



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**LA PERSONALIDAD DEL COLABORADOR Y LA CALIDAD DE
SERVICIO A LOS CLIENTES DEL OPERADOR LOGÍSTICO NEW
TRANSPORT, PERIODO 2018**

**PRESENTADA POR
YESSENIA LUCERO PALOMINO ESQUIVEL
PATRICIA ABIGAIL RUÍZ HUANCA**

**ASESORA
PILAR ZOILA RUÍZ CHÁVEZ**

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

LIMA – PERÚ

2019



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**LA PERSONALIDAD DEL COLABORADOR Y LA CALIDAD DE
SERVICIO A LOS CLIENTES DEL OPERADOR LOGÍSTICO NEW
TRANSPORT, PERIODO 2018**

**PARA OPTAR
TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR:
PALOMINO ESQUIVEL, YESSENIA LUCERO
RUIZ HUANCA, PATRICIA ABIGAIL**

**ASESOR:
MG. PILAR RUIZ CHAVEZ**

LIMA-PERU

2019

Dedicamos esta investigación y el esfuerzo invertido a Dios, nuestros padres y hermanos, a quienes agradecemos infinitamente por brindarnos su invaluable apoyo y comprensión que nos motivó durante el tiempo que demandó la preparación de la presente investigación.

AGRADECIMIENTO

La presente tesis es el resultado de mucho esfuerzo, colaboración y motivación que nos brindaron muchas personas a fin de poder concretarla satisfactoriamente. En primer lugar, agradecemos a nuestros padres, por brindarnos la oportunidad de tener una formación profesional y por ser nuestro pilar durante el desarrollo de nuestra investigación. También damos las gracias a nuestros hermanos por motivarnos en todo momento e impulsaron hacia el logro de nuestras metas.

También gradecemos a nuestra asesora Mg. Pilar Ruíz Chávez por su asesoramiento, valorables apreciaciones y conocimientos trasmitidos durante el periodo de nuestra investigación. Así mismo, agradecemos a nuestros compañeros de la universidad por su apoyo incondicional.

Así mismo, agradecemos al Sr. Hugo Machare Sub Gerente Comercial de Exportaciones Marítimas de New Transport por su apoyo para la aplicación de los cuestionarios, a sus colaboradores y clientes por sus valiosos comentarios que nos ayudaron a realizar el trabajo de campo.

Finalmente, queremos agradecer a la Universidad San Martín de Porres, a la facultad de Ciencias Administrativa y Recursos Humanos y la plana docente por los conocimientos brindados que nos serán útiles ahora y siempre.

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	10
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	14
1.1 Antecedentes de la investigación.....	14
1.1.1 Antecedentes Nacionales	14
1.1.2 Antecedentes Internacionales	17
1.2 Bases Teóricas	20
1.2.1 Personalidad.....	20
1.2.2 Calidad de Servicio	32
1.3 Definiciones conceptuales.....	50
CAPITULO II: HIPOTESIS Y VARIABLES	55
2.1 Formulación de Hipótesis y derivadas	55
2.1.1 Hipótesis General.....	55
2.1.2 Hipótesis Específicas	55
2.2 Variables y definición operacional.....	56
2.2.1 Variables	56
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	58
3.1 Diseño metodológico	58
3.2 Diseño muestral	59
3.2.1 Población	59
3.2.1 Muestra	60
3.3 Técnica de recolección de datos.....	63
3.4 Técnica estadística para el procesamiento de la información	67
3.5 Aspectos éticos	67

CAPITULO IV: RESULTADOS	69
4.1 Resultados de la investigación.....	69
4.1.1 Prueba de normalidad	69
4.1.2 Resultados de la variable personalidad	70
4.1.3 Resultados de las dimensiones de la variable servicio de calidad	76
4.1.4 Resultados de la contrastación de la hipótesis	82
CAPITULO V: DISCUSION.....	88
5.1 Discusión de resultados	88
5.1.1 Hipótesis Específica 1	88
5.1.2 Hipótesis Específica 2.....	90
5.1.3 Hipótesis Específica 3.....	91
5.1.4 Hipótesis Específica 4.....	92
5.1.5 Hipótesis Específica 5.....	93
CONCLUSIONES.....	95
RECOMENDACIONES	97
REFERENCIAS	99
ANEXOS	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Introducción a la teoría de Freud.....	24
Tabla 2. Avances de la teoría de Rogers.....	26
Tabla 3. Dimensiones y subdimensiones del Big Five.....	31
Tabla 4. Filosofías y teorías de la calidad.....	33
Tabla 5. Dimensiones del Modelos SERVPERF.....	42
Tabla 6. Definición operacional de la variable personalidad (X)	56
Tabla 7. Definición operacional de la variable calidad de servicio (Y)	57
Tabla 8. Síntesis de procesamiento de casos.....	66
Tabla 9. Confiabilidad del cuestionario Big Five.....	66
Tabla 10. Confiabilidad del cuestionario en base al modelo Servperf.....	67
Tabla 11. Pruebas de normalidad.....	69
Tabla 12. Frecuencia de la dimensión energía.....	70
Tabla 13. Frecuencia de la dimensión afabilidad.....	71
Tabla 14. Frecuencia de la dimensión tesón.....	72
Tabla 15. Frecuencia de la dimensión estabilidad emocional.....	73
Tabla 16. Frecuencia de la dimensión apertura mental.....	74
Tabla 17. Frecuencia de la variable personalidad.....	75
Tabla 18. Frecuencia de la dimensión elementos tangibles.....	76
Tabla 19. Frecuencia de la dimensión fiabilidad.....	77
Tabla 20. Frecuencia de la dimensión capacidad de respuesta.....	78
Tabla 21. Frecuencia de la dimensión seguridad.....	79
Tabla 22. Frecuencia de la dimensión empatía.....	80
Tabla 23. Frecuencia de la variable calidad de servicio.....	81
Tabla 24. Correlación entre la energía y la calidad de servicio.....	82
Tabla 25. Correlación entre la afabilidad y la calidad de servicio.....	83
Tabla 26. Correlación entre el tesón y la calidad de servicio.....	84
Tabla 27. Correlación entre estabilidad emocional y calidad de servicio.....	85
Tabla 28. Correlación entre la apertura mental y la calidad de servicio.....	86
Tabla 29. Correlación entre la personalidad y la calidad de servicio.....	87

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Triángulo de servicio	35
Figura 2. Valores corporativos de Ne Transport.....	48
Figura 3. Frecuencia de la dimensión Energía.....	69
Figura 4. Frecuencia de la dimensión Afabilidad.....	70
Figura 5. Frecuencia de la dimensión Tesón.....	71
Figura 6. Frecuencia de la dimensión Estabilidad emocional.....	72
Figura 7. Frecuencia de la dimensión Apertura mental.....	73
Figura 8. Frecuencia de la variable Personalidad.....	74
Figura 9. Frecuencia de la dimensión Elementos tangibles.....	75
Figura 10. Frecuencia de la dimensión Fiabilidad.....	76
Figura 11. Frecuencia de la dimensión Capacidad de respuesta.....	77
Figura 12. Frecuencia de la dimensión Seguridad.....	78
Figura 13. Frecuencia de la dimensión Empatía.....	79
Figura 14 Frecuencia de la variable Calidad de servicio.....	80

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo demostrar la correlación existente entre la personalidad del colaborador y la calidad del servicio brindado a los clientes del operador logístico New Transport, periodo 2018; con la intención de distinguir y analizar el comportamiento de ambas variables y proponer las mejores alternativas de solución.

En la metodología se llevó a cabo una investigación de enfoque cuantitativo, alcance descriptivo correlacional con diseño no experimental transeccional; donde se utilizaron dos instrumentos, tales como el cuestionario Big Five para analizar la variable personalidad, la cual fue aplicada a 56 colaboradores, y el cuestionario SERPERF para analizar la variable calidad de servicio que fue aplicada a 54 clientes.

Obteniendo de resultado que el 68% de los colaboradores encuestados conocen su propia personalidad, mientras que el 32% es indiferente a ello y desconocen cómo su personalidad puede influir sobre su desempeño laboral. Así mismo, el 52% de los clientes de New Transport se muestran indiferentes ante el servicio recibido, dando a entender que no están descontentos, pero tampoco satisficieron sus necesidades al cien por ciento.

Palabras clave: Personalidad, desempeño laboral, calidad de servicio, satisfacción del cliente.

ABSTRACT

The present research work has as a principal objective to demonstrate the relationship between the personality of the collaborators and the quality of the service provided to the costumers of New Transport logistic operator, 2018 period, in order to identify and analyze the behavior of both variables and propose the best solution alternatives.

In the methodology, a quantitative approach was applied, with descriptive correlational scope and non-experimental transectional design. Two instruments were used: Big Five questionnaire to analyze the personality variable, wich was applied to 56 collaborators and SERPERF questionnaire to analyze the quality of the service variable that was applied to 54 clients.

Obtainign as a result that 68% of collaborators surveyed know their own personality, while 32% are indifferent to it and do not know how their personality can influence their work performance. Likewise, 52% of New Transport costumers are indifferent to the service received, implying taht they are not dissatisfied but they are not completely satisfied with the service received.

Key words: Personality, work performance, quality of service, customer satisfaction.

INTRODUCCIÓN

El modo en que piensan y actúan las personas está en constante cambio con el transcurso del tiempo, por ello la personalidad es un aspecto a considerar en el procedimiento de selección de personal, puesto que se debe analizar si el perfil del postulante se ajusta a los requerimientos del puesto, ya que si se considera a una persona en el área o puesto equivocado no se desenvolverá de forma eficiente y como consecuencia la empresa experimentará un incremento en la rotación de su personal, mal clima laboral, bajo desempeño laboral, mala atención a proveedores y clientes, entre otros.

Actualmente el conocimiento y talento humano son factores de gran importancia, ya que contribuyen considerablemente con el desarrollo de la era informática y el mundo empresarial, dichos recursos se encuentran dispersos alrededor de la tierra y poseen una valoración diferente en cada continente. Por ello, empresarios buscan atraer y retener personal competitivo a bajo costo, ignorando la barrera existente para su integración, que vendría a ser la diferencia cultural, lo cual implica que personas con diferentes personalidades y estilos de trabajo se deban relacionar.

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo en el operador logístico New Transport S.A., el cual brinda servicios logísticos a lo largo de la cadena de suministros de comercio exterior, siendo especialistas en el manejo de productos perecibles. Esta organización cuenta con recursos humanos necesarios para atender sus diversas áreas, cada una con problemáticas diferentes; sin embargo, existen dos grandes factores que obstaculizan su operatividad y los conlleva a prestar un servicio deficiente, el primero es el bajo desempeño de su personal y el segundo es el flujograma a seguir para llevar a cabo los trámites propios del giro del negocio.

Además se evidencia diversas deficiencias en el servicio brindado por el personal de New Transport, tales como la falta de información certera y oportuna, extravío de documentación, retraso en el embarque de contenedores,

descoordinación, comunicación inadecuada, entre otros. Además, las actividades repetitivas que los colaboradores realizan día a día, los conlleva a caer en la rutina y desarrollan sus funciones de forma mecánica, lo cual les impide ser proactivos, innovadores, creativos y dejan de aportar ideas a favor de la mejora en la atención al cliente. En base a las razones expuestas se formula la pregunta ¿Qué relación existe entre la personalidad del colaborador y la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018?

A partir del problema general mencionado anteriormente, surgen los siguientes problemas específicos: a) ¿De qué manera la Energía de la personalidad del colaborador se relaciona con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018?, b) ¿De qué manera la Afabilidad de la personalidad del colaborador se relaciona con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018?, c) ¿De qué manera el Tesón de la personalidad del colaborador se relaciona con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018?, d) ¿De qué manera la Estabilidad Emocional de la personalidad del colaborador se relaciona con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018?, e) ¿De qué manera la Apertura Mental de la personalidad del colaborador se relaciona con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018?

El objetivo general de la investigación es determinar la relación existente entre las variables personalidad y calidad de servicio. La hipótesis principal propuesta es: la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport en el periodo 2018.

Asimismo, los objetivos específicos de la presente investigación son: a) Determinar la relación entre la Energía de la personalidad del colaborador y la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018; b) Determinar la relación entre la Afabilidad de la personalidad del colaborador y la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018; c) Determinar la relación entre el Tesón de la personalidad del colaborador y

la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018; d) Determinar la relación entre la Estabilidad Emocional de la personalidad del colaborador y la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018; e) Determinar la relación entre la Apertura Mental de la personalidad del colaborador y la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.

La importancia del estudio radica en que la personalidad de cada individuo repercute en su actuar, lo cual puede llegar a influir positiva o negativamente en su desempeño laboral. Por ello es relevante que las empresas establezcan un adecuado proceso de reclutamiento de personal, a fin de asegurar que el nuevo talento reclutado implante vínculos estables con su equipo de trabajo, proveedores y clientes, contribuyendo con el alcance de los objetivos organizacionales.

El presente trabajo consta de 5 capítulos. El primer capítulo contiene el marco teórico, en el que se narran los antecedentes y las bases teóricas, incluyendo el concepto de las variables personalidad y calidad de servicio.

El segundo capítulo comprende la formulación de la hipótesis general y las secundarias, además precisa las variables a analizar y sus dimensiones, las cuales se presentan distribuidas en la definición operacional.

En el tercer capítulo se presenta la metodología, aplicando el diseño de investigación descriptivo correlacional y no experimental transeccional. Además se describe la población, que está conformada por 130 colaboradores y 125 clientes del operador logístico New Transport, de los cuales 56 colaboradores y 54 forman parte de la muestra ajustada. Los instrumentos aplicados son el cuestionario Big Five y cuestionario en base al modelo SERVPERF.

En el cuarto capítulo se detallan los resultados obtenidos tras el análisis de la información recolectada a través de la aplicación de la técnica Rho de Spearman, entre los principales se encontró que las dimensiones de la variable personalidad y la variable calidad de servicio presentan una relación significativa.

En el quinto capítulo se encuentra la discusión de los resultados, donde se realiza la comparación de la información obtenida con los hallazgos de otras investigaciones, las cuales se encuentran detalladas en los antecedentes y bases teóricas.

Finalmente, se presentan las conclusiones de la investigación y sus respectivas recomendaciones, para conocimiento de la compañía New Transport y demás público en general interesado en el tema.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

1.1.1 Antecedentes Nacionales

Caicay, T. (2017) en su trabajo de investigación titulado “*Dimensiones de la calidad de servicio que influyen en la reputación corporativa de las empresas Courier de Lima*”, cuyo objetivo fue determinar de qué manera las dimensiones de la calidad influyen sobre la imagen corporativa. La investigación aplicada fue de tipo no experimental con enfoque descriptivo correlacional y su población estuvo conformada por 31 empresas y obtuvo una muestra de 23 compañías Courier.

Se concluyó que no existe relación entre ambas variables, sin embargo, explicó que algunas de sus dimensiones se relacionan entre sí, tal es el caso de las dimensiones de la calidad: fiabilidad, capacidad de respuesta y empatía, las cuales se relacionan con las dimensiones de la reputación corporativa: calidad de gestión y capacidad directiva. Así mismo, identifico la influencia positiva que ejerce la dimensión seguridad sobre la reputación de las compañías, dando a notar la importancia de la intervención de los directivos en la formulación de las políticas de calidad de servicio, a fin de obtener resultados sobresalientes en la gestión del marketing corporativo.

Cabanillas, K. (2015) desarrollo el trabajo de investigación titulado “*Personalidad y respuestas de afrontamiento al estrés en trabajadores de una empresa agroindustrial de Virú*” con el objetivo de analizar si las dimensiones de la personalidad tienen una relación significativa con las formas de reaccionar de los trabajadores al estar sometidos a situaciones que les genere estrés.

Esta investigación sustantiva de tipo correlacional, trabajo con una muestra conformada por 130 trabajadores. La autora aplico dos instrumentos para efectuar la recolección de datos: cuestionario Big Five para medir la personalidad y la relación de respuestas de afrontamiento, adicionalmente, para el análisis de la información recolectada se aplicó la correlación de Spearman. Concluyendo en que las dimensiones de la personalidad energía, afabilidad, estabilidad emocional y apertura mental presentan una correlación significativa, positiva y de grado débil con las respuestas de afrontamiento al estrés dominante entre el personal es el tipo desadaptativo”

Baltazar, D. y Chirinos, J. (2014) llevaron a cabo una investigación titulada *“Clima laboral y dimensiones de la personalidad en colaboradores de una empresa de servicio en el norte del Perú, 2013”*, cuyo objetivo general fue identificar el nivel de correlación que presentan las variables clima laboral y las dimensiones de la personalidad de los trabajadores de determinada organización. Según la metodología, se llevó a cabo una investigación de tipo no experimental, con diseño descriptivo correlacional y se utilizaron dos herramientas para la recaudación de información, tales como la escala de clima laboral y cuestionario Big Five.

Se concluyó que la dimensión afabilidad tiene una correlación positiva moderada significativa con la variable clima laboral, así como las dimensiones energía y tesón presentan correlación positiva débil altamente significativa con la misma variable, sin embargo, las dimensiones seguridad emocional y amplitud mental no presentan relación alguna con el clima laboral.

Así mismo, los autores concluyeron que el clima laboral es percibido como favorable por el 62% de los colaboradores, muy favorable por el 33% y medianamente favorable por el 55 de ellos, permitiendo notar que el clima laboral es reconocido de manera positiva por los trabajadores.

Porras, F. y Pietro, L. (2014) ejecutaron la investigación titulada *“Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en el área de operaciones*

del Banco de Cedito del Perú oficina principal Cusco”, con el objetivo de identificar el nivel de desarrollo alcanzado por cada variable y propone políticas de mejora. La investigación de tipo no experimental, con enfoque cuantitativo y con alcance descriptivo correlacional. Para la recaudación de información se utilizaron las siguientes herramientas: revisión documentaria, observación directa y un cuestionario desarrollado en base al modelo Service Performance (SERVPERF), el cual fue aplicado a 385 clientes que conformaban la muestra.

Se concluyó que existe una relación positiva y directa entre las variables de calidad de servicio y la satisfacción del cliente en un grado de 0.718, resultado obtenido tras la aplicación de la técnica de Correlación de Pearson. Adicionalmente, los resultados permitieron identificar que la eficacia del servicio brindado por la institución financiera es buena, sobresaliendo las dimensiones de seguridad, productividad y empatía, así mismo, el nivel de satisfacción de los clientes resultó ser aceptable, siendo la dimensión percepción la más relevante.

Urbina, S. (2015) en su investigación titulada *“La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Corporación Norte SAC – ciudad de Trujillo 2014”*, analizo la influencia que ejerce la eficiencia del servicio sobre el nivel de complacencia de los clientes de la empresa objeto de estudio. El estudio de tipo descriptiva transversal, aplico la encuesta a 3 colaboradores y un cuestionario a 143 clientes, además se llevaron a cabo los métodos de análisis deductivo-inductivo, analítico y sintético.

Se concluyó que con respecto a la satisfacción de los clientes, los resultados obtenidos indican que el nivel total de satisfacción ponderada es de 75.5%, nivel que estaría ubicado en un nivel medio, siendo la fiabilidad y productividad un nivel de satisfacción media corresponden a un estado de irritación, donde se comprende que el servicio concluyo favorablemente pero que la actitud y comportamiento del proveedor no fue apropiada.

Finalmente, la investigación propuso las siguientes acciones a fin de corregir el escenario actual de la compañía, tales como la evaluación constante de la opinión de los clientes, reconocimiento de los requerimientos de los clientes a través de buzones de sugerencias, evaluación periódica del desempeño de los trabajadores, brindar reconocimiento y premiar el buen servicio, y desarrollar un programa de capacitación para los colaboradores.

1.1.2 Antecedentes Internacionales

Lucio, R. y Onofre, R. (2015) desarrollaron su investigación titulada *“La calidad del servicio y su incidencia en el nivel de satisfacción de los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Policía Nacional, Agencia Babahoyo, Ecuador”*, el cual tuvo como objetivo general establecer estrategia de mejora en el sistema de atención a clientes de la organización en mención, de tal forma que permita incrementar la satisfacción a los clientes y rendimiento financiero a la institución.

Se concluyó que se logra definir la forma de implementar las estrategias de mejora en el sistema de atención a clientes de la cooperativa, logrando con ello incrementar la satisfacción de sus clientes, mejorando su imagen y la venta de sus servicios. Así mismo, se determinó que el modelo de gestión se mantiene funcional y que el sistema de atención a clientes tiene deficiencia que deben ser superadas con el objeto de no afectar el proceso organizacional.

Además, los autores identificaron las necesidades y exigencias de los socios, los puntos críticos y se estableció el protocolo a seguir para optimizar el sistema de atención a los usuarios internos y externos. Finalmente, se registra como necesidad, el contar con un plan de entrenamiento de “mejora continua” dirigido al talento humano de la organización.

Pop, B. (2013) llevo a cabo una investigación titulada *“Relación entre los rasgos de la personalidad y el desempeño laboral de los colaboradores de la*

asociación Comunidad Esperanza Cobán, Alta Verapaz”, cuyo objetivo fue identificar la correlación existente entre las particularidades de la personalidad y el desenvolvimiento laboral de los colaboradores. Para ello, se obtuvo una muestra conformada por 24 trabajadores, a quienes se les aplicó evaluaciones de desempeño y el cuestionario 16PF a fin de evaluar la variable personalidad.

Se concluyó que no existe una correlación estadísticamente significativa entre las variables rasgos de personalidad y desempeño laboral, sin embargo, se halló una correlación positiva moderada de 0.56 entre el rasgo descontrolado/ controlado y el desempeño.

Barragan, M. y Loza, M. (2004) realizaron la investigación titulada *“Evaluación de la calidad en el servicio de la empresa Telmex sucursal Cholula”*, cuyo objetivo fue identificar el nivel de calidad alcanzado teniendo en consideración la percepción de los usuarios a fin de brindar propuestas de mejora que permitan que la compañía cubra las necesidades de su clientela y obtenga su lealtad. Para el desarrollo del estudio se emplearon las metodologías descriptiva, explicativa y justificativa, además se basó en la investigación de mercado propuesta por Kinneer y Taylor (1993).

Se concluyó que el 48% de los usuarios encuestados perciben de forma negativa las instalaciones de la empresa ya que consideran que no son aptas para la realización de diligencias, pagos o reclamaciones, así mismo, el 39% opinó que casi nunca leen la folletería que provee TELMEX y el 50% afirmaron que los empleados tienen apariencia pulcra pero que la atención que brindan no es la adecuada, puesto que piensan que el personal no se muestra lo suficientemente capacitado para absolver sus dudas o consultas.

Finalmente, los autores recomendaron que la empresa debe enfocarse en sus mayores debilidades, tales como el tiempo de espera para realizar pagos, reclamaciones o consultas, tiempo de entrega de los recibos a los usuarios, tiempo que les toma reparar fallas técnicas en las líneas telefónicas, entre

otros. Además, debe mejorar otros elementos como la amabilidad del personal, capacitación y rapidez para asesorar y atender a los clientes.

Lalama, M. y Romero, M. (2018) la investigación *“Influencia de la personalidad en el desempeño laboral del personal administrativo de la Universidad Regional Autónoma de los Andes”*. El estudio fue exploratorio y correlacional, desarrolló un enfoque cualitativo y cuantitativo, ya que se realizaron búsqueda de información bibliográfica y se aplicaron entrevistas y encuestas que posteriormente fueron analizadas mediante la herramienta estadística Chi Cuadrado, además contó con una muestra de 45 colaboradores de la entidad mencionada.

Se concluyó que el 67% de los encuestados considera que su personalidad influye sobre su comportamiento en la institución, el 84% de ellos considera que su crecimiento personal contribuye con su desarrollo profesional, el 71% de los colaboradores indican sentirse motivados para desempeñar las funciones que les encomendaron y se sienten a gusto desarrollándose. Esto conlleva a deducir que la personalidad es un elemento de gran importancia para el desenvolvimiento óptimo de los trabajadores, ya que puede influir positiva o negativamente en el ámbito laboral.

Además, indica que el procedimiento a seguir para la elección de nuevo personal omite el análisis de la personalidad de los postulantes y como consecuencia un porcentaje de los colaboradores no se identifica con los objetivos de la institución porque sienten sus funciones no contribuyen con su desarrollo profesional.

Reyes, L. (2016) la investigación titulado *“Relación entre compromiso laboral y personalidad de los colaboradores del área operativa de una empresa productora de alimentos de la costa sur”*, para ello analizaron las respuestas de 30 colaboradores, quienes conformaron la muestra, incluyendo varones y mujeres de entre 18 a 67 años. Los instrumentos empleados fueron el cuestionario 16PF para analizar la variable personalidad y un cuestionario de 24 enunciados para analizar la variable compromiso laboral.

Se concluyó que se presencia correlación entre la variable compromiso laboral y la variable personalidad, generándose una relación moderada positiva en los elementos de personalidad extraversión, nivel de ansiedad, don de mando, inventiva e iniciativa, así mismo se determinó que en el factor de estabilidad no tiene relación con el compromiso laboral.

1.2 Bases Teóricas

1.2.1 Personalidad

1.2.1.1 Pruebas de personalidad

Loayza, E. (2014), sostiene que la personalidad tiene diversas formas de ser medida e integra diversos rasgos personales, este concepto detalla la agrupación de características que se pueden medir y relacionar con aspectos estables y sólidos de una persona, es por ello que se pueden diferenciar los rasgos de cada personalidad. Además, las evaluaciones de la personalidad identificaron algunos rasgos visibles en cada persona: los de carácter (rasgos adoptados o adquiridos) y los establecidos por el temperamento (rasgos propios o innatos).

Asimismo, Loayza, E. (2014) afirma que cada prueba de personalidad es única dependiendo del aspecto que analizara, como la estabilidad emocional, intereses y preocupaciones, entre otros. Cuando estas pruebas muestran características habituales de la personalidad de forma simplificada se denominan “Psicodiagnósticos”. En esta categoría encontramos las siguientes pruebas:

“Expresión corporal como el modelo PMK, Psicodiagnóstico miocinético de Mira y López, Pruebas proyectivas (proyección de la personalidad), Psicodiagnóstico de Rorschach, Prueba de percepción temática (TAT), Prueba del árbol de Koch Prueba de la figura humana de Machover, Prueba de Szondi y el Cuestionario “Big Five”

1.2.1.2 Particularidades de la Personalidad importantes para el comportamiento organizacional (CO)

Cuervo, S. (2016) considera que la personalidad es la suma total de las formas en que un individuo reacciona ante otros e interactúa con ellos es por ello que existen variables de la personalidad que son de alta importancia, ya que están relacionadas directamente con el comportamiento que tiene una persona dentro de una organización, estos elementos son:

- **Lugar de control:** También conocido como *Locus de Control*, influye sobre el punto de vista y actuar de la sociedad, este concepto incluyó su teoría de aprendizaje social, además comprende dos enfoques:
 - Internos: La persona percibe que la causa del éxito o fracaso provienen de ella misma, considera que resulta de sus habilidades y esfuerzo que dedica a cada actividad que desarrolla.
 - Externos: La persona cree que los sucesos ocurren por factores externos, considera que dichos elementos influyen sobre la dificultad de las actividades, la suerte y las decisiones de los demás.
- **Maquiavelismo:** Proviene del nombre Nicolás Maquiavelo, se considera que el ser que presenta un alto grado de maquiavelismo es considerado como un ser práctico, conservan su distancia con temas o situaciones emocionales, prioriza el fin que justifica los medios y considera que si algo funciona debe ser utilizado.
- **Autoestima:** Es el grado que un individuo acepta como es, por ello se quiere y valora. Aquella persona que posee un alto nivel de autoestima suele ser más arriesga al momento de buscar un nuevo empleo.

- **Auto monitoreo:** Este término se refiere a la capacidad que posee el ser humano para adaptar su conducta a los aspectos que se presenten a su entorno. Las personas que poseen un alto grado de auto monitoreo pueden cambiar su comportamiento de acuerdo a la situación que se presente, además tiene la capacidad de proyectar una imagen diferente para el entorno público y privado.
- **Toma de riesgos:** La tendencia de las personas por evitar o asumir riesgos ha manifestado tener impacto en el tiempo, es por ello que los altos directivos toman una decisión basada en la investigación requerida para hacerlo.
- **Personalidad tipo A:** Son consideradas aquellas personas que por lo general están implicadas agresivamente en una pelea por lograr superarse en corto plazo, y si considera necesario, lo hará contra los esfuerzos de otras personas o cosas.
- **Personalidad tipo B:** Son aquellas personas que no poseen ninguna de las características de la personalidad de tipo A, por lo general no padecen de inquietud, no perciben enemistad ni la exigencia de exponer sus logros a menos que la situación lo amerite, además suelen ser personas que prefieren relajarse y divertirse, trabajan sin presión y no esperan que otras personas les den mérito.

1.2.1.3 Teorías de la personalidad

- **Teoría Psicodinámica de Sigmud Freud**

Seelbach, G. (2013) afirma que Sigmund Freud es considerado el “padre del psicoanálisis”, ya que estudio la teoría de “psique humana” y la creación de la personalidad, centrandó su investigación en los pensamientos y sentimientos, lo cual lo llevo a destacar el término de la “inconciencia”, basando su teoría en tres pilares:

- Lo inconsciente: Es considerada como la parte primitiva del humano, incluye material que es difícil de conocer.
- Lo preconscious: Es aquella información a la que se puede acceder, pero es difícil de comprender debido a la forma en la que se manifiesta en cada persona. Es posible acceder a esta información a través de recuerdos, sueños o fantasías.
- Lo consciente: Tiene la función de registrar todo lo que ocurre alrededor del sujeto. Es todo aquello que la mente percibe a diario, como emociones, pensamientos, texturas, entre otros.

Seelbach G. (2013) menciona “...*estos tres elementos inconsciente, consciente y preconscious son integrados en la mente humana y que no pueden separarse, además, son característicos de la configuración de la personalidad; el psicoanálisis denomina a estos tres componentes como aparato psíquico*”.

El psicoanálisis reconoce que el aparato psíquico está constituido en su mayor parte por el inconsciente y preconscious, y en menor proporción por la parte consciente, lo cual conlleva a idealizar al ser humano como anómalo y cons- instintos negativos.

Tabla 1.

Introducción a la teoría de Freud

ASPECTOS	DESCRIPCION
Diferencias individuales	Las personas poseen diversas formas de defensa, los cuales intervienen sobre la manifestación de los elementos primitivos de la personalidad.
Adaptación y ajuste	La capacidad de trabajar y amar forma parte del bienestar mental, el “psicoanálisis” aporta una técnica para sobrellevar el segmento inconsciente.
Procesos cognoscitivos	Los mecanismos de defensa del segmento inconsciente distorsionan las experiencias consientes percibidas, por ello no son consideradas como una fuente confiable.
Sociedad	Las sociedades lidian con conflictos universales, lo cual conlleva a que las personas repriman sus propios deseos. Así mismo, se pone a prueba la religión ya se considera como un mecanismo de defensa compartido por personas que poseen las mismas creencias.
Influencias biológicas	La base de la personalidad es la motivación sexual, la herencia biológica influye sobre la inclinación sexual y las manifestaciones actuales como la homosexualidad.
Desarrollo infantil	Las circunstancias vividas al inicio de la vida del humano son de carácter sustancial para el desarrollo de la personalidad.
Desarrollo adulto	La personalidad del adulto no experimenta cambios constantes

Fuente: Cloninger, S. (2003) Teorías de personalidad (p. 35) México: Pearson educación.

En el cuadro anterior se aprecian los aspectos que caracterizan la Teoría Psicodinámica de Sigmund Freud, este autor sostiene que existen diferencias individuales entre las personas, las cuales no cambien con el pasar del tiempo. Así mismo, omite la forma en que el entorno social puede afectar la personalidad de los individuos, es decir, que su análisis se centra sólo en el individuo.

- **Teoría Humanista de Carl Rogers**

Carl Rogers denominada “enfoque centrado en la persona”, analiza al ser humano desde una perspectiva objetiva, ya que considera que el hombre es compasivo y sano por naturaleza. Además, reconoce la capacidad de adaptación que poseen los humanos, lo cual se desarrolla debido a los constantes cambio y circunstancia que debe afrontar. A esta cualidad la denomina “tendencia actualizante”, ya que identifico la necesidad innata de crecimiento y supervivencia que tiene todo ser vivo, lo cual los conlleva a alcanzar la autorrealización (Seelbach G., 2013).

En el siguiente cuadro se muestra la percepción del investigador acerca de diversos elementos, en ellos se observa que Carl Rogers toma en cuenta el papel de la sociedad sobre la personalidad del individuo, así sea que lo afecte positiva como negativamente. Por ello considera que la personalidad de las personas puede cambiar a lo largo de sus vidas.

Tabla 2.

Avances de la teoría de Rogers

ASPECTOS	DESCRIPCION
Diferencias individuales	Rogers no se enfoca en las particularidades de cada personalidad, sostienen que las personas poseen diferentes perspectivas sobre las condiciones que deben cumplir para recibir la aprobación de los demás.
Adaptación y ajuste	Rogers describe su técnica terapéutica enfocada en el usuario, siendo de dos tipos: la grupal y la individual. Sostienen que la técnica grupal permite una mayor apertura de las emociones, lo actual y la elección.
Procesos cognoscitivos	Cuando el individuo acepta las opiniones de otras personas acerca de lo debería ser, bloquea sus pensamientos y emociones.
Sociedad	El acercamiento enfocado en el individuo implica en el mejoramiento de la sociedad.
Influencias biológicas	El proceso de racionalización establecida por Rogers no toma en cuenta los elementos biológicos de la persona.
Desarrollo infantil	La crianza con afecto positivo hacia los niños contribuye con su desarrollo.
Desarrollo adulto	La personalidad de la gente puede variar durante la vida adulta, volverse más libre.

Fuente: Cloninger, S. (2003) Teorías de personalidad (p. 417) México: Pearson educación.

- **Teoría de rasgos de personalidad de Hans J. Eysenck**

Rodríguez, E. (2018) sostiene que “...*Hans Eysenck en su teoría de la personalidad está basada en factores biológicos, argumentando que los individuos heredan un tipo de sistema nervioso que afecta su capacidad de aprender y adaptarse al medio ambiente*”.

A partir de lo expuesto por la teoría en mención, los rasgos de la personalidad tienen un papel principal, ya que permiten describir y hacer predicciones sobre la personalidad de determinado individuo. Eysenck es el único autor que ha ofrecido un paradigma que permite estudiar la personalidad desde un enfoque científico (Rodríguez, E, 2018).

Rodríguez, E. (2018) sustenta “...*Eysenck consideraba los rasgos elementos fundamentales para conocer a una persona, en palabras del autor, los rasgos son factores disposicionales que determinan nuestra conducta regular y persistentemente en muchos tipos de situaciones diferentes*”.

Cada uno de estos rasgos son dimensiones continuas a lo largo de las que puede situarse a las personas. Es por ello que se puede ser entre extrovertidos e introvertidos, emocionalmente estables e inestables, y así sucesivamente. Los estudios cuantitativos han detectado reiteradamente la existencia de dichos rasgos, demostrando además una consistencia considerable de estas tres dimensiones.

- **Teoría de la personalidad de Allport**

Castillero, O. (2017) indican que “... *Allport consideraba que los patrones conductuales de cada persona son únicos y diferentes entre sujetos. A pesar de eso se considera que los seres humanos*

poseemos en general los mismos tipos de rasgos, como la dependencia, la agresividad, la sociabilidad y la ansiedad...”

Los aspectos mencionados previamente, se relacionan con dos términos esenciales dentro del análisis de la personalidad, los cuales son el “temperamento y el carácter”.

Según Castillero, O. (2017) sostienen que Allport G. menciona que “... *el temperamento es un fenómeno naturalmente emocional*”, es decir, que se puede presentar a casusa de factores genéricos o hereditarios, pues los individuos reaccionan de manera rápida frente a la motivación ambiental y por lo tanto su estado puede variar de acuerdo a las circunstancias que atraviese.

Allport G. resaltó la relevancia de los componentes individuales en la definición de la personalidad, señaló que debe existir una motivación perenne en la vida del humano, concordó con Freud con respecto a que la motivación está determinada por los inclinaciones sexuales, pero difiere de él en cuanto esta determinación sea de manera indefinida, ya que Allport considera que el predominio de los instintos sexuales no perdura de la misma forma a lo largo de la vida (Castillero, O., 2017).

1.2.1.4 Características de la personalidad

Torres, A. (2017) considera que, si la característica se presenta con mayor frecuencia en diferentes situaciones, se vuelve más relevante en la descripción del individuo. Han determinado que se evidencia dieciséis factores de la personalidad, las cuales son consideradas como las fuentes del comportamiento humano, dichos elementos son:

- *“Reservado vs. Extrovertido*
- *Menos inteligente vs. Más inteligente*
- *Sumiso Vs. Dominante*

- *Afectado por sentimientos vs. Estable emocionalmente*
- *Serio vs. Alegre*
- *Egoísta vs. Consciente*
- *Tímido vs. Aventurado*
- *Realista vs. Sensitivo*
- *Confiado vs. Suspica*
- *Práctico vs. Imaginativo*
- *Directo vs. Astuto*
- *Seguro de mismo vs. Aprensivo*
- *Conservador vs. Experimentador*
- *Dependiente del grupo vs. Autosuficiente*
- *Sin control Vs. Controlado*
- *Relajado vs. Tenso”*

1.2.1.5 Dimensiones de la personalidad

Según Baltazar, D. y Chirinos, J (2014), existen cinco dimensiones de la personalidad, las cuales fueron definidas relativas a la personalidad que sugieren con el paso del tiempo, dichos elementos son:

- **Energía:** Suelen ser personas muy dinámicas, activa e intensa, sobresaliente y que tiene facilidad de palabra. Posee dos subdimensiones “dinamismos y dominancia”.
- **Afabilidad:** Suelen ser personas cooperativas, amables, altruistas, amigable, generosas y empática. Posee los subdimensiones: “cooperación o empatía y cordialidad o amabilidad”.
- **Tesón:** Comprende a las personas que son muy pensativas, organizadas, rápidos y constantes. Posee las subdimensiones “escrupulosidad y perseverancia”

- **Estabilidad emocional:** Son personas poco ansiosas, sensibles, conmovedoras e impulsiva, impaciente e irritable. Posee los subdimensiones “control de emociones y control de impulsos”.
- **Apertura Mental:** Esta dimensión se refiere al sujeto cultural, instruido e interesado por nuevas vivencias, dispuesta contactarse con personas de diferentes costumbres. Posee las subdimensiones “apertura a la cultura y apertura a la experiencia”.

Cada uno de estos factores se manifiesta de diferente forma en cada persona, va desde la omisión hasta una manifestación imponente. Existen diversas herramientas para analizar el nivel de estas variables, sin embargo, la más empleada es el cuestionario Big Five, ya que analiza específicamente dichos elementos.

1.2.1.6 Cuestionario Big Five

En su tesis titulada Desarrollo de un Nuevo Instrumento de Evaluación: El Cuestionario Breve de Personalidad hace referencia al psicólogo Caprara Vittorio (1993) *“La teoría de los cinco grandes o Big Five ha tenido gran aceptación en los últimos años entre las diferentes teorías y algunos modelos que estudian la personalidad humana. Este instrumento considera que la personalidad está conformada por cinco subdimensiones: Energía, afabilidad, tesón, estabilidad emocional y apertura mental”* (Torreblanca, L., 2017).

El modelo Big Five fue propuesto como una tentativa de conciliación y combinación de los múltiples puntos de vista de los teóricos que analizaron la personalidad humana. En este cuestionario se incluyen las prácticas de investigación “lexicográfica y factorialista”, por un lado, la investigación “lexicografía” hace referencia a las diferencias más resaltantes recopiladas con lenguaje cotidiano, mientras que la investigación “factorialista” evalúa los vínculos existentes entre lo

descriptores de la personalidad que describen sus factores (Giribaldi, M., 2016).

Según Giribaldi, M. (2017), en su tesis *“Este modelo propone 5 dimensiones fundamentales para la descripción y evaluación de la personalidad (...) en cada uno de los Big Five se han identificado dos subdimensiones, cada una de las cuales hace referencia a distintos aspectos de la propia dimensión”* (pag.15).

Tabla 3.
Dimensiones y subdimensiones del Big Five

DIMENSION	ENERGIA	AFABILIDAD	TESON	ESTABILIDAD EMOCIONAL	APERTURA MENTAL
SUB DIMENSIONES	Dinamismo	Cooperación	Escrupulosidad	Control de emociones	Apertura Mental
	Dominancia	Cordialidad	Perseverancia	Control de impulsos	Apertura a la experiencia

Fuente: Elaboración propia

Torreblanca, L. (2017) en su tesis sostiene que *“...el Big Five consta de 132 ítems, de los cuales cada subdimensión está integrada por 12 elementos, la mitad de ellos son expresadas en forma positiva y la otra mitad de forma negativa, con la finalidad de evitar sesgos en las respuestas.”* Las preguntas se encuentran distribuidas de la siguiente manera:

- “Energía (pregunta 1, 7,13, 19, 25, 31, 37, 39, 51, 53, 59, 61, 68, 71,73, 78, 94, 95, 99, 102, 114, 117, 121, 123),
- Afabilidad (pregunta 4, 10, 16, 22, 28, 34, 40, 44, 48, 52, 64, 65, 70, 74, 86, 88, 93, 100, 108, 109, 111, 126, 128, 130),
- Tesón (pregunta 2, 8, 14, 20, 26, 32, 38, 46, 49, 54, 57, 66, 75, 79, 82, 85, 96, 106, 107, 110,115, 125, 129, 132),

- Estabilidad emocional (pregunta 3, 9, 14, 21, 27, 33, 43, 45, 50, 58, 62, 63, 69, 76, 81, 83, 89, 91, 98, 104, 116, 119, 120, 122)
- Apertura mental (pregunta 5, 11, 17, 23, 29, 35, 41, 42, 47, 55, 56, 60, 67, 72, 77, 87, 90, 97, 103, 105, 112, 118, 124, 131)”

1.2.2 Calidad de Servicio

1.2.2.1 Calidad

Cuatrecasas & Gonzáles (2017) definen la calidad como *“el conjunto de características que posee un producto o servicio, así como su capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario”*(p.15). En este sentido, la calidad supone que el producto o servicio debe cumplir las funciones para la cual fue creado y deberán ajustarse a los requerimientos de los clientes.

Por otro lado, existen diversas teorías que estudian la calidad, cuyo aporte ha sido de gran importancia en la evolución de la gestión de la calidad que actualmente permiten que las empresas establezcan diseños que se adecuen a su sistema organizacional y contribuya con su desarrollo continuo.

1.2.2.1.1 Teorías de la calidad

Los aportes más relevantes hechos a lo largo del estudio de la calidad fueron desarrollados por diversos autores como Edwards Deming, Joseph Juran, Kaoru Ishikawa, Philip B. Crosby, Keizen, entre otros. En la siguiente tabla se muestra un resumen de las principales filosofías y teorías de la calidad:

Tabla 4.**Filosofías y teorías de la calidad**

AUTOR	FILOSOFÍA / TEORÍA	CONCEPTOS PRINCIPALES
Edwards Deming (1990-1993) Estadístico estadounidense	Calidad Total	<ul style="list-style-type: none"> - Control estadístico de procesos - Ciclo PDCA (planificar, desarrollar, controlar y actuar)
Joseph M. Juran (1954) Ingeniero, abogado y asesor rumano	Trilogía de Juran - Planificar - Control - Mejora	<ul style="list-style-type: none"> - Precisar el mercado, sus necesidades, características del producto/servicio. - Diseñar el proceso productivo. - Comparar producto vs objetivos de calidad. - Implantar metas de mejora continua. - Planificar el logro de las metas - Comunicar los resultados.
Kaoru Ishikawa (1915-1989) Ingeniero, catedrático, consultor japonés.	Normalización industrial para el fortalecimiento de la productividad	<ul style="list-style-type: none"> - Primero la calidad, luego la utilidad. - Orientación hacia el cliente. - Resultados a largo plazo. - Medición de resultados. - Ofrecer reconocimientos - Mejora continua
Philip B. Crosby (1980's)	Cero defectos Cultura Preventiva	<ul style="list-style-type: none"> - Proceso de mejoramiento de la calidad en 14 pasos. - Cuatro principios de la calidad: cumplimiento de requisitos, prevención, estándar de realización y medición de la calidad.
TQM – Total Quality Management (1960's)	Teoría de la calidad total (Se considera como una cultura de calidad y cambio organizacional)	<ul style="list-style-type: none"> - Mejoramiento de la calidad. - Medición de la calidad - Cambio de cultura organizacional - Liderazgo - Promovió el programa TQM/ CQI (Continuos Quality Improvement)
Kaizen. Ventaja competitiva japonesa (1960's)	Teoría de la calidad total de los Japoneses	<ul style="list-style-type: none"> - La cultura de la calidad se centra en las personas, luego de los productos. - Ciclo EHRA (estandarizar, hacer, revisar y actuar), adaptación de ciclo Deming - Enfoque transversal. - La variación de la calidad tiene impacto directo sobre los costos y las personas.

Fuente: Chacón, J. y Rugel, S. (2018). Teorías, modelos y sistemas de gestión de calidad. Revista Espacios Vol. 39, pág. 14.

1.2.2.2 Servicio

Existen diversas definiciones sobre el servicio, sin embargo García, A. (2016) considera tres criterios para su definición: el servicio como producto de la empresa, el servicio como valor agregado y el servicio al cliente.

La autora hace referencia a Zeithaml y Bitner (2002), quienes consideran que *“...el servicio es el ofrecimiento intangible resultado del proceso de producción de la organización, mientras que, el servicio al cliente se proporciona con el fin de respaldar los productos básicos de las empresas, bien sean inmateriales o tangibles....”* (p.385).

A través de las definiciones anteriores, se identifica la diferencia entre el servicio como producto de la empresa y el servicio al cliente, donde el segundo concepto hace alusión al soporte que la empresa brinda al usuario a fin de respaldar el producto o servicio recibido.

Por otro lado, García, A. (2016) hace referencia al triángulo de servicio propuestos por Albrecht en el 2006, quien contempla la interacción de tres elementos responsables de la optimización del servicio:

- **La estrategia del servicio:** Son medidas establecidas para la unificación de los niveles organizacionales a fin de canalizar los procesos de la empresa hacia la satisfacción de los requerimientos de sus clientes.
- **Empleados:** Representan el enlace directo con el público, deben ser capacitados y asumir la responsabilidad de orientar su desempeño hacia la satisfacción del cliente.
- **Los sistemas orientados al cliente:** Deben ser diseñados tomando en cuenta los intereses, gustos y preferencias de los clientes por encima de los intereses de la compañía.

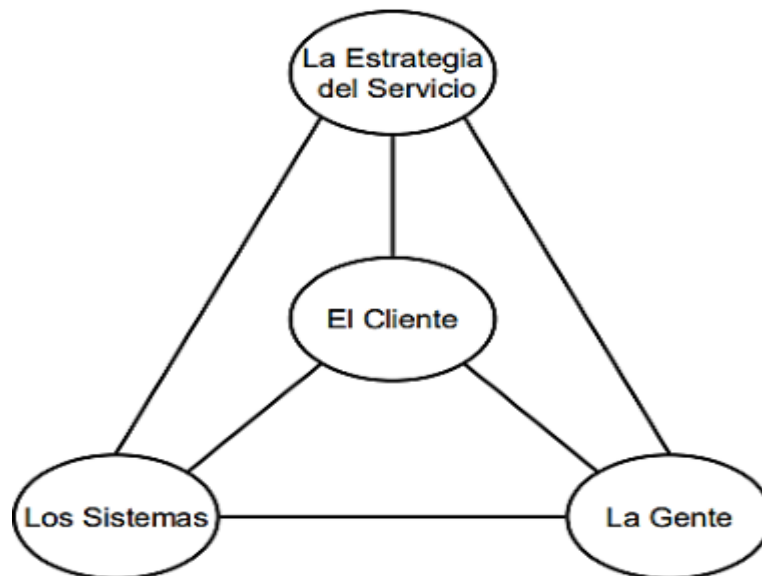


Figura 1. Triángulo de servicio. Fuente: Albrecht (2006)

Según García, A. (2016), Albrecht también se refiere al servicio como valor agregado, ya que considera este influye directamente sobre la lealtad del cliente y su reincidencia de compra. Además, la autora hace referencia a Leeppard y Molyneux (2000), quienes consideran que el servicio como valor agregado representa el esfuerzo de la empresa por destacarse, haciendo que el usuario se sienta importante, donde influye la cortesía y receptividad en los encuentros con el cliente.

1.2.2.2.1 Características de los servicios

García, A. (2016) considera que los servicio poseen características inherentes que los diferencian de los productos, dichos aspectos también son propias del servicio al cliente. La autora describe las siguientes características:

- **Intangibilidad:** El servicio no es algo material, representa un beneficio para quien lo compra. La naturaleza intangible de los servicio conlleva complicaciones para el mercadeo ya que es complicado inventariarlos, son susceptibles a la imitación ya que no se pueden patentar, es difícil para los clientes evaluarlos y complicado para la empresa definir argumentos de venta para la publicidad, entre otros.

- **Integral:** Todos los colaboradores de la empresa tienen un nivel de responsabilidad en la producción del servicio, ya que cada uno de ellos interviene en el resultado final que se entrega al cliente. Por ello es imperativo que exista armonía en los procesos que se desarrollan entre varias áreas de la organización, deben desempeñarse como un conjunto integrado.
- **Heterogeneidad:** El nivel de desempeño de un servicio depende de la persona que lo ejecuta y la situación en la que se lleva a cabo, así como la percepción de este depende de la persona que lo adquiere, considerando que en ocasiones el usuario relaciona el servicio con el empleado. La autora sostiene que la falta de homogeneidad impide garantizar la calidad del servicio de forma permanente.
- **Producción y consumo simultáneo:** Se refiere a que el servicio es producido y consumido de forma simultánea, el usuario forma parte del proceso e intercambia opiniones con otros usuarios. En este momento el empleado debe tomar consciencia de la importancia del papel que desempeña como productor del servicio.
- **Perecederos:** La naturaleza propia de los servicios hace que estos no puedan ser conservados, almacenados, devueltos o revendidos. Este hecho conlleva a complicaciones para su mercadeo, ya que no es posible prever la demanda y por ello es necesario establecer estrategias sólidas para compensar y recobrar al cliente.
- **Promesa básica:** Al ofrecer el servicio al cliente, será posible medir si este es coherente con sus expectativas. Por lo tanto, cuando el cliente decida tomar el servicio, la empresa debe asumir su oferta y cumplir con lo prometido en un inicio.
- **Satisfacción:** Considerando que el servicio se produce y consume simultáneamente, la satisfacción del usuario dependerá de la forma como se aproveche ese momento.

- **Valor agregado:** Es un aporte adicional que provocan emociones positivas en el usuario, minimizando los aspectos negativos ocasionados por inconveniente.

El servicio es un proceso que se lleva a cabo de diversas maneras, dependiendo del desempeño del prestamista del servicio y la postura del usuario. Por ello es importante que la empresa establezca protocolos y estrategias a seguir antes, durante y después de llevado a cabo el servicio, ya que de esta manera podrá identificar posibles errores a fin de evitarlos, resolverlos y superarlos.

1.2.2.3 La calidad en los servicios

Cuatrecasas & Gonzáles (2017) afirman que la calidad en los servicios se relaciona directamente con la satisfacción del cliente, donde se interrelacionan tres factores: responsabilidad de la dirección, recursos humanos y materiales, y sistema de calidad estructurado.

Asimismo, los autores hacen referencia a las características de la calidad en los servicios según las normas ISO:

- Mejorar la presentación del servicio y la satisfacción del cliente.
- Mejorar la productividad, la eficacia y reducir costes.
- Mejorar el mercado.

Dichas características suponen realizar esfuerzos para gestionar los procesos sociales, considerando la interacción humana como un factor esencial de la calidad de servicio, desarrollar las habilidades y aptitudes de los colaboradores, así como motivarlos hacia la mejora de la calidad a fin de alcanzar o superar las expectativas de los clientes (Cuatrecasas & Gonzáles, 2017).

Así mismo, los autores consideran que la calidad del servicio está orientada a equiparar o superar las expectativas de los clientes con respecto al servicio. Por lo tanto las exigencias de los usuarios representan los requisitos de la calidad de servicio.

1.2.2.4 Modelos de calidad de servicio

1.2.2.4.1 Modelo de calidad Grönroos

Los ingenieros Torres, M. y Vásquez, C. (2015), sostienen que este modelo fue presentado en 1984 por Christian Grönroos, pionero de la escuela nórdica de marketing, en el cual propone la integración de tres componentes:

- **Calidad técnica:** Hace alusión a lo que representa el servicio recibido para el usuario, representa el carácter objetivo de la calidad.
- **Calidad funcional:** Se refiere a la forma como el usuario recibe el servicio, está relacionado al trato recibido por el personal.
- **Imagen corporativa:** Representa la forma como el usuario percibe a la compañía como consecuencia del servicio prestado. Este componente es el filtro de las dimensiones antes mencionadas.

Asimismo, Sandoval, R., Hinojosa, J. y Sandoval, M., (2017), consideran que este modelo, también conocido como imagen corporativa, plantea que los clientes son influidos por el resultado del servicio, involucrando tanto la calidad técnica (lo que se da) como la calidad funcional (la manera como se da); ya que analiza las diferencias entre el servicio brindado y la percepción del servicio, conllevando a la evaluación de la calidad percibida a fin de cumplir con las expectativas del cliente.

Respecto a la definición de calidad, Grönroos (1984, citado por Torres, M. y Vásquez, C., 2015), considera que *“es el resultado de un proceso de evaluación donde el usuario compara sus expectativas con la percepción del servicio que ha recibido (...) es la brecha entre la calidad esperada y la experimentada...”* (p.63).

El concepto descrito en el párrafo anterior deja notar el énfasis que Grönroos daba a los usuarios, ya que consideraba que conocer sus expectativas era necesario para mejorar la calidad del servicio y lograr la satisfacción de los clientes.

1.2.2.4.2 Modelo de los tres componentes de Rust y Oliver

El modelo comprende tres elementos que están presentes tanto en empresas de servicios como de bienes. Porras, F. y Prieto, L. (2014) describen en que consiste cada componente:

- El servicio y sus características, es el diseño del servicio que se desarrolla antes de entregarse al cliente, las propiedades del servicio se establecen de acuerdo con su mercado objetivo, tomando en cuenta sus expectativas.
- El proceso de envío o entrega del servicio, el cual conlleva a establecer parámetros comparativos considerando las expectativas de los usuarios.
- El ambiente en el que se lleva a cabo el servicio, comprende el ambiente interno que se enfoca en la cultura organizacional y, el ambiente externo que se enfoca en el aspecto físico de las instalaciones donde se lleva a cabo el servicio.

1.2.2.4.3 Modelo Service Quality “SERVQUAL”

Según Torres, M. y Vásquez, C. (2015), el modelo SERVQUAL fue presentado por los investigadores Parasuraman, Berry y Zeithaml de la escuela americana de marketing en el año 1988 como resultado de la simplificación de su modelo inicial denominado “*modelo conceptual de la calidad de servicio fundamentado en la teoría de las brechas*”, obteniendo como resultado el análisis de 5 dimensiones para la valoración de la calidad de servicio:

- **Empatía:** Es el interés y la atención individualizada que se presta para cada cliente.
- **Fiabilidad:** Habilidad de llevar a cabo el servicio según lo ofrecido, de forma íntegra y cuidadosa.
- **Seguridad:** Hace referencia al juicio y atención que brindan los empleados y su habilidad para infundir fe y confianza a los clientes.
- **Capacidad de respuesta:** Es la predisposición y voluntad para ayudar a los usuarios a fin de brindar un servicio eficiente.
- **Elementos tangibles:** Es el aspecto de la infraestructura, mecanismos, personal y material informativo que brinda la organización.

Parasuraman, Berry y Zeithaml desarrollaron un instrumento de 44 ítem, 22 de los cuales analizan las expectativas de los usuarios y los demás evalúan sus percepciones del servicio brindado. De tal forma que cuando las expectativas son aventajadas se considera que el servicio tiene una calidad excelente, caso contrario será considerada como una calidad insuficiente, pero si ambos factores llegan a un equilibrio el

servicio se define de calidad satisfactoria (Torres, M. y Vásquez, C, 2015).

1.2.2.4.4 Modelo Service Performance “SERVPERF”

Según Torres, M. y Vásquez, C. (2015), el modelo SERVPERF surgió de las críticas realizadas al modelo SERVQUAL. En 1992, Joseph Cronin y Steven Taylor proponen un modelo alternativo basado únicamente en las percepciones que los usuarios sostienen sobre el servicio, dejando de lado el análisis de las expectativas debido a la escasa evidencia de que los usuarios valoren la calidad de un servicio basados en la diferencia entre sus expectativas y percepciones.

El modelo SERVPERF incluye los mismos ítems y dimensiones del modelo SERVQUAL, con la diferencia de que excluye la sección que analiza las expectativas. Dejando entrever una de sus ventajas que es la simplicidad, lo cual permite que las respuestas de los encuestados sean más precisas.

Debido a que el modelo SERVPERF, se basa en la percepción del desempeño del servicio, es considerada la mejor opción para medir la calidad propia, su mayor ventaja es que detalla la variación completa en la medida de la calidad y posee destacadas propiedades psicométricas, en término de validez y eficacia operacional (Porras, F. Y Prieto, L., 2014).

El instrumento de este modelo es válido y viable, que puede ser adaptada y aplicada en diversas organizaciones, ya que permite comprender fácilmente la percepción que tiene el usuario con respecto al servicio recibido. Este modelo evalúa la calidad de servicio considerando cinco dimensiones, tales como la tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía (Porras, F. Y Prieto, L., 2014).

Tabla 5.
Dimensiones del Modelos SERVPERF

ITEM	ASPECTO VALORADO	DIMENSIÓN
1	Equipamiento de aspecto moderno	Elementos
2	Instalaciones físicas visualmente atractivas	Tangibles
3	Apariencia pulcra de los colaboradores	
4	Elementos tangibles atractivos	
5	Cumplimiento de promesas	Fiabilidad
6	Interés en la resoluciones problemas	
7	Realiza el servicio a la primera	
8	Concluir con el plazo prometido	
9	No cometer errores	
10	Colaboradores comunicativos	Capacidad de
11	Colaboradores rápidos	Respuesta
12	Colaboradores dispuestos	
13	Colaboradores que responden	
14	Colaboradores que transmiten confianza	Seguridad
15	Cientes seguros con su proveedor	
16	Colaboradores amables	
17	Colaboradores bien informados	
18	Atención individualizada al cliente	Empatía
19	Horario conveniente	
20	Atención personalizada	
21	Preocupación por los intereses de los clientes	
22	Comprensión de las necesidades de los clientes	

Fuente: Asociación cultural y científica iberoamericana (2018). Un análisis de los principales indicadores de calidad de los aeropuertos de España, Chile, Brasil y Perú, pág. 27.

Los aspectos de valoración indicados en la tabla anterior dan origen al instrumento del modelo SERVPERF, el cual viene a ser un cuestionario conformado por 22 ítems, a las cuales se da respuesta de acuerdo a una escala tipo Likert. Cabe mencionar que Porras F. y Prieto, L. (2014) sostienen que la calidad percibida no puede ser medida de la misma forma para todos los servicios, por ello es necesario ajustar los parámetros de la escala a las características del servicio a evaluar.

1.2.2.5 Satisfacción del cliente

Actualmente muchas empresas consideran que lograr la satisfacción de sus clientes es un requisito para su desarrollo y permanencia en el mercado, es por ello que mantener satisfecho a cada cliente se ha convertido en un objetivo organizacional, donde cada área está involucrada a fin de contribuir con el éxito de la compañía.

Campiña, G. y Fernández, M. (2016) hacen referencia al significado de satisfacción del cliente atribuido por Philip Kotler, quien considera que *“...es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento de un producto o servicio con sus expectativas”* (p.92).

La definición de satisfacción de cliente ha ido cambiando a lo largo del tiempo, por ello es necesario conocer los factores que forman parte de dicha satisfacción y su importancia.

1.2.2.5.1 Naturaleza de la satisfacción del cliente

Según Porras F. y Prieto, L. (2014), existen diversos enfoques que definen la satisfacción, sin embargo, la definición de la satisfacción del cliente depende de la forma como se conceptualiza la satisfacción. Los autores consideran dos teorías sobre la motivación del ser humano que

pueden ser aplicados para analizar la naturaleza de la satisfacción del cliente:

- **Teoría de la equidad:** Considera que la satisfacción se origina cuando el individuo percibe que el resultado obtenido está equilibrado con el coste, tiempo y esfuerzo invertido, la persona analiza la relación costo beneficio.
- **Teoría de las expectativas:** Propone que las expectativas son formadas previo a la compra del producto o servicio, una vez realizada la compra la persona compara sus expectativas con el desempeño real de lo recibido, produciéndose una disconformidad positiva (cuando el bien o servicio supera las expectativas), disconformidad negativa (cuando el bien o servicio es inferior a lo deseado) o una simple confirmación (cuando el bien o servicio es igual a lo esperado).

1.2.2.5.2 Niveles de satisfacción del cliente

Campiña, G. y Fernández, M. (2016) consideran que una vez realizada la compra del bien o servicio, la persona puede sentir alguno de los siguientes niveles de satisfacción:

- **Insatisfacción:** se origina cuando el desempeño percibido del bien o servicio no alcanza las expectativas de la persona.
- **Satisfacción:** se origina cuando el desempeño percibido del bien o servicio coincide con las expectativas de la persona.
- **Satisfacción total:** se origina cuando el desempeño percibido del bien o servicio supera las expectativas de la persona.

1.2.2.5.3 Beneficios de la satisfacción del cliente

Campiña, G. y Fernández, M. (2016) sostienen la satisfacción del cliente puede traer múltiples beneficios a la empresa, sin embargo consideran que estos se resumen en 3 grandes beneficios:

- **Lealtad:** el cliente realizará futuras compras del mismo producto o servicio más otros que la empresa ofrezca.
- **Difusión gratuita:** el cliente satisfecho comparte su agradable experiencia con amigos familiares.
- **Participación en el mercado:** el cliente satisfecho deja de lado los productos o servicios de la competencia.

1.2.2.5.4 Cómo evalúa el cliente el servicio

CEPAM (2013) indica que la atención y el servicio no son lo mismo, el cliente está pendiente en todos los detalles. Es por ello que se existen cinco elementos básicos a valorar para mantener un eficiente control sobre los procesos de atención al cliente, dichos elementos son:

- **Elementos tangibles:** Comprende la infraestructura, la maquinaria, aspecto del personal, recursos de comunicación y exposición de productos.
- **Cumplimiento:** Implica llevar a cabo el servicio prometido, cumpliendo con todas las especificaciones ofrecidas.
- **Disposición:** Se refiere a la voluntad que demuestran los colaboradores para atender y orientar a los clientes.

- **Cuidado del personal:** Los colaboradores que tienen trato con los clientes directamente deben conocerlo, entender sus necesidades y mantener una comunicación permanente y activa.

1.2.2.5.5 La comunicación con el cliente

La comunicación es un elemento de alta importancia, ya que de ello depende que la empresa establezca vínculos duraderos con sus clientes. Al comunicarse con el cliente es importante prestar atención a las expresiones verbales y no verbales a fin de transmitir el mensaje correcto.

Al respecto, CEPAM (2013) explica en que consiste la comunicación verbal y no verbal:

- **Comunicación verbal:** Este tipo de comunicación emplea palabras habladas o escritas para transmitir el mensaje, ésta debe ser coherente con la “vía oral”, entre sus elementos se encuentran: el volumen o intensidad de la voz, el acento, el tono y entonación, uso de lenguaje y el saber escuchar.
- **Comunicación no verbal:** También es conocida como lenguaje corporal, el cual se produce al sostener un encuentro físico, ya que el mensaje se expresa a través de expresiones faciales, contacto ocular, gestos y movimientos del cuerpo; a través de los cuales se manifiestan las emociones y sentimientos.

1.2.3 Operador Logístico New Transport

1.2.3.1 Generalidades (SUNAT)

- Numero de ruc: 20253319403 – New Transport s.a.
- Tipo de contribuyente: sociedad anónima
- Domicilio fiscal: Av. Roosevelt Nro. 5790 int.501 lima-lima-Miraflores
- Establecimiento anexo: Av. Elmer Faucett nro. S/n int. 210 centro aéreo comercial prov. Const. del Callao - prov. Const. del Callao - Callao
- Fecha de Inicio de Actividades: 24/06/1994
- Actividad económica: Otras actividades de apoyo al transporte
- Actividad de comercio exterior: Importador/ Exportador
- Página Web: www.newtransport.net

1.2.3.2 Perfil de la empresa

Operador logístico con más de 20 años de experiencia en operaciones de comercio exterior, especializado en el manejo de productos perecibles. Esta organización se ha desarrollado a través de los años de tal manera que actualmente tiene la capacidad para brindar un servicio integral a sus clientes, personalizando su atención según las necesidades de cada usuario, con la finalidad de alcanzar el reconocimiento a nivel mundial. Esta compañía cuenta con 130 colaboradores y 125 clientes. (New Transport SA, 2018).

1.2.3.3 Misión

Según New Transport SA (2018): “Ofrecemos soluciones logísticas innovadoras y confiables que permiten a nuestros clientes gestionar una cadena de suministro dinámica y eficiente”.

1.2.3.4 Visión

Según New Transport SA (2018), su visión es *“Ser reconocidos a nivel mundial por brindar servicios logísticos personalizados a través de soluciones a la medida para nuestros clientes”*.

1.2.3.5 Valores



Figura 2. Valores corporativos de Ne Transport. Fuente: New Transport SA (2018)

1.2.3.6 Servicios

Según New Transport SA (2018), la compañía se enfoca en brindar servicios personalizados a sus clientes, tomando en cuenta los requerimientos de cada uno de ellos. Por ello han diseñado un proceso flexible con un sistema hecho a la medida, además posee una gran red

de representantes alrededor del mundo, lo cual le permite tener presencia en diversos países a fin de ofrecer un servicio integral puerta a puerta. Los principales servicios que ofrece este operador logístico son:

- Transporte aéreo, marítimo y terrestre
- Gestión aduanera
- Logística integral (exportaciones e importaciones)
- Asesoría en manejo de carga perecible (especialización)
- Servicios complementarios:
 - * Seguro de transporte
 - * Inspecciones fitosanitarias y cold treatment
 - * Certificado de origen
 - * Envío de documentación original a destino
 - * Asesoría en procedimientos aduaneros

1.3 Definiciones conceptuales

- **Amabilidad:** Es un valor social que se funda en el respeto, el afecto y benevolencia en nuestra forma de relacionarnos con el otro.
- **Apariencia del personal:** Relacionado con la higiene personal, vocabulario empleado, compostura y uso de uniforme representativo de la empresa.
- **Apertura a la cultura:** Actividad realizada para designar a todos los hechos, eventos, situaciones culturales.
- **Apertura a la experiencia:** Es un rasgo de personalidad vinculado al modelo de los cinco grandes (Big Five). Las personas creativas, imaginativas y con afición a la innovación suelen tener un mayor nivel de apertura a las experiencias que aquellos sujetos con características de personalidad rígida.
- **Atención personalizada:** Es la atención única y especial que la empresa brinda a sus clientes, tomando en cuenta las necesidades, gustos y preferencias de cada uno de ellos.
- **Atención oportuna:** Comprende el tiempo que los usuarios esperan para ser atendidos, ya sea un requerimiento de forma presencial o por vía telefónica.
- **Calidad:** La norma ISO 9000 define la calidad como la integración de las características que determinan en qué grado un bien o servicio satisface las necesidades del consumidor.
- **Calidad de servicio:** Consiste en la discrepancia entre las expectativas del usuario y la percepción del servicio recibido.

- **Cliente:** Son aquellas personas que acuden a las empresas en busca de un producto o servicio, una vez obtenido lo retribuyen mediante dinero.
- **Comportamiento de confianza:** Se refiere a la sensación de seguridad y esperanza en el promotor de servicio y en el personal de áreas operativas de la empresa reflejan a través de su forma de actuar.
- **Conocimiento del personal:** Capacidad del personal para desempeñar sus labores con relevante capacidad y diligencia.
- **Control de emociones:** El control emocional se refiere a regular nuestros estados de ánimo y mejor aún, cambiarlos a nuestro antojo
- **Control de impulsos:** Los trastornos del control de impulsos se caracterizan por la incapacidad consistente de dejar de realizar ciertas acciones dañinas para uno mismo o para otros y son un conjunto de trastornos de salud mental.
- **Cuestionario Big Five:** Entre las distintas teorías y modelos descriptivos de la personalidad, en los últimos años ha tenido una gran aceptación la teoría de los Cinco Grandes ("Big Five"), que considera que existe cinco dimensiones fundamentales en la personalidad humana. Este cuestionario es el primero elaborado en Europa y basado en esta teoría, consta de 132 elementos de respuesta múltiple (tipo Likert) que miden las dimensiones.
- **Cumplimiento de ofrecimiento:** Es el conjunto de estímulos mediante los que un objeto proporciona a un organismo (agente) la oportunidad de realizar una acción.
- **Eficiencia laboral:** Muestra la profesionalidad de una persona competente que cumple con su deber de una forma asertiva realizando una labor impecable.

- **Desempeño laboral:** Es el rendimiento laboral y la actuación que manifiesta el trabajador al efectuar las funciones y tareas principales que exige su cargo en el contexto laboral específico de actuación, lo cual permite demostrar su idoneidad.
- **Dinamismos:** Se habla de dinamismo cuando se quiere aludir a que algo o alguien posee una energía o fuerza para la acción o la consecución de un objetivo
- **Dominancia:** Es una relación entre alelos de un mismo ge, en el que uno enmascara la expresión, el fenotipo de otro alelo en el mismo locus.
- **Empatía:** La empatía es la intención de comprender los sentimientos y emociones, intentando experimentar de forma objetiva y racional lo que siente otro individuo. La empatía hace que las personas se ayuden entre sí. Está estrechamente relacionada con el altruismo – el amor y preocupación por los demás – y la capacidad de ayudar.
- **Equipos:** Se refiere a la tecnología física que se emplea en la empresa, para la comodidad y demanda de los clientes.
- **Escrupulosidad:** Es un rasgo de la personalidad que se caracteriza por una actitud cautelosa y vigilante. Las personas escrupulosas tienden a ser eficientes y organizadas, en lugar de relajadas y desordenadas.
- **Horarios de atención:** Tiempo de atención al público, se prolonga desde la apertura de sus oficinas hasta el término de la jornada laboral.
- **Instalaciones:** Conjunto de elementos o servicios que están considerados como necesarios para que una organización pueda funcionar o bien para que una actividad se desarrolle efectivamente.

- **Publicidad:** Estrategia que permite que las empresas se den a conocer a su público y puedan lograr que se incrementen sus ventas.
- **SERVPERF:** Modelo que mide de la calidad en el servicio, presta exclusiva atención a la valoración del desempeño (service performance).
- **Cero defectos:** Evitar errores y corregirlos desde sus inicios en lugar de buscar soluciones a defectos vistos posteriormente.
- **Operador logístico:** Es una empresa que, por encargo de su cliente, diseña los procesos de una o varias etapas de su cadena de suministro, como son el aprovisionamiento, transporte, almacenaje y distribución.
- **Perseverancia:** Se conoce como perseverancia a la duración permanente o continua de una cosa o la firmeza y constancia en una acción. La perseverancia se aplica tanto en las ideas, como en las actitudes, en la realización de algo, en la ejecución de propósitos o en las resoluciones del ánimo.
- **Personal cortes:** Se refiere a la cualidad de respeto y cortesía por parte del personal.
- **Personalidad:** Es la diferencia individual que distingue una persona de otra, como tal, la personalidad es el término que describe y permite dar una explicación teórica del conjunto de peculiaridades que posee un individuo que lo caracteriza y lo diferencia de los otros.
- **Predisposición:** Se refiere a la intención de apoyo y explicación eficaz que ofrece el personal ante alguna duda sobre el servicio o algún problema que tenga el cliente.
- **Relaciones humanas:** Son vínculos físicos o emocionales que se generan entre dos o más personas a través de formas de comunicación.

- **Relaciones laborales:** Son los vínculos que se establecen en el ámbito del trabajo, por lo general, hacen referencia a las relaciones entre el trabajo y el capital en el marco del proceso productivo.
- **Tiempo de operación:** Tiempo que le toma al colaborador el realizar el servicio solicitado por el cliente.

CAPITULO II: HIPOTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de Hipótesis y derivadas

2.1.1 Hipótesis General

La personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.

2.1.2 Hipótesis Específicas

- a) La energía de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.

- b) La afabilidad de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.

- c) El tesón de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.

- d) La estabilidad emocional de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.

- e) La apertura mental de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.

2.2 Variables y definición operacional

2.2.1 Variables

Tabla 6.
Definición operacional de la variable personalidad (X)

VARIABLE X	DIMENSIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES
PERSONALIDAD	Energía	La forma de ser de las personas es: dinámicos, activos	<ul style="list-style-type: none"> • Dinamismo • Dominancia
	Afabilidad	La forma de actuar de las personas es: altruista, amigables, generosos.	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperación / empatía • Cordialidad / Amabilidad
	Tesón	La forma de ser como reflexivas, ordenadas diligentes	<ul style="list-style-type: none"> • Escrupulosidad • Perseverancia
	Estabilidad emocional	La forma de ser de las personas es: emotivas, tranquilas, de buen humor, estables	<ul style="list-style-type: none"> • Control de emociones • Control de impulsos
	Apertura mental	La forma de ser de las personas es: Relacionarse con otras costumbres distintas a las del él	<ul style="list-style-type: none"> • Apertura a la cultura • Apertura a la experiencia

Fuente: En base a los criterios de Caprara, G., Barbaranelli, C. y Borgogni, L., 1995.

Tabla 7.
Definición operacional de la variable calidad de servicio (Y)

VARIABLE Y	DIMENSIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADOR
CALIDAD DE SERVICIO	Empatía	Conocimiento de atender a los demás como se desearía que lo atiendan a uno.	<ul style="list-style-type: none"> • Atención individualizada • Horarios de atención • Preocupación de intereses del usuario
	Capacidad de respuesta	Conocimiento de ofrecer oportunamente sus servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Información oportuna • Servicio rápido • Disposición de ayuda
	Seguridad	Conocimiento de sus operaciones para que tengan cero errores	<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento de confianza • Conocimiento de procesos • Personal cortés
	Fiabilidad	Conocimiento que deben cumplir con lo que se han comprometido a entregar	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de ofrecimiento • Desempeño de buen servicio • No caer en el error
	Elementos tangibles	Conocimiento de cómo se encuentra su infraestructura, personal y equipos.	<ul style="list-style-type: none"> • Equipos de aspecto modernos • Instalaciones físicas atractivas • Materiales del servicio visualmente atractivo

Fuente: En base a los criterios de Hoffman, K. y Bateson, J., 2012.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

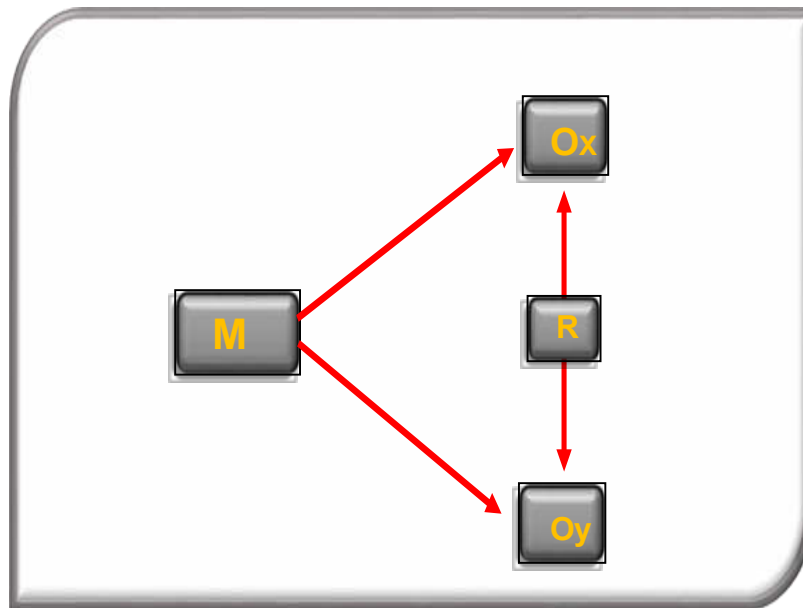
El objetivo del presente estudio radica en dar respuesta a las interrogantes planteadas para identificar cómo la personalidad del trabajador influye en el servicio que ofrece a la clientela del Operador Logístico New Transport. Por ello se considera que la investigación es “aplicada” con un enfoque cuantitativo, puesto que la recaudación de datos se llevó a cabo con la aplicación cuestionarios con preguntas cerradas, que permitieron la obtención de una mayor información con respecto a cada variable analizada.

La Investigación Aplicada busca identificar los problemas y brindar las posibles soluciones, se plantean preguntas con la finalidad de identificar el por qué, cómo y cuándo de lo que se desea investigar; logrando así describir las características más importantes de la investigación (Hernández, S. et al ,2014).

Además, se realizó un estudio “descriptivo correlacional” y “no experimental transeccional”, puesto que se busca identificar la correlación habida entre la variable “Personalidad” y “Calidad de Servicio”, realizando la recolección de datos en determinado momento con la finalidad de explicar el estado actual de las variables y analizar la interrelación en dicho lapso de tiempo.

Según Hernández, R. (2014), los estudios descriptivos busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. Entendemos que pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas.

El diagrama que se propone es el siguiente:



Dónde:

M = Muestra

Ox = Personalidad

Oy = Calidad de Servicio

R = Relación

3.2 Diseño muestral

3.2.1 Población

La población objeto de estudio estará constituida por 2 grupos, el primero conformado por 130 colaboradores del Operador Logístico New Transport y el segundo grupo conformado por 125 clientes de la misma empresa.

Cabe mencionar que para el primer grupo se considerarán a todos los trabajadores de ambos sexos y que se encuentren laborando por un tiempo no menor a 6 meses. Mientras que para el segundo grupo se tomará en cuenta a todos los clientes del operador logístico, sin excepción.

3.2.1 Muestra

La presente investigación analizo dos grupos muestrales, el primero conformado por los colaboradores del operador logístico New Transport y el segundo grupo conformado por sus clientes. Para determinar la cantidad de personas a evaluar se aplicó la fórmula de muestra infinita:

$$m = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

m = Muestra.

N = Población.

Z = Nivel de confianza.

p = Proporción de la población aproximada del fenómeno.

q = Proporción de la población que no presenta el fenómeno.

e = Nivel de precisión absoluta o intervalo de confianza.

3.2.1.1 Muestreo probabilístico – Grupo A

El primer grupo muestral está conformado por los colaboradores del operador logístico New Transport, para determinar la cantidad de personas a evaluar se consideraron los siguientes valores:

% Error	Nivel de Confianza	Valor de Z calculado en tablas
1	99 %	2.58
5	95 %	1.96
10	90 %	1.645

VARIABLE	CÁLCULO	VALOR
Z ²	Al 95% = (1.96) ²	3.84
p	50%	0.5
q	1 - 0.05	0.5
e ²	(0.05) ²	0.0025
N	Cantidad de colaboradores	130
N - 1	130-1	129

Reemplazando los valores en la fórmula de muestra infinita se obtiene el siguiente resultado:

$$m = \frac{3.84 * 0.5 * 0.5 * 130}{(0.0025 * 129) + 3.84 * 0.5 * 0.5}$$

$$m = 97.31 \text{ colaboradores}$$

Además se aplicó la Fórmula de muestra ajustada:

$$n = \frac{n'}{1 + \frac{n'}{N}}$$

VARIABLE	CÁLCULO	VALOR
n	?	?
n'	97.31	97.31
N		130

Reemplazando los valores en la fórmula de muestra ajustada se obtiene el siguiente resultado:

$$n = \frac{97.31}{1.75}$$

$$n = \mathbf{56 \text{ colaboradores}}$$

3.2.1.2 Muestreo probabilístico – Grupo B

El segundo grupo muestral está conformado por los clientes del operador logístico New Transport, para determinar la cantidad de personas a evaluar se consideraron los siguientes valores:

% Error	Nivel de Confianza	Valor de Z calculado en tablas
1	99 %	2.58
5	95 %	1.96
10	90 %	1.645

VARIABLE	CÁLCULO	VALOR
Z ²	Al 95% = (1.96) ²	3.84
p	50%	0.5
q	1 - 0.05	0.5
e ²	(0.05) ²	0.0025
N	Cantidad de clientes	125
N - 1	125-1	124

Reemplazando los valores en la fórmula de muestra infinita se obtiene el siguiente resultado:

$$m = \frac{3.84 * 0.5 * 0.5 * 125}{(0.0025 * 124) + 3.84 * 0.5 * 0.5}$$

$$m = 94.49 \text{ clientes}$$

Además se aplicó la Fórmula de muestra ajustada:

$$n = \frac{n'}{1 + \frac{n'}{N}}$$

VARIABLE	CÁLCULO	VALOR
n	?	?
n'	94.49	94.49
N		125

Reemplazando los valores en la fórmula de muestra ajustada se obtiene el siguiente resultado:

$$n = \frac{94.49}{1.76}$$

$$n = 54 \text{ clientes}$$

3.2.1 Criterios de inclusión y exclusión

Se consideraron los siguientes aspectos para la delimitación de la población:

a) Criterios de inclusión:

- Colaboradores:
 - De las tres sedes
 - Tiempo de permanencia de 6 meses a más

- Clientes:
 - Todos
 - Todas las temporadas

- **Criterios de exclusión:** ninguno

3.3 Técnica de recolección de datos

La técnica utilizada en el presente trabajo de investigación es el cuestionario, el cual será aplicado a los colaboradores y clientes del Operador Logístico New Transport.

3.3.1 Cuestionario Big Five

Para analizar la variable Personalidad se aplicará el cuestionario Big Five. Este instrumento consta de 132 preguntas, de las cuales se distribuyen 12 ítems para cada subdimensión. Además contiene las siguientes alternativas de respuesta: 1 = completamente falso para mí, 2 = bastante falso para mí, 3 = ni verdadero ni falso para mí, 4 = bastante verdadero para mí, 5= completamente verdadero para mí (Torreblanca, L., 2017).

La mayor parte de los rasgos de personalidad, a pesar de las barreras del lenguaje o la cultura, estos cinco factores han demostrado un rico marco conceptual para la integración de diversos hallazgos de investigación y la teoría en la psicología de la personalidad (Torreblanca, L. ,2017).

El cuestionario “BIG FIVE” fue originalmente elaborado por dos equipos de investigación: Paul Costa y Robert McCrae (en el National Institutes of health), y Warren Norman (en la Universidad de Michigan) Lewis Goldberg (en la Universidad de Oregon), quienes tomaron rutas diferentes sin embargo llegaron a los mismo resultados a través de un cuestionario que consta de 132 ítems, a las cuales se da respuesta de acuerdo a una escala tipo Likert. (Torreblanca, L., 2017)

Este cuestionario será aplicado a los colaboradores de la empresa New Transport, a través de este instrumento se analizará la variable personalidad, se aplicó con la autorización del Gerente de Operaciones de Exportación de New Transport. Por lo tanto, se tomará el cuestionario “BIG FIVE” a los 56 colaboradores, distribuidos en 3 grupos de 15 colaboradores y un grupo de 11 colaboradores. Cabe mencionar que el tiempo de duración de cada cuestionario es de 30 minutos para cada persona.

3.3.2 Cuestionario en base al modelo SERVPERF

Este cuestionario será aplicado a los colaboradores de la empresa New Transport, a través de este instrumento se analizará la variable calidad de servicio.

El modelo SERVPERF fue presentado por Joseph Cronin y Steven Taylor en 1992, en el cual plantean medir la calidad del servicio a través del estudio de las percepciones de los usuarios a través de un cuestionario que consta de 22 items, a las cuales se da respuesta de acuerdo a una escala tipo Likert.

Cabe mencionar que se aplicaran el cuestionario en su forma original, sólo se modificara la escala de medición según los parámetros establecidos de acuerdo con las características de los servicios brindados por New Transport. Las alternativas a presentar serán las siguientes: 1 = totalmente en desacuerdo, 2 = en desacuerdo, 3 = indiferente, 4= de acuerdo, 5= Totalmente de acuerdo.

La aplicación del instrumento se realizará a través de Gerente de Operaciones de Exportación de New Transport, ya que según las políticas de la empresa no pueden permitir el contacto de terceras personas con sus clientes. Por lo tanto, se enviara el cuestionario en archivo Excel a la persona indicada anteriormente para que él lo remita a sus clientes vía correo electrónico.

3.3.1 Confiabilidad del instrumento

Para analizar la fiabilidad de los instrumentos se aplicará el método estadístico de Alfa de Cronbach, considerando los valores de coeficientes sugeridos por George y Mallery (2003):

- “Coeficiente alfa > 0.9 es excelente
- Coeficiente alfa > 0.8 es bueno
- Coeficiente alfa > 0.7 es aceptable
- Coeficiente alfa > 0.6 es cuestionable
- Coeficiente alfa > 0.5 es pobre
- Coeficiente alfa < 0.5 es inaceptable”

Tabla 8.

Síntesis de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

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

Tabla 9.

Confiabilidad del cuestionario Big Five

Alfa de Cronbach	N de elementos
,837	132

Tabla 10.

Confiabilidad del cuestionario en base al modelo Servperf

Alfa de Cronbach	N de elementos
,897	22

La fiabilidad del cuestionario que analiza la personalidad es de 0.837 y el cuestionario que evalúa la calidad del servicio obtuvo 0.897, comparando los resultados con la escala de Alfa de Cronbach, se ubican en el rango de BUENO, aceptando la fiabilidad de los instrumentos.

3.4 Técnica estadística para el procesamiento de la información

El análisis de los resultados será de manera continua, una vez recolectada la información, para su organización y análisis se creó una base de datos usando el programa Excel y el procesamiento en SPSS, lo cual permitirá obtener:

- Elección de tipo estadístico para la contratación de las hipótesis, realizando la “prueba de normalidad”.
- Tablas de frecuencia y porcentajes.
- Elaboración de figuras.
- Análisis inferencial de la contratación de las hipótesis.

Para la contrastación de los resultados, se aplicará la técnica Rho de Spearman, así mismo, se representaran los resultados de los cuestionarios a través de tablas y gráficos dinámicos para mayor comprensión.

3.5 Aspectos éticos

La ética se refiere a los principios o conjunto de normas que rigen la conducta y actuar de las personas, la cual también abarca parámetros y actividades a considerar al momento de desempeñar nuestra profesión, además establece conciencia sobre la responsabilidad que se debe tener al ejecutar nuestra labor.

La información expuesta en la presente investigación está sujeta a la realidad puesto que ha sido obtenida directamente de los colaboradores y clientes de

la empresa New Transport, además a través del apoyo del Sub Gerente de Exportaciones Marítimas de dicha empresa se dio a conocer la finalidad del estudio y brindó su apoyo para la obtención de la data.

Cabe mencionar que el valor ético de presente estudio radica la veracidad de la información y su carácter objetivo en virtud a la aplicación del método científico, además, se respetó la confidencialidad de la información por ser de gran valor para la compañía.

CAPITULO IV: RESULTADOS

4.1 Resultados de la investigación

El capítulo está referido a la presentación de los resultados obtenidos durante el trabajo de campo para determinar la relación que existe entre la personalidad del colaborador y la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.

4.1.1 Prueba de normalidad

Se está realizando un trabajo de investigación correlacional, por lo que, para elegir la prueba estadística, que puede ser Paramétrica (Correlación de Pearson) o no paramétrica (Rho de Spearman), para ello realizamos la prueba de normalidad, mostrando la siguiente tabla:

Tabla 11.
Pruebas de normalidad

	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Energía	,368	54	,000	,632	54	,000
Afabilidad	,358	54	,000	,635	54	,000
Tesón	,349	54	,000	,636	54	,000
Estabilidad Emocional	,415	54	,000	,604	54	,000
Apertura mental	,406	54	,000	,612	54	,000
Personalidad	,415	54	,000	,604	54	,000
Calidad de servicio	,355	54	,000	,703	54	,000

a. "Corrección de significación de Lilliefors"

En la tabla 11 se evidencia el cálculo de la prueba de normalidad, en este caso los datos superan 50, por lo que tomaremos los resultados de la prueba de Kolmogórov-Smirnov, donde la significación tiene como valor 0.000 en todas las dimensiones, siendo este menor a 0.05, entonces los datos nos son normales por lo que usaremos la prueba no paramétrica de Rho de Spearman, para la contratación de las hipótesis.

4.1.2 Resultados de la variable personalidad

En la dimensión energía de la personalidad, 56 colaboradores encuestados, respondieron que el 44.64% (25) son dinámicos y activos, y el 55.36% (31) son indiferentes a la forma de ser dinámicos, activos, son personas calladas, evitan los riesgos, son a veces sedentarios, evitan tener varias actividades, a la vez, no son sobresalientes, prefieren no llamar la atención.

Tabla 12.

Frecuencia de la dimensión energía

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Completamente FALSO para mí	0	0,00
	Bastante FALSO para mí	0	0,00
	Ni VERDADERO ni FALSO para mí	31	55,36
	Bastante VERDADERO para mí	25	44,64
	Completamente VERDADERO para mí	0	0,00
	Total		56

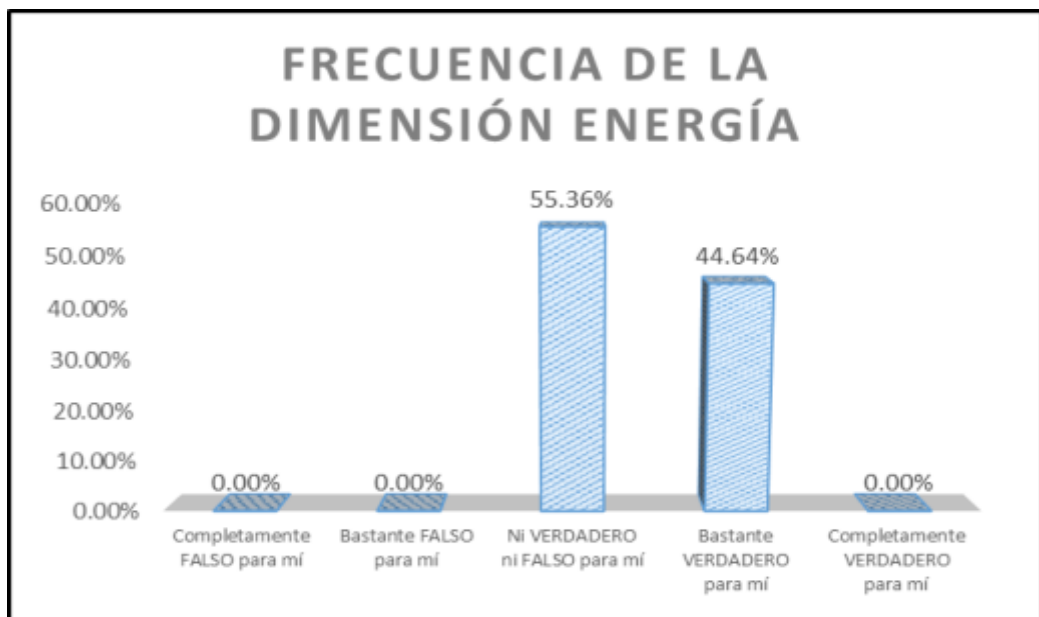


Figura 3. Frecuencia de la dimensión energía

En la dimensión afabilidad de la personalidad, 56 colaboradores encuestados, respondieron que el 58,93% (33) son altruista, amigables y generosos, y el 41,07% (23) son indiferentes en su forma de ser, nos son cordiales, ni gentiles con los demás, no indiferentes a colaborar dentro de su área de trabajo.

Tabla 13.

Frecuencia de la dimensión afabilidad

	Frecuencia	Porcentaje
Completamente FALSO para mí	0	0,00
Bastante FALSO para mí	0	0,00
Ni VERDADERO ni FALSO para mí	23	41,07
Bastante VERDADERO para mí	33	58,93
Completamente VERDADERO para mí	0	0,00
Total	56	100,0

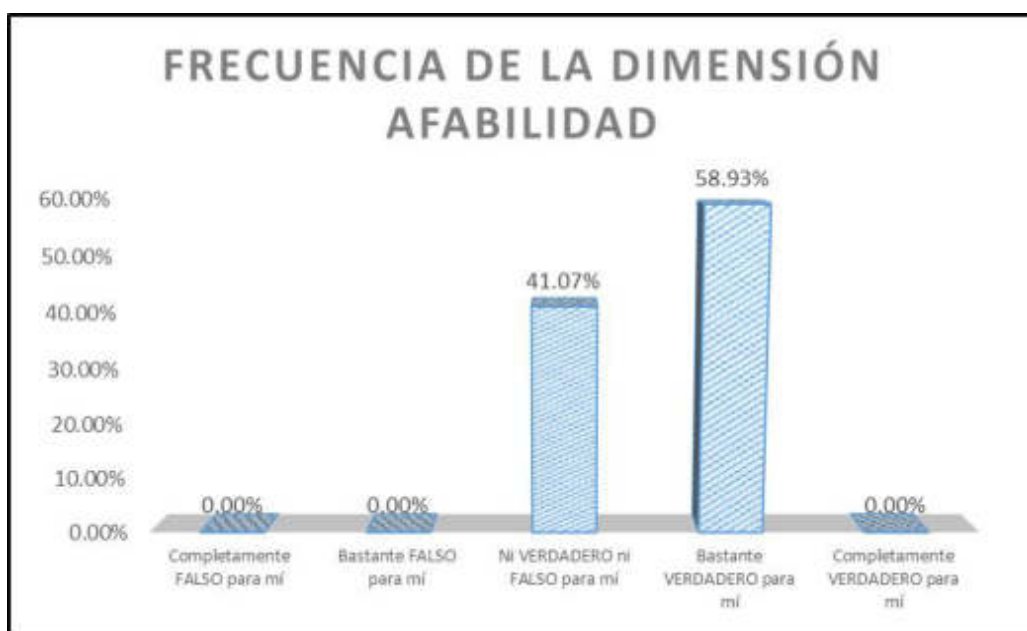


Figura 4. Frecuencia de la dimensión afabilidad

En la dimensión tesón de la personalidad, 56 colaboradores encuestados, respondieron que el 50% (28) son reflexivas, ordenadas diligentes, y el 50% (28) son indiferentes en su forma de ser, nos son persistentes, no son muy ordenados, tienen algunas dificultades cuando encuentran algún obstáculo.

Tabla 14.

Frecuencia de la dimensión tesón

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Completamente FALSO para mí	0	0,00
	Bastante FALSO para mí	0	0,00
	Ni VERDADERO ni FALSO para mí	28	50,00
	Bastante VERDADERO para mí	28	50,00
	Completamente VERDADERO para mí	0	0,00
	Total	56	100,00

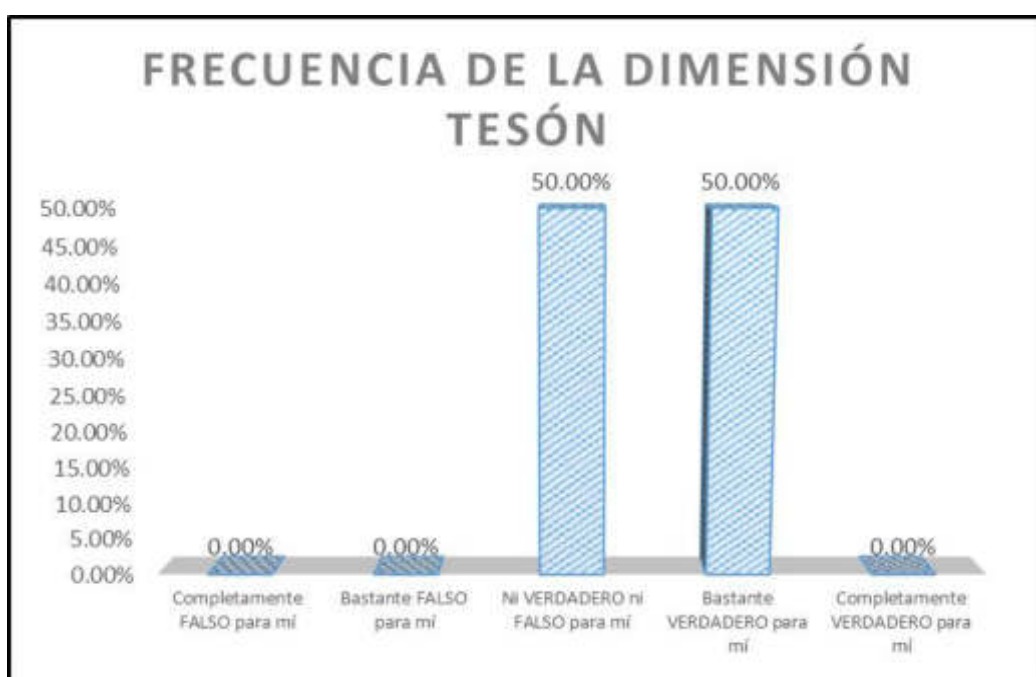


Figura 5. Frecuencia de la dimensión tesón

En la dimensión estabilidad emocional de la personalidad, 56 colaboradores encuestados, respondieron que el 67.86% (38) son emotivas, tranquilas, de buen humor, estables y el 32,14% (18) son indiferentes en su forma de ser, puede ser estresantes, algunos de ellos no controlan sus impulsos, A veces no tiene paciencia, sus enfados a veces no tienen paciencia y algunas veces no controlan su enojo, lo cual se refleja en sus expresiones tanto verbales y no verbales.

Tabla 15.

Frecuencia de la dimensión estabilidad emocional

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Completamente FALSO para mí	0	0,00
	Bastante FALSO para mí	0	0,00
	Ni VERDADERO ni FALSO para mí	18	32,14
	Bastante VERDADERO para mí	38	67,86
	Completamente VERDADERO para mí	0	0,00
	Total	56	100,00

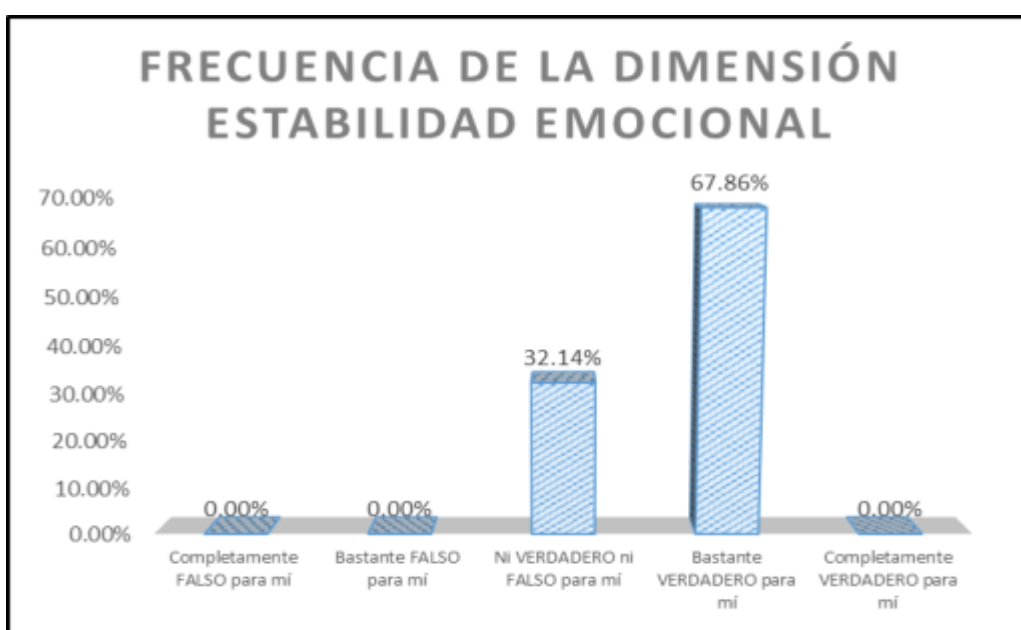


Figura 6. Frecuencia de la dimensión estabilidad emocional

En la dimensión apertura mental de la personalidad, 56 colaboradores encuestados, respondieron que el 64,29% (36), la forma de ser de las personas es de relacionarse con otras costumbres distintas a las de él y aceptar otro tipo de opiniones; y el 35.71% (20) son indiferentes en su forma de ser, no muestra interés por algunos temas culturales en su trabajo, no presta atención a las noticias de actualidad, siempre están en su zona de confort y suelen estar de acuerdo con lo que dicen los demás.

Tabla 16.

Frecuencia de la dimensión apertura mental

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Completamente FALSO para mí	0	0,00
	Bastante FALSO para mí	0	0,00
	Ni VERDADERO ni FALSO para mí	20	35,71
	Bastante VERDADERO para mí	36	64,29
	Completamente VERDADERO para mí	0	0,00
	Total	56	100,0

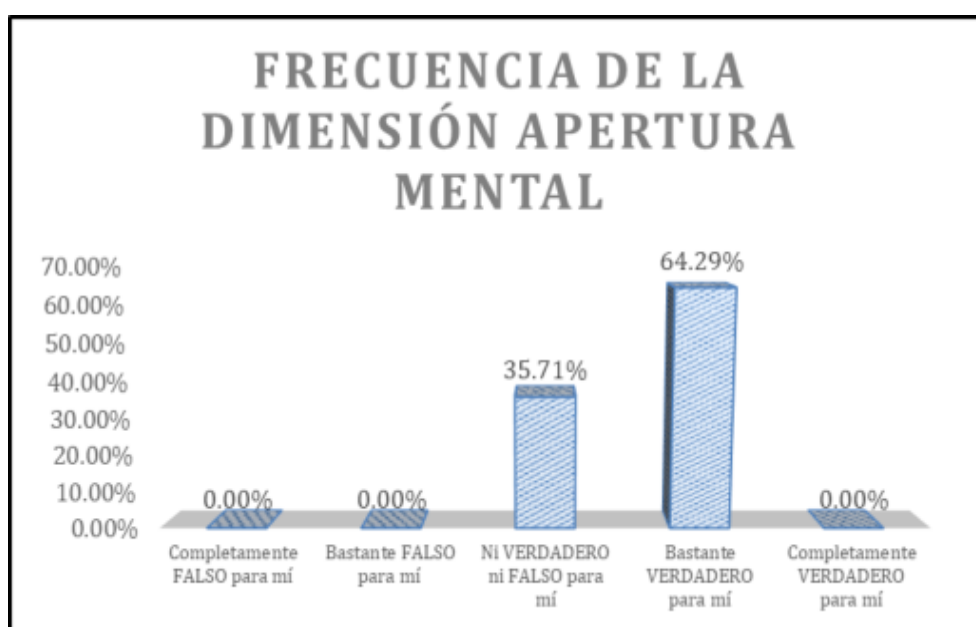


Figura 7. Frecuencia de la dimensión apertura mental

Realizando el consolidado de la variable personalidad, los encuestados que son 56 colaboradores responde de la siguiente manera, 67,86% (38), las personas tiene una manera diferente de comportarse, actitud positiva, se relaciona adecuadamente con sus demás compañeros, y el 32.14% (18) son indiferentes en su forma de ser; esto va a influir en la calidad de servicio que brindan a los clientes cuando acuden o se contactan con la empresa por algún servicio que requieran.

Tabla 17.

Frecuencia de la variable personalidad

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Completamente FALSO para mí	0	0,00
	Bastante FALSO para mí	0	0,00
	Ni VERDADERO ni FALSO para mí	18	32,14
	Bastante VERDADERO para mí	38	67,86
	Completamente VERDADERO para mí	0	0,00
	Total	56	100,0

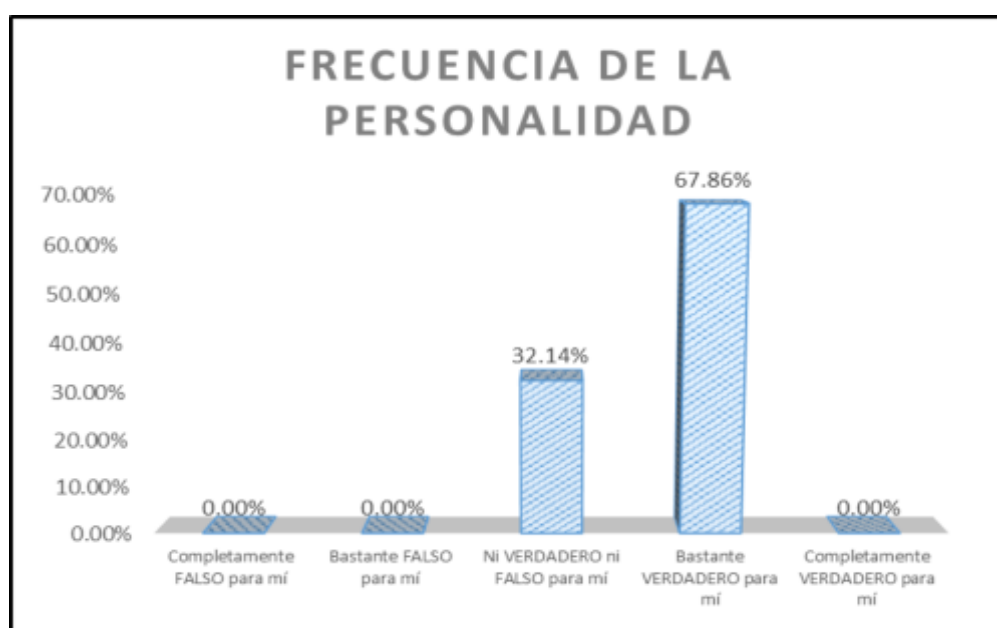


Figura 8. Frecuencia de la variable personalidad

4.1.3 Resultados de las dimensiones de la variable servicio de calidad

En la dimensión elementos tangibles, los 54 clientes encuestados, respondieron que el 42.6% (23), son indiferentes a la infraestructura, personal y equipos que tiene la empresa, el 38.9% (21) respondieron estar de acuerdo, el 11.1% (6) están en desacuerdo y el 7.4% (4) están totalmente de acuerdo con la infraestructura, la apariencia pulcra de los colaboradores, equipos modernos y brochure a la vista.

Tabla 18.

Frecuencia de la dimensión elementos tangibles

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	0	0,0
	En desacuerdo	6	11,1
	Indiferente	23	42,6
	De acuerdo	21	38,9
	Totalmente de acuerdo	4	7,4
	Total	54	100,0

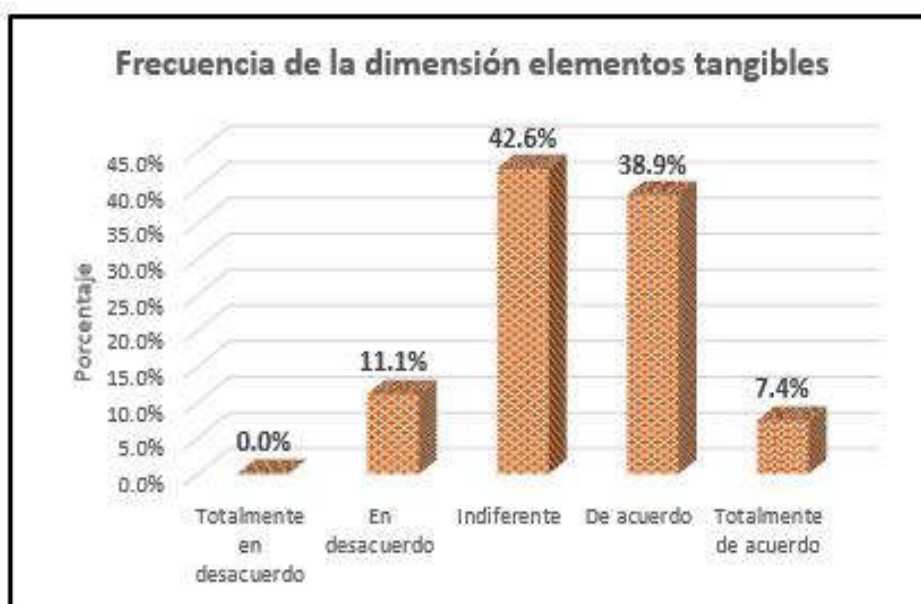


Figura 9. Frecuencia de la dimensión de elementos tangibles

En la dimensión fiabilidad, los 54 clientes encuestados, respondieron que el 40.7% (22), son indiferentes al compromiso que tienen los colaboradores con ellos, el 35.2% (19) respondieron estar de acuerdo, el 18.5% (10) están en desacuerdo y el 5.6% (3) están totalmente de acuerdo con el cumplimiento que les hacen los colaboradores, desempeño de un buen servicio y no caer en errores constantemente.

Tabla 19.

Frecuencia de la dimensión fiabilidad

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	0	0,0
	En desacuerdo	10	18,5
	Indiferente	22	40,7
	De acuerdo	19	35,2
	Totalmente de acuerdo	3	5,6
	Total	54	100,0

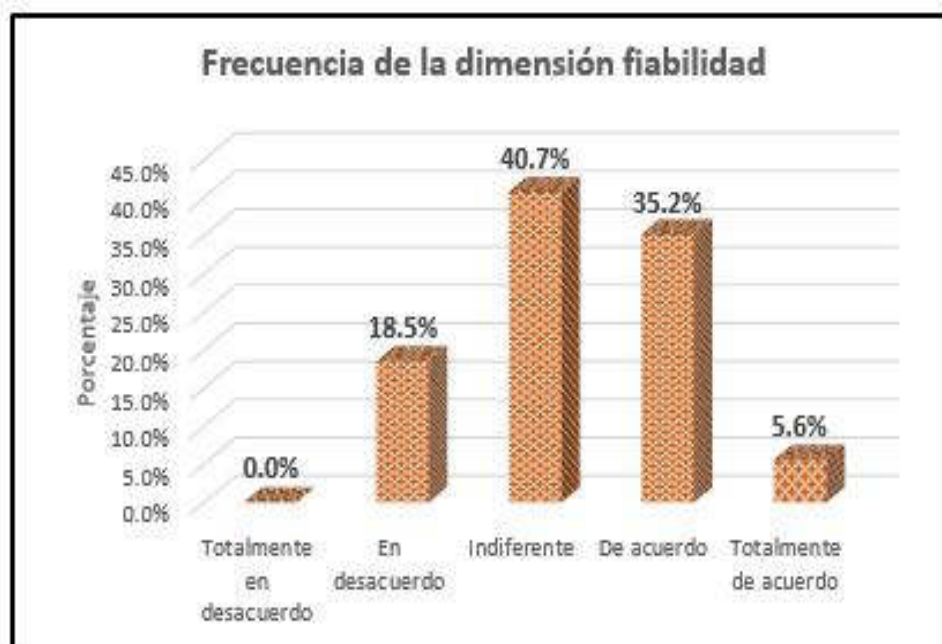


Figura 10. Frecuencia de la dimensión fiabilidad

En la capacidad de respuesta, de los 54 clientes encuestados el 40.7% (22) respondieron que son indiferentes a la entrega oportuna de sus servicios de parte de la empresa, el 44.4% (24) respondieron estar de acuerdo con la respuesta recibida, el 9.3% (5) están en desacuerdo y el 5.6% (3) están totalmente de acuerdo con la atención recibida, consideran que los colaboradores brindar una comunicación eficaz, los atienden de forma rápida, y muestran predisposición a brindar ayuda.

Tabla 20.

Frecuencia de la dimensión capacidad de respuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	0	0,0
	En desacuerdo	5	9,3
	Indiferente	22	40,7
	De acuerdo	24	44,4
	Totalmente de acuerdo	3	5,6
	Total	54	100,0

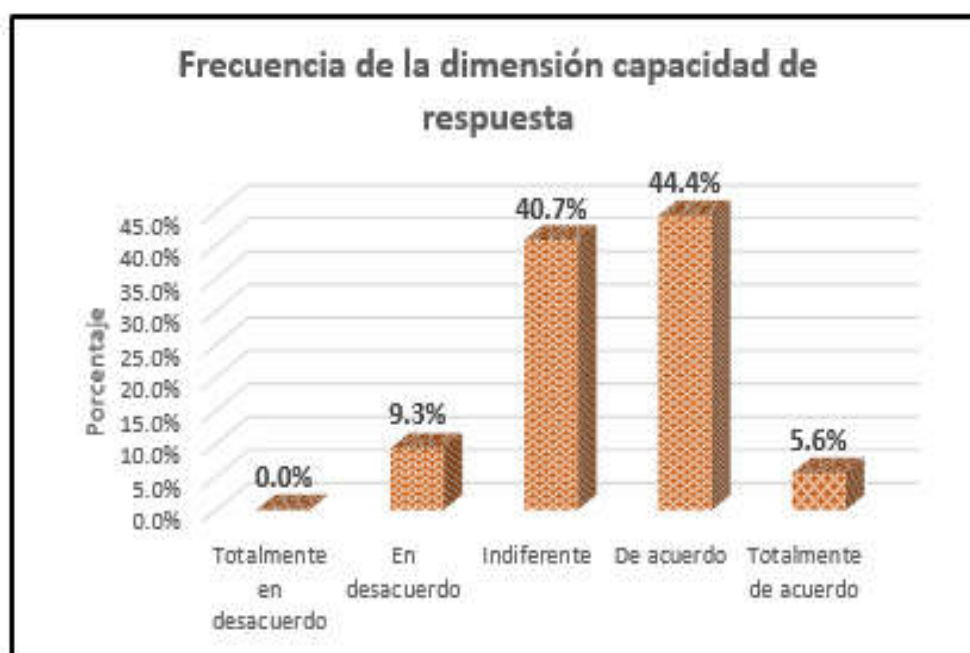


Figura 11. Frecuencia de la dimensión capacidad de respuesta

En la dimensión seguridad, los 54 clientes encuestados, respondieron que el 38.9% (21), son indiferentes a la forma de comportarse de los colaboradores con sus clientes, 37.0% (20) respondieron estar de acuerdo, el 13.0% (7) están en desacuerdo y el 11.1% (6) están totalmente de acuerdo con la confianza que le dan los colaboradores, sus ejecutivos conocen los procesos y son corteses con los clientes.

Tabla 21.

Frecuencia de la dimensión seguridad

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	0	0,0
	En desacuerdo	7	13,0
	Indiferente	21	38,9
	De acuerdo	20	37,0
	Totalmente de acuerdo	6	11,1
	Total	54	100,0

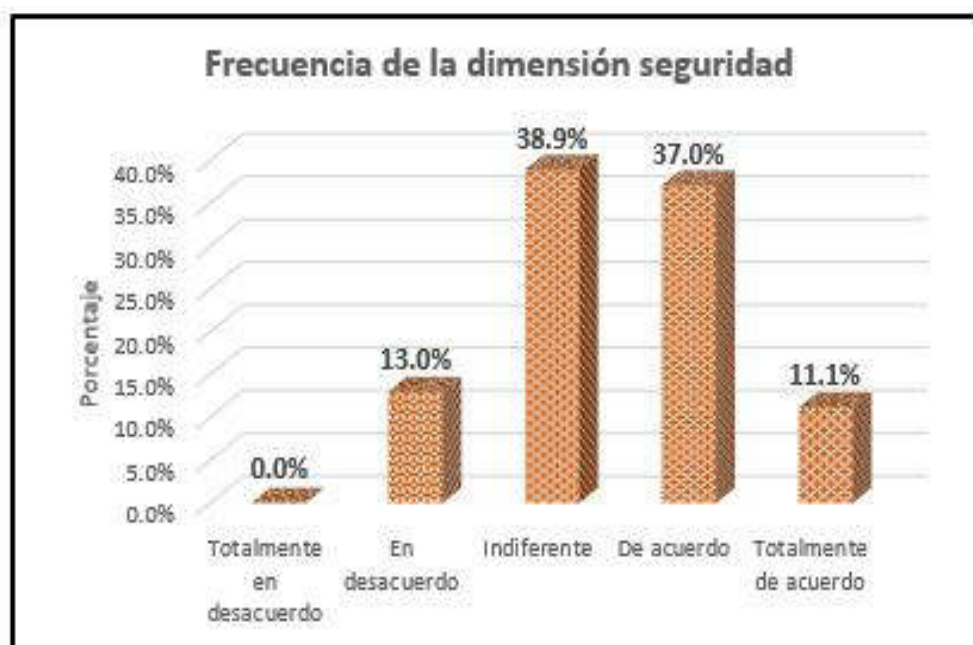


Figura 12. Frecuencia de la dimensión seguridad

En la dimensión empatía, los 54 clientes encuestados, respondieron que el 35.2% (19), son indiferentes a la atención de parte de los colaboradores, 48.1% (26) respondieron estar de acuerdo, el 11.1% (6) están en desacuerdo y el 5.6% (3) están totalmente de acuerdo con la atención individualizada, los horarios que tiene la empresa y las preocupaciones que tienen los colaboradores por los clientes.

Tabla 22.

Frecuencia de la dimensión empatía

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	0	0,0
	En desacuerdo	6	11,1
	Indiferente	26	48,1
	De acuerdo	19	35,2
	Totalmente de acuerdo	3	5,6
	Total	54	100,0

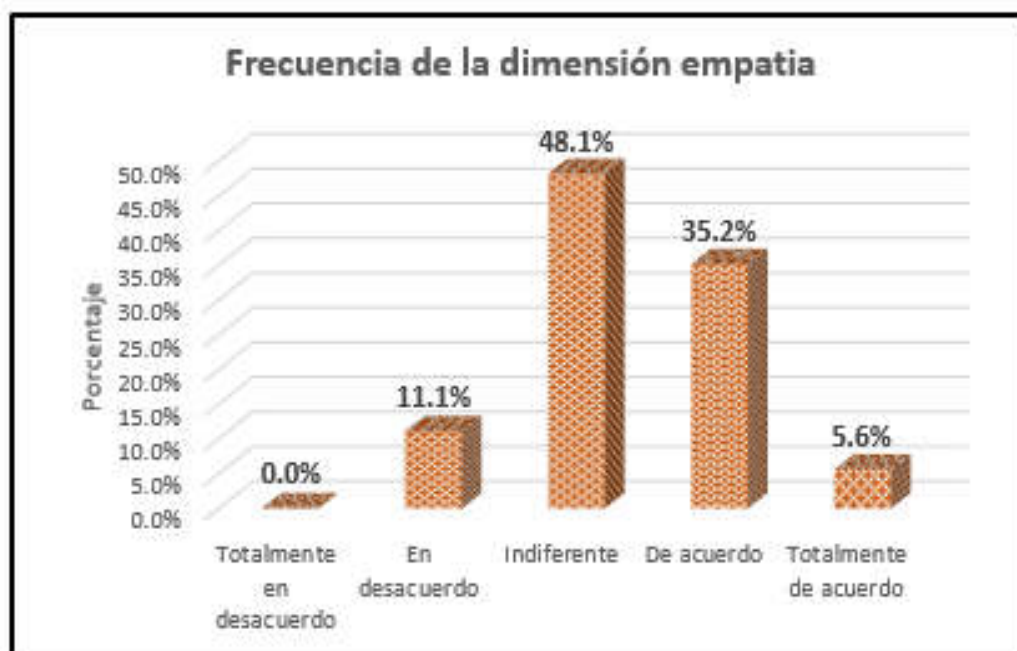


Figura 13. Frecuencia de la dimensión empatía

Los 54 clientes que fueron encuestados, respondieron de la siguiente manera: 5,6% (3) respondieron que están en desacuerdo con la calidad de servicio, y el 51,9% (28), respondieron que les es indiferente la manera de como reciban la calidad de servicio; el 40,7% (22), están de acuerdo y solo el 1,9% (1) está totalmente de acuerdo con los elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía que reciben los clientes del Operador Logístico New Transport.

Tabla 23.

Frecuencia de la variable calidad de servicio

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	0	0,0
	En desacuerdo	3	5,6
	Indiferente	28	51,9
	De acuerdo	22	40,7
	Totalmente de acuerdo	1	1,9
	Total	54	100,0

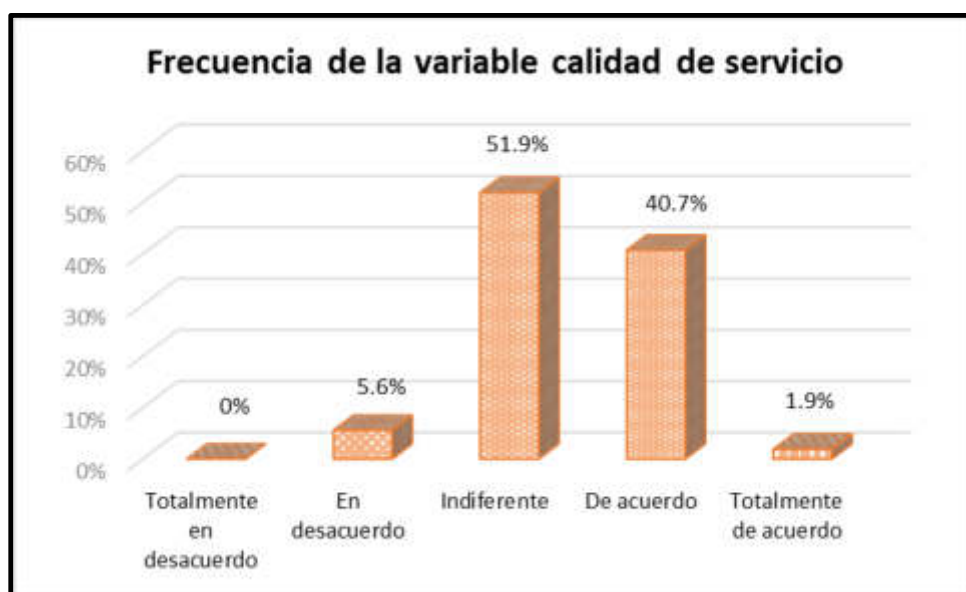


Figura 14. Frecuencia de la variable calidad de servicio

4.1.4 Resultados de la contrastación de la hipótesis

4.1.4.1 Hipótesis específica 1: La energía de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del operador logístico New Transport, periodo 2018.

Entonces nos proponemos las siguientes hipótesis estadísticas:

Ho: La energía de la personalidad del colaborador NO se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del operador logístico New Transport, periodo 2018.

Ha: La energía de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del operador logístico New Transport, periodo 2018.

Tabla 24.
Correlación entre la energía y la calidad de servicio

			Energía	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Energía	Coeficiente de correlación	1,000	,803**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	56	54
	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	,803**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	54	54

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

Considerando que cuando la significación bilateral (P), es menor a 0.05, se acepta la hipótesis alterna (Ha) es por ello que en la tabla 24, se procedió a realizar la prueba de Rho de Spearman, el resultado obtenido en la prueba de significancia es de 0.00, estando dentro del margen mencionado, es por ello que se acepta la hipótesis alterna (Ha), este resultado se puede aplicar a otra realidad considerando el resultado de significancia.

4.1.4.2 Hipótesis específica 2: La afabilidad de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los usuarios del operador logístico New Transport, periodo 2018.

Entonces se proponen las siguientes hipótesis estadísticas:

Ho: La afabilidad de la personalidad del colaborador NO se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del operador logístico New Transport, periodo 2018.

Ha: La Afabilidad de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del operador logístico New Transport, periodo 2018.

Tabla 25.

Correlación entre la afabilidad y la calidad de servicio

			Afabilidad	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Afabilidad	Coefficiente de correlación	1,000	,601**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	56	54
	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,601**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	54	54

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

Considerando que cuando la significación bilateral (P), es menor a 0.05, se acepta la hipótesis alterna (Ha) es por ello que en la tabla 25, se procedió a realizar la prueba de Rho de Spearman, el resultado obtenido en la prueba de significancia es de 0.00, estando dentro del margen mencionado, es por ello que se acepta la hipótesis alterna (Ha).

4.1.4.3 Hipótesis específica 3: El tesón de la personalidad del colaborador se enlaza elocuentemente con la calidad de servicio a los usuarios del operador logístico New Transport, periodo 2018.

Entonces se proponen las siguientes hipótesis estadísticas:

Ho: El tesón de la personalidad del colaborador NO se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del operador logístico New Transport, periodo 2018.

Ha: El tesón de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del operador logístico New Transport, periodo 2018.

Tabla 26.

Correlación entre el tesón y la calidad de servicio

			Tesón	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Tesón	Coefficiente de correlación	1,000	,367**
		Sig. (bilateral)	.	,006
		N	56	54
	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,367**	1,000
		Sig. (bilateral)	,006	.
		N	54	54

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

Considerando que cuando la significación bilateral (P), es menor a 0.05, se acepta la hipótesis alterna (Ha) es por ello que en la tabla 26, se procedió a realizar la prueba de Rho de Spearman, el resultado obtenido en la prueba de significancia es de 0.006, estando dentro del margen mencionado, es por ello que se acepta la hipótesis alterna (Ha).

4.1.4.4 Hipótesis específica 4: La estabilidad emocional de la personalidad del colaborador se enlaza elocuentemente con la calidad de servicio a los usuarios del operador logístico New Transport, periodo 2018.

Entonces se proponen las siguientes hipótesis estadísticas:

Ho: La estabilidad emocional de la personalidad del colaborador NO se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del operador logístico New Transport, periodo 2018.

Ha: La estabilidad emocional de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del operador logístico New Transport, periodo 2018.

Tabla 27.

Correlación entre estabilidad emocional y calidad de servicio

			Estabilidad Emocional	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Estabilidad Emocional	Coefficiente de correlación	1,000	,465**
	Calidad de servicio	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	56	54
	Estabilidad Emocional	Coefficiente de correlación	,465**	1,000
	Calidad de servicio	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	54	54

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

Considerando que cuando la significación bilateral (P), es menor a 0.05, se acepta la hipótesis alterna (Ha) es por ello que en la tabla 27, se procedió a realizar la prueba de Rho de Spearman, el resultado obtenido en la prueba de significancia es de 0.000, estando dentro del margen mencionado, es por ello que se acepta la hipótesis alterna (Ha).

4.1.4.5 Hipótesis específica 5: La apertura mental de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los usuarios del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.

Entonces se proponen las siguientes hipótesis estadísticas:

Ho: La apertura mental de la personalidad del colaborador NO se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.”

Ha: La apertura mental de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.

Tabla 28.

Correlación entre la apertura mental y la calidad de servicio

			Apertura a mental	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Apertura mental	Coefficiente de correlación	1,000	,678**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	56	54
	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,678**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	54	54

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

Considerando que cuando la significación bilateral (P), es menor a 0.05, se acepta la hipótesis alterna (Ha) es por ello que en la tabla 28, se procedió a realizar la prueba de Rho de Spearman, el resultado obtenido en la prueba de significancia es de 0.000, estando dentro del margen mencionado, es por ello que se acepta la hipótesis alterna (Ha).

4.1.4.6 Hipótesis general: La personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los usuarios del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.

Entonces se proponen las siguientes hipótesis estadísticas:

Ho: La personalidad del colaborador NO se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.

Ha: La personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.

Tabla 29.

Correlación entre la personalidad y la calidad de servicio

			Personalidad	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Personalidad	Coefficiente de correlación	1,000	,838**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	56	54
	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,838**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	54	54

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

Considerando que cuando la significación bilateral (P), es menor a 0.05, se acepta la hipótesis alterna (Ha) es por ello que en la tabla 29, se procedió a realizar la prueba de Rho de Spearman, el resultado obtenido en la prueba de significancia es de 0.00, estando dentro del margen mencionado, es por ello que se acepta la hipótesis alterna (Ha), este resultado se puede aplicar a otra realidad considerando el resultado de significancia.

CAPITULO V: DISCUSION

5.1 Discusión de resultados

En el presente acápite se ha realizado la discusión de resultados de análisis realizado para estudiar “La personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.”, para una muestra de 56 colaboradores y 54 clientes de new Transport.

5.1.1 Hipótesis Específica 1

“La energía de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018”

Respecto a la variable energía de la personalidad, la mayor parte de los colaboradores evaluados (55.36%) se muestran indiferentes a la forma de ser dinámicos y activos, no reflejan una actitud positiva ni negativa sobre su rendimiento laboral, no demuestran disposición para esforzarse para mejorar su desempeño, no manifiestan una actitud competitiva por ende no dan importancia a demostrar sus capacidades.

Según Baltazar y Chirinos (2014), una persona enérgica es dinámica, activa, sobresaliente, tiene facilidad de palabra, dominante y locuaz, una persona con dichas cualidades es capaz de realizar sus labores de manera eficiente ya que posee una actitud positiva que a su vez le permite sentirse más feliz, realizar sus tareas cotidianas con mayor facilidad, contribuye con el logro de las metas organizacionales y motiva a las personas que lo rodean.

Según lo expuesto por los autores Baltazar y Chirinos, la energía de la persona influye sobre su desempeño. Los resultados obtenidos en la presente investigación indican que la mayoría del personal no muestra una actitud positiva ni negativa sobre la energía con la que desempeñan sus labores, dando a entender que desconocen cómo dicho aspecto influye sobre su desempeño laboral y simplemente cumplen con su trabajo.

Así mismo, con respecto a la calidad del servicio, el 5,56% de los usuarios entrevistados respondieron que no están de acuerdo con el servicio brindado y el 40.74% son indiferentes a la forma como reciben el servicio, es decir, que no tienen una percepción positiva ni negativa sobre el tiempo en el que son atendidos, la disposición de ayuda que demuestra el personal, la rapidez con que solucionan sus problemas, entre otros aspectos.

Según Sandoval Chávez, Hinojosa Escajeda, & Sandoval Chávez (2017), la calidad del servicio se determina a partir de 5 dimensiones, una de ellas es la calidad de respuesta, la cual viene a ser la disposición y energía que transmiten los colaboradores para brindar un servicio rápido y eficaz a los clientes, caso contrario estos se sentirán insatisfechos con la atención recibida.

Se identificó una semejanza con lo expuesto por los autores mencionados en el párrafo anterior, ya que en ambos estudios se muestra que la percepción de los clientes surge de la forma como reciben el servicio, en el presente estudio se identificó que los colaboradores no reconocen la importancia de la energía con que desempeñan sus labores, por ende tienen una capacidad de respuesta baja y como consecuencia los clientes no tienen una percepción positiva sobre el servicio recibido.

5.1.2 Hipótesis Específica 2

“La afabilidad de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018”

Con respecto a la afabilidad de la personalidad de los colaboradores, el 58,93% se consideran personas altruistas, amables y generosas; mientras que el 41,07% afirman no conocer al cien por ciento su forma de ser, son indiferentes, no son cordiales con los demás, no son conscientes de las consecuencias que sus actos pueden llegar a tener sobre los demás, no se interesan por problemas ajenos y no saben cómo actuar ante desgracias de terceros. Además, el 48.1% de los clientes denota indiferencia con respecto al trato que brindan los colaboradores de New Transport, lo cual refleja que la empresa aún no ha logrado establecer una relación más cercana a sus clientes.

Respecto a ello, Sandoval Chávez, Hinojosa Escajeda, & Sandoval Chávez (2017), afirma que la confianza y empatía son de gran importancia para ofrecer un servicio de alto nivel, ya que a través de dichas habilidades los colaboradores muestran su interés y el nivel de atención individualizada que poseen hacia sus clientes, lo cual los conlleva a establecer una relación de confianza y comprensión mutua.

Además, García, A. (2016) considera que los empleados representan el enlace directo con el público, por ello deben ser capacitados para orientar su desempeño hacia la satisfacción del cliente, demostrando interés sobre sus requerimientos y expresando empatía frente a los problemas que afronten a fin de que cada cliente se sienta importante, para ello es importante que los colaboradores los atiendan con cortesía y sean receptivos en los encuentros con el cliente.

Se evidencia una semejanza entre la presente investigación y los argumentos de los autores mencionados en los párrafos precedentes, ya que reflejan la importancia de la afabilidad con que los colaboradores atienden a los clientes, ya que estos perciben su y sienten mayor confianza cuando la persona demuestra empatía ante sus problemas o preocupaciones.

5.1.3 Hipótesis Específica 3

“El tesón de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018”

En cuanto a la relación del tesón de la personalidad y la calidad del servicio que ofrece el personal de New Transport, el 50% son reflexivas, ordenadas, diligentes y perseverantes, mientras que los demás son indiferentes a su forma de ser. Sin embargo, el 40.7% de los clientes se muestran indiferentes en cuanto al compromiso que demuestra el personal para cumplir con el servicio prometido, la fiabilidad del servicio no es percibido adecuadamente.

Respecto a ello CEPAM (2013), hace referencia a como el cliente evalúa el servicio y la atención recibida con respecto a la atención recibida, este autor considera que el cumplimiento del servicio prometido de forma oportuna es una característica de gran importancia para considerar que el servicio fue efectivo.

Además, la promesa básica es una de las características relevantes del servicio al cliente, ya que permite medir si el servicio es coherente con las expectativas del cliente, por ello cuando el cliente decida tomar el servicio, la empresa debe asumir su oferta y cumplir con lo prometido en un inicio (García, A., 2016).

Se identifica una semejanza entre los resultados de la presente investigación y los argumentos de CEPAM y García, ya que ambos autores que indican como la ausencia de tesón en la personalidad del colaborador dificulta el

cumplimiento del servicio prometido, debido a la ausencia de responsabilidad, orden, compromiso y perseverancia.

5.1.4 Hipótesis Específica 4

“La estabilidad emocional de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018”

En la dimensión Estabilidad Emocional de la personalidad, el 67.86% de los colaboradores encuestados son emotivos, tranquilos, tienen buen humor y son emocionalmente estables; mientras que el 32,14% desconocen cómo es su forma de ser, puede ser estresante, algunos de ellos no controlan sus impulsos, a veces no tienen paciencia y algunas veces no controlan su enojo, lo cual se refleja en sus expresiones verbales y no verbales.

Según la corriente americana que estudia la calidad del servicio considera que los trabajadores deben inspirar credibilidad y confianza a través de su trato con el cliente, ya que de esta forma transmiten profesionalidad y seguridad. (Sandoval Chávez, Hinojosa Escajeda, & Sandoval Chávez, 2017)

Así mismo, CEPAM (2013) afirma que el lenguaje corporal, se produce al sostener un encuentro presencial, ya que la comunicación se lleva a cabo a través de expresiones faciales, contacto visual y movimientos corporales, además se debe tener en cuenta que los mensajes tanto verbales como no verbales pueden ser interpretados de diversas maneras, lo cual varía según el estado de ánimo del individuo y la forma en la que se expresa.

Así mismo, con respecto a la calidad de servicio, el 11.1% de los clientes entrevistados respondieron que están totalmente de acuerdo con la confianza que les brindan los colaboradores y el 13% de los clientes entrevistados están en desacuerdo con la información que les brinda los colaboradores, es decir que no confía en la información brindada por los representantes de la

empresa ya que al momento que se dirige a los usuarios se muestran desorientado.

Considerando lo expresado en la presente investigación y los estudios citados líneas arriba, encontramos una correlación directa entre la Estabilidad Emocional y la calidad del servicio, ya que el estado de ánimo del colaborador se refleja en su comportamiento y por ende en sus expresiones tanto verbales como no verbales.

5.1.5 Hipótesis Específica 5

“La apertura mental de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018”

En la dimensión Apertura mental de la personalidad, el 64,29% de los trabajadores entrevistados consideran que según su forma de ser suelen relacionarse con otras costumbres y están abiertos a otras opiniones; por otro lado, el 35.71% consideran que no muestra interés por algunos temas culturales en su trabajo, no presta atención a las noticias de actualidad, siempre están en su zona de confort y suelen estar de acuerdo con lo que dicen los demás.

Robbins, S. y Judge, T. (2013), consideran que “los recursos humanos son un tesoro está oculto y disperso en regiones distantes, actualmente las organizaciones buscan talentos de alta competitividad y bajo costo (...) la única barrera para la integración de esos talentos está en las diferencias culturales entre los pueblos, lo cual implica diferentes personalidades y estilos de trabajo”.

Así mismo, con respecto a la calidad del servicio, el 7.4% están totalmente de acuerdo con la infraestructura, la apariencia por lo que respetan las decisiones y costumbres de los clientes es por ello que les ofrece un trato especial cuando se tienen que esperar un poco más del promedio.

El análisis de los resultados de la presente investigación y el análisis realizado en el estudio citado líneas arriba, denotan la importancia de la apertura mental en el ámbito laboral, ya que actualmente nos encontramos con personas de diversas culturas en el trabajo, ya sean socios, compañeros, proveedores o clientes, y es de vital importancia entablar una buena relación con ella dejando en bienestar de la organización a la que se representa.

5.1.6 Hipótesis general

“La personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los usuarios del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.”

En cuanto a la relación de la personalidad y la calidad del servicio que ofrece los colaboradores de New Transport, el 52% del total de clientes indican que les es indiferente la manera de cómo perciben la calidad de servicios en sus gestiones rutinarias, también comentaron que toman mucha importancia el servicio cuando se presenta un inconveniente en la gestión para la rápida solución. Por otro lado, el 32% de los colaboradores es indiferente a las dimensiones de su personalidad, por lo que desconocen de qué manera ésta puede influir sobre su comportamiento.

Según CEPAM (2013) resalta que la comunicación verbal es de suma importancia ya que los colaboradores que tienen contacto directo con los usuarios finales deben brindar soluciones inmediatas a cualquier problema que se presente. Así mismo, Campiña, G y Fernández, M. (2016) indica que la satisfacción del cliente es un factor importante para que un negocio sea rentable, por lo que considera tres puntos importantes: Lealtad, difusión gratuita y participación en el mercado.

El análisis de los resultados de la presente investigación y el análisis realizado en el estudio citado líneas arriba, denotan significativa importancia como la personalidad de cada colaborador de New Transport se refleja en la atención al cliente, para ello la comunicación verbal efectiva se relaciona directamente con el servicio al cliente, teniendo como resultado la satisfacción al cliente.

CONCLUSIONES

1. La dimensión energía de la personalidad de los colaboradores se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes, ya que el 55% de los colaboradores responden negativamente a la dimensión energía, lo cual es percibido por los clientes, puesto que el 46% no identifica adecuadamente la capacidad de respuesta de los trabajadores ya que en ocasiones no reciben información oportunamente, se presentan demoras en los trámites aduaneros así como en la recepción o entrega de contenedores para su embarque.
2. Respecto a la dimensión afabilidad, el 59% del total de colaboradores encuestados alegan ser personas altruistas, amigables, generosas y solidarias; respecto a ello, tan sólo el 41% de los clientes perciben dichas aptitudes, puesto que alegan que los trabajadores expresan empatía cuando se presentan problemas en sus operaciones de comercio exterior y procuran brindar su apoyo ofreciendo alternativas de solución para superar el inconveniente y evitar que sean perjudicados.
3. En cuanto a la dimensión tesón de la personalidad, el 50% de los colaboradores se consideran personas reflexivas, firmes, decididas, perseverantes y diligentes; respecto a ello, el 41% de los clientes reconocen la fiabilidad del servicio, ya que afirman recibir una atención personalizada que se adecua a su forma de trabajo, además manifiestan que los trabajadores respetan los puntos acordados en las negociaciones y procuran cumplir con lo ofrecido, además identifican un bajo índice de errores.
4. En cuanto a la dimensión estabilidad emocional el 68% de los colaboradores se consideran emocionalmente estables; respecto a ello el 64% de los clientes expresaron sentir mayor confianza y seguridad con el servicio ya que el personal demuestra tener control frente a problemas propios del giro de negocio y buscar la mejor solución evitando el perjuicio del cliente.

5. Respecto a la dimensión apertura mental el 64% de los colaboradores se consideran personas con facilidad para relacionarse con los demás, permitiéndoles compartir experiencias, costumbres, culturas y estar a la vanguardia. Esto se refleja en la calidad del servicio que ofrecen, ya que tienen buen trato y brindan información novedosa sobre el contexto del comercio exterior manteniendo a sus clientes actualizados, hecho que es percibido por el 39% de los usuarios finales.

6. La personalidad de los colaboradores repercute en la calidad de servicio que brindan, al respecto se identificó que el 32% del personal es indiferente a las dimensiones de su personalidad, por lo que desconocen de qué manera ésta puede influir sobre su comportamiento y actuar. Lo cual es percibido por el 52% de los clientes, quienes se muestran indiferentes al servicio recibido por New Transport, puesto que no se sienten completamente satisfechos ya que en ocasiones no reciben un trato cortés, la atención no es oportuna y sienten que la empresa no siempre vela por sus intereses.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que la empresa implemente un sistema automático de notificaciones, a través del cual se informe a los clientes sobre el status actual de sus despachos y se comuniquen en caso de necesitar información adicional para los trámites aduaneros, además el personal debe ser capacitado para el correcto uso de dicho sistema a fin de brindar información oportuna y procurar la celeridad en los tramites. Asimismo establecer un programa regular de pausas activas que permita reducir la fatiga laboral, recuperar energía, aminorar el estrés e incrementar la capacidad de concentración de sus colaboradores a fin de mejorar su desempeño e incrementar su capacidad de respuesta para con los requerimientos de los clientes.
2. El área de recursos humanos de la empresa New Transport debe establecer un programa de reuniones interactivas que incluyan actividades que permitan desarrollar la inteligencia emocional de los colaboradores, de esta manera los colaboradores establecerán vínculos entre ellos permitiéndoles establecer vinculo cercanos, mejorar su comunicación, desarrollar su capacidad de empatía, trabajar en equipo, transmitir confianza a las demás personas, percibir lo que los clientes requieren para atender a sus necesidades de la mejor manera posible.
3. Para desarrollar el tesón de los colaboradores se recomienda que la empresa incluya el cumplimiento dentro de su cultura de calidad, estableciendo parámetros para las negociaciones que aseguren el cumplimiento del servicio ofrecido. Además debe evaluar constantemente este aspecto a través de encuestas o llamadas periódicas a sus clientes para verificar que se esté cumpliendo con lo prometido, considerando que este es un elemento determinante para la decisión del cliente y constituye los principios para brindar el mejor servicio.

4. La empresa debe impartir charlas sobre el autocontrol dirigido a su personal, dando a conocer técnicas que les permita controlar sus emociones e impulsos en circunstancias en las que se encuentren bajo presión, de tal manera que desarrollen sus propios métodos para afrontar dichas situaciones y mantengan la calma para continuar con sus labores y brinden una atención adecuada a los clientes.

5. Se recomienda que New Transport desarrolle un programa de capacitaciones, procurando que los colaboradores desarrollen sus conocimientos técnicos y operativos relacionados al comercio exterior. Así mismo, debe promover el desarrollo de proyectos innovadores enfocados a la mejora de la calidad de servicio, a través de la cual contribuyan con ideas creativas y novedosas que mejoren la forma como se llevan a cabo los diferentes servicios que brindan, de tal manera que se brinde una atención individualizada a cada cliente a fin de procurar su satisfacción.

6. Se recomienda evaluar a los colaboradores tanto a los que conocen como a los que desconocen su personalidad a través de pruebas psicológicas y darles a conocer el resultado explicándoles en qué consisten las dimensiones de la personalidad para que cada uno las identifique y en forma conjunta evalúen como puede llegar a influir en su comportamiento y por ende en su desempeño laboral. Adicionalmente se debe hacer un seguimiento continuo de las perspectivas de los clientes, a través de encuestas y visitas periódicas a fin de recabar información y sugerencias para mejorar el servicio que se brinda.

REFERENCIAS

1. Baltazar, D. y Chirinos, J. (2014), *Clima laboral y dimensiones de la Personalidad en colaboradores de una empresa de servicios en el Norte del Perú*, 2013. Recuperado de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/332/1/TL_BaltazarZavaletaDeysi_ChirinosAntezanaJose.pdf
2. Barragán, M. y Lazo, M. (2004). *Evaluación de la calidad en el servicio de la empresa TELMEX sucursal Cholula*. Realizado en Puebla, México. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/meni/barragan_c_m/
3. Bembibre, C. (2014). *Definición de cultural*. Madrid, España: Recuperado de <https://www.definicionabc.com/general/cultural.php>
4. Bermejo, J. (2016). *Empatía y ecpatía*. Recuperado de <https://www.josecarlosbermejo.es/empatia-y-ecpatia/>
5. Castellero, O. (2017). *La teoría de la personalidad de Gordon Allport*. *Psicología y Mente*. *Semana (10)*, p.18 – p.25.
6. Cabanillas, K. (2015), *Personalidad y respuestas de afrontamiento al estrés en trabajadores de una empresa Agroindustrial de Virú*. Recuperado de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/1769/1/re_psicologia_personalidad_resp.afrontamiento.estres_trab.agroindus_tesis.pdf
7. Caicay, Trinidad (2017), *Dimensiones de la calidad de servicio que influyen en la reputación corporativa de las empresas courier en Lima*. Recuperado de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2651/2/2017_Caicay_Dimensiones_de_la_calidad_de_servicio.pdf

8. Campiña, G., & Fernández, M. (2016). *Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo* (págs. 122-125). Madrid: Cimapress. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=jNxTDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=En+Gesti%C3%B3n+de+quejas+y+reclamaciones+en+materia+de+consumo&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi9qKKp0LXjAhUttIkKHHWH8BOIQ6AEIKDAA#v=onepage&q=En%20Gesti%C3%B3n%20de%20quejas%20y%20reclamaciones%20en%20materia%20de%20consumo&f=false>
9. Caprara, G., Barbaranelli, C. y Borgogni, L. (1993). *Cuestionario Big Five*. BFQ. Adaptación española. Madrid: TEA.
10. Carrillo, A. (2014). *Apertura a la experiencia: ¿Cómo es este rasgo de personalidad?* Carabobo. Recuperado de <https://psicologiyamente.com/personalidad/apertura-a-experiencia>
11. Caprara, C. Barbaranelli y Borgogni, L. (2019). *BFQ. Cuestionario "Big Five". Pasión por la psicología*. Recuperado de <http://web.teaediciones.com/BFQ--CUESTIONARIO-BIG-FIVE.aspx>
12. Cuatrecasas, L., & Gonzáles, J. (2017). *Gestión integral de la calidad*. Barcelona: Profit editorial. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=k449DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT7&dq=calidad&ots=Putr9Way3v&sig=KYSNcNDVfbpuRC9xEM2vq6O0ul8#v=onepage&q=calidad&f=true>
13. Cuervo, S. (3 de noviembre 2016). *Cinco atributos de la personalidad que influyen en el comportamiento organizacional*. *Conexión Esan*. P.15 -27.
14. CEPAM. (2013). *Manual de Atención al Cliente*. Quito: Centro Ecuatoriano para la Promoción y Acción de la Mujer.

15. Chacón, J. y Rugel, S. (2018). *Teorías, modelos y sistemas de gestión de calidad*. Revista Espacios Vol. 39, pág. 14. Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p14.pdf>

16. Cloninger, S. (2003). *Teorías de la personalidad* (Tercera edición ed.). México: Pearson Educación. Recuperado el 28 de septiembre de 2018.

17. Comte, A. (2016). *Concepto de Dinamismo*. Recuperado de <https://deconceptos.com/general/dinamismo>.

18. Fernández, D., y Fernández, E. (2017). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Madrid, España: Paraninfo. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=kAMoDwAAQBAJ&pg=PA220&dq=cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjO-bfEvq7jAhVox1kKHQJ4BIkQ6AEIJzAA#v=onepage&q=cliente&f=true>

19. García, A. (2016). *Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente*. Telos, p. 383 - 388. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99346931003>

20. Giordani, V. (2019). *¿Qué es el control emocional?* Auto Poder. Recuperado de <https://www.autopoder.com/pregunta/41/que-es-el-control-emocional>

21. Giribaldi, M (2016). *Adaptación de Cuestionario Big Five (BFQ)*. Universidad César Vallejo. Lima

22. Hernández, S. y etal. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc GrawHill.

23. Hoffman, K. y Bateson, J. (2012). *Marketing de servicios*. Conceptos, estrategias y casos. México: Cengage Learning Editores S.A.

24. Lalama, M. y Romero, M. (2018). *Influencia de la personalidad en el desempeño laboral del personal administrativo de la universidad regional Autónoma de los Andes*. Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/27543>
25. Loayza, E. (2014). *La Selección del personal*. Universidad Interamericana de Panamá: Laurete International Universities.
26. Lucio, R. y Onofre, R. (2015). *La calidad del servicio y su incidencia en el nivel de satisfacción de los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Policía Nacional, Agencia Babahoyo*. Ecuador. Recuperado de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/1645/2/T-UTB-CEPOS-MAE-000026.1.pdf>
27. Martín, J. (2018). *¿Qué es un operador logístico?* Recuperado de <https://www.pqs.pe/economia/que-es-un-operador-logistico>
28. New Transport SA. (2018). *Quienes somos: New transport*. Obtenido de New transport Web Site: <http://www.newtransport.net>
29. Pérez, J y Gardey, A. (2016). *Relaciones Laborales*. Recuperado de <https://definicion.de/relaciones-laborales/>
30. Pop, B. (2013), *Relación entre los rasgos de personalidad y el desempeño laboral de los colaboradores de la Asociación Comunidad Esperanza Cobán, Alta Verapaz. Guatemala*. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/43/Pop-Bianca.pdf>
31. Porras, F. y Prieto, L. (2014), *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en el área de operaciones del Banco de Crédito del Perú oficina principal Cusco*. Recuperado de <http://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/UNSAAC/967>

32. Reyes, L. (2016). *Relación entre compromiso laboral y personalidad de los colaboradores del área operativa de una empresa productora de alimento de la Costa Sur*. Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2016/05/43/Reyes-Liliana.pdf>
33. Rodriguez, A. (2018). *¿Qué es la escrupulosidad?* Recuperado de <https://www.lifeder.com/escrupulosidad/>
34. Rodriguez, E. (2018). *Las tres dimensiones de la personalidad de Hans Eysenck*. La mente es maravillosa. Recuperado de <https://lamenteesmaravillosa.com/las-tres-dimensiones-la-personalidad-hans-eysenck/>
35. Sandoval, R., Hinojosa, J. & Sandoval Chávez, M. G. (2017). *Calidad de los servicios logísticos*. Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración, 9-11.
36. Seelbach Gonzáles, G. A. (2013). *Teorías de la personalidad*. Tlalnepantla de Baz, México: Red Tercer Milenio.
37. Torres, M. y Vásquez, C. (2015). *Modelos de evaluación de la calidad de servicio: caracterización y análisis*. Venezuela. Pág. 63 – 66. Recuperado de http://www.ucla.edu.ve/dac/compendium/revista35/compendium_35_2015_4.pdf
38. Torres, A. (2017). *Tipos de personas: 13 características básicas de personalidad*. Psicología y Mente. Recuperado de <https://psicologiaymente.com/personalidad/tipos-personas>
39. Torreblanca, L. (2017). *Desarrollo de un Nuevo Instrumento de Evaluación: El Cuestionario Breve de Personalidad (CBP)*. Universidad de Málaga. Málaga.

40. Urbina, S. (2015). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa: Corporación Norte SAC – Ciudad de Trujillo 2014*. Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/973>

ANEXOS

ANEXO N° 1: LA PERSONALIDAD DEL COLABORADOR Y LA CALIDAD DE SERVICIO A LOS CLIENTES EN EL OPERADOR LOGISTICO NEW TRANSPORT, PERIODO 2018

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES, DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA
<p align="center">Problema General</p> <p>¿En qué medida la personalidad del colaborador “se relaciona con la calidad de servicio a los clientes del Operador” Logístico New Transport, periodo 2018?</p>	<p align="center">Objetivo General</p> <p>Demostrar la relación entre la personalidad del colaborador y la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.</p>	<p align="center">Hipótesis General</p> <p>La personalidad del colaborador “se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico” New Transport, periodo 2018.</p>	<p align="center">Variable X</p> <p align="center">Personalidad</p> <p>a) Energía</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dinamismo • Dominancia <p>b) Afabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cooperación/empatía • Cordialidad/amabilidad <p>c) Tesón</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escrupulosidad • Perseverancia <p>d) Estabilidad emocional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Control de emociones • Control de impulsos <p>e) Apertura mental</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apertura a la cultura • Apertura a la experiencia 	<p align="center">Tipo de Investigación</p> <p align="center">Aplicada</p> <p align="center">Diseño de Investigación</p> <p align="center">No experimental transeccional, descriptivo, correlacional</p> <p align="center">Técnica</p> <p align="center">Encuesta</p> <p align="center">Población</p> <ul style="list-style-type: none"> • 130 colaboradores de New Transport • 125 clientes de New Transport
<p align="center">Problemas Específicos</p> <p>a) ¿De qué manera la Energía de la personalidad del colaborador se relaciona con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018?</p> <p>b) ¿De qué manera la Afabilidad de la personalidad del colaborador “se relaciona con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico” New Transport, periodo 2018?</p>	<p align="center">Objetivos Específicos</p> <p>a) Determinar la relación entre la Energía de la personalidad del colaborador y la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.</p> <p>b) Determinar la relación entre la Afabilidad de la personalidad del colaborador y la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.</p>	<p align="center">Hipótesis Específicas</p> <p>a) La Energía de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del operador Logístico New Transport, periodo 2018.</p> <p>b) La Afabilidad de la personalidad del colaborador “se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico” New Transport, periodo 2018.</p>		

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES, DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problemas Específicos</p> <p>c) ¿De qué manera el Tesón de la personalidad del colaborador se relaciona con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018?</p> <p>d) ¿De qué manera la Estabilidad Emocional de la personalidad del colaborador se relaciona con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018?</p> <p>e) ¿De qué manera la Apertura Mental de la personalidad del colaborador se relaciona con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018?</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>c) Determinar la relación entre el Tesón de la personalidad del colaborador y la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.</p> <p>d) Determinar la relación entre la Estabilidad Emocional de la personalidad del colaborador se relaciona con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.</p> <p>e) Determinar la relación entre la Apertura Mental de la personalidad del colaborador y la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.</p>	<p>Hipótesis Específicas</p> <p>c) El Tesón de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.</p> <p>d) La Estabilidad Emocional de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.</p> <p>e) La Apertura Mental de la personalidad del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio a los clientes del Operador Logístico New Transport, periodo 2018.</p>	<p>Variable Y Calidad de servicio</p> <p>a) Empatía</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención individualizada • Horarios de atención • Preocupación de interés del usuario <p>b) Capacidad de respuesta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información oportuna • Servicio rápido • Disposición de ayuda <p>c) Seguridad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento de confianza • Conocimientos de procesos • Personal cortés. <p>d) Fiabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de ofrecimientos • Desempeño de buen servicio • No caer en el error. <p>e) Elementos tangibles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipos de aspectos modernos • Instalaciones físicas atractivas • Materiales del servicio visualmente atractivo 	<p>Muestra</p> <ul style="list-style-type: none"> • 56 colaboradores de New Transport • 54 clientes <p>Estadístico de prueba</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prueba de normalidad • Rho de Spearman <p>Confiabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alfa de Cronbach

ANEXO N° 2: CUESTIONARIO BIG FIVE

A continuación, señores colaboradores, tendrá una lista de frases sobre su forma de sentir, actuar y pensar, lea atentamente y escriba una X donde corresponda, según las alternativas siguientes:

- 1 = *"Completamente falso para mí"*
- 2 = *"Bastante falso para mí"*
- 3 = *"Ni verdadero ni falso para mí"*
- 4 = *"Bastante verdadero para mí"*
- 5 = *"Completamente verdadero para mí "*

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
1	"Creo que soy una persona activa y vigorosa"					
2	"No me gusta hacer las cosas razonando demasiado sobre ellas"					
3	"Tiendo a implicarme demasiado cuando alguien me cuenta sus problemas"					
4	"No me preocupan especialmente las consecuencias que mis actos puedan tener sobre los demás"					
5	"Estoy siempre informado sobre lo que sucede en el mundo"					
6	"Nunca he dicho una mentira"					
7	"No me gustan las actividades que exigen empeñarse y esforzarse hasta el agotamiento"					
8	"Tiendo a ser muy reflexivo"					
9	"No suelo sentirme tenso"					
10	"Noto fácilmente cuando las personas necesitan mi ayuda"					
11	"No recuerdo fácilmente los números de teléfono que son largos"					
12	"Siempre he estado completamente de acuerdo con los demás"					
13	"Generalmente tiendo a imponerme a las otras personas, más que a condescender con ellas"					
14	"Ante los obstáculos grandes no conviene empeñarse en conseguir los objetivos propios"					

Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
15	"Soy más bien susceptible"					
16	"No es necesario comportarse cordialmente con todas las personas"					
17	"No me siento muy atraído por las situaciones nuevas e inesperadas"					
18	"Siempre he resuelto de inmediato todos los problemas que he encontrado"					
19	"No me gustan los ambientes de trabajo en los que hay mucha competitividad"					
20	"Llevo a cabo las decisiones que he tomado"					
21	"No es fácil que algo o alguien me haga perder la paciencia"					
22	"Me gusta mezclarme con la gente"					
23	"Toda novedad me entusiasma"					
24	"Nunca me he asustado ante un peligro, aunque fuera grave"					
25	"Tiendo a decidir rápidamente"					
26	"Antes de tomar cualquier iniciativa, me tomo tiempo para valorar las posibles consecuencias"					
27	"No creo ser una persona ansiosa"					
28	"No suelo saber cómo actuar ante las desgracias de mis amigos"					
29	"Tengo muy buena memoria"					
30	"Siempre he estado absolutamente seguro de todas mis acciones"					
31	"En mi trabajo no le concedo especial importancia a rendir mejor que los demás"					
32	"No me gusta vivir de manera demasiada metódica y ordenada"					
33	"Me siento vulnerable a las críticas de los demás"					
34	"Si es preciso, no tengo inconveniente en ayudar a un desconocido"					
35	"No me atraen las situaciones en constante cambio"					
36	"Nunca he desobedecido las órdenes recibidas, ni siquiera siendo niño"					

Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
57	"Me molesta mucho el desorden"					
58	"No suelo reaccionar de modo impulsivo"					
59	"Siempre encuentro buenos argumentos para sostener mis propuestas y convencer a los demás de su validez"					
60	"Me gusta estar bien informado, incluso sobre temas alejados de mi ámbito de competencia"					
61	"No doy mucha importancia a demostrar mis capacidades"					
62	"Mi humor pasa por altibajos frecuentes"					
63	"A veces me enfado por cosas de poca importancia"					
64	"No hago fácilmente un préstamo, ni siquiera a personas que conozco bien"					
65	"No me gusta estar en grupos numerosos"					
66	"No suelo planificar mi vida hasta en los más pequeños detalles"					
67	"Nunca me han interesado la vida y costumbres de otros pueblos"					
68	"No dudo en decir lo que pienso"					
69	"A menudo me noto inquieto"					
70	"En general no es conveniente mostrarse sensible a los problemas de los demás"					
71	"En las reuniones no me preocupo especialmente por llamar la atención"					
72	"Creo que todo problema puede ser resuelto de varias maneras"					
73	"Si creo que tengo razón, intento convencer a los demás, aunque me cueste tiempo y energía"					
74	"Normalmente tiendo a no fiarme mucho de mi prójimo"					
75	"Difícilmente desisto de una actividad que he comenzado"					
76	"No suelo perder la calma"					
77	"No dedico mucho tiempo a la lectura"					
78	"Normalmente no entablo conversación con compañeros ocasionales de viaje"					
79	"A veces soy tan escrupuloso que puedo resultar pesado"					

Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
80	"Siempre me he comportado de modo totalmente desinteresado"					
81	"No tengo dificultad para controlar mis sentimientos"					
82	"Nunca he sido un perfeccionista"					
83	"En diversas circunstancias me he comportado impulsivamente"					
84	"Nunca he discutido o peleado con otra persona"					
85	"Es inútil empeñarse totalmente en algo, porque la perfección no se alcanza nunca"					
86	"Tengo en gran consideración el punto de vista de mis compañeros"					
87	"Siempre me han apasionado las ciencias"					
88	"Me resulta fácil hacer confidencias a los demás"					
89	"Normalmente no reacciono de modo exagerado, ni siquiera ante las emociones fuertes"					
90	"No creo que conocer la historia sirva de mucho"					
91	"No suelo reaccionar a las provocaciones"					
92	"Nada de lo que he hecho podría haberlo hecho mejor"					
93	"Creo que todas las personas tienen algo de bueno"					
94	"Me resulta fácil hablar con personas que no conozco"					
95	"No creo que haya posibilidad de convencer a otro cuando no piensa como nosotros"					
96	"Si fracaso en algo, lo intento de nuevo hasta conseguirlo"					
97	"Siempre me han fascinado las culturas muy diferentes a la mía"					
98	"A menudo me siento nervioso"					
99	"No soy una persona habladora"					
100	"No merece mucho la pena ajustarse a las exigencias de los compañeros, cuando ello supone una disminución del propio ritmo de trabajo"					
101	"Siempre he comprendido de inmediato todo lo que he leído"					
102	"Siempre estoy seguro de mí mismo"					
103	"No comprendo qué empuja a las personas a comportarse de modo diferente a la norma"					

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
104	"Me molesta mucho que me interrumpen mientras estoy haciendo algo que me interesa"					
105	"Me gusta mucho ver programas de información cultural o científica"					
106	"Antes de entregar un trabajo, dedico mucho tiempo a revisarlo"					
107	"Si algo no se desarrolla tan pronto como deseaba, no insisto demasiado"					
108	"Si es preciso, no dudo en decir a los demás que se metan en sus asuntos"					
109	"Si alguna acción mía puede llegar a desagradar a alguien, seguramente dejo de hacerla"					
110	"Cuando un trabajo está terminado, no me pongo a repararlo en sus mínimos detalles"					
87	"Siempre me han apasionado las ciencias"					
88	"Me resulta fácil hacer confidencias a los demás"					
89	"Normalmente no reacciono de modo exagerado, ni siquiera ante las emociones fuertes"					
104	"Me molesta mucho que me interrumpen mientras estoy haciendo algo que me interesa"					
105	"Me gusta mucho ver programas de información cultural o científica"					
106	"Antes de entregar un trabajo, dedico mucho tiempo a revisarlo"					
107	"Si algo no se desarrolla tan pronto como deseaba, no insisto demasiado"					
108	"Si es preciso, no dudo en decir a los demás que se metan en sus asuntos"					
109	"Si alguna acción mía puede llegar a desagradar a alguien, seguramente dejo de hacerla"					
110	"Cuando un trabajo está terminado, no me pongo a repararlo en sus mínimos detalles"					
111	"Estoy convencido de que se obtienen mejores resultados cooperando con los demás, que compitiendo"					
112	"Prefiero leer a practicar alguna actividad deportiva"					

Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
113	"Nunca he criticado a otra persona"					
114	"Afronto todas mis actividades y experiencias con gran entusiasmo"					
115	"Sólo quedo satisfecho cuando veo los resultados de lo que había programado"					
116	"Cuando me critican, no puedo evitar exigir explicaciones"					
117	"No se obtiene nada en la vida sin ser competitivo"					
118	"Siempre intento ver las cosas desde distintos enfoques"					
119	"Incluso en situaciones muy difíciles, no pierdo el control"					
120	"A veces incluso pequeñas dificultades, pueden llegar a preocuparme"					
121	"Generalmente no me comporto de manera abierta con los extraños"					
122	"No suelo cambiar de humor bruscamente"					
123	"No me gustan las actividades que implican riesgo"					
124	"Nunca he tenido mucho interés por los temas científicos o filosóficos"					
125	"Cuando empiezo a hacer algo, nunca sé si lo terminaré"					
126	"Generalmente confío en los demás y en sus intenciones"					
127	"Siempre he mostrado simpatía por todas las personas que he conocido"					
128	"Con ciertas personas no es necesario ser demasiado tolerante"					
129	"Suelo cuidar todas las cosas hasta en sus mínimos detalles"					
130	"No es trabajando en grupo cómo se pueden desarrollar mejor las propias capacidades"					
131	"No suelo buscar soluciones nuevas a problemas para los que ya existe una solución eficaz"					
132	"No creo que sea útil perder tiempo repasando varias veces el trabajo hecho"					

ANEXO N^o 3: CUESTIONARIO ORIGINAL DEL MODELO SERVPERF

	Fuertemente en Desacuerdo			Fuertemente De acuerdo			
ELEMENTOS TANGIBLES							
1. Los equipos de _____ tienen la apariencia ser modernos.	1	2	3	4	5	6	7
2. Las instalaciones físicas de _____ son visualmente atractivas.	1	2	3	4	5	6	7
3. Los empleados de _____ tienen apariencia pulcra.	1	2	3	4	5	6	7
4. La apariencia de las instalaciones de _____ esta acorde con el tipo de servicio prestado.	1	2	3	4	5	6	7
FIABILIDAD							
5. Cuando en _____ prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	1	2	3	4	5	6	7
6. Cuando usted tiene un problema en _____ muestran un sincero interés en solucionarlo.	1	2	3	4	5	6	7
7. _____ es confiable.	1	2	3	4	5	6	7
8. _____ provee el servicio en el tiempo establecido.	1	2	3	4	5	6	7
9. En _____ insisten en mantener registros libres de errores.	1	2	3	4	5	6	7
CAPACIDAD DE RESPUESTA							
10. Los empleados de _____ Informan con precisión a los clientes cuándo concluirá cada servicio.	1	2	3	4	5	6	7
11. Los empleados de _____ le sirven con rapidez.	1	2	3	4	5	6	7
12. Los empleados de _____ siempre se muestran dispuestos a ayudarlo.	1	2	3	4	5	6	7
13. Los empleados de _____ nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas.	1	2	3	4	5	6	7
SEGURIDAD							
14. El comportamiento de los empleados de _____ le transmite confianza.	1	2	3	4	5	6	7
15. Usted se siente seguro en sus transacciones con los empleados de _____.	1	2	3	4	5	6	7
16. Los empleados de _____ son siempre amables con usted.	1	2	3	4	5	6	7
17. Los empleados reciben apoyo adecuado de _____ para poder hacer bien su trabajo.	1	2	3	4	5	6	7
EMPATÍA							
18. En _____ le dan una atención individualizada.	1	2	3	4	5	6	7
19. Los empleados de _____ le dan una atención personalizada.	1	2	3	4	5	6	7
20. Los empleados de _____ comprende sus necesidades específicas.	1	2	3	4	5	6	7
21. En _____ se preocupan por sus mejores intereses.	1	2	3	4	5	6	7
22. En _____ tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.	1	2	3	4	5	6	7

Fuente: Cronin, J. y Taylor, S. (1994). SERVPERF vs. SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions minus Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*, Vol. N^o 58, 1, p. 125-131. Recuperado de la base de datos ProQuest.

ANEXO N^o 4: CUESTIONARIO SEGÚN MODELO SERVPERF APLICADO

Estimado usuario, solicitamos honestidad al momento de responder las preguntas, este cuestionario trata sobre la calidad de servicio. Le agradecemos con anticipación por su tiempo dado para resolver el presente cuestionario.

La escala que se va a usar es el siguiente:

- 1 = *“Totalmente en desacuerdo”*
- 2 = *“En desacuerdo”*
- 3 = *“Indiferente”*
- 4 = *“De acuerdo”*
- 5 = *“Totalmente de acuerdo”*

CALIDAD DE SERVICIO	Escala				
	1	2	3	4	5
Elementos tangibles					
1. ¿New Transport tiene equipos de apariencia moderna?					
2. ¿Las instalaciones físicas de New Transport son visualmente atractivas?					
3. ¿Los colaboradores de New Transport tiene apariencia pulcra?					
4. ¿Los elementos materiales (folletos, estado de cuenta y similares) son visualmente atractivos?					
Fiabilidad					
5. Cuando New Transport promete hacer algo en cierto tiempo, ¿lo hace?					
6. Cuando Ud. tiene un problema con la atención en New Transport, ¿se muestran sinceros a solucionarlos?					
7. ¿New Transport realiza bien el servicio la primera vez?					
8. ¿New Transport concluye el servicio en el tiempo prometido?					
9. ¿New Transport trata de mantener la atención sin errores?					

CALIDAD DE SERVICIO	Escala				
	1	2	3	4	5
Capacidad de respuesta					
10. ¿Los colaboradores comunican en que tiempo le atenderán?					
11. ¿Los colaboradores atienden en forma rápida los pedidos?					
12. ¿Los colaboradores siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios?					
13. ¿Los colaboradores nunca están demasiados ocupados para responder a las preguntas de los clientes?					
Seguridad					
14. ¿El comportamiento de los colaboradores de New Transport transmiten confianza a sus clientes?					
15. ¿Ud. se siente seguro en sus trámites en New Transport?					
16. ¿Los colaboradores de New Transport son siempre amables con los clientes?					
17. ¿Los colaboradores tiene conocimientos suficientes para absolver a sus preguntas?					
Empatía					
18. ¿New Transport brinda a sus clientes una atención individualizada?					
19. ¿New Transport tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes?					
20. ¿New Transport tiene colaboradores que ofrecen una atención personalizada a sus clientes?					
21. ¿New Transport se preocupa por los mejores intereses de sus clientes?					
22. ¿New Transport comprende las necesidades específicas de sus clientes?					

ANEXO N^o 4: CONSENTIMIENTO INFORMADO



CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ACCESO PÚBLICO

Por medio de la presente, informamos que el Operador Logístico New Transport S.A. autoriza a las alumnas PALOMINO ESQUIVEL YESSENIA LUCERO y RUIZ HUANCA PATRICIA ABIGAIL de la Escuela Profesional de ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES, de la Universidad de San Martín de Porres, hacer uso de la información que a continuación se detalla, con el consentimiento de la institución, para el desarrollo de su tesis de grado, la cual lleva por título: LA PERSONALIDAD DEL COLABORADOR Y LA CALIDAD DE SERVICIO A LOS CLIENTES DEL OPERADOR LOGÍSTICO NEW TRANSPORT, PERIODO 2018.

1. Resultados de los cuestionarios Big Five que se aplicaran a los colaboradores de la compañía.
2. Resultados de los cuestionarios SERVPERF que desarrollaran los clientes de la compañía.

Dicha información se recopilara durante el Trabajo de Campo para posteriormente ser registrada en su investigación con fines netamente pedagógicos.

Se expide la presente constancia de consentimiento informado, a solicitud de las interesadas, para los fines que estimen conveniente.

Santa Anita, 08 de Julio del 2018

YESSENIA L. PALOMINO E.

PATRICIA A. RUIZ H.

PERSONA QUE AUTORIZA

Nombre: Hugo Machare
DNI: 44262127

ANEXO N° 5: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS



Solicitud de validación de juicio de experto Instrumento de recopilación de datos

Ms. Oscar Chamocho Cabanillas

Nosotras, Palomino Esquivel Yessenia Lucero y Ruiz Huanca Patricia Abigail. Alumnas de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos, de la Escuela Académica de Administración de Negocios Internacionales.

Ante usted, con el debido respeto nos presentamos y exponemos, que estamos presentando un Plan de tesis titulado: LA PERSONALIDAD DEL COLABORADOR Y LA CALIDAD DE SERVICIO A LOS CLIENTES DEL OPERADOR LOGISTICO NEW TRANSPORT, PERIODO 2018; y requerimos validar nuestros instrumentos de recopilación de datos mediante el juicio de expertos, por lo cual solicitamos tenga a bien realizar la validación correspondiente, para proseguir con la recolección de datos para nuestra investigación.

Alumno autor del proyecto:

Apellidos y Nombres	Firma
Palomino Esquivel Yessenia Lucero	
Ruiz Huanca Patricia Abigail	

Asesor(a) del proyecto de tesis:

Apellidos y Nombres	Firma
Ruiz Chavez Pilar Zoila	

Por lo expuesto, agradeceremos se sirva atender la presente solicitud.

Documentación adjunta:

1. Matriz de consistencia
2. Matriz de operacionalización de variables
3. Formato de validación de juicio de expertos

Santa Anita, Agosto del 2018

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS
Instrucciones:

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que corresponda, según su evaluación basada en la presente rúbrica.

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
2. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
4. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Fuente: Adaptado de: www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/6574/5708/articulo3_juicio_de_experto_27-36.pdf

Santa Anita, Agosto del 2018

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1
Variable 1: PERSONALIDAD

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:		CUESTIONARIO BIG FIVE					
Autor del Instrumento		PAUL COSTA, ROBERT MCCRAE, LEWIS GOLDBERG (1970 - 1985)					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)		PERSONALIDAD VARIABLE INDEPENDIENTE					
Población:		130 COLABORADORES DE LA EMPRESA NEW TRANSPORT SA					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones	
D1: ENERGIA	1	Creo que soy una persona activa y vigorosa	4	4	4	4	
	7	No me gustan las actividades que exigen empeñarse y esforzarse hasta el agotamiento	4	4	4	4	
	13	Generalmente tiendo a imponerme a las otras personas, más que a condescender con ellas	4	4	4	4	
	19	No me gustan los ambientes de trabajo en los que hay mucha competitividad	4	4	4	4	
	25	Tiendo a decidir rápidamente	4	4	4	4	
	31	En mi trabajo no le concedo especial importancia a rendir mejor que los demás	4	4	4	4	
	37	No me gustan aquellas actividades en las que es preciso ir de un sitio a otro y moverse continuamente	4	4	4	4	
	39	Estoy dispuesto a esforzarme al máximo con tal de destacar	4	4	4	4	
	51	No me gusta hacer varias cosas al mismo tiempo	4	4	4	4	
	53	A menudo estoy completamente absorbido por mis compromisos y actividades	4	3	4	4	SE PUEDE MEJORAR LA REDUCCIÓN
	59	Siempre encuentro buenos argumentos para sostener mis propuestas y convencer a los demás de su validez	4	4	4	4	
	61	No doy mucha importancia a demostrar mis capacidades	4	4	4	4	
	66	No suelo planificar mi vida hasta en los más pequeños detalles	4	4	4	4	
	71	En las reuniones no me preocupo especialmente por llamar la atención	4	4	4	4	
	73	Si creo que tengo razón, intento convencer a los demás, aunque me cueste tiempo y energía	4	4	4	4	
	78	Normalmente no entablo conversación con compañeros ocasionales de viaje	4	4	4	4	
	94	Me resulta fácil hablar con personas que no conozco	4	4	4	4	
	95	No creo que haya posibilidad de convencer a otro cuando no piensa como nosotros	4	4	4	4	
	99	No soy una persona habladora	4	4	4	4	
	102	Siempre estoy seguro de mí mismo	4	4	4	4	
114	Afronto todas mis actividades y experiencias con gran	4	4	4	4		

	20	Llevo a cabo las decisiones que he tomado	4	4	4	4
	26	Antes de tomar cualquier iniciativa, me tomo tiempo para valorar las posibles consecuencias	4	4	4	4
	32	No me gusta vivir de manera demasiado metódica y ordenada	4	4	4	4
	38	No creo que sea preciso esforzarse más allá del límite de las propias fuerzas, incluso aunque haya que cumplir algún plazo	4	4	4	4
	46	Llevo a cabo lo que he decidido, aunque me suponga un esfuerzo no previsto	4	4	4	4
	49	Llevo adelante las tareas emprendidas, aunque los resultados iniciales parezcan negativos	4	4	4	4
	54	Cuando algo entorpece mis proyectos, no insisto en conseguirlos e intento otros	4	4	4	4
	57	Me molesta mucho el desorden	4	4	4	4
	66	No suelo planificar mi vida hasta en los más pequeños detalles	4	4	4	4
	75	Difícilmente desisto de una actividad que he comenzado	4	4	4	4
	79	A veces soy tan escrupuloso que puedo resultar pesado	4	4	4	4
	82	Nunca he sido un perfeccionista	4	4	4	4
	85	Es inútil empeñarse totalmente en algo, porque la perfección no se alcanza nunca	4	4	4	4
	96	Si fracaso en algo, lo intento de nuevo hasta conseguirlo	4	4	4	4
	106	Antes de entregar un trabajo, dedico mucho tiempo a revisarlo	4	4	4	4
	107	Si algo no se desarrolla tan pronto como deseaba, no insisto demasiado	4	4	4	4
	110	Cuando un trabajo está terminado, no me pongo a repararlo en sus mínimos detalles	4	4	4	4
	115	Sólo quedo satisfecho cuando veo los resultados de lo que había programado	4	4	4	4
	125	Cuando empiezo a hacer algo, nunca sé si lo terminaré	4	4	4	4
	129	Suelo cuidar todas las cosas hasta en sus mínimos detalles	4	4	4	4
	132	No creo que sea útil perder tiempo repasando varias veces el trabajo hecho	4	4	4	4
D4: ESTABILIDAD EMOCIONAL	3	Tiendo a implicarme demasiado cuando alguien me cuenta sus problemas	4	4	4	4
	9	No suelo sentirme tenso	4	4	4	4
	15	Soy más bien susceptible	4	4	4	4
	21	No es fácil que algo o alguien me haga perder la paciencia	4	4	4	4
	27	No creo ser una persona ansiosa	4	4	4	4
	33	Me siento vulnerable a las críticas de los demás	4	4	4	4
	43	En general no me irrita, ni siquiera en situaciones en las que tendría motivos suficientes para ello	4	4	4	4
	45	Cuando me enfado manifiesto mi mal humor	4	4	4	4
	50	No suelo sentirme solo y triste	4	4	4	4
	58	No suelo reaccionar de modo impulsivo	4	4	4	4
	62	MI humor pasa por altibajos frecuentes	4	4	4	4
	63	A veces me enfado por cosas de poca importancia	4	4	4	4
	69	A menudo me noto inquieto	4	4	4	4

	76	No suelo perder la calma	4	4	4	4
	81	No tengo dificultad para controlar mis sentimientos	4	4	4	4
	83	En diversas circunstancias me he comportado impulsivamente	4	4	4	4
	89	Normalmente no reacciono de modo exagerado, ni siquiera ante las emociones fuertes	4	4	4	4
	91	No suelo reaccionar a las provocaciones	4	4	4	4
	98	A menudo me siento nervioso	4	4	4	4
	104	Me molesta mucho que me interrumpen mientras estoy haciendo algo que me interesa	4	4	4	4
	116	Cuando me critican, no puedo evitar exigir explicaciones	4	4	4	4
	119	Incluso en situaciones muy difíciles, no pierdo el control	4	4	4	4
	120	A veces incluso pequeñas dificultades, pueden llegar a preocuparme	4	4	4	4
	122	No suelo cambiar de humor bruscamente	4	4	4	4
DS: APERTURA MENTAL	5	Estoy siempre informado sobre lo que sucede en el mundo	4	4	4	4
	11	No recuerdo fácilmente los números de teléfono que son largos	4	4	4	4
	17	No me siento muy atraído por las situaciones nuevas e inesperadas	4	4	4	4
	23	Toda novedad me entusiasma	4	4	4	4
	29	Tengo muy buena memoria	4	4	4	4
	35	No me atraen las situaciones en constante cambio	4	4	4	4
	41	Creo que no hay valores y costumbres totalmente válidos y eternos	4	4	4	4
	42	Para enfrentarse a un problema no es efectivo tener presentes muchos puntos de vista diferentes	4	4	4	4
	47	No pierdo tiempo en aprender cosas que no estén estrictamente relacionadas con mi campo de intereses	4	4	4	4
	55	No me interesan los programas televisivos que me exigen esfuerzo e implicación	4	4	4	4
	56	Soy una persona que siempre busca nuevas experiencias	4	4	4	4
	60	Me gusta estar bien informado, incluso sobre temas alejados de mi ámbito de competencia	4	4	4	4
	67	Nunca me han interesado la vida y costumbres de otros pueblos	4	4	4	4
	72	Creo que todo problema puede ser resuelto de varias maneras	4	4	4	4
	77	No dedico mucho tiempo a la lectura	4	4	4	4
	87	Siempre me han apasionado las ciencias	4	4	4	4
	90	No creo que conocer la historia sirva de mucho	4	4	4	4
	97	Siempre me han fascinado las culturas muy diferentes a la mía	4	4	4	4
	103	No comprendo qué empuja a las personas a comportarse de modo diferente a la norma	4	4	4	4
	105	Me gusta mucho ver programas de información cultural o científica	4	4	4	4
	112	Prefiero leer a practicar alguna actividad deportiva	4	4	4	4
	118	Siempre intento ver las cosas desde distintos enfoques	4	4	4	4
	124	Nunca he tenido mucho interés por los temas	4	4	4	4

		científicos o filosóficos				
	131	No suelo buscar soluciones nuevas a problemas para los que ya existe una solución eficaz	4	4	4	4
ESCALA DE DISTORSION	6	Nunca he dicho una mentira	4	4	4	4
	12	Siempre he estado completamente de acuerdo con los demás	4	4	4	4
	18	Siempre he resuelto de inmediato todos los problemas que he encontrado	4	4	4	4
	24	Nunca me he asustado ante un peligro, aunque fuera grave	4	4	4	4
	30	Siempre he estado absolutamente seguro de todas mis acciones	4	4	4	4
	36	Nunca he desobedecido las órdenes recibidas, ni siquiera siendo niño	4	4	4	4
	80	Siempre me he comportado de modo totalmente desinteresado	4	4	4	4
	84	Nunca he discutido o peleado con otra persona	4	4	4	4
	92	Nada de lo que he hecho podría haberlo hecho mejor	4	4	4	4
	101	Siempre he comprendido de inmediato todo lo que he leído	4	4	4	4
	113	Nunca he criticado a otra persona	4	4	4	4
	127	Siempre he mostrado simpatía por todas las personas que he conocido	4	4	4	4
Nota: Inserte más filas de acuerdo a su instrumento						

Firma de validador experto	
----------------------------	--

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 2
VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	CUESTIONARIO BASADO EN EL MODELO SERVPERF					
Autor del Instrumento	JOSEPH CRONIN Y STEVEN TAYLOR (1994)					
Variable 2: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	CALIDAD DE SERVICIO VARIABLE DEPENDIENTE					
Población:	125 CLIENTES DE LA EMPRESA NEW TRANSPORT SA					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: ELEMENTOS TANGIBLES	1. ¿New Transport tiene equipos de apariencia moderna?	4	4	4	4	
	2. ¿Las instalaciones físicas de New Transport son visualmente atractivas?	4	4	4	4	
	3. ¿Los colaboradores de New Transport tiene apariencia pulcra?	4	4	4	4	
	4. ¿Los elementos materiales (folletos, estado de cuenta y similares) son visualmente atractivos?	4	4	4	4	
D2: FIABILIDAD	5. Cuando New Transport promete hacer algo en cierto tiempo, ¿lo hace?	4	4	4	4	
	6. Cuando Ud. tiene un problema con la atención en New Transport, ¿se muestran sinceros a solucionarlos?	4	4	4	4	
	7. ¿New Transport realiza bien el servicio la primera vez?	4	4	4	4	
	8. ¿New Transport concluye el servicio en el tiempo prometido?	4	4	4	4	
	9. ¿New Transport trata de mantener la atención sin errores?	4	4	4	4	
D3: CAPACIDAD DE RESPUESTA	10. ¿Los colaboradores comunican en que tiempo le atenderán?	4	4	4	4	
	11. ¿Los colaboradores atienden en forma rápida los pedidos?	4	4	4	4	
	12. ¿Los colaboradores siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios?	4	4	4	4	
	13. ¿Los colaboradores nunca están demasiados ocupados para responder a las preguntas de los clientes?	4	4	4	4	
D4: SEGURIDAD	14. ¿El comportamiento de los colaboradores de New Transport transmiten confianza a sus clientes?	4	4	4	4	
	15. ¿Ud. se siente seguro en sus trámites en New Transport?	4	4	4	4	
	16. ¿Los colaboradores de New Transport son siempre amables con los	4	4	4	4	

	clientes?				
	17. ¿Los colaboradores tiene conocimientos suficientes para absolver a sus preguntas?	4	4	4	4
D5: EMPATIA	18. ¿New Transport brinda a sus clientes una atención individualizada?	4	4	4	4
	19. ¿New Transport tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes?	4	4	4	4
	20. ¿New Transport tiene colaboradores que ofrecen una atención personalizada a sus clientes?	4	4	4	4
	21. ¿New Transport se preocupa por los mejores intereses de sus clientes?	4	4	4	4
	22. ¿New Transport comprende las necesidades específicas de sus clientes?	4	4	4	4
Nota: Inserte más filas de acuerdo a su instrumento					

Firma de validador experto



INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno () Externo (<input checked="" type="checkbox"/>) [Docente USMP] <input checked="" type="checkbox"/>
Apellidos y nombres:	CHAMOCHUMBI CABANILLAS OSCAR
Sexo:	Hombre (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer ()
Profesión:	ECONOMISTA
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más (<input checked="" type="checkbox"/>)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
N° telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico ()



Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.


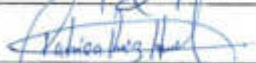
**Solicitud de validación de juicio de experto
Instrumento de recopilación de datos**

Dra. Elvina Moreno Andrade


Nosotras, Palomino Esquivel Yessenia Lucero y Ruiz Huanca Patricia Abigail. Alumnas de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos, de la Escuela Académica de Administración de Negocios Internacionales.

Ante usted, con el debido respeto nos presentamos y exponemos, que estamos presentando un Plan de tesis titulado: LA PERSONALIDAD DEL COLABORADOR Y LA CALIDAD DE SERVICIO A LOS CLIENTES DEL OPERADOR LOGISTICO NEW TRANSPORT, PERIODO 2018; y requerimos validar nuestros instrumentos de recopilación de datos mediante el juicio de expertos, por lo cual solicitamos tenga a bien realizar la validación correspondiente, para proseguir con la recolección de datos para nuestra investigación.

Alumno autor del proyecto:

Apellidos y Nombres	Firma
Palomino Esquivel Yessenia Lucero	
Ruiz Huanca Patricia Abigail	

Asesor(a) del proyecto de tesis:

Apellidos y Nombres	Firma
Ruiz Chavez Pilar Zoila	

Por lo expuesto, agradeceremos se sirva atender la presente solicitud.

Documentación adjunta:

1. Matriz de consistencia
2. Matriz de operacionalización de variables
3. Formato de validación de juicio de expertos

Santa Anita, Agosto del 2018

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS
Instrucciones:

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que corresponda, según su evaluación basada en la presente rúbrica.

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
2. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
4. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Fuente: Adaptado de: www.humana.unaf.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3_juicio_de_experto_27-36.pdf

Santa Anita, Agosto del 2018

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1
Variable 1: PERSONALIDAD

Nombre del instrumento motivo de evaluación:		CUESTIONARIO BIG FIVE					
Autor del instrumento		PAUL COSTA, ROBERT MCCRAE, LEWIS GOLDBERG (1970 - 1985)					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)		PERSONALIDAD VARIABLE INDEPENDIENTE					
Población:		130 COLABORADORES DE LA EMPRESA NEW TRANSPORT SA					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones	
D1: ENERGIA	1	Creo que soy una persona activa y vigorosa	4	4	4	4	
	7	No me gustan las actividades que exigen empeñarse y esforzarse hasta el agotamiento	4	4	4	4	
	13	Generalmente tiendo a imponerme a las otras personas, más que a condescender con ellas	4	3	4	4	
	19	No me gustan los ambientes de trabajo en los que hay mucha competitividad	4	4	4	4	
	25	Tiendo a decidir rápidamente	4	4	4	4	
	31	En mi trabajo no le concedo especial importancia a rendir mejor que los demás	4	4	3	4	
	37	No me gustan aquellas actividades en las que es preciso ir de un sitio a otro y moverse continuamente	3	4	4	4	
	39	Estoy dispuesto a esforzarme al máximo con tal de destacar	4	4	4	4	
	51	No me gusta hacer varias cosas al mismo tiempo	4	4	4	4	
	53	A menudo estoy completamente absorbido por mis compromisos y actividades	4	3	4	4	
	59	Siempre encuentro buenos argumentos para sostener mis propuestas y convencer a los demás de su validez	3	4	3	4	
	61	No doy mucha importancia a demostrar mis capacidades	4	4	4	4	
	66	No suelo planificar mi vida hasta en los más pequeños detalles	4	4	4	4	
	71	En las reuniones no me preocupo especialmente por llamar la atención	4	4	3	4	
	73	Sí creo que tengo razón, intento convencer a los demás, aunque me cueste tiempo y energía	4	4	4	4	
	78	Normalmente no entablo conversación con compañeros ocasionales de viaje	4	4	4	3	
	94	Me resulta fácil hablar con personas que no conozco	3	4	4	4	
	95	No creo que haya posibilidad de convencer a otro cuando no piensa como nosotros	4	4	4	4	
99	No soy una persona habladora	4	3	4	4		
102	Siempre estoy seguro de mí mismo	4	4	4	4		
114	Afronto todas mis actividades y experiencias con gran	3	4	4	4		

		entusiasmo				
	117	No se obtiene nada en la vida sin ser competitivo	4	4	4	4
	121	Generalmente no me comporto de manera abierta con los extraños	4	5	4	4
	123	No me gustan las actividades que implican riesgo	4	4	4	4
D2: AFABILIDAD	4	No me preocupan especialmente las consecuencias que mis actos puedan tener sobre los demás	4	4	4	4
	10	Noto fácilmente cuando las personas necesitan mi ayuda	3	4	4	4
	16	No es necesario comportarse cordialmente con todas las personas	4	4	4	4
	22	Me gusta mezclarme con la gente	3	4	3	4
	28	No suelo saber cómo actuar ante las desgracias de mis amigos	4	4	4	4
	34	Si es preciso, no tengo inconveniente en ayudar a un desconocido	4	4	4	3
	40	Si tengo que criticar a los demás, lo hago, sobre todo cuando se lo merecen	3	4	4	3
	44	Si me equivoco, siempre me resulta fácil admitirlo	4	3	4	4
	48	Casi siempre sé cómo ajustarme a las exigencias de los demás	3	4	4	4
	52	Habitualmente muestro una actitud cordial, incluso con las personas que me provocan una cierta antipatía	4	4	4	4
	64	No hago fácilmente un préstamo, ni siquiera a personas que conozco bien	4	4	4	4
	65	No me gusta estar en grupos numerosos	4	4	4	4
	70	En general no es conveniente mostrarse sensible a los problemas de los demás	4	4	4	4
	74	Normalmente tiendo a no fiarme mucho de mi prójimo	3	3	4	4
	86	Tengo en gran consideración el punto de vista de mis compañeros	4	4	4	4
	88	Me resulta fácil hacer confidencias a los demás	4	4	4	4
	93	Creo que todas las personas tienen algo de bueno	4	4	4	4
	100	No merece mucho la pena ajustarse a las exigencias de los compañeros, cuando ello supone una disminución del propio ritmo de trabajo	4	4	3	4
	108	Si es preciso, no dudo en decir a los demás que se metan en sus asuntos	4	4	4	4
	109	Si alguna acción mía puede llegar a desagradar a alguien, seguramente dejo de hacerla	4	4	4	4
	111	Estoy convencido de que se obtienen mejores resultados cooperando con los demás, que compitiendo	4	4	4	4
	126	Generalmente confío en los demás y en sus intenciones	4	4	4	4
	128	Con ciertas personas no es necesario ser demasiado tolerante	3	3	4	4
130	No es trabajando en grupo cómo se pueden desarrollar mejor las propias capacidades	3	3	4	4	
D3: TESÓN	2	No me gusta hacer las cosas razonando demasiado sobre ellas	4	4	4	4
	8	Tiendo a ser muy reflexivo	3	4	4	4
	14	Ante los obstáculos grandes no conviene empeñarse en conseguir los objetivos propios	4	4	4	4

	20	Llevo a cabo las decisiones que he tomado	4	4	4	4
	26	Antes de tomar cualquier iniciativa, me tomo tiempo para valorar las posibles consecuencias	4	4	4	4
	32	No me gusta vivir de manera demasiado metódica y ordenada	3	4	4	4
	38	No creo que sea preciso esforzarse más allá del límite de las propias fuerzas, incluso aunque haya que cumplir algún plazo	3	4	4	4
	46	Llevo a cabo lo que he decidido, aunque me suponga un esfuerzo no previsto	4	4	4	4
	49	Llevo adelante las tareas emprendidas, aunque los resultados iniciales parezcan negativos	4	4	3	4
	54	Cuando algo entorpece mis proyectos, no insisto en conseguirlos e intento otros	3	4	4	4
	57	Me molesta mucho el desorden	3	4	4	4
	66	No suelo planificar mi vida hasta en los más pequeños detalles	4	4	4	4
	75	Difícilmente desisto de una actividad que he comenzado	3	4	3	4
	79	A veces soy tan escrupuloso que puedo resultar pesado	3	3	4	4
	82	Nunca he sido un perfeccionista	4	4	4	4
	85	Es inútil empeñarse totalmente en algo, porque la perfección no se alcanza nunca	4	4	4	4
	96	Si fracaso en algo, lo intento de nuevo hasta conseguirlo	4	4	4	4
	106	Antes de entregar un trabajo, dedico mucho tiempo a revisarlo	4	4	4	4
	107	Si algo no se desarrolla tan pronto como deseaba, no insisto demasiado	3	3	4	4
	110	Cuando un trabajo esté terminado, no me pongo a repararlo en sus mínimos detalles	3	4	4	4
	115	Sólo quedo satisfecho cuando veo los resultados de lo que había programado	4	4	4	4
	125	Cuando empiezo a hacer algo, nunca sé si lo terminaré	4	4	4	4
	129	Suelo cuidar todas las cosas hasta en sus mínimos detalles	4	4	4	4
	132	No creo que sea útil perder tiempo repasando varias veces el trabajo hecho	4	4	4	4
D4: ESTABILIDAD EMOCIONAL	3	Tiendo a implicarme demasiado cuando alguien me cuenta sus problemas	4	4	4	4
	9	No suelo sentirme tenso	4	4	4	4
	15	Soy más bien susceptible	4	4	4	4
	21	No es fácil que algo o alguien me haga perder la paciencia	4	4	4	4
	27	No creo ser una persona ansiosa	4	4	4	4
	33	Me siento vulnerable a las críticas de los demás	4	3	4	4
	43	En general no me irrito, ni siquiera en situaciones en las que tendría motivos suficientes para ello	4	3	4	4
	45	Cuando me enfado manifiesto mi mal humor	3	4	4	4
	50	No suelo sentirme solo y triste	3	4	4	4
	58	No suelo reaccionar de modo impulsivo	4	4	4	4
	62	Mi humor pasa por altibajos frecuentes	4	4	4	4
	63	A veces me enfado por cosas de poca importancia	4	4	4	4
	69	A menudo me noto inquieto	4	4	4	4

	76	No suelo perder la calma	4	4	4	3	
	81	No tengo dificultad para controlar mis sentimientos	4	4	3	4	
	83	En diversas circunstancias me he comportado impulsivamente	4	4	4	4	
	89	Normalmente no reacciono de modo exagerado, ni siquiera ante las emociones fuertes	4	4	4	4	
	91	No suelo reaccionar a las provocaciones	4	3	4	4	
	98	A menudo me siento nervioso	4	4	3	4	
	104	Me molesta mucho que me interrumpan mientras estoy haciendo algo que me interesa	4	4	4	4	
	116	Cuando me critican, no puedo evitar exigir explicaciones	3	4	4	4	
	119	Incluso en situaciones muy difíciles, no pierdo el control	4	4	4	4	
	120	A veces incluso pequeñas dificultades, pueden llegar a preocuparme	4	4	4	4	
	122	No suelo cambiar de humor bruscamente	4	4	4	4	
D5: APERTURA MENTAL	5	Estoy siempre informado sobre lo que sucede en el mundo	4	4	4	4	
	11	No recuerdo fácilmente los números de teléfono que son largos	4	4	4	3	
	17	No me siento muy atraído por las situaciones nuevas e inesperadas	4	4	4	4	
	23	Toda novedad me entusiasma	4	4	4	4	
	29	Tengo muy buena memoria	4	4	3	4	
	35	No me atraen las situaciones en constante cambio	4	4	4	4	
	41	Creo que no hay valores y costumbres totalmente válidos y eternos	4	4	4	4	
	42	Para enfrentarse a un problema no es efectivo tener presentes muchos puntos de vista diferentes	4	4	4	4	
	47	No pierdo tiempo en aprender cosas que no estén estrictamente relacionadas con mi campo de intereses	4	4	4	4	
	55	No me interesan los programas televisivos que me exigen esfuerzo e implicación	4	4	4	4	
	56	Soy una persona que siempre busca nuevas experiencias	3	4	4	4	
	60	Me gusta estar bien informado, incluso sobre temas alejados de mi ámbito de competencia	3	4	4	4	
	67	Nunca me han interesado la vida y costumbres de otros pueblos	4	4	4	4	
	72	Creo que todo problema puede ser resuelto de varias maneras	4	4	4	4	
	77	No dedico mucho tiempo a la lectura	4	4	4	4	
	87	Siempre me han apasionado las ciencias	4	4	4	4	
	90	No creo que conocer la historia sirva de mucho	4	4	4	4	
	97	Siempre me han fascinado las culturas muy diferentes a la mía	3	4	4	4	
	103	No comprendo qué empuja a las personas a comportarse de modo diferente a la norma	4	4	4	4	
	105	Me gusta mucho ver programas de información cultural o científica	4	3	4	4	
	112	Prefiero leer a practicar alguna actividad deportiva	3	4	4	3	
	118	Siempre intento ver las cosas desde distintos enfoques	4	4	4	4	
	124	Nunca he tenido mucho interés por los temas	3	3	4	4	

		científicos o filosóficos	4	4	4	4
	131	No suelo buscar soluciones nuevas a problemas para los que ya existe una solución eficaz	4	4	4	4
ESCALA DE DISTORSION	6	Nunca he dicho una mentira	4	4	4	4
	12	Siempre he estado completamente de acuerdo con los demás	3	3	4	4
	18	Siempre he resuelto de inmediato todos los problemas que he encontrado	4	3	4	4
	24	Nunca me he asustado ante un peligro, aunque fuera grave	4	4	4	4
	30	Siempre he estado absolutamente seguro de todas mis acciones	4	4	4	4
	36	Nunca he desobedecido las órdenes recibidas, ni siquiera siendo niño	4	4	4	4
	80	Siempre me he comportado de modo totalmente desinteresado	4	4	4	4
	84	Nunca he discutido o peleado con otra persona	3	4	4	4
	92	Nada de lo que he hecho podría haberlo hecho mejor	4	4	4	4
	101	Siempre he comprendido de inmediato todo lo que he leído	4	4	4	4
	113	Nunca he criticado a otra persona	4	4	4	4
	127	Siempre he mostrado simpatía por todas las personas que he conocido	4	3	4	4
	Nota: Inserte más filas de acuerdo a su instrumento					

Firma de validador experto	 Dra. Ebrina Moreno Andrade
----------------------------	--

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 2
VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	CUESTIONARIO BASADO EN EL MODELO SERVPERF					
Autor del instrumento	JOSEPH CRONIN Y STEVEN TAYLOR (1994)					
Variable 2: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	CALIDAD DE SERVICIO VARIABLE DEPENDIENTE					
Población:	125 CLIENTES DE LA EMPRESA NEW TRANSPORT SA					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: ELEMENTOS TANGIBLES	1. ¿New Transport tiene equipos de apariencia moderna?	4	4	4	4	
	2. ¿Las instalaciones físicas de New Transport son visualmente atractivas?	4	4	4	4	
	3. ¿Los colaboradores de New Transport tiene apariencia pulcra?	4	4	4	4	
	4. ¿Los elementos materiales (folletos, estado de cuenta y similares) son visualmente atractivos?	3	4	3	4	
D2: FIABILIDAD	5. Cuando New Transport promete hacer algo en cierto tiempo, ¿lo hace?	3	3	4	4	
	6. Cuando Ud. tiene un problema con la atención en New Transport, ¿se muestran sinceros a solucionarlos?	4	4	4	4	
	7. ¿New Transport realiza bien el servicio la primera vez?	3	4	4	4	
	8. ¿New Transport concluye el servicio en el tiempo prometido?	4	4	4	4	
	9. ¿New Transport trata de mantener la atención sin errores?	4	4	4	4	
D3: CAPACIDAD DE RESPUESTA	10. ¿Los colaboradores comunican en que tiempo le atenderán?	4	4	4	4	
	11. ¿Los colaboradores atienden en forma rápida los pedidos?	3	3	4	4	
	12. ¿Los colaboradores siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios?	3	3	4	4	
	13. ¿Los colaboradores nunca están demasiados ocupados para responder a las preguntas de los clientes?	4	4	4	4	
D4: SEGURIDAD	14. ¿El comportamiento de los colaboradores de New Transport transmiten confianza a sus clientes?	4	4	4	4	
	15. ¿Ud. se siente seguro en sus trámites en New Transport?	4	4	4	4	
	16. ¿Los colaboradores de New Transport son siempre amables con los	3	4	4	4	

	clientes?				
	17. ¿Los colaboradores tiene conocimientos suficientes para absolver a sus preguntas?	9	4	4	4
D5: EMPATIA	18. ¿New Transport brinda a sus clientes una atención individualizada?	3	3	4	4
	19. ¿New Transport tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes?	4	4	3	3
	20. ¿New Transport tiene colaboradores que ofrecen una atención personalizada a sus clientes?	4	4	3	4
	21. ¿New Transport se preocupa por los mejores intereses de sus clientes?	3	4	4	4
	22. ¿New Transport comprende las necesidades específicas de sus clientes?	4	4	4	4
Nota: Inserte más filas de acuerdo a su instrumento					

Firma de validador experto	
----------------------------	---

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno () Externo (x) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	<i>Hosmo Andrade, Elvina</i>
Sexo:	Hombre () Mujer (x)
Profesión:	
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro () Doctor (x)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 (x) De 21 a más ()
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	<i>Universidad</i>
Cargo actual:	<i>Docente</i>
Área de especialización	<i>Ciencias de la comunicación</i>
N° telefónico de contacto	<i>934512550</i>
Correo electrónico de contacto	Correo institucional: <i>Elvina_m_19@hotmail.com</i>
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico (x)



Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.



**Solicitud de validación de juicio de experto
Instrumento de recopilación de datos**

Dra. Corina Claudet Carranza


Nosotras, Palomino Esquivel Yessenia Lucero y Ruiz Huanca Patricia Abigail. Alumnas de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos, de la Escuela Académica de Administración de Negocios Internacionales.

Ante usted, con el debido respeto nos presentamos y exponemos, que estamos presentando un Plan de tesis titulado: LA PERSONALIDAD DEL COLABORADOR Y LA CALIDAD DE SERVICIO A LOS CLIENTES DEL OPERADOR LOGISTICO NEW TRANSPORT, PERIODO 2018; y requerimos validar nuestros instrumentos de recopilación de datos mediante el juicio de expertos, por lo cual solicitamos tenga a bien realizar la validación correspondiente, para proseguir con la recolección de datos para nuestra investigación.

Alumno autor del proyecto:

Apellidos y Nombres	Firma
Palomino Esquivel Yessenia Lucero	
Ruiz Huanca Patricia Abigail	

Asesor(a) del proyecto de tesis:

Apellidos y Nombres	Firma
Ruiz Chavez Pilar Zolla	

Por lo expuesto, agradeceremos se sirva atender la presente solicitud.

Documentación adjunta:

1. Matriz de consistencia
2. Matriz de operacionalización de variables
3. Formato de validación de juicio de expertos

Santa Anita, Agosto del 2018

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS
Instrucciones:

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que corresponda, según su evaluación basad en la presente rúbrica.

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
2. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
4. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Fuente: Adaptado de: www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3_juicio_da_experto_27-36.pdf

Santa Anita, Agosto del 2018

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1
Variable 1: PERSONALIDAD

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	CUESTIONARIO BIG FIVE						
Autor del Instrumento	PAUL COSTA, ROBERT MCCRAE, LEWIS GOLDBERG (1970 - 1985)						
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	PERSONALIDAD VARIABLE INDEPENDIENTE						
Población:	130 COLABORADORES DE LA EMPRESA NEW TRANSPORT SA						
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones	
D1: ENERGIA	1	Creo que soy una persona activa y vigorosa	4	4	4	4	
	7	No me gustan las actividades que exigen empeñarse y esforzarse hasta el agotamiento	3	3	4	3	
	13	Generalmente tiendo a imponerme a las otras personas, más que a condescender con ellas	4	4	4	4	
	19	No me gustan los ambientes de trabajo en los que hay mucha competitividad	4	4	4	4	
	25	Tiendo a decidir rápidamente	4	4	4	3	
	31	En mi trabajo no le concedo especial importancia a rendir mejor que los demás	3	4	4	3	
	37	No me gustan aquellas actividades en las que es preciso ir de un sitio a otro y moverse continuamente	4	4	4	4	
	39	Estoy dispuesto a esforzarme al máximo con tal de destacar	3	2	4	4	
	51	No me gusta hacer varias cosas al mismo tiempo	4	4	4	4	
	53	A menudo estoy completamente absorbido por mis compromisos y actividades	4	4	4	4	
	59	Siempre encuentro buenos argumentos para sostener mis propuestas y convencer a los demás de su validez	4	4	4	4	
	61	No doy mucha importancia a demostrar mis capacidades	3	4	4	4	
	66	No suelo planificar mi vida hasta en los más pequeños detalles	4	4	4	4	
	71	En las reuniones no me preocupo especialmente por llamar la atención	3	4	4	4	
	73	Si creo que tengo razón, intento convencer a los demás, aunque me cueste tiempo y energía	3	4	4	3	
	78	Normalmente no entablo conversación con compañeros ocasionales de viaje	3	4	4	4	
	94	Me resulta fácil hablar con personas que no conozco	4	4	4	4	
95	No creo que haya posibilidad de convencer a otro cuando no piensa como nosotros	4	4	4	4		
99	No soy una persona habladora	4	4	4	4		
102	Siempre estoy seguro de mí mismo	4	4	4	4		
114	Afronto todas mis actividades y experiencias con gran	4	4	4	4		

		entusiasmo				
	117	No se obtiene nada en la vida sin ser competitivo	4	4	4	4
	121	Generalmente no me comporto de manera abierta con los extraños	3	3	4	4
	123	No me gustan las actividades que implican riesgo	3	4	4	4
D2: AFABILIDAD	4	No me preocupan especialmente las consecuencias que mis actos puedan tener sobre los demás	4	4	4	4
	10	Noto fácilmente cuando las personas necesitan mi ayuda	3	3	4	4
	16	No es necesario comportarse cordialmente con todas las personas	3	4	4	4
	22	Me gusta mezclarme con la gente	4	4	4	4
	28	No suelo saber cómo actuar ante las desgracias de mis amigos	3	3	4	4
	34	Si es preciso, no tengo inconveniente en ayudar a un desconocido	3	4	4	4
	40	Si tengo que criticar a los demás, lo hago, sobre todo cuando se lo merecen	4	4	4	4
	44	Si me equivoco, siempre me resulta fácil admitirlo	4	4	4	4
	48	Casi siempre sé cómo ajustarme a las exigencias de los demás	4	4	4	4
	52	Habitualmente muestro una actitud cordial, incluso con las personas que me provocan una cierta antipatía	3	4	4	4
	64	No hago fácilmente un préstamo, ni siquiera a personas que conozco bien	4	4	4	4
	65	No me gusta estar en grupos numerosos	3	4	4	4
	70	En general no es conveniente mostrarse sensible a los problemas de los demás	4	4	4	4
	74	Normalmente tiendo a no fiarme mucho de mi prójimo	4	4	4	4
	86	Tengo en gran consideración el punto de vista de mis compañeros	3	4	4	4
	88	Me resulta fácil hacer confidencias a los demás	3	4	4	3
	93	Creo que todas las personas tienen algo de bueno	4	4	4	4
	100	No merece mucho la pena ajustarse a las exigencias de los compañeros, cuando ello supone una disminución del propio ritmo de trabajo	4	4	4	4
	108	Si es preciso, no dudo en decir a los demás que se metan en sus asuntos	3	4	4	4
	109	Si alguna acción mía puede llegar a desagradar a alguien, seguramente dejo de hacerla	4	4	4	3
111	Estoy convencido de que se obtienen mejores resultados cooperando con los demás, que compitiendo	4	4	4	4	
126	Generalmente confío en los demás y en sus intenciones	3	4	4	4	
128	Con ciertas personas no es necesario ser demasiado tolerante	4	4	4	4	
130	No es trabajando en grupo cómo se pueden desarrollar mejor las propias capacidades	4	4	4	4	
D3: TESÓN	2	No me gusta hacer las cosas razonando demasiado sobre ellas	3	4	4	4
	8	Tiendo a ser muy reflexivo	4	4	4	4
	14	Ante los obstáculos grandes no conviene empeñarse en conseguir los objetivos propios	4	4	4	4

	20	Llevo a cabo las decisiones que he tomado	4	4	4	4
	26	Antes de tomar cualquier iniciativa, me tomo tiempo para valorar las posibles consecuencias	3	4	4	4
	32	No me gusta vivir de manera demasiado metódica y ordenada	3	3	4	4
	38	No creo que sea preciso esforzarse más allá del límite de las propias fuerzas, incluso aunque haya que cumplir algún plazo	4	4	4	3
	46	Llevo a cabo lo que he decidido, aunque me suponga un esfuerzo no previsto	4	4	4	4
	49	Llevo adelante las tareas emprendidas, aunque los resultados iniciales parezcan negativos	4	4	4	4
	54	Cuando algo entorpece mis proyectos, no insisto en conseguirlos e intento otros	3	4	4	4
	57	Me molesta mucho el desorden	4	4	4	4
	66	No suelo planificar mi vida hasta en los más pequeños detalles	4	4	4	4
	75	Difícilmente desisto de una actividad que he comenzado	3	4	4	4
	79	A veces soy tan escrupuloso que puedo resultar pesado	3	3	4	4
	82	Nunca he sido un perfeccionista	4	4	4	3
	85	Es inútil empeñarse totalmente en algo, porque la perfección no se alcanza nunca	4	4	3	4
	96	Si fracaso en algo, lo intento de nuevo hasta conseguirlo	4	4	4	4
	106	Antes de entregar un trabajo, dedico mucho tiempo a revisarlo	4	3	4	4
	107	Si algo no se desarrolla tan pronto como deseaba, no insisto demasiado	3	3	4	4
	110	Cuando un trabajo está terminado, no me pongo a repararlo en sus mínimos detalles	3	4	3	4
	115	Sólo quedo satisfecho cuando veo los resultados de lo que había programado	4	4	4	4
	125	Cuando empleo a hacer algo, nunca sé si lo terminaré	4	4	4	4
	129	Suelo cuidar todas las cosas hasta en sus mínimos detalles	3	4	4	4
	132	No creo que sea útil perder tiempo repasando varias veces el trabajo hecho	4	4	4	4
D4: ESTABILIDAD EMOCIONAL	3	Tiendo a implicarme demasiado cuando alguien me cuenta sus problemas	4	4	4	4
	9	No suelo sentirme tenso	3	4	4	4
	15	Soy más bien susceptible	4	4	4	4
	21	No es fácil que algo o alguien me haga perder la paciencia	3	4	4	4
	27	No creo ser una persona ansiosa	4	4	4	4
	33	Me siento vulnerable a las críticas de los demás	4	3	4	4
	43	En general no me irrito, ni siquiera en situaciones en las que tendría motivos suficientes para ello	4	4	4	4
	45	Cuando me enfado manifiesto mi mal humor	3	3	4	4
	50	No suelo sentirme solo y triste	4	4	4	4
	58	No suelo reaccionar de modo impulsivo	3	4	4	4
	62	Mi humor pasa por altibajos frecuentes	4	4	4	4
	63	A veces me enfado por cosas de poca importancia	4	3	4	4
	69	A menudo me noto inquieto	3	4	4	4

	76	No suelo perder la calma	3	4	4	4
	81	No tengo dificultad para controlar mis sentimientos	2	4	4	4
	83	En diversas circunstancias me he comportado impulsivamente	3	3	4	4
	89	Normalmente no reacciono de modo exagerado, ni siquiera ante las emociones fuertes	4	4	3	3
	91	No suelo reaccionar a las provocaciones	3	4	4	4
	98	A menudo me siento nervioso	4	4	4	4
	104	Me molesta mucho que me interrumpen mientras estoy haciendo algo que me interesa	3	4	4	4
	116	Cuando me critican, no puedo evitar exigir explicaciones	3	4	4	4
	119	Incluso en situaciones muy difíciles, no pierdo el control	4	4	3	3
	120	A veces incluso pequeñas dificultades, pueden llegar a preocuparme	4	4	4	4
	122	No suelo cambiar de humor bruscamente	3	4	4	4
D5: APERTURA MENTAL	5	Estoy siempre informado sobre lo que sucede en el mundo	4	4	4	4
	11	No recuerdo fácilmente los números de teléfono que son largos	4	4	3	3
	17	No me siento muy atraído por las situaciones nuevas e inesperadas	3	4	4	4
	23	Toda novedad me entusiasma	4	4	4	4
	29	Tengo muy buena memoria	4	4	4	4
	35	No me atraen las situaciones en constante cambio	4	4	4	4
	41	Creo que no hay valores y costumbres totalmente válidos y eternos	4	4	4	4
	42	Para enfrentarse a un problema no es efectivo tener presentes muchos puntos de vista diferentes	3	4	4	4
	47	No pierdo tiempo en aprender cosas que no estén estrictamente relacionadas con mi campo de intereses	4	4	4	4
	55	No me interesan los programas televisivos que me exigen esfuerzo e implicación	3	4	4	3
	56	Soy una persona que siempre busca nuevas experiencias	3	3	4	4
	60	Me gusta estar bien informado, incluso sobre temas alejados de mi ámbito de competencia	3	4	4	4
	67	Nunca me han interesado la vida y costumbres de otros pueblos	4	4	4	4
	72	Creo que todo problema puede ser resuelto de varias maneras	3	4	4	4
	77	No dedico mucho tiempo a la lectura	4	4	4	4
	87	Siempre me han apasionado las ciencias	4	4	4	4
	90	No creo que conocer la historia sirva de mucho	4	4	4	4
	97	Siempre me han fascinado las culturas muy diferentes a la mía	3	4	4	4
	103	No comprendo qué empuja a las personas a comportarse de modo diferente a la norma	4	4	3	4
	105	Me gusta mucho ver programas de información cultural o científica	3	4	4	3
112	Prefiero leer a practicar alguna actividad deportiva	3	4	4	4	
118	Siempre intento ver las cosas desde distintos enfoques	4	4	4	4	
124	Nunca he tenido mucho interés por los temas	4	4	4	4	

		científicos o filosóficos				
	131	No suelo buscar soluciones nuevas a problemas para los que ya existe una solución eficaz	4	4	4	4
ESCALA DE DISTORSION	6	Nunca he dicho una mentira	4	3	4	4
	12	Siempre he estado completamente de acuerdo con los demás	3	4	4	4
	18	Siempre he resuelto de inmediato todos los problemas que he encontrado	3	4	4	4
	24	Nunca me he asustado ante un peligro, aunque fuera grave	4	4	4	4
	30	Siempre he estado absolutamente seguro de todas mis acciones	3	4	4	4
	36	Nunca he desobedecido las órdenes recibidas, ni siquiera siendo niño	4	4	4	4
	80	Siempre me he comportado de modo totalmente desinteresado	4	4	4	4
	84	Nunca he discutido o peleado con otra persona	4	4	4	4
	92	Nada de lo que he hecho podría haberlo hecho mejor	3	4	4	4
	101	Siempre he comprendido de inmediato todo lo que he leído	3	3	4	3
	113	Nunca he criticado a otra persona	3	4	4	4
	127	Siempre he mostrado simpatía por todas las personas que he conocido	4	4	4	4
	Nota: Inserte más filas de acuerdo a su instrumento					

Firma de validador experto	 Dra. Corina Clavero
----------------------------	--

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA Nº 2
VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	CUESTIONARIO BASADO EN EL MODELO SERVPERF					
Autor del instrumento	JOSEPH CRONIN Y STEVEN TAYLOR (1994)					
Variable 2: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	CALIDAD DE SERVICIO VARIABLE DEPENDIENTE					
Población:	125 CLIENTES DE LA EMPRESA NEW TRANSPORT SA					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: ELEMENTOS TANGIBLES	1. ¿New Transport tiene equipos de apariencia moderna?	3	4	4	4	
	2. ¿Las instalaciones físicas de New Transport son visualmente atractivas?	4	4	4	4	
	3. ¿Los colaboradores de New Transport tiene apariencia pulcra?	3	3	4	4	
	4. ¿Los elementos materiales (folletos, estado de cuenta y similares) son visualmente atractivos?	4	4	4	4	
D2: FIABILIDAD	5. Cuando New Transport promete hacer algo en cierto tiempo, ¿lo hace?	4	4	4	4	
	6. Cuando Ud. tiene un problema con la atención en New Transport, ¿se muestran sinceros a solucionarlos?	3	3	4	4	
	7. ¿New Transport realiza bien el servicio la primera vez?	4	4	4	4	
	8. ¿New Transport concluye el servicio en el tiempo prometido?	4	4	4	4	
	9. ¿New Transport trata de mantener la atención sin errores?	3	4	4	4	
D3: CAPACIDAD DE RESPUESTA	10. ¿Los colaboradores comunican en que tiempo le atenderán?	4	4	4	4	
	11. ¿Los colaboradores atienden en forma rápida los pedidos?	3	4	4	4	
	12. ¿Los colaboradores siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios?	3	4	4	4	
	13. ¿Los colaboradores nunca están demasiados ocupados para responder a las preguntas de los clientes?	4	4	4	4	
D4: SEGURIDAD	14. ¿El comportamiento de los colaboradores de New Transport transmiten confianza a sus clientes?	3	4	4	4	
	15. ¿Ud. se siente seguro en sus trámites en New Transport?	4	4	4	4	
	16. ¿Los colaboradores de New Transport son siempre amables con los	4	4	4	4	

	clientes?				
	17. ¿Los colaboradores tiene conocimientos suficientes para absolver a sus preguntas?	3	4	4	4
D5: EMPATIA	18. ¿New Transport brinda a sus clientes una atención individualizada?	4	4	4	4
	19. ¿New Transport tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes?	3	3	4	4
	20. ¿New Transport tiene colaboradores que ofrecen una atención personalizada a sus clientes?	4	4	3	4
	21. ¿New Transport se preocupa por los mejores intereses de sus clientes?	4	4	3	3
	22. ¿New Transport comprende las necesidades específicas de sus clientes?	4	4	4	4
Nota: Inserte más filas de acuerdo a su instrumento					

Firma de validador experto	 MA. CORINA CLAVERO
----------------------------	---

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno <input checked="" type="checkbox"/> Externo () [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	CLAUDET CARRANZA COEIRO CESTINA
Sexo:	Hombre () Mujer <input checked="" type="checkbox"/>
Profesión:	ECONOMISTA
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro () Doctor <input checked="" type="checkbox"/>
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más <input checked="" type="checkbox"/>
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
N° telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional: c.claudet@USMP.PE COEIRO CLAUDET@yahoo.es
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico <input checked="" type="checkbox"/>



Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.