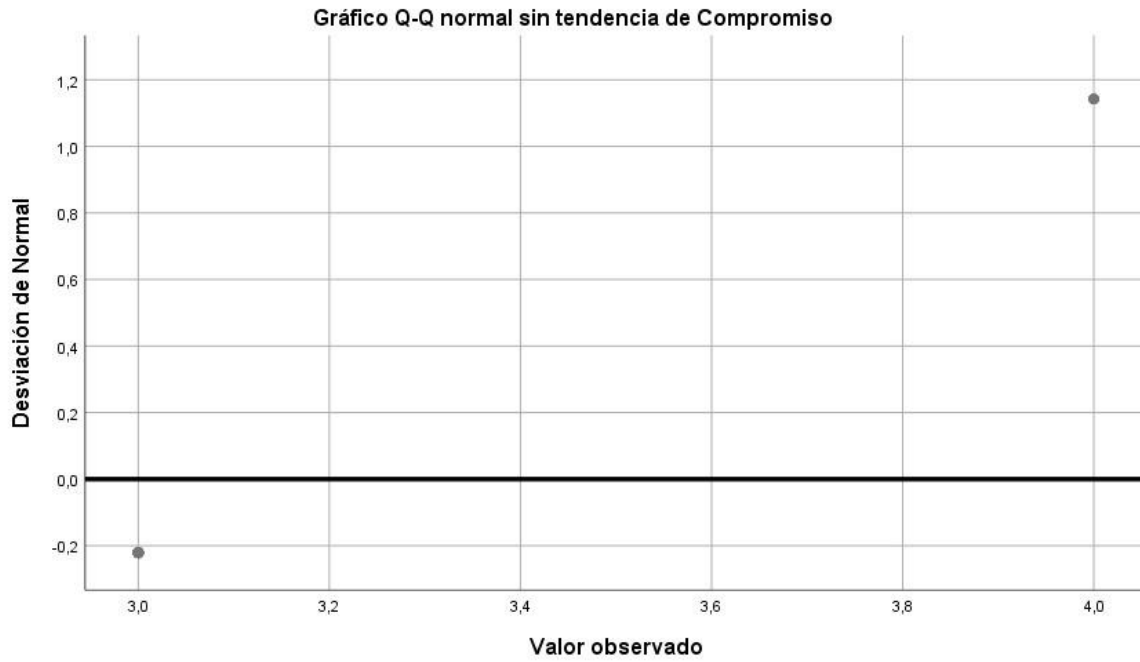


Figura 5. normalidad calidad del servicio

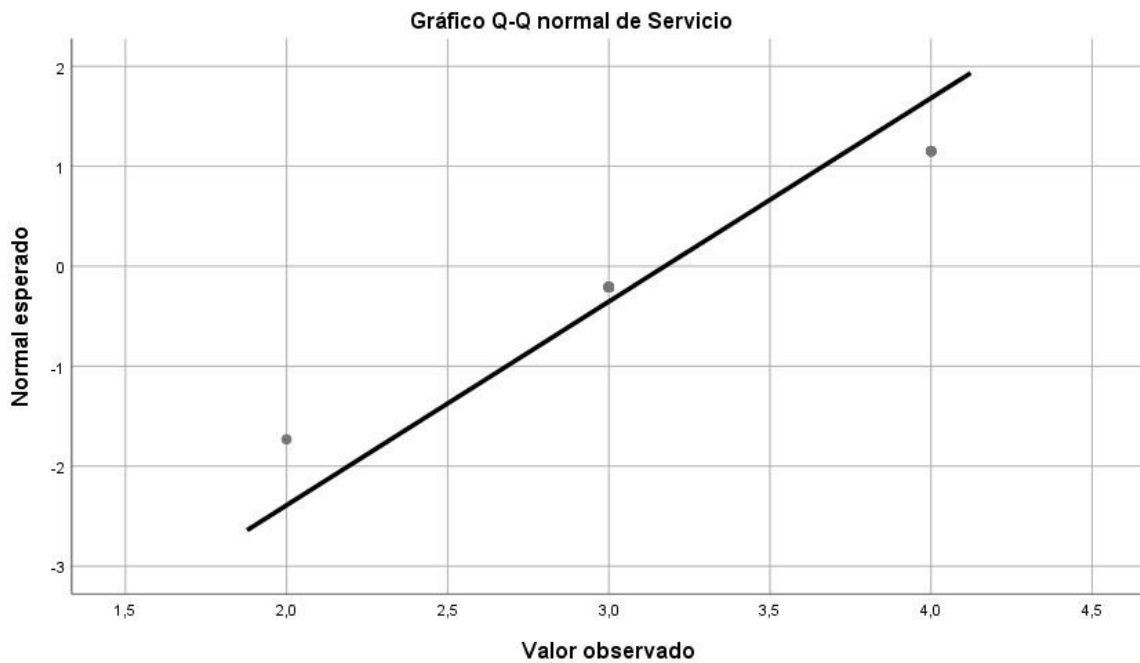
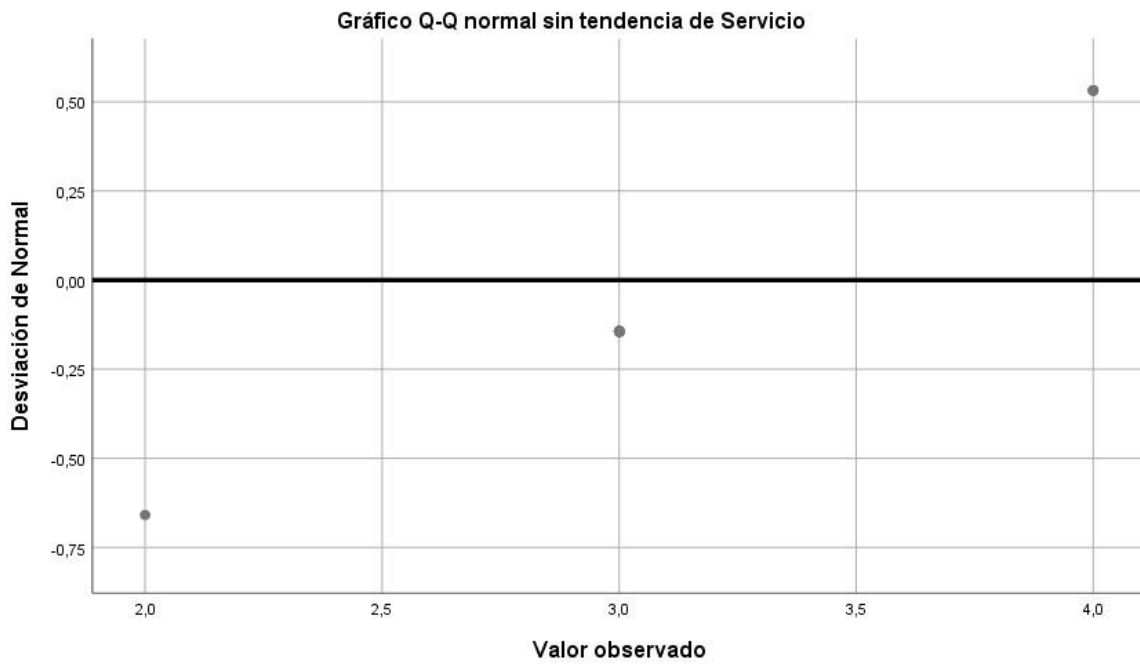


Figura 6. normalidad calidad del servicio sin tendencia



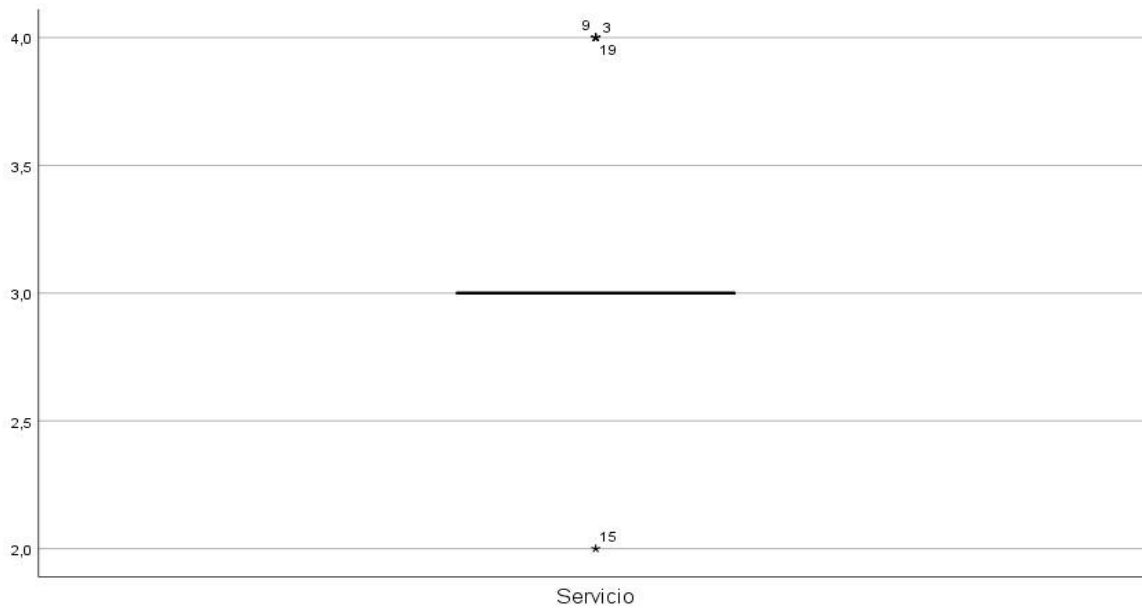


Tabla 36. Resultados descriptivos identificación con la organización y calidad del servicio

Descriptivos			Estadístico	Desv. Error
Identificación	Media		3,30	,098
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	3,10	
		Límite superior	3,51	
	Media recortada al 5%		3,28	
	Mediana		3,00	
	Varianza		,221	
	Desv. Desviación		,470	
	Mínimo		3	
	Máximo		4	
	Rango		1	
	Rango intercuartil		1	
	Asimetría		,911	,481
	Curtosis		-1,291	,935
Servicio	Media		3,17	,102
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	2,96	
		Límite superior	3,39	
	Media recortada al 5%		3,19	
	Mediana		3,00	
	Varianza		,241	
	Desv. Desviación		,491	
	Mínimo		2	
	Máximo		4	
	Rango		2	
	Rango intercuartil		0	
	Asimetría		,467	,481
	Curtosis		,903	,935

Tabla 37. Prueba de normalidad identificación con la organización y calidad del servicio

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Identificación	,437	23	,000	,582	23	,000
Servicio	,421	23	,000	,659	23	,000

Figura 7. normalidad identificación con la organización

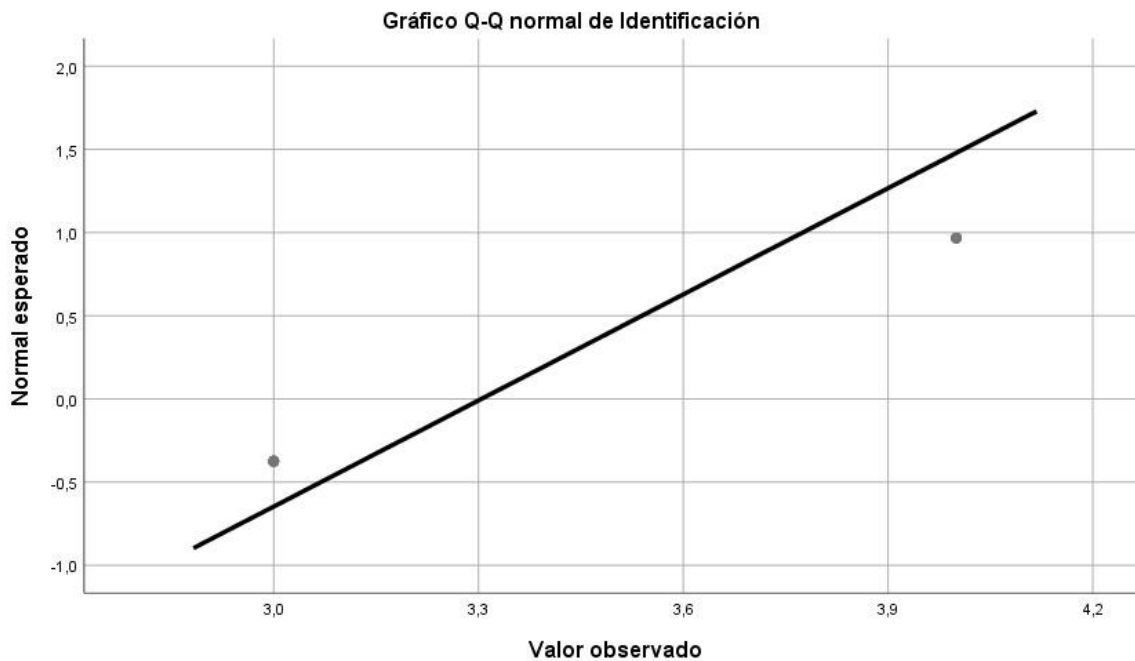


Figura 8. normalidad identificación con la organización sin tendencia

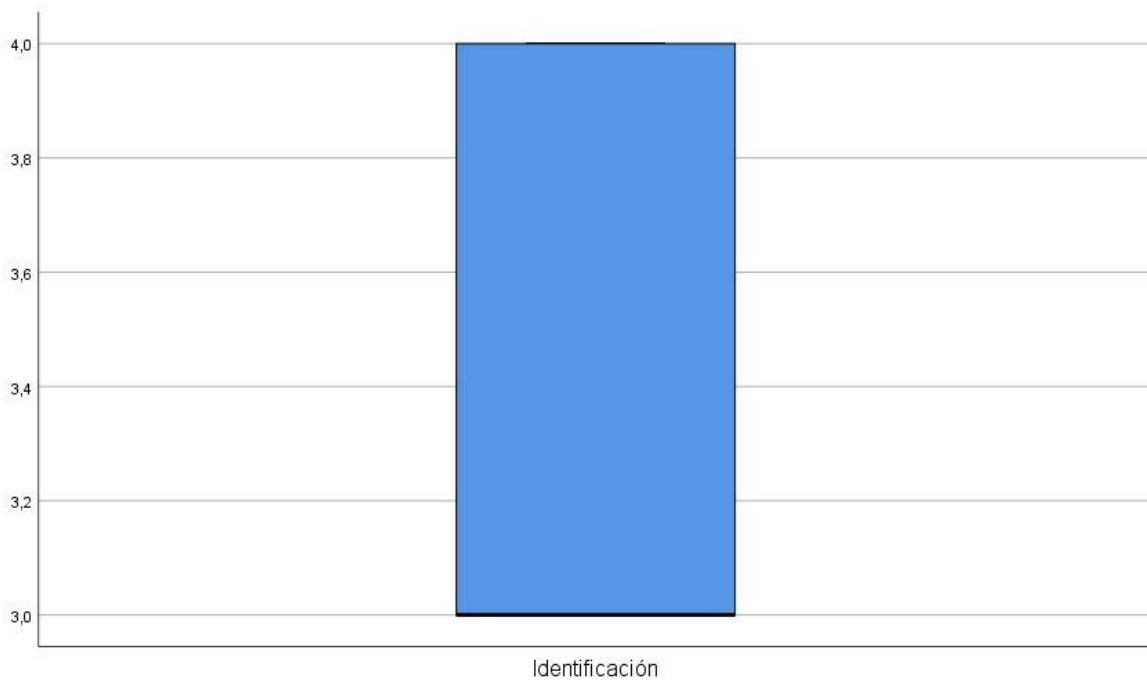
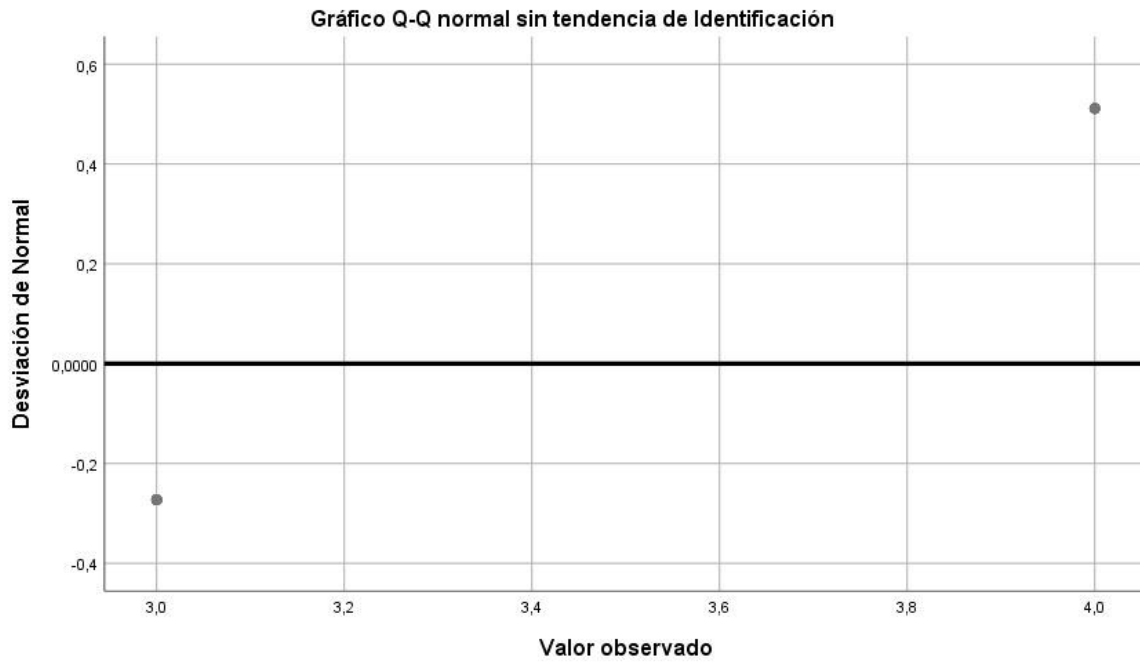


Tabla 38. Resultados descriptivos sentido de pertinencia con la organización y calidad del servicio

		Descriptivos		
		Estadístico	Desv. Error	
Sentido	Media	3,22	,088	
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	3,04	
		Límite superior	3,40	
	Media recortada al 5%	3,19		
	Mediana	3,00		
	Varianza	,178		
	Desv. Desviación	,422		
	Mínimo	3		
	Máximo	4		
	Rango	1		
	Rango intercuartil	0		
	Asimetría	1,468	,481	
	Curtosis	,161	,935	
	Servicio	Media	3,17	,102
95% de intervalo de confianza para la media		Límite inferior	2,96	
		Límite superior	3,39	
Media recortada al 5%		3,19		
Mediana		3,00		
Varianza		,241		
Desv. Desviación		,491		
Mínimo		2		
Máximo		4		
Rango		2		
Rango intercuartil		0		
Asimetría		,467	,481	
Curtosis		,903	,935	

Tabla 39. Prueba de normalidad sentido de pertinencia con la organización y calidad del servicio

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Sentido	,479	23	,000	,512	23	,000
Servicio	,421	23	,000	,659	23	,000

Figura 9. normalidad sentido de pertinencia

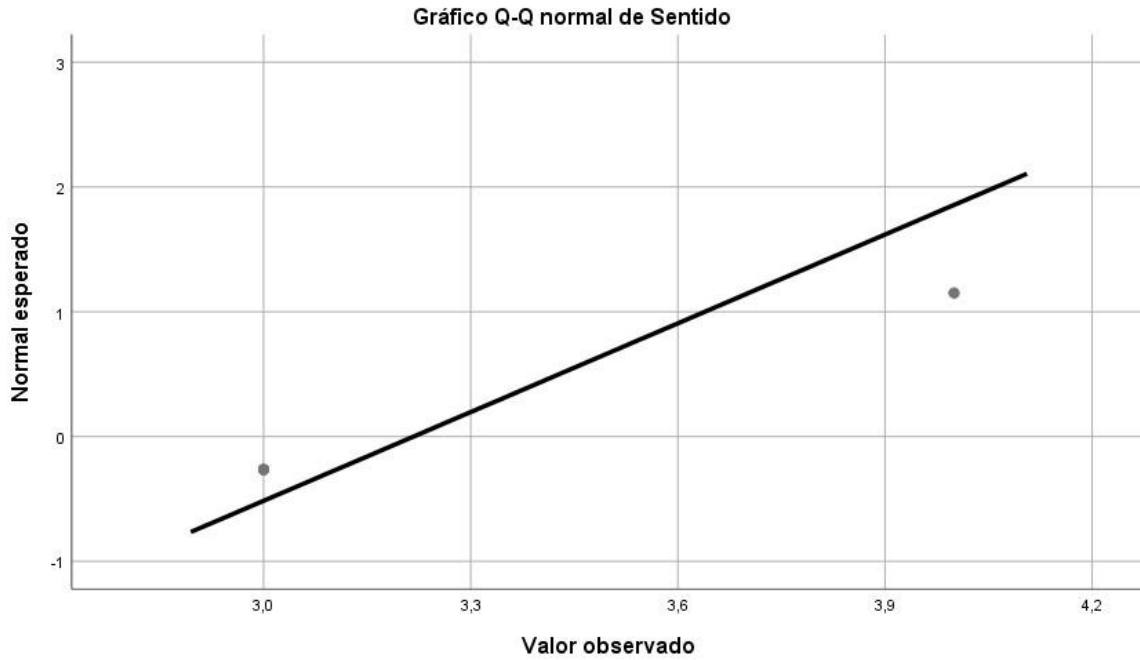
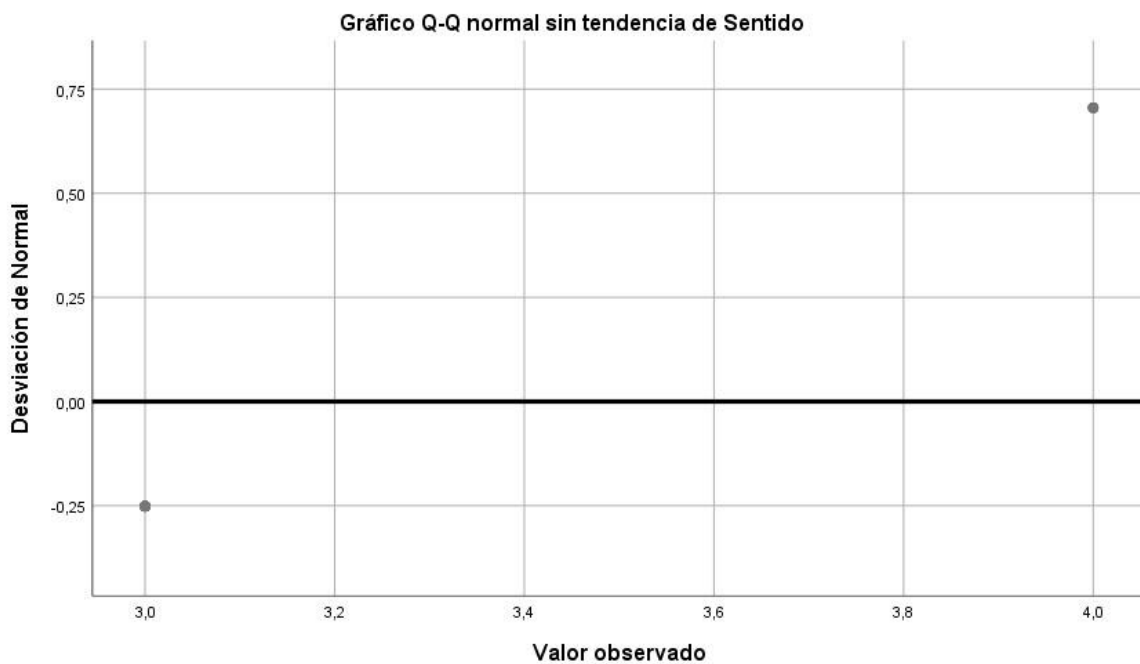


Figura 10. normalidad sentido de pertinencia sin tendencia



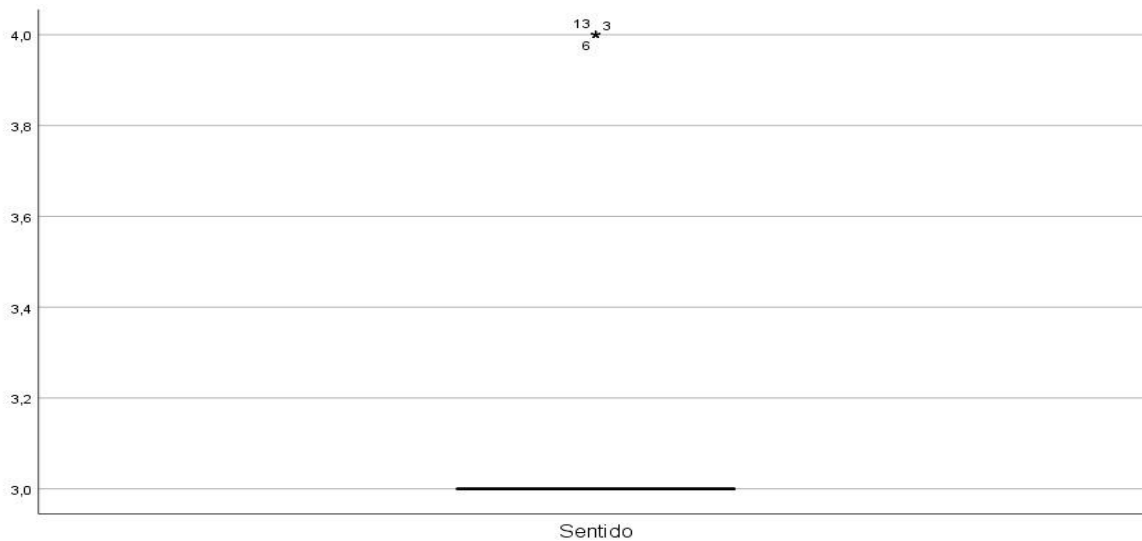


Tabla 40. Resultados descriptivos involucramiento con la organización y calidad del servicio

Descriptivos			Estadístico	Desv. Error
Involucramiento	Media		3,13	,095
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	2,93	
		Límite superior	3,33	
	Media recortada al 5%		3,14	
	Mediana		3,00	
	Varianza		,209	
	Desv. Desviación		,458	
	Mínimo		2	
	Máximo		4	
	Rango		2	
	Rango intercuartil		0	
	Asimetría		,595	,481
	Curtosis		1,886	,935
Servicio	Media		3,17	,102
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	2,96	
		Límite superior	3,39	
	Media recortada al 5%		3,19	
	Mediana		3,00	
	Varianza		,241	
	Desv. Desviación		,491	
	Mínimo		2	
	Máximo		4	
	Rango		2	
	Rango intercuartil		0	
	Asimetría		,467	,481
	Curtosis		,903	,935

Tabla 41. Resultados descriptivos de la prueba de normalidad involucramiento con la organización y calidad del servicio

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Involucramiento	,438	23	,000	,620	23	,000
Servicio	,421	23	,000	,659	23	,000

Figura 11. normalidad involucramiento con la organización

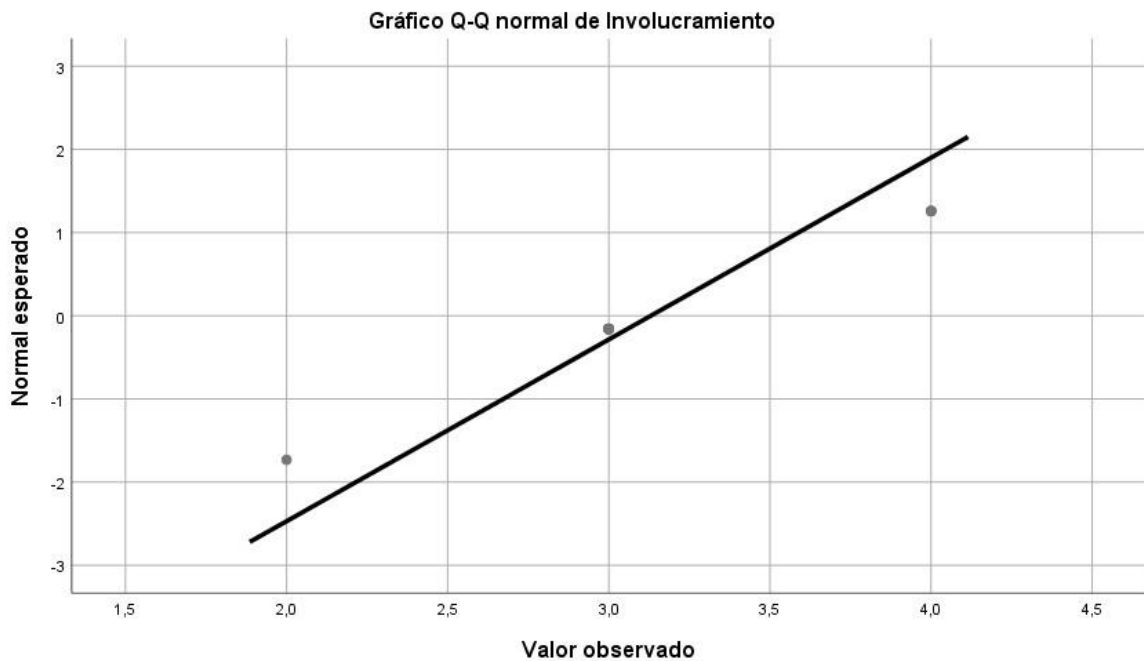
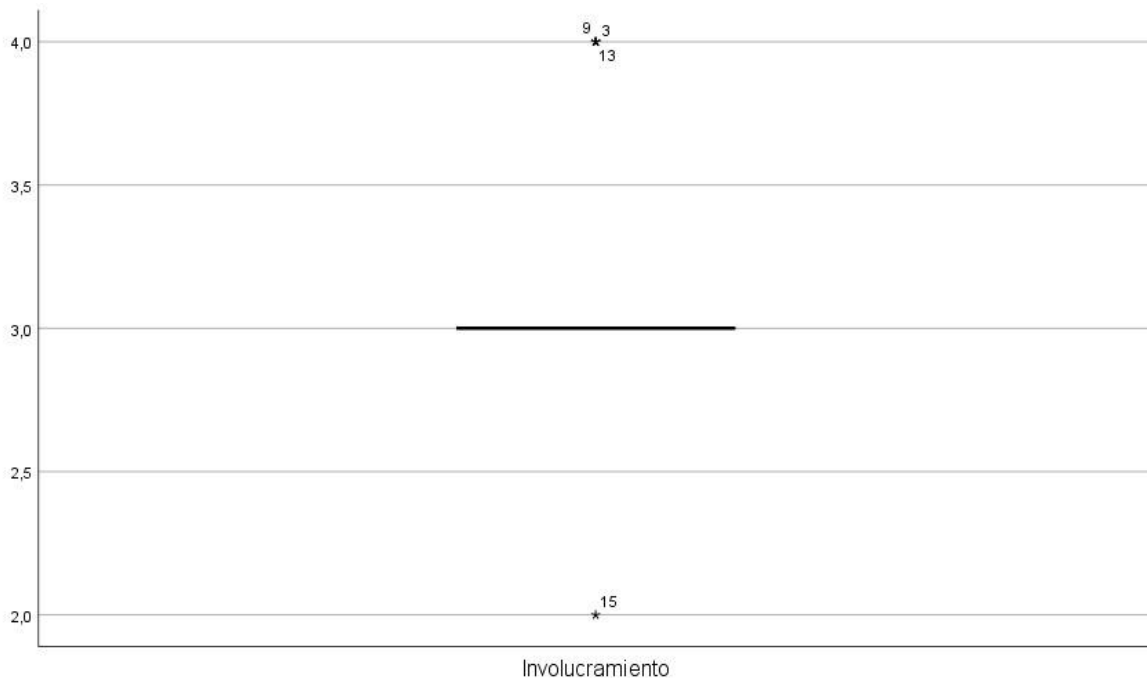
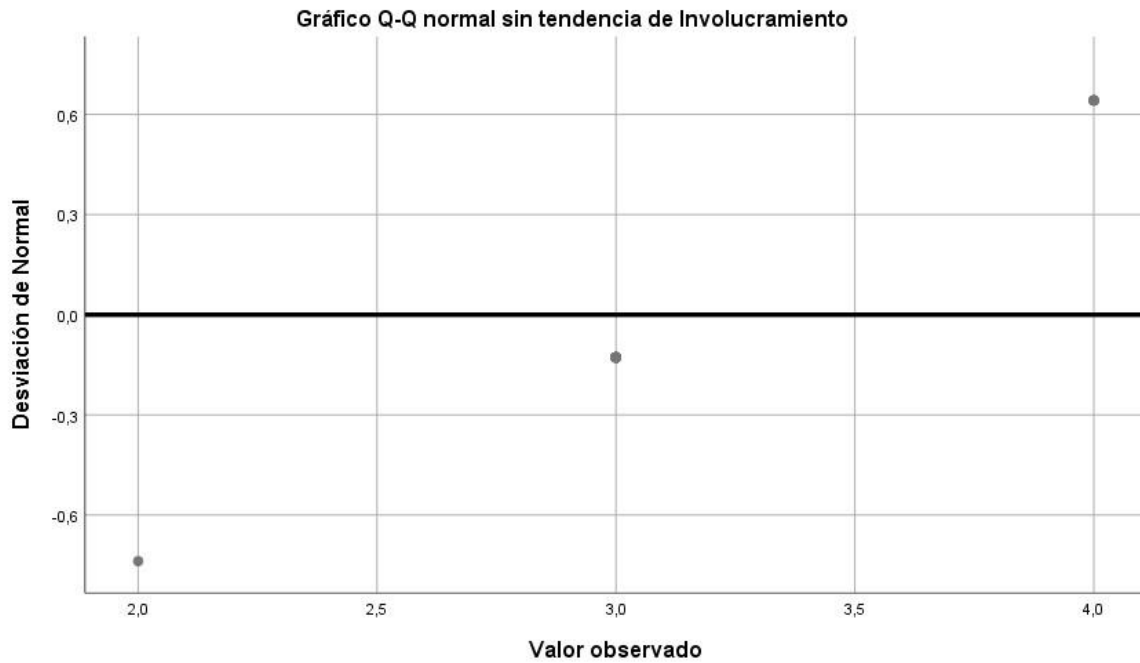


Figura 12. normalidad involucramiento con la organización sin tendencia




Anexo 5. Resultados de la tabulación del instrumento de recolección de información

Tabla 42. Resultados del instrumento de recolección

	Compromiso Organizacional														Calidad de Servicio																														
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38	P39	P40	P41	P42	P43	P44	P45
E1	1	3	2	2	5	4	2	2	1	3	2	2	5	4	3	1	3	2	2	5	4	5	1	3	2	2	5	4	3	4	4	2	1	3	2	2	5	3	1	3	2	2	5	2	
E2	2	2	5	4	5	2	3	4	2	2	5	4	5	3	4	2	2	5	4	5	2	2	2	2	5	4	5	3	4	2	3	4	2	2	5	4	5	4	2	2	5	4	5	5	
E3	3	3	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	5	3	4	3	3	4	4	5	3	3	3	3	4	4	5	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	3	3	4	4	5	3
E4	2	3	4	3	2	3	2	2	2	3	4	3	2	4	3	2	3	4	3	2	2	3	2	3	4	3	2	4	3	4	4	4	2	3	4	3	2	3	2	3	4	3	2	2	
E5	4	2	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	2	2	4	2	3	3	3	4	2	4	2	3	3	3	2	2	2	2	4	4	2	3	3	3	2	4	2	3	3	3	2	
E6	5	2	4	4	4	2	2	3	5	2	4	4	4	3	2	5	2	4	4	4	5	2	5	2	4	4	4	3	2	3	3	3	5	2	4	4	4	4	2	5	2	4	4	4	3
E7	3	2	1	5	3	4	4	2	3	2	1	5	3	3	5	3	2	1	5	3	3	2	3	2	1	5	3	3	5	3	3	3	3	2	1	5	3	5	3	2	1	5	3	3	
E8	2	3	4	4	5	3	5	2	2	3	4	4	5	4	3	2	3	4	4	5	2	3	2	3	4	4	5	4	3	4	4	2	2	3	4	4	5	3	2	3	4	4	5	5	
E9	5	2	4	4	5	2	3	2	5	2	4	4	5	3	4	5	2	4	4	5	5	2	5	2	4	4	5	3	4	2	3	4	5	2	4	4	5	4	5	2	4	4	5	5	
E10	1	3	2	2	5	4	2	3	1	3	2	2	5	3	4	1	3	2	2	5	1	3	1	3	2	2	5	3	4	3	3	3	1	3	2	2	5	4	1	3	2	2	5	2	
E11	5	3	2	4	2	3	5	2	5	3	2	4	2	4	3	5	3	2	4	2	5	3	5	3	2	4	2	4	3	4	4	4	5	3	2	4	2	3	5	3	2	4	2	2	
E12	5	2	4	2	3	2	1	3	5	2	4	2	3	2	2	5	2	4	2	3	5	2	5	2	4	2	3	2	2	2	2	4	5	2	4	2	3	2	5	2	4	2	3	3	
E13	5	4	3	3	4	2	5	3	5	4	3	3	4	3	2	5	4	3	3	4	5	4	5	4	3	3	4	3	2	3	3	3	5	4	3	3	4	2	5	4	3	3	4	2	
E14	2	3	4	4	3	4	5	2	2	3	4	4	3	3	5	2	3	4	4	3	2	3	2	3	4	4	3	3	5	3	3	3	2	3	4	4	3	5	2	3	4	4	3	4	
E15	3	2	2	2	3	2	5	4	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	4	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	4	
E16	2	3	4	4	2	3	2	3	2	3	4	4	2	4	3	2	3	4	4	2	2	3	2	3	4	4	2	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	2	3	2	3	4	4	2	2
E17	4	2	3	2	5	2	3	2	4	2	3	2	5	4	2	4	2	3	2	5	4	2	4	2	3	2	5	4	2	4	4	4	4	4	2	3	2	5	2	4	2	3	2	5	4
E18	4	2	5	2	1	3	2	3	4	2	5	2	1	2	3	4	2	5	2	1	4	2	4	2	5	2	1	2	3	2	2	2	4	2	5	2	1	3	4	2	5	2	1	4	
E19	2	3	4	4	5	3	4	2	2	3	4	4	5	4	3	2	3	4	4	5	2	3	2	3	4	4	5	4	3	4	4	2	2	3	4	4	5	3	2	3	4	4	5	4	
E20	2	3	4	4	5	2	4	2	2	3	4	4	5	3	4	2	3	4	4	5	2	3	2	3	4	4	5	3	4	2	3	4	2	3	4	4	5	4	2	3	4	4	5	2	
E21	4	2	3	2	5	4	5	3	4	2	3	2	5	3	4	4	2	3	2	5	4	2	4	2	3	2	5	3	4	3	3	3	4	2	3	2	5	4	4	2	3	2	5	2	
E22	4	2	5	2	3	2	5	3	4	2	5	2	3	2	2	4	2	5	2	3	4	2	4	2	5	2	3	2	2	2	2	4	4	2	5	2	3	2	4	2	5	2	3	4	
E23	2	3	4	4	2	3	2	4	2	3	4	4	2	4	3	2	3	4	4	2	2	3	2	3	4	4	2	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	2	3	2	3	4	4	2	3

Anexo 6. Validación de instrumentos


UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

FICHA PARA VALIDACION DE INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

1.1. Experto: Mg. Cristhian Paul Guevara G. H.

1.2. Especialidad: Educación y Marketing

1.3. Cargo actual: Docente a tiempo parcial

1.4. Grado Académico: Magister

1.5. Institución: UPN

1.6. Tipo de instrumento: Cuasiestructurado


1.7. Lugar y Fecha: 04/09/2020

II. TABLA DE VALORACION POR EVIDENCIAS

N°	TABLA DE VALORACION POR EVIDENCIAS	5	4	3	2	1	0
1	Presencia de indicadores	✓					
2	Formulación con lenguaje apropiado	✓					
3	Adecuados para los sujetos del estudio	✓					
4	Facilita la prueba de hipótesis	✓					
5	Suficiente para medir la variable	✓					
6	Facilita la interpretación del instrumento	✓					
7	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología	✓					
8	Expresado con hechos perceptibles	✓					
9	Tiene estructura lógica	✓					
10	Basado en aspectos teóricos	✓					
TOTAL		10					

Coeficiente de valoración porcentual: C = 92%

III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES


 Firma del experto

FICHA PARA VALIDACION DEL INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

- 1.1. Experto: Franklin **Cardova Bulza**
- 1.2. Especialidad: Administración
- 1.3. Cargo actual: Docente a tiempo completo
- 1.4. Grado académico: Magister en Administración
- 1.5. Institución: Universidad Privada del Norte
- 1.6. Tipo de Instrumento: Encuesta
- 1.7. Lugar y fecha: Lima, 16 de octubre de 2020

II. TABLA DE VALORACION POR EVIDENCIA S

Nº	EVIDENCIA S	VALORACION					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores			X			
2	Formulado con lenguaje apropiado	X					
3	Adecuado para los sujetos en estudio	X					
4	Facilita la prueba de hipótesis			X			
5	Suficiente para medir la variable	X					
6	Facilita la interpretación del instrumento	X					
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	X					
8	Expresado en hechos perceptibles	X					
9	Tiene secuencia lógica	X					
10	Basado en aspectos teóricos	X					
	Total						

Coefficiente de valoración porcentual: $\alpha =$

III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES

La matriz de consistencia debe demostrar que la teoría utilizada para la determinación de las dimensiones sea la adecuada. En la definición de las variables no se presentan las dimensiones, recomiendo puedan ser tipos, facetas o partes de la variable.



 Firma y sello del Experto

Anexo 7. Material fotográfico



ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS O TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

El Asesor
docente de la Facultad de de la
carrera de; ha realizado el
seguimiento del proceso de formulación, desarrollo, revisión y verificación en programa de anti plagio de la Tesis ()
o Trabajo de Suficiencia Profesional () de:

.....
(Nombre completo del bachiller)

.....
(Nombre completo del bachiller)

Por cuanto, **CONSIDERA** que la Tesis () o el Trabajo de Suficiencia Profesional ()
titulado:
....., para aspirar al Título
Profesional de: por la
Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas; por lo cual, **AUTORIZA**, al o los interesados para su
presentación.

Con respecto al uso de la información de la empresa; el Asesor declara, según los criterios definidos por la universidad,
lo siguiente:

- () Este trabajo Requiere la autorización de uso de información la empresa.
- () Este trabajo No requiere autorización de uso de información.

..... de del
(Lugar) (día) (mes) (año)

Ing./Lic./Mg./Dr
(Nombre completo del Asesor)
Asesor

ACTA DE SUSTENTACIÓN

El Jurado Evaluador de Titulación Profesional de la Tesis () Trabajo de Suficiencia Profesional (), titulada:

.....
.....

Que ha sustentado el (la) Bachiller:

.....

Acuerda por:

(Unanimidad/Mayoría); (Aprobar/desaprobar)

Otorgando la calificación de.....

Este acuerdo se hizo de conocimiento del interesado (a) y del público presente.

Presidente(a) del Jurado	Nombre y Apellidos	Firma

Miembro del Jurado	Nombre y Apellidos	Firma

Miembro del Jurado	Nombre y Apellidos	Firma

....., de.....del 20.....

Aprobado

- Calificativo:
- () Excelente
 - () Sobresaliente
 - () Bueno
 - () Aprobado

Desaprobado