



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



TESIS

**LA SATISFACCIÓN LABORAL Y SU RELACIÓN CON EL  
SERVICIO DE CALIDAD DE BELMOND PARA SUS TRENES  
PERURAIL VISTADOME EN LA RUTA: SAN PEDRO-  
MACHUPICCHU-SAN PEDRO, AÑO 2019.**

Presentado por: **Bach. Cesar Geoffrey  
Sánchez Gamboa.**

Para optar por el título profesional de  
**Licenciado en Turismo**

Asesor: **Mg. Nicolás Martínez Centeno**

CUSCO – 2019



## DEDICATORIA

A nuestro señor Jesucristo, por cuidar y mostrarme el camino, por darme la fuerza para perseverar y luchar cada día.

A mis amados padres María Elena Gamboa, Olintho Alzamora Salcedo; quienes me han brindado todo el soporte a largo de mi vida, quienes han sido los reales incondicionales, alentándome siempre a ser un mejor ser humano.

A mi tía, mi segunda mamá Hermelinda Gamboa Gonzales quien ha sido la gran responsable de mi crecimiento y mi superación desde niño, a quien admiro y amo infinitamente.

Bach. Cesar Geoffrey Sánchez Gamboa.



## AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Andina del Cusco por ofrecerme la oportunidad de continuar mi crecimiento académico y profesional.

A los docentes de la Universidad Andina del Cusco que me aconsejaron y asesoraron, especialmente al Mg. Nicolás Martínez Centeno por su valiosa orientación y contribución en mi trabajo de investigación.

A todos mis compañeros de Belmond y Perurail y amigos entrañables quienes me dieron soporte y contribuyeron con la elaboración de este proyecto.

Bach. Cesar Geoffrey Sánchez Gamboa.



## PRESENTACIÓN

SEÑORA: DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES DE LA UNIVERIDAD ANDINA DEL CUSCO.

En cumplimiento al reglamento de grados y títulos de la Escuela Profesional de Turismo, pongo a su consideración la siguiente tesis intitulada.

“LA SATISFACCIÓN LABORAL Y SU RELACION CON EL SERVICIO DE CALIDAD DE BELMOND PARA SUS TRENES PERURAIL VISTADOME EN LA RUTA: SAN PEDRO-MACHUPICCHU-SAN PEDRO, AÑO 2019”, para optar al título profesional de Licenciado en Turismo.

El presente trabajo está orientado a analizar la estrecha relación entre la satisfacción laboral de los colaborares y el servicio de calidad que en conjunto se brinda, para sostener niveles de calidad altamente competitivos, la compañía tiene que poner especial atención en la satisfacción de su talento humano y en el cumplimiento de los estándares de servicio de calidad, de acuerdo con la Norma Internacional ISO 9001: 2015.

La satisfacción e incluso la felicidad de los colaboradores constituye un componente vital en la línea de éxito de las organizaciones turísticas.

Los resultados contribuirán a que los líderes de otras compañías turísticas tengan esta guía para mejorar las condiciones laborales, optimizar sus perfiles y a apostar por sistemas integrados de gestión (ISO 9001; 2015), los cuales convergerán en la satisfacción del cliente logrando el cumplimiento de los objetivos de las organizaciones.

El presente trabajo se ha realizado tomando en cuenta la metodología de la investigación científica, para contribuir con el sector empresarial, colaboradores del rubro, así como fuente de información para el público en general.

Bach. Cesar Geoffrey Sánchez Gamboa.



## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad determinar “La satisfacción laboral y su relación con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro-Machupicchu-San Pedro, año 2019”.

El tipo de investigación es correlacional, diseño no experimental; La población muestral es de 50 colaboradores; quienes forman parte del personal del área de Servicios Turísticos de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu – San Pedro. Donde se realizó trabajo de campo; el método para la recolección de datos fueron las encuestas, mediante la técnica del cuestionario; se realizó un cuestionario dirigido a los colaboradores de área de servicios turísticos y se desarrollaron de acuerdo a los indicadores anteriormente mencionados.

Para comprobar el nivel de confiabilidad del instrumento se aplicó el Alfa de Cronbach donde tiene un valor de 0.900 para los ítems considerados en la variable Satisfacción laboral y 0.880 para los ítems de la variable Servicio de calidad, a partir de los resultados se puede determinar que el instrumento es confiable. Según el estudio realizado sobre satisfacción laboral y su relación con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro-Machupicchu, San Pedro, año 2019. Se llegó a las siguientes conclusiones de acuerdo a los objetivos establecidos.

En la Satisfacción intrínseca y Servicio de calidad, se determinó donde  $p=0.002<0.05$ , en la prueba Chi – cuadrado, se puede afirmar que la satisfacción intrínseca se relaciona significativamente con el servicio de calidad, a partir del grado de relación mediante el Spearman es 0.358.

**Palabras claves:** Satisfacción Laboral, Servicio de Calidad y Relación



## ABSTRAC

The purpose of the research project is to determine “job satisfaction and its relationship with Belmond's quality service for its Perurail Vistadome trains by visiting the route: San Pedro-Machupicchu-San Pedro, 2019”.

Where field work was done; The method used for data collection will be the survey, using the questionnaire technique; A questionnaire will be conducted for employees in the area of tourism services and will be developed according to the aforementioned indicators.

To check the level of reliability of the instrument, Cronbach's Alpha was determined, where it has a value of 0.900 for the items considered in the Job Satisfaction variable and 0.880 for the items of the Quality Service variable, so it is established that the instrument is Reliable for data processing.

According to the study on job satisfaction and its relationship with Belmond's quality service for its Perurail trains, visit the route: San Pedro-Machupicchu, San Pedro, year 2019. The following conclusions were reached according to the established objectives.

In intrinsic satisfaction and quality service, it was determined where  $p = 0.002 < 0.05$ , in the Chi-square test, it can be affirmed that intrinsic satisfaction is significantly related to quality service, where the degree of relationship through the correlation of Spearman is 0.358.

**Keywords:** Job Satisfaction, Quality Service and relationship



**CONTENIDO**

Dedicatoria..... ii

Agradecimientos ..... iii

Presentacion ..... ii

Resumen..... v

Abstrac ..... vi

Introducción..... xi

CAPITULO I: ..... 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA ..... 1

1.1 Descripción de la realidad problemática..... 1

1.2 Formulación del problema ..... 3

1.2.1 Problema General: ..... 3

1.2.2. Problemas específicos: ..... 3

1.3. Justificación de la investigación ..... 4

1.3 Objetivos de la investigación..... 5

1.3.1 Objetivo General..... 5

1.3.2 Objetivos Específicos ..... 5

1.4 Delimitación de la investigación..... 6

1.4.1 Ámbito de estudio..... 6

CAPITULO II. .... 7

MARCO TEORICO ..... 7

2.1 Antecedentes de la investigación..... 7

2.2 Bases Teóricas ..... 11

2.2.1. Teoría de la Satisfacción Laboral (García Viamontes, 2010) ..... 11

2.1.1 Teoría de Calidad de Servicio (Albrecht y Zemke, 1990)..... 13

2.1.3 Sistema de Gestión de la calidad según norma ISO 9001: 2015..... 15

2.2 Marco conceptual..... 16



2.2.1 Satisfacción: ..... 16

2.2.2. Satisfacción Laboral..... 16

2.2.3 Calidad..... 19

2.2.4 Servicio..... 19

2.2.5 Calidad de Servicio..... 19

2.2.6 El cliente ..... 21

2.2.7 El turismo ..... 21

2.2.8 El servicio turístico..... 21

2.2.9 El servicio abordó..... 22

2.2.10 El transporte turístico ..... 22

2.2.11 El turismo ferroviario..... 22

2.2.12 Los trenes turísticos en el Perú..... 23

2.2.13 Trenes Turísticos de Belmond y Perurail S.A..... 24

2.2.14. Instructivo de área de servicios turísticos Perurail Vistadome. .... 28

2.2.15. Datos Informativos de Belmond y de Perurail ..... 48

2.2.16. Objetivos de la Empresa Infraestructura estratégica de la Marca Belmond: ..... 50

2.2.17. Compromisos de Perurail:..... 50

2.2.18. Valores de Belmond y Perurail ..... 51

2.2.19. Organización del departamento de Servicios Turísticos: ..... 53

2.2.20. Organigrama del departamento de Servicios Turísticos de Perurail..... 53

2.3. Formulación de hipótesis ..... 59

2.3.1 Hipótesis General..... 59

2.3.2 Hipótesis Específicas..... 59

2.4 Variables e indicadores ..... 60

2.4.1 Operacionalización de variables..... 60

CAPITULO III..... 61





MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN..... 61

3.1 Alcance de investigación..... 61

3.2 Diseño de la investigación..... 61

3.3 Población ..... 62

3.4 Muestra ..... 62

3.5 Técnicas de recolección de datos..... 62

3.6 Técnicas para el procesamiento de datos ..... 63

CAPÍTULO IV ..... 64

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN..... 64

4.1. Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado ..... 64

4.1.1. Presentación del instrumento ..... 64

4.1.2. Fiabilidad del instrumento ..... 65

4.1. Satisfacción laboral..... 66

4.1.1. Resultados de las dimensiones de la variable satisfacción laboral ..... 66

4.1.2. Resultados de la variable Satisfacción laboral..... 70

4.2. Servicio de calidad..... 70

4.2.1. Resultados de las dimensiones de la variable servicio de calidad ..... 70

4.2.2. Resultados de la variable servicio de calidad ..... 76

4.3. Probación de hipótesis ..... 77

4.3.1. Resultados para la relación entre las dimensiones..... 77

4.3.2. Resultados para la relación entre la variable satisfacción ..... 79

CAPITULO V:..... 81

DISCUSIÓN. .... 81

5.1. Descripción de los hallazgos más relevantes..... 81

5.2. Limitaciones del estudio. .... 84

5.3. Comparaciones críticas con la literatura existente..... 84

5.4. Implicaciones del estudio..... 84



Conclusiones .....	84
Recomendaciones .....	85
Bibliografía .....	86



## INTRODUCCIÓN

Según (Atalaya, 1995) “El fenómeno de la satisfacción laboral adquiere una vital importancia para el desarrollo de la humanidad. Resulta evidente combinar las nuevas tecnologías y el factor humano para lograr la eficacia, eficiencia y efectividad en las organizaciones del siglo XXI”(pág. 120).

La norma internacional ISO 9001, forma parte de la familia de normas ISO 9000, que son un conjunto de normas y directrices internacionales que especifican las recomendaciones y requerimientos para el diseño y valoración de un sistema de gestión de la calidad desde 1987 y se conforman por tres normas: ISO 9000.- Sistemas de Gestión de la Calidad: Conceptos y vocabulario. Describe los fundamentos de los sistemas de gestión de la calidad y especifica la terminología (ISO, 2015).

El desempeño de las personas es la ventaja competitiva de una organización. El desempeño laboral de las empresas se debe a la capacidad que tiene el personal de aplicar sus conocimientos y experiencia en las labores encomendadas, es por ello que los directivos en determinado momento sienten la necesidad de contar con gente capacitada que afronte con eficiencia y eficacia las tareas, responsabilidades, decisiones que resuelvan los problemas cotidianos. (Atalaya, 1995, pág. 120).

Durante el presente año la alta dirección de Belmond junto con sus gerencias operativas definieron expandir su oferta turística en la ciudad del Cusco, es así que dos de sus prestigiosos trenes como son los Perurail Vistadome, frecuencias 31, 203 (trenes de ida) y 32, 604; (trenes de retorno) partan desde el centro histórico de la ciudad, precisamente desde la estación de San Pedro con destino final a Machupicchu Pueblo, como parte de su estrategia de crecimiento e innovación. El tren Perurail Vistadome cuenta con las más grandes ventanas y domos panorámicos del mercado ferroviario por encima de las demás ofertas ferroviarias turísticas, siendo un atributo fundamental para el deleite de los miles de turistas que optan por esta experiencia sensorial pues observan el paisaje de los andes y de la selva alta, sumada a música peruana clasificada, danzas típicas de la región y su



rica gastronomía. Logrando que la experiencia de viaje sea memorable por la calidez y servicio personalizado de su destacado equipo de tripulantes y colaboradores del área de servicios turísticos. (Atalaya, 1995, pág. 122).

En consecuencia, la presente tesis de investigación nos conduce a la siguiente interrogante:

¿Cuál es la relación entre la satisfacción laboral con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: ¿San Pedro – Machupicchu – San Pedro en el año 2019?

Para su mejor entendimiento, el trabajo está dividido en capítulos:

En el **Capítulo I.-** Se realiza la contextualización de la formulación del problema y objetivo de investigación, dando a conocer la justificación, interrogantes, la delimitación de la investigación y sus limitaciones.

En el **Capítulo II.-** Converte la fundamentación teórica del problema a investigar; un marco conceptual importante para sustentar de manera científica las variables de investigación, según criterios de diversos autores que han realizado estudios previos en el pasado, culminando con la formulación de la hipótesis de investigación.

En el **Capítulo III.-** Se describe la metodología de la investigación, en la que se esclarece el método, tipo y nivel al que corresponde el presente trabajo de investigación; técnicas e instrumentos de recolección de datos que se emplearon, finalmente la presentación de los resultados de encuestas y la metodología para obtener la muestra.

En el **Capítulo IV.-** Se determinó los resultados de la investigación de las dos variables, donde se realizó y se interpretó los resultados.

En el **Capítulo V.** Se realizó análisis de los resultados, las conclusiones, recomendaciones y anexos.



## CAPITULO I:

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1 Descripción de la realidad problemática

En la actualidad a causa del mundo globalizado, las nuevas tecnologías, informática, el mundo virtual, redes sociales, competitividad y cambio constante, determinan que las compañías serias presten especial atención al capital humano, en el pasado mal llamado recurso humano, las valúen e incrementen su valor a través de acciones que los conforten, preparen y fidelicen dentro de su organización, a fin de retener el talento. Recientemente se han realizado estudios para donde se hablan inclusive de la “Felicidad laboral”, conceptos muy novedosos objetos de investigación (Manuel, 1994).

En el Perú La felicidad laboral es el reto que se han planteado algunas compañías como estrategia para retener y mantener a sus colaboradores, recurso vital de toda empresa, la fuga de personal es un riesgo constante debido a la globalización y competitiva como lo anunciamos anteriormente, hoy se habla de gestión de personas, para obtener resultados positivos que contribuyen a que las empresas sean competitivas sosteniblemente (Bartolome, 2015, pág. 110).

La satisfacción laboral está íntimamente relacionada con el compromiso y con la productividad de los trabajadores. Un trabajador satisfecho puede llegar a ser 12% más productivo al mes. Y es que cuando uno encuentra una motivación y acude contento a desempeñar su puesto, trabaja más y mejor (Directivos. EAE, 2014).

En los últimos años se verifica la satisfacción de los colaboradores de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome por su trato directo con el cliente (turista), esta investigación justifica su incidencia como factor de determinante del servicio de calidad y en la propia satisfacción del cliente (Bartolome, 2015, pág. 112).



Los directivos de las compañías han empezado a prestar atención a términos como satisfacción laboral, motivación y compromiso organizacional dado que el impacto del factor humano es vital en el sector de servicios. Por tanto, a partir de estas premisas la compañía está buscando nuevas estrategias y plan innovadora para un fin bueno. El sector servicios se caracteriza por el contacto intensivo con los clientes, por tanto, su satisfacción constituye un componente fundamental en la línea del éxito.

Según el diagnóstico y análisis, en el trabajo de investigación se ha identificado como problema, la influencia del servicio de satisfacción laboral y su relación con el servicio de calidad de belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro-Machupicchu-San Pedro, año 2019. este problema radica en las deficiencias del desempeño de los trabajadores de la empresa, lo que se evidencia durante el servicio que brindan, dichas características son percibidas por los turistas como inadecuadas en base a la comunicación, lentitud en el servicio, imagen personal, falta de fluidez en los diferentes idiomas, capacidad para resolver situaciones comprometedoras, etc. Asimismo, no se cumple con las exigencias y estándares de la empresa Perurail, como son: iniciativa y logro de resultados, trabajo bajo presión, adaptabilidad a los cambios, manejo de idiomas, calidad del trabajo, trabajo en equipo, resolución de problemas, orientación al servicio, comunicación interpersonal, cumplimiento de estándares de calidad y el cumplimiento en la programación.

Dicho servicio a en la ruta, tiene etapas en el proceso del servicio primero se encuentra la atención de abordaje el cual empieza con el saludo de recepción, contraste de manifiesto del pasajero con el boleto de viaje, orientación del pasajero a su respectivo asiento, asistencia de equipaje y puntualidad del proceso de abordaje. Seguidamente el servicio durante el viaje, el cual consiste en la difusión del speech de bienvenida, armado de mesas, atención del servicio, recojo de menajería y residuos, venta A y B y bebidas restantes. Finalmente, el servicio de desembarque dicho servicio incluye la difusión del speech previo al arribo del km 104, difusión del specch de llegada a Machu Picchu, despedida de desembarque y revisión de objetos olvidados.



El presente trabajo de investigación está orientado a analizar la relación entre la satisfacción laboral y el servicio de calidad que se brinda el grupo Belmond en su servicio de trenes Perurail Vistadome y de esta forma mejorar los niveles e indicadores de satisfacción de colaboradores; el factor causa y optimizar el servicio de calidad de su producto; factor efecto.

El ferrocarril es la vía más segura de acceso para arribar a Machupicchu, en la actualidad existen dos operadores ferroviarios turísticos con diversos servicios quienes pugnan por liderar y satisfacer a sus actuales y potenciales clientes.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema General:**

- ¿Cuál es la relación entre la satisfacción laboral y el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019?

### **1.2.2. Problemas específicos:**

1. ¿Cuál es la relación que existe entre la satisfacción intrínseca y el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019?
2. ¿Cuál es la relación que existe entre la satisfacción extrínseca y el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019?
3. ¿Cuál es la relación que existe entre satisfacción laboral con el servicio de Calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019?



### 1.3. Justificación de la investigación

La evolución histórica del turismo ha estado estrechamente relacionada con el desarrollo del transporte, pues por definición el turismo constituye desplazamiento fuera del lugar de residencia habitual, es así que el transporte es el medio para arribar al destino turístico. Remontándonos a la historia Thomas Cook fue el primer empresario en crear un viaje organizado en 1841, fletando un tren desde Leicester a Loughborough en Inglaterra, años más tarde fundó la primera agencia de viajes en el mundo. (Atalaya, 1995, pág. 200).

Las compañías tienen que ser parte de la felicidad de una persona, porque pasamos la gran parte de nuestras horas despiertas en el trabajo, las compañías deben pensar en sus grupos de interés; los clientes como también son los empleados. Lo más importante para una organización para el bienestar individual de una empresa, es su jefe directo, gran parte del control y gran parte de la fuerza que los gerentes tienen, un gerente generoso, amable, bueno, es más probable que dirija a un colaborador feliz, el líder debe enfocarse más en las fortalezas de sus empleados mirar de verdad al empleado y preguntarse ¿para qué es bueno él o ella? ¿Cuáles son sus talentos? Y cuando los identifiques dejar que el empleado exprese esos talentos, en otra área, dar la oportunidad para que el empleado se recupere del estrés, darles tiempo para respirar profundamente, darles tiempo de pensar y reflexionar; lo bueno cuando permites que tus empleados, no solo se incrementa su bienestar, también es bueno para la empresa porque van a ser productivos creativamente y comprometidos con su trabajo. (Bartolome, 2015, pág. 80).

Más compañías se están dando cuenta de la responsabilidad corporativa de ayudar a sus empleados y ayudar a otros, por ejemplo, pasar un día en un barrio que necesita ayuda o hacer voluntariado en algún lugar y dar significado, como propósito, a lo que hacen y en retorno aumenta la lealtad al lugar de trabajo y también aumenta la motivación y eso hace que se incremente la productividad (Shahar, 2015).

En primer lugar, hay que ser conscientes del papel protagonista del trabajador en la gestión de la calidad de servicio, el cual no es un mero cumplidor de normas y procedimientos impuestos por la dirección sino un interlocutor directo entre la empresa y





el cliente, y el único capaz de captar tanto las necesidades de los clientes como de ofrecer un servicio de calidad excelente y adaptado a cada cliente.

El turismo en la actualidad mueve económicamente al país. Siendo Machupicchu una de las siete maravillas del mundo, es el complejo arqueológico más visitado por los turistas; uno de los medios de transporte que tiene más afluencia de turistas es Perurail. Por tanto, la calidad de servicio que se brinda en estos trenes turísticos es estandarizada mediante la norma internacional ISO9001: 2015 a la calidad, la que garantiza la satisfacción del turista. (Manuel, 1994, pág. 200).

Pero la prestación de servicios no termina con la satisfacción del cliente pues esta abarca también el recurso humano, siendo este el principal hacedor para la obtención de resultados; por tanto, la satisfacción del personal es un factor fundamental ya que, mediante este, se puede mostrar el servicio de calidad que se brinda al turista.

### **1.3 Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1 Objetivo General**

- Establecer la relación entre la satisfacción laboral y el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

1. Establecer la relación que existe entre la satisfacción intrínseca y el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.
2. Establecer la relación que existe entre la satisfacción extrínseca y el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.



3. Establecer la relación que existe entre satisfacción laboral y el servicio de Calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.

#### **1.4 Delimitación de la investigación**

Las limitantes del presente trabajo de investigación se resumen en la carencia del factor tiempo para realizar los procesos de investigación, pues debemos tomar en cuenta las responsabilidades en mi trabajo, la responsabilidad inherente como cabeza de mi familia y otros estudios.

##### **1.4.1 Ámbito de estudio**

El ámbito de estudio será en la Ruta: San Pedro-Machupicchu San Pedro desde el mes de noviembre y diciembre del Año 2019.



## CAPITULO II.

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes de la investigación

**Hannoun, G. (2011).** Satisfacción Laboral Trabajo de Investigación (Trabajo de Investigación). Universidad Nacional de Cuyo, Argentina.

El objetivo de esta investigación es ampliar los conocimientos referentes a la satisfacción laboral y su importancia. El tipo de investigación es descriptivo, ya que pretende describir los elementos actuales existentes en el área de estudio. Para este efecto se aplicó el cuestionario como instrumento y la encuesta como técnica de recolección de datos. Esta investigación concluye con lo siguiente:

#### **Conclusiones**

El personal no presentaba características negativas en cuanto a su personalidad, si bien es cierto toda persona puede presentar diversos problemas como económicos, educacionales, vivenciales, de salud o perturbaciones en las emociones, no se encontraron personalidades psicóticas ni neuróticas. Es así que se hicieron dos niveles de análisis sobre la satisfacción una general y otra por facetas, respecto a la satisfacción general se encontró que los empleados poseen una satisfacción elevada, en cuanto a las facetas, se considera que solo en una no muestran una gran satisfacción laboral como es el salario. Siendo los más afectados en esta faceta los cajeros, ya que tienen una mayor responsabilidad en su área laboral y el salario no es acorde a ello, esto provoca que existan menos posibilidades de obtener un ascenso en la sucursal. Por lo cual al afectar negativamente tiende a provocar la renuncia al área de trabajo y renovar un puesto diferente o como también no laborar de manera eficiente. En cuanto a las dimensiones de la satisfacción laboral, tanto las remuneraciones como las oportunidades de ascenso, no son bien vistas por el personal, por otro lado, en la dimensión trabajo, tanto los jefes y personal se sienten satisfechos ya que consideran que el trabajo de ejecutan es interesante.



Así mismo el ambiente laboral y la colaboración entre los jefes y personal es satisfactoria, manteniendo actitudes positivas en sus áreas de trabajo. Finalmente, la investigación que se hizo a cerca de esta empresa NEXTEL S.A. tiene como objetivo mantener a su personal satisfecho con la finalidad de un alto rendimiento y productividad en sus áreas generando también una excelente calidad de atención y de los productos que brinda la empresa. La empresa mantiene satisfechos a sus colaboradores con incentivos sea, económicos, bonos y creando ambientes favorables, considerando el capital humano como un recurso muy importante dentro de su organización. No solo ello, la empresa se preocupa por la línea de carrera de sus colaboradores, brindando también capacitaciones para el desarrollo de habilidades y capacidades para que tengan una participación activa dentro de la empresa y un desarrollo profesional en un futuro. Para culminar, la empresa de carácter internacional se inició en el año 1998, siendo uno de sus principales diferenciadores la calidad, lo que le hizo obtener un alto progreso en los últimos 50 años, ello se debe a sus productos de calidad, la buena comercialización y al recurso humano con el que cuenta; ha logrado obtener el premio Nacional a la Calidad en los años 2004 y 2009. Esto nos hace pensar que una organización prospera por el trato que se les brinda a los colaboradores siendo una pieza fundamental para el manejo y desarrollo eficiente en sus obligaciones

**García (2011)**, realizó la investigación “Estudio de la Motivación y Satisfacción Laboral en el Colectivo de Operadores de Grúa Torre en edificación a través de un Método Cualitativo” realizada en la Universidad Politécnica de Valencia, España. Tuvo como objetivo: Contribuir a los antecedentes de satisfacción laboral que en la ciudad de España son escasos. La investigación ha sido de enfoque cualitativo, de alcance descriptivo, para lo cual se realizaron entrevistas de profundidad para conocer y entender la posición del trabajador, así como su entorno laboral y familiar. Es así que se llega a la siguiente **conclusión:**

EL factor fundamental que impulsa a los trabajadores del sector construcción para formar parte del oficio de gruísta es el aumento salarial, realizando pocos esfuerzos físicos y también el bienestar social. Los trabajadores consideran que su actual oficio tiene un



nivel superior y por ende esto contribuye a una mejora en su calidad laboral. Anteriormente se decía que el sector construcción estaba compuesto por trabajadores sin estudios, pero en el tiempo esto se ha ido modificando, realizando cursos de formación para poder acceder a un mejor puesto de trabajo, por lo tanto, no todos los que postulan ingresan a puestos superiores. El gruista es el trabajador privilegiado por gran parte de sus compañeros de trabajo debido a que se considera como un oficio mejor remunerado, pero algo fundamental es que existe un ambiente laboral bueno, sobresaliendo las buenas relaciones que tiene el gruista con todos los trabajadores de las diferentes áreas; así mismo la relación con jefes y otros cargos superiores es buena, generando un trato cordial, de respeto y amigable. Para los gruistas es necesario el reconocimiento y el sentirse valorados por el resto del personal debido a que eso genera realizar un trabajo eficiente. Así mismo ellos consideran que el ambiente se vuelve desmotivador cuando existe una relación distanciada con el personal, accidentes laborales, trabajo bajo presión y estrés. Finalmente se afirma que la satisfacción laboral se obtiene a través de una mejor remuneración, mayor liderazgo en sus áreas, trabajo no monótono y buenas relaciones personales. (García, 2011)

**Vargas, C (2012)** “Relación del desempeño laboral y calidad del servicio que prestan los trabajadores del Hotel Marques de la Ciudad del Cusco”. Universidad Andina del Cusco. Llegando a la siguiente conclusión:

La relación que se da entre el desempeño laboral con la calidad de servicio brindado por el personal del hotel Márquez de tres estrellas es insuficiente, demostrado de acuerdo al análisis de los resultados de dicha relación.

**Melendez, A (2015)** “Propuesta de Implementación del sistema de gestión de calidad en una empresa pesquera según norma ISO 9011:2015”, Pontificia Universidad Católica del Perú Para optar el Título de Ingeniero Industrial, que presenta el bachiller.



Teniendo como objetivo analizarla situación actual en la que se encuentra la empresa y con esa base diseñar el Sistema de Gestión de Calidad que permita garantizar la calidad de los productos.

Como es de conocimiento, las organizaciones en la actualidad para obtener un buen posicionamiento y reconocimiento en el mercado, requieren de brindar altos estándares de calidad, es por ello que se requiere de una gestión de calidad con el fin de garantizar la calidad del servicio o producto. Por lo cual esta investigación pretende establecer lineamientos para implementar un sistema de gestión de calidad en una empresa del sector pesquero, este estudio servirá para que la empresa tenga las capacidades y conocimientos necesarios para la mejora continua de sus productos y así satisfacer las necesidades de los clientes.

Es así que en el capítulo 1 se tratara de describir y conceptualizar el termino calidad, los procesos, y todo lo que tenga que ver con la gestión de calidad, esto permitirá que la organización posea cimientos que contribuya a satisfacer las expectativas de los usuarios. En el capítulo 2 se da a conocer la empresa, su organización, sus procesos, productos y su nivel de producción. En el capítulo 3, se hace el diagnóstico sobre la gestión de calidad de la organización, es allí donde podremos conocer algunas mejoras para disminuir riesgos y determinar mejores oportunidades. En el capítulo 4 se realizarán las mejoras de acuerdo a la norma ISO 9001 – 2015, en el capítulo 5 se efectuará la implementación del sistema de gestión de calidad y en el capítulo 6 se dará una evaluación a cerca del impacto que tiene este sistema y así detallar a través de los resultados algunas propuestas de esta implementación.

## **Conclusiones**

Se concluye que existen problemas en varias áreas de la empresa que generaban una baja en la productividad lo que provocaba que los trabajos se realicen de una manera no adecuada, es así que se requiere de detectar nuevas opciones para mejorar el Sistema de Gestión de Calidad alineado con la Norma ISO 9001:2015. Al implementar el SGC basado en dicha Norma no cabe duda que mejorará la organización de la empresa. Esto aporta a obtener una ventaja competitiva con las otras empresas del mercado debido a que



no todos cuentan con este SGC. Asimismo, ayuda a la empresa a abrirse a nuevos mercados. La implementación de este sistema contribuye a la organización siempre y cuando se realice una adecuada administración de los formatos, procedimientos, programas de la empresa.

A través de esta estandarización se logrará cumplir con las obligaciones que se tiene con el cliente, esto ayudará para que exista una relación de confianza de los usuarios con la organización para así finalmente fidelizar al cliente.

Por otro lado, las capacitaciones y programas que se efectuarán mejorarán el compromiso que tiene el colaborador con la empresa, ya que con mayores conocimientos a cerca de su puesto de trabajo y el compromiso con la empresa contribuye a mejorar el desempeño profesional del colaborador. Al tener objetivos claros permitirá que se mantenga un control por un año acerca del compromiso que tiene el colaborador con la empresa, ya que se irá midiendo el rendimiento de los mismos.

## **2.2 Bases Teóricas**

### **2.2.1. Teoría de la Satisfacción Laboral (García Viamontes, 2010)**

El término satisfacción laboral es de bastante importancia en el desempeño de las personas. Se determina por la concordancia del ambiente laboral y el factor humano, lo que permite obtener buenos resultados como la eficacia, eficiencia y efectividad en las organizaciones de un mundo moderno (Atalaya, 1995, pág. 120).

Este termino se conoce por su amplia y cantidad de definiciones que existen, pero se muestra un consenso por varios autores, lo que precisan como una actitud que posee el colaborador y que son manifestados a través de sus actitudes, sentimientos, estados anímicos y el comportamiento que establece en las obligaciones que se le es encomendada. Lo cual indica que, si un personal no se encuentra satisfecho, existe la posibilidad de una baja productividad en su área, de igual modo si esta persona se encuentra satisfecho responderá de manera eficiente



a las obligaciones encomendadas. Ante la insatisfacción los tipos de respuesta se define como: Albrecht y Zemke (citado en Pérez, 2007).

Según (Atalaya, 1995, pág. 50) menciona:

- **Abandono:** Se presenta cuando el personal encuentra una insatisfacción en su área laboral y tiende a presentar una conducta de renunciar y buscar un empleo distinto al que obtuvo anteriormente.
- **Expresión:** La insatisfacción expresada por intentos activos y constructivos por mejorar la situación, implica sugerir mejoras, analizar los problemas con los supervisores y /o gerentes.
- **Lealtad:** A pesar de que la empresa presente problemas, el personal tiende a esperar de manera optimista que la situación mejore en sus distintos aspectos.
- **Negligencia:** Son las actitudes que hace notorio la persona que se siente insatisfecha en el trabajo, es decir hace que la situación empeore a través de sus actitudes como tardanzas, errores al propósito. Absentismo, etc.

Una vez hecho el diagnóstico sobre la satisfacción laboral y determinar los factores que influyen negativamente, es indispensable buscar soluciones que nos permita revertir este problema. Locke (1976) sostuvo que la satisfacción laboral es la percepción subjetiva que el personal posee de sus experiencias en su campo de trabajo, considerando así un estado emocional positivo y agradable. (Atalaya, 1995, pág. 50)

#### **2.1.1.1. Satisfacción Laboral**

Según el autor Chiavenato, I. (2002), el talento humano está conformado por un conjunto de colaboradores que están ligados en una organización y brindan sus conocimientos, capacidades para que la empresa prospere, lo cual implica una remuneración para los mismos, sin embargo existen otros factores a parte del salario como el ser valorado, reconocido, apreciado dentro de la organización ya





que de estos factores también depende que el colaborador se encuentre satisfecho y pueda desarrollar sus tareas de manera adecuada. (p. 04).

En efecto, la gestión del talento humano, en estos tiempos predomina y es imprescindible en una organización, siendo un conjunto de desarrollo en la organización como la cultura, su estructura, las características del ámbito laboral, procesos internos, entre otros que son establecidos para motivar a los colaboradores y retenerlos según sus capacidades. (Chiavenato, I. 2002, p. 04).

Castillo, F. (2010) indica que el recurso humano es un área estratégica dentro de la organización, porque tiene la finalidad de atraer, gestionar, motivar a los colaboradores y potencializar el trabajo en equipo, así mismo permite el desarrollo y un cambio en la organización de manera individual y colectiva. (p. 01).

#### **2.1.1.2. Evaluación del Satisfacción Laboral**

Existen factores que hacen posible la medición de la variable satisfacción laboral y que nos ayuda a comprender si una persona desde su percepción se siente a gusto o no con los beneficios que la institución otorga. “Estos factores son los siguientes: el reto del trabajo, sistema de recompensas justas, condiciones del trabajo, relación trabajo empleado” (Robbins, S. 2005, p. 25). Es así que estos nos ayudarán a comprender de manera adecuada la medición de dicha variable

#### **2.1.1 Teoría de Calidad de Servicio (Albrecht y Zemke, 1990)**

Existe un vínculo entre la empresa u organización y el cliente, así como el servicio que se brinda al cliente y los sistemas, que giran en torno a una interacción creativa. Por lo que dicha relación no es más que un proceso que toma en consideración a los clientes como pieza fundamental de la organización. Albrecht y Zemke (citado en Pérez, 2007)

El modelo se muestra a continuación.

### El triángulo del servicio



(Fuente: Albrecht y Zemke, 1990).

Esta vinculación que existe entre cliente, sistema y gente se desarrolla de la siguiente manera: la relación que tiene el cliente con la estrategia de servicio simboliza cuan importante es establecer esta táctica de servicio en torno a las necesidades requeridas por el cliente. Por otro lado, la relación que existe entre la estrategia de servicio al cliente, simboliza el desarrollo de delegar esta estrategia al mercado. Así mismo la relación del cliente con la gente o personal de la empresa, forma un vínculo de interacción donde se hacen transacciones de compra y venta del producto. En este punto es necesario una buena comunicación con los clientes y finalmente la vinculación entre el cliente con los sistemas, nos permite brindar un buen servicio. (Manuel, 1994, pág. 210)

#### 2.1.2.1. Calidad de Servicio

Para determinar la calidad de un servicio, es el consumidor el que de manera subjetiva y objetiva tiene la capacidad de decidir si un producto, bien o servicio satisface sus expectativas, una diferencia que hace a la empresa importante es su calidad en cuanto al servicio que brinda y no solo ello sino generar al cliente un ambiente agradable, de confianza, para que en un futuro se establezca fidelidad de



los clientes hacia la organización. Por otro lado, si hacemos referencia a un modelo industrial, el enfoque es sobre todo a conocer los deseos y los productos que consumen para así formular nuevos productos relacionados a sus necesidades. (Manuel, 1994, pág. 300)

Siguiendo a este autor, nos hace mención de la calidad de servicio en salud, donde existen algunas semejanzas existe algunas coincidencias en cuanto a la percepción del usuario frente a la satisfacción del servicio que brindan los médicos, en este caso se toma en cuenta las preferencias de cada paciente informando de manera relativa a los resultados como al proceso. En este contexto la definición de calidad es mucho más complejo debido a que existe un cierto grado de responsabilidad hacia los usuarios y la sociedad. (Manuel, 1994, pág. 301)

### **2.1.2 Sistema de Gestión de la calidad según norma ISO 9001: 2015**

En este sentido el comité técnico de la Organización Internacional de Normalización ejecutó la Norma Internacional ISO 9001.

El 23 de febrero de 1947 se funda el ISO considerándola como una Federación Mundial de Organismos para fomentar el uso de estándares propietarios, ya sean industriales y comerciales a nivel global, mantiene una filial en Ginebra, Suiza y hasta la actualidad trabaja con 196 países.

Esta norma ISO 9001 al ser parte de la norma ISO 9000, precisan requerimientos para la valoración del sistema de gestión de la calidad desde 1987 y poseen un ajuste por tres normas:

ISO 9000.- Sistemas de Gestión de la Calidad: Caracteriza aspectos de los sistemas de gestión de la calidad.

ISO 9001.- Sistemas de Gestión de la Calidad: Especifica las condiciones para toda empresa que quiera poner en práctica un sistema de gestión de la calidad con la



finalidad de demostrar que se posee productos que beneficien y satisfagan a los clientes.

Sin embargo, en el año 2015 se cambió la norma ISO 9001:2008 con la última versión del ISO 9001:2015 generando cambios nuevos a la gestión del riesgo, dando un enfoque en los procesos, en la compatibilidad con otras normas.

## **2.2 Marco conceptual**

### **2.2.1 Satisfacción:**

El término satisfacción proviene del latín y tiene un significado de bastante (satis), hacer (facere) debido a que está relacionado con el sentimiento de bienestar de estar saciado. Así mismo implica el superar los deseos del individuo.

Por su parte López (2007) indica que la satisfacción es efectuar las necesidades de todos los clientes, dando prevalencia a las características de un producto que genere un grado de placer y bienestar relacionado con su consumo (Pág. 120).

Por su parte (Spreng, M. (1996) menciona lo siguiente: La satisfacción es un indicativo mercadológico, debido a que las empresas le dan prioridad a la percepción a cerca de los clientes, en relación a su marca.” (Pág. 12).

### **2.2.2. Satisfacción Laboral**

La satisfacción se presenta en actitudes, sentimientos del trabajador que puede afectar de manera favorable o desfavorable hacia algo. Se manifiesta tres actitudes que se encuentran relacionadas con la satisfacción: la dedicación al trabajo, es decir como los trabajadores realizan su labor, si lo invierten de manera eficaz y eficiente; contar con un trabajo que posea sentido y manejar de manera satisfactoria los



aspectos relevantes de la imagen de uno mismo. Es así que los trabajadores que están dedicados al trabajo, poseen una ética laboral donde buscan una línea profesional y son capaces de disfrutar y tomar mejores decisiones.(Davi, 2003, pág. 200).

En cuanto al compromiso organizacional, hace referencia a la lealtad, es decir como los trabajadores se identifican con la organización y que habilidades demuestran dentro de la organización para seguir siendo parte de ello. El compromiso hacia la empresa es fundamental y mucho más en trabajadores antiguos, este tipo de trabajadores muestran mas lealtad, proactividad y responsabilidad en la compañía y generalmente su amplio conocimiento por la empresa tiene mucho que ver con la fidelidad de los clientes. (Davi, 2003, pág. 210)

### **Estado de ánimo en el trabajo.**

Es muy importante que el personal esté emocionalmente bien para tener una proactividad en la empresa, sin embargo, estas emociones y estados de ánimo son cambiantes, es por ello que se tiene actitudes positivas y negativas, sin embargo, en toda organización es preferible que se mantenga un ambiente lleno de energía y entusiasmo, claro que también existe una motivación por parte de la empresa a través de las capacitaciones que realiza la misma para todo su colaborador. Esto facilita una mejor atención, mayor fidelidad, y cooperación interpersonal.

Según Robbins y Coulter (2005), señalan puntos clave en cuanto a las características que afectan en las percepciones.

- 1.- Las necesidades.
- 2.- Los valores.
- 3.- Rasgos personales.

Los tres aspectos de la situación de empleo que afectan las percepciones del debería ser

- Las comparaciones sociales con otros empleados.
- Las características de empleos anteriores.



- Los grupos de referencia.

Las características del puesto que influyen en la percepción de las condiciones actuales del puesto.

- Condiciones de trabajo.
- Supervisión.
- Compañeros.
- Contenido del puesto.
- Seguridad en el empleo.
- Oportunidades de progreso.
- Retribución.

Si bien es cierto, las actitudes se adquieren en el tiempo, se ha visto que las personas mientras más conozcan a profundidad su área laboral ellos percibirán su satisfacción o insatisfacción lo cual en ocasiones puede disminuir esa satisfacción. Por otro lado existen trabajadores que entran a un área laboral no para lograr desarrollo profesional, más bien por una expresión de necesidad de trabajo. (Davi, 2003, pág. 200)

Según Munchinsky (1983) indica que la satisfacción laboral se encuentra formada por dos tipos de factores:

Los extrínsecos del entorno de trabajo y los intrínsecos que reflejan las experiencias de los individuos con el mismo.

- ❖ **Satisfacción intrínseca:** Establece temas como el reconocimiento que la empresa realiza a sus colaboradores, esto implica responsabilidad y compromiso en su área laboral y en conjunto con la organización. (Moreno Jiménez et al., 2010).
- ❖ **Satisfacción extrínseca:** Este tipo de satisfacción se refiere a temas como el salario, recursos, la supervisión, la relación con compañeros, la relación con



los clientes, son factores esenciales para que el colaborador desempeñe un papel importante dentro de la empresa.

Por lo tanto, se concluye que existen diversos factores que influyen en la satisfacción laboral ya sean internas o externas.

### **2.2.3 Calidad**

(Álvarez, 2006) “menciona que es un proceso de mejora, el cual una organización a través de sus colaboradores busca maximizar sus utilidades a través de la satisfacción al cliente, dando un buen producto.” (Pg. 10).

Según al modelo ISO 9001 de Gestión de la Calidad, la norma internacional ISO 9000, mencionan que la calidad es la reunión de características propias que cumplen obligaciones es decir aquellas necesidades o expectativas que se tiene que cubrir de manera implícita.

### **2.2.4 Servicio**

El servicio proviene del latín Servitium considerándose como un valor de entrega a los clientes, contribuyendo a unos mejores resultados es lo principal porque los usuarios desean siempre conseguir buenos resultados con bajos costes o riesgos. “Servir” (Bon, 2008, Pg. 80).

### **2.2.5 Calidad de Servicio**



La calidad del servicio es aquella en el cual se cubre todas las expectativas que tiene el cliente frente a un producto o servicio, en ella encontramos una dinámica exponencial que contribuya a una mejora y excelencia de todas las actividades que ocurren en un transcurso para satisfacer necesidades que cada cliente busca. (Vargas 2006, Pg. 71).

Para (Pizzo, 2013) considera que la calidad de servicio es la práctica y formarlos como un hábito dentro de la empresa para conocer las diferentes necesidades y expectativas de cada usuario y con el tiempo ofrecer un servicio más adecuado, eficiente y accesible, de tal manera que el cliente se sienta a gusto y en confianza con el trabajador y la empresa, y a consecuencia de ello generar mayores ingresos a la y menores costos en la empresa.

Los servicios tienen cinco dimensiones globales que son: según (Atalaya, 1995, pág. 200)

**Tangibilidad.** Esta dimensión se refiere a la percepción que tiene el cliente de la calidad de servicio que ofrece la institución, lo cual se da de dos maneras el primero que se basa en una guía respecto a la naturaleza y calidad del servicio; el segundo cuando se relaciona directamente con las percepciones. (Atalaya, 1995, pág. 200)

**Confiabilidad.** (Atalaya, 1995) “Significa que la empresa tiene que mantener en el tiempo la precisión y seguridad en el servicio”. (pág. 180)

**Tiempo de respuesta.** (Atalaya, 1995) “Significa el tiempo en el cual se le atiende al cliente, mostrando voluntad y tomando en cuenta las preferencias del cliente” (pág. 181)

**Seguridad.** Se basa en la confianza que la empresa otorga al cliente, es así que el trabajador tiene que tener los conocimientos suficientes y un buen trato para





fidelizar a los clientes, para ello se tiene que tener trabajadores adecuados para cada puesto laboral. (Atalaya, 1995, pág. 190)

**Empatía.** Esta dimensión va más allá de la amabilidad y cortesía, sino darle prioridad al cliente entendiendo sus necesidades, inquietudes y darle una solución para que el cliente se retire de manera satisfactoria (Atalaya, 1995, pág. 190)

### 2.2.6 El cliente.

(Thompson, 2009) “Es aquella persona que tiene la necesidad de comprar un bien o servicio, pero también es una organización o empresa que adquiere de proveedores materiales para la producción de un bien. (Pág. 50)

### 2.2.7 El turismo

El turismo se basa en los viajes y estancias en diferentes lugares diferentes de su zona de residencia que realizan las personas, con fines de trabajo, estudio, ocio, aventura, etc. Es una manera de utilizar el tiempo y buscar recreación. OMT (2010)

El turismo en gran medida es una actividad económica, social y cultural que se encuentra relacionado con la movilización temporal del individuo o un grupo de personas con fines diferentes, como la recreación, descanso, conocer culturas, negocios. OMT (2010)

Es la suma de relaciones y servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntaria, no motivada por razones de negocios o profesionales.

### 2.2.8 El servicio turístico

Según la OMT (2010) “Es un grupo de actividades que tienen un grado de diferencia pero que a la vez también están relacionadas como la producción, distribución y comercialización. El servicio turístico lo brindan las empresas turísticas con la finalidad de beneficiar y satisfacer a los turistas”. (Pág. 201)



El servicio turístico no es más que prestar de manera personal o grupal servicios que satisfagan necesidades y que estas puedan disfrutar de dichas prestaciones.

### **2.2.9 El servicio abordo**

Es aquella atención que los colaboradores de una empresa ofrecen a los clientes ya sea de un avión, tren, bus o crucero, cualquier transporte que el cliente haya contratado.

### **2.2.10 El transporte turístico**

El transporte turístico se caracteriza por un prestador que facilita sus servicios a turistas de nacionalidad local o extranjera que se desplazan a todas partes. Estos transportes pueden ser alquilados con chofer o sin chofer, para ello estas empresas tienen que estar dentro del Registro Nacional Turístico con unidades de transporte autorizadas, que brinden las comodidades necesarias a los turistas.

### **2.2.11 El turismo ferroviario**

(OMT. 2009) el turismo ferroviario corresponde al uso de trenes para recorridos turísticos, principalmente en giras que rescatan el carácter histórico del trayecto.

(Godoy 2012) Indica que en el turismo ferroviario se distinguen diferentes elementos los cuales son el paisaje geográfico, equipo rodante e instalaciones anexas, entorno cultural, elementos que pueden configurar un servicio ferroviario turístico.

También se dice este tipo de turismo es muy utilizado en algunas partes del mundo y de otros países sobre todo en EE. UU., Canadá, Europa Asia y Perú en Sudamérica, la revista “Conde Nast Travel” a situados al tren Belmond Andean Explorer como el mejor tren de lujo del Mundo en el 2019.



Los ferrocarriles es un transporte muy particular dentro de la oferta turística Wallingre y Toyos (1998) definen que un tren turístico “es aquel se realiza con el fin de hacer un recorrido paisajístico con una finalidad turística. (Pág. 123).

### **2.2.12 Los trenes turísticos en el Perú**

Los trenes turísticos que tenemos en el Perú son: Según Bartolome, 2015, pág. 110

#### **A. Ferrocarril Central Andino S.A. (FCCA Perú)**

Es el Tren más Alto del Perú y de Sudamérica, desde la estación de Guadalupe en el Callao, pasando por Cerro de Pasco, Jauja y la Oroya, hasta Huancayo. Pasando por el segundo punto ferroviario más alto del mundo a 4,782 msnm.

El viaje tiene una duración aproximada de 12 horas llegando a la estación de Huancayo alrededor de las 9:00 pm., donde tendrá dos paradas turísticas, la primera en San Bartolomé para apreciar el giro de la locomotora y la segunda en la estación de Matucana donde se visitará su Plaza de Armas.

Durante la ruta se podrá apreciar hermosos paisajes camino a Huancayo en el cual se cruzará por 69 túneles, 58 puentes y 6 zigzag, entrando al túnel de Galera donde está ubicado el segundo punto ferroviario más alto del mundo. (4,782 msnm).

#### **B. Trenes Turístico Inca Rail S. A.**

Inca Rail es uno de los dos operadores ferroviarios que compite en la ruta sur oriente del Perú, fundado por el grupo empresarial Crossland de la familia Forsyth.

Que ofrece viajes turísticos y de lujo. que emplea a más de 300 personas y cuenta con una presencia que se remonta más de 50 años en el mercado peruano como representante de Electromotive, la división ferroviaria de General Motors, el fabricante más grande de locomotoras en el mundo.

En junio del 2016 la empresa fue adquirida por el fondo de inversión Carlyle Perú Fund, este grupo inversor compro el 100% de sus acciones, los montos y los porcentajes de la transacción se han mantenido en reserva.



Carlyle Peru Group el año 2015 había comprado dos de las más importantes agencias receptoras y emisoras del país, Condor Travel y Nuevo Mundo respectivamente.

Visión de Inca Rail ser reconocidos como la empresa peruana que brinda un servicio de clase mundial, líder en turismo sostenible.

Misión de Inca Rail ofrecer a nuestros pasajeros la mejor experiencia de viaje, lo cual incluye brindarle seguridad, comodidad y cuidado por cada uno de los detalles.

En la actualidad cuenta con cuatro productos ferroviarios turísticos que ofrecen en la ruta Cusco a Machupicchu.

1. The Private. - Un vagón privado para que usted y sus acompañantes disfruten del lujo y de la exclusividad.
2. The First Class. - Máxima comodidad y espacio con servicio personalizado a bordo.
3. The 360. - Cuenta con un vagón observatorio al aire libre con bar y ventanas panorámicos más alto y amplio.
4. The Voyager. – Cómodos asientos con mesas plegables y ventanas panorámicas.

### **2.2.13 Trenes Turísticos de Belmond y Perurail S.A.**

Somos una empresa líder en el sector turismo. A través de una oferta variada de servicios turísticos, brindamos a nuestros pasajeros experiencias únicas de viaje. Nuestros destinos más representativos dentro del Perú son Machupicchu en Cusco, en Lago Titicaca en Puno y la ciudad blanca de Arequipa.

**Visión:** “Un mundo con personas más felices”. Perurail cuenta con los siguientes trenes turísticos y de lujo en la ruta ferroviaria sur y sur oriente:

#### **A Machupicchu en Cusco:**

- 1.- Belmond Hiram Bingham



2.- Perurail Sacred Valley

3.- Perurail Vistadome

4.-Perurail Expedition

**Al Lago Titicaca en Puno:**

1.-Belmond Andean Explorer

2.-Perurail Titicaca

**A la ciudad blanca de Arequipa:**

1.- Belmond Andean Explorer

Reglamento Interno para los colaboradores de servicios turísticos del producto Perurail Vistadome.

Actitud de Servicio de calidad colaboradores de Servicios turísticos

- La actitud es fundamental de cara al pasajero, debe ser amable, respetuosa y muy profesional de acuerdo al perfil de las posiciones requeridas.
- Demostrar anticipación a las necesidades, predisposición, y seguridad en la resolución de las solicitudes del cliente.
- Mantener un ambiente positivo en la comunicación con el pasajero, mediante el empleo de frases sencillas y afirmativas que transmitan al cliente profesionalismo y seguridad.

**Comunicación eficaz**

- Mantener el trato amable y sobrio: el trato con el cliente debe ser siempre de “usted” y siempre se debe dirigir al pasajero por su apellido en más de dos oportunidades.
- El tono de voz tiene que ser sereno.
- Se debe mantener contacto visual cuando el pasajero se dirija a uno, evitar señas notorias a bordo de los coches y entre coches.
- Evitar comentarios negativos y desfavorables referentes a la empresa.
- Mantener una postura erguida y adecuada.



### **Normas para los colaboradores de Servicios Turísticos**

- Siempre debe estar presente un personal de servicio a bordo (host, hostess o asistente) en el medio del coche, por ningún motivo el salón debe quedar sin la presencia de tripulación.
- El medio de comunicación que se tiene entre coche y coche es la radio que porta el personal de servicio a bordo; este debe mantenerse en un volumen adecuado que no perturbe al pasajero y hablar de forma moderada por medio de esta.
- El personal a bordo debe velar y respetar el área de trabajo, cuidar los ítems de operación y usar cada uno de ellos para su función específica y mantener de forma ordenada y limpia el área del catering
- Por normas de seguridad todo el personal de servicio a bordo está prohibido pasar de coche a coche con el tren en movimiento. Solo se da la excepción que se amerite y solo lo podrán hacer los supervisores, sub. Gerente, gerente y el personal de mecánica.
- Todo incidente a bordo debe ser reportado a un supervisor o reportado en el reporte de viaje dirigido hacia la gerencia de servicio al pasajero de forma diaria.
- En todo momento debe mantener una buena imagen y una buena relación entre el equipo de trabajo, así como respeto constante a la tripulación a bordo.

### **Funciones del Personal de Servicio a Bordo de toda la Tripulación**

- Presentarse en la estación de salida del tren puntualmente de acuerdo al horario asignado.
- Todo el personal debe presentarse correctamente uniformado de acuerdo a lo estipulado en el reglamento interno para la tripulación de servicios turísticos.
- Formar parte de la línea previa al inicio de servicio con un supervisor presente para informar la conformidad del estado de los coches, dar conformidad del uso adecuado del uniforme y verificar la información de reubicaciones, paradas, pasajeros con atención especial, las cuales serán detalladas en el manifiesto para brindar la atención necesaria según sea el caso.



- Organizar los tótems de embarque, letreros, paletas, separadores, organizadores de fila, rampas y felpudos con la marca de Perurail para los embarques y desembarques.

### **Hostess y Host de Servicios Turísticos**

- Recabar los ítems para asegurar el servicio, personal de ítems entregara bajo formato: Radio, PDA o Ipod, tablero reporte de viaje, manifiesto de pasajeros, botiquín y caja de limpieza.
- Asegurar que a bordo se tenga el equipo necesario para desarrollar el servicio.
- Garantizar que todo esté dispuesto de manera ordenada en el catering de acuerdo al espacio y la organización establecida.
- Asegurar la operatividad y carga de balón de oxígeno y extintor
- Debe confirmar y revisar baños limpios y equipados de papel higiénico, papel toalla, jabón líquido, crema de manos.
- Probar equipo de sonido, sistema de climatización, funcionamiento de equipos fríos y calientes (conservador y horno microondas industrial)
- Revisar junto al personal de limpieza ventanas y domos panorámicos limpias. Así mismo pisos, asientos y mesas.
- Si hubiera algún desperfecto, anomalía y/o desviación se deberá comunicar de inmediato al supervisor para asegurar que el tren puede partir en condiciones idóneas.

### **Encargados de Venta**

- Los encargados de venta deben verificar de acuerdo a la lista establecida: la cantidad y calidad de prendas de alpaca bebe, productos de alimentos y bebidas a la venta, merchandising, etc.
- Conocer los productos y precios y poseer argumentos de venta
- Asegurar ítems para el proceso de ventas: PDA, POS en buen estado de operatividad.



### **Asistente de Servicios Turísticos**

- Garantizar la cantidad de snack de acuerdo a la programación diaria según formato de SIG. ISO 9001
- Verificar la cantidad y variedad de bebidas frías y calientes de acuerdo al estándar establecido. SIG ISO 9001
- Verificar y asegurar menajería, mantelería y cubertería para atender a los clientes.
- Recepción de traje de danzarín Saqra.

#### **2.2.14. Instructivo de área de servicios turísticos para su producto Perurail**

##### **Vistadome.**

##### **Objetivo**

Cumplir estrictamente los procesos del área de Servicios Turísticos en su producto Perurail Vistadome en las rutas del tramo largo y tramo corto.

##### **Alcance**

Este instructivo está dirigido para todo el personal de Servicios Turísticos en los productos Perurail Vistadome

##### **Definiciones**

**Servicios Turísticos:** Servicio de transporte de pasajeros para los productos: Perurail Vistadome.

**Temporada Regular:** Periodo del año que abarca usualmente entre los meses de mayo a diciembre.

**Temporada Bimodal:** Periodo del año que abarca usualmente entre los meses de enero a abril.

**Tramo Largo:** Ruta de San Pedro, Poroy a Machupicchu y viceversa.

**Tramo Corto:** Ruta de Ollantaytambo a Machupicchu, Urubamba a Machupicchu y Machupicchu a Hidroeléctrica y viceversa.





**Personal de Servicios Turísticos:** Comprende tanto al personal de Perurail como personal tercero: Gerente, Sub, Gerente, Supervisores, Host, Hostess, Asistentes, Agentes de Embarque, Encargado de ítems, Programación, Asistentas social y Supervisor de seguridad y salud ocupacional.

**Proveedor:** Empresas externas encargada de brindar alimentos y bebidas, limpieza, seguridad, mantenimiento, transporte y recurso humano.

**Fashion Show:** Exhibición de prendas de alpaca realizada a bordo del tren.

**Chárter:** Servicio exclusivo que consta de la compra total de la capacidad de asientos de uno o más coches de un determinado producto.

### **Abreviaturas**

**GST:** Gerente de servicios turísticos.

**SGST:** Sub. Gerente de servicios turísticos.

**SST:** Supervisor de servicios turísticos.

**CCO:** Centro de control de operaciones

**CDC:** Control de capacidad

**ASP:** Asistente de servicio al pasajero

**PDT:** Programador de tripulantes

**EDC:** Encargado de convoy

**EDI:** Encargado de ítems

**GSO:** Gerencia de seguridad operativa

**ST:** Servicios turísticos

**SMP:** Supervisor Manpower

**TST:** Tripulación de servicios turísticos



**VTD:** Vistadome

**PR:** Perurail

**VAB:** Ventas a bordo

**ADE:** Agente de embarque

**A&B:** Alimentos y bebidas

**EDV:** Encargado de ventas a bordo

**Referencia documentaria**

Ninguno.

**DESARROLLO**

Nro.	ETAPA	DESCRIPCIÓN	RESPONSA- BLE: Cesar Sanchez
<b>PERURAIL VISTADOME</b>			
<b>I.- SERVICIO DE IDA</b>			
1	Recojo de Personal	Se inicia las operaciones con el recojo del personal en las dos rutas establecidas (Control de San Jerónimo y paradero final de Correcaminos) con destino final a las estaciones de San Pedro y Poroy.  <b>Nota:</b>  El bus de recojo es para el personal del tramo largo y/o personal que necesite usar el servicio, previa coordinación con GST.	Proveedor



		De forma opcional en temporada bimodal el personal de tramo corto podrá trasladarse a Ollantaytambo o Pachar haciendo uso de los buses.	
2	Dosaje Etfílico y control biométrico	El agente de seguridad realiza el control de dosaje a ST y TST al ingreso de estación, asimismo SST y TST registran su asistencia en el control biométrico.	Agente de seguridad / SST / TST
3	Refrigerio en Estación y comedor	Ofrece al personal SST y TST el refrigerio correspondiente.	Proveedor
4	Recepción de Ítems de servicios y ventas a bordo	Recibe los ítems de servicios y productos de la venta a bordo para el correspondiente equipamiento del coche (Tablero, radio, ipod, caja de limpieza, botiquín y otros). El EDV realiza la contabilidad de la maleta de ventas y otros, en sus respectivos almacenes.	TST / EDV
5	Recepción de manifiesto	Recibe de boletería (informes) entre 30 y 45 minutos previo a la partida de cada frecuencia el manifiesto de pasajeros emitido por sistema.  Nota:  De existir alguna contingencia como caída de sistema, ausencia de energía eléctrica y otros se utiliza el formato TPT-DE-008 Manifiesto de Pasajeros (manual) entregado por boletería (informes) para el control de pasajeros.	SST Y/O TST



6	Verificación de A&B y enseres	Verifica el equipamiento de snacks y recibe el documento externo TPT-DE-011 Adicionales Vistadome para uso de adicionales; Vajilla a utilizar en el coche y de acuerdo a la conformidad se firma el documento TPT-DE-003 Recepción de Ítems Vistadome correspondiente del proveedor. Asimismo SST utiliza para la verificación el formato TPT-F-004 Check List de A&B.	TST / SST
7	Verificación de Limpieza de coche	Comprueba que el coche y los servicios higiénicos estén limpios, ordenados y equipados según formato TPT-F-008 Control de Limpieza por Coche.	SST
8	Línea de servicio	Ejecuta una línea de servicio con los TST para revisar la presentación personal y dar las indicaciones que se han de desarrollar durante el día y entrega manifiestos para el inicio de embarque.  Nota:  En el tramo corto la línea se realiza en horarios y tiempos acordes a la operación.	SST
9	Pre embarque	Previo al embarque de pasajeros se colocan las rampas, letreros, gradas entre el coche y la plataforma (si aplica).	TST /ADE
10	Inicio de embarque	Se inicia el proceso de embarque de manera cordial y amable, SST y/o TST da una cálida bienvenida, contrasta el manifiesto de pasajeros con el boleto de viaje, documento de identidad y lectura de PDA.  En estaciones el escaneo de boletos de viaje se realiza en la puerta de ingreso y para el abordaje solo se contrasta la información con el ticket previamente sellado. En caso	TST Y/O SST



		<p>que el boleto no cuente con el sello respectivo se realiza el escaneo en la puerta del coche con el PDA.</p> <p>Finalmente se orienta a su respectivo N° de asiento, el pasajero podrá guardar su equipaje de mano detrás o debajo de su asiento. TST debe asistir a los pasajeros con equipaje visiblemente grande; este equipaje debe ser colocado en la zona de storage para no obstaculizar el paso.</p> <p>Nota:</p> <p>Los equipajes grandes deben estar previamente etiquetados y precintados por personal de boletería Storage en San Pedro, Poroy, Ollantaytambo y Machupicchu según formato TPT-DE-009 Cuaderno de Cargos.</p>	
11	Cierre de puertas	A la segunda campanada TST debe retirar las rampas o gradas, letreros y procede a cerrar puertas del coche.	TST
12	Difusión de Speech	<p>Al partir el tren se difunde el speech de bienvenida, el que incluye información general de la ruta y términos de seguridad.</p> <p><b>Nota:</b></p> <p>En la ruta sur oriente se cuenta con speech de cruzamiento en los puntos de encuentro a lo largo de la vía.</p> <p>Se cuenta en el tramo de ida con audios descriptivos de algunas localidades ubicadas a lo largo de la ruta.</p>	TST



13	Armado de mesas	<p>Previo al inicio de embarque TST coloca el camino en mesa. Al iniciar el servicio de snacks los tripulantes reproducen el Speech de servicio y TST coloca las servilletas y cubiertos.</p> <p>Se inicia con el servicio de A&amp;B en el carrito de alimentos y bebidas (Trolley).</p> <p><b>Nota:</b></p> <p>En el tramo corto el armado de mesas se realiza antes de que el pasajero aborde el tren (si aplica).</p>	TST
14	Inicio de servicio	<p>Inicia el servicio cumpliendo el estándar de presentación y bienvenida, luego ofrece las bebidas y posteriormente los snacks (Trolley).</p> <p>De presentarse un pasajero que cuente con alguna restricción alimentaria se le ofrecerá el snack diferenciado, siempre y cuando se cuente con la información previamente, caso contrario se le entregara el snack al momento del desembarque en coordinación con el proveedor de A&amp;B.</p> <p><b>Nota:</b></p> <p>Si se tiene pasajeros en la próxima estación se reproduce nuevamente el Speech de bienvenida y el Speech de servicio.</p> <p>Asimismo, se ofrece el servicio de A&amp;B a los pasajeros que abordaron.</p>	TST



15	Recojo de menaje	<p>Confirma la satisfacción del pasajero sobre el servicio del snack y procede a recoger el menaje utilizado en el servicio brindado en el siguiente orden:</p> <p>Recoge los cubiertos y platos</p> <p>Recoge los vasos y tasas</p> <p>Limpieza de residuos de la mesa</p> <p>Nota:</p> <p>De presentar insatisfacción por parte del pasajero se registra el motivo en el <b>TPT-F-003 Reporte de viaje turístico.</b></p>	TST
16	Desecho de residuos	<p>Desecha los residuos en bolsa plástica ubicada en el catering.</p> <p>Nota:</p> <p>Después de esto TST deberá hacer uso del alcohol gel provisionado.</p>	TST
17	Venta de A&B	<p>Ofrece adicionales en venta de A&amp;B indicando que estas tienen un costo. De concretarse una venta EDV entrega un comprobante de pago.</p>	EDV
18	Refill bebidas	<p>De contar con bebidas restantes del servicio se ofrecerá en bandeja a todos los pasajeros.</p> <p>Nota:</p> <p>Todas las bebidas sobrantes después de realizarse el refill serán entregadas al proveedor para su posterior uso</p>	TST



		durante el día, a excepción del tramo corto que se mantendrán en el coche.	
19	Parada KM. 104 y difusión de Speech	Previo al arribo al KM. 104 coloca el speech respectivo para los pasajeros que han de descender en este punto indicando que no olviden sus objetos personales.	TST
20	Pre Desembarque	Antes de arribar a la estación de destino TST coloca el speech de llegada a Machupicchu.	TST
21	Desembarque	Al llegar a la estación TST coloca las rampas o gradas entre el coche y la plataforma, posteriormente ayuda a bajar sólo el equipaje visiblemente voluminoso. El equipaje de mano es bajado por cada pasajero; luego, TST se despide cordialmente.	TST
22	Revisión de objetos olvidados	Finalizado el desembarque el agente de seguridad junto al responsable de coche realiza la verificación para garantizar que no exista equipaje y/o accesorio olvidado. En caso se identifique un hallazgo el agente debe cumplir de acuerdo a las instrucciones del área de Seguridad Patrimonial y registrarlos en el TPT-DE-010 Acta de Hallazgo de artículo olvidado.	Agente de Seguridad
<b>II.- SERVICIO DE RETORNO</b>			
1	Recepción de Ítems de servicio y ventas a bordo	Recibe los Ítems para el equipamiento correspondiente del coche (Tablero, radio, IPod, Caja de Limpieza, Botiquín, otros) y EDV recibe las maletas y productos para la ventas	TST





2	Recepción de manifiesto	<p>Recibe de boletería (informes) entre 30 y 45 minutos previos a la partida de cada frecuencia el manifiesto emitido por sistema.</p> <p><b>Nota:</b></p> <p>De existir alguna contingencia como caída de sistema, ausencia de energía eléctrica y otros se utiliza el formato <b>TPT-DE-008 Manifiesto de Pasajeros</b> (manual) entregado por boletería (informes) para el control de pasajeros.</p>	SST Y/O TST
3	Verificación de A&B	<p>Verifica el equipamiento de snacks y recibe el documento externo <b>TPT-DE-011 Adicionales Vistadome</b> para uso en adicionales; Vajilla a utilizar en el coche y de acuerdo a la conformidad se firma el documento <b>TPT-DE-003 Recepción de Ítems Vistadome</b> correspondiente del proveedor. Luego se realiza el armado de las mesas para el servicio de A&amp;B.</p>	TST / SST
4	Verificación de Limpieza de coche	<p>Comprueba que el coche y los servicios higiénicos estén limpios y ordenados según formato <b>TPT-F-008 Control de Limpieza por Coche</b>.</p>	TST
5	Línea de servicio	<p>Ejecuta una línea de servicio con los TST para revisar la presentación personal y dar las indicaciones que se han de desarrollar durante el día y entrega de manifiestos para el inicio de embarque.</p> <p><b>Nota:</b></p> <p>En el tramo corto la línea se realiza en horarios y tiempos acordes a la operación.</p>	SST



6	Pre embarque	Previo al embarque de pasajeros se colocan las rampas o gradas entre el coche y la plataforma, y , letrero (si aplica).	TST
7	Inicio de embarque	<p>Inicia el proceso de embarque de manera cordial y amable, dando una cálida bienvenida, contrasta el manifiesto de pasajeros con el boleto de viaje, documento de identidad y lectura de PDA.</p> <p>Finalmente se orienta al pasajero a su respectivo N° de asiento, donde podrá guardar su equipaje de mano detrás o debajo del asiento. TST debe asistir a los pasajeros con equipaje visiblemente grande; este equipaje debe ser colocado en la zona de storage para no obstaculizar el paso.</p> <p>Nota:</p> <p>En la sala de espera se realiza el pre check in a los pasajeros que se encuentren con la anticipación debida, caso contrario se realiza al abordar el tren.</p> <p>Los equipajes grandes deben estar previamente etiquetados y precintados por personal de boletería storage según formato TPT-DE-009 Cuaderno de Cargos.</p>	TST Y/O SST
8	Cierre de puertas	A la segunda campanada TST debe retirar las rampas o gradas, letreros y procede a cerrar puertas del coche.	TST
9	Difusión de Speech	Al partir el tren se difunde el speech de bienvenida, el que incluye información general de la ruta y términos de seguridad.	TST



10	Armado de mesas	<p>Previo al inicio de embarque TST coloca el camino sobre mesa. Al iniciar el servicio de snacks los tripulantes difunden el Speech de servicio y TST coloca las servilletas y cubiertos.</p> <p>Se inicia con el servicio de A&amp;B en el carrito de alimentos y bebidas (Trolley).</p> <p>Nota:</p> <p>En el tramo corto el armado de mesas se realiza antes de que el pasajero aborde el tren (si aplica).</p>	TST
11	Inicio de servicio	<p>Inicia el servicio cumpliendo el estándar de presentación y bienvenida, luego ofrece las bebidas y posteriormente los snacks (Trolley).</p> <p>De presentarse un pasajero que cuente con alguna restricción alimentaria se le ofrecerá el snack diferenciado, siempre y cuando se cuente con la información previamente, caso contrario se le entregara el snack al momento del desembarque en coordinación con el proveedor de A&amp;B.</p>	TST
12	Recojo de menajería	<p>Confirma la satisfacción del pasajero y procede a recoger la menajería utilizada en el siguiente orden:</p> <p>Cubiertos y platos</p> <p>Vasos y tasas</p> <p>Limpieza de residuos de la mesa</p>	TST
13	Desecho de residuos	<p>Desecha los residuos en bolsa plástica ubicada en el catering.</p>	TST



		<b>Nota:</b>  Después de esto TST deberá hacer uso del alcohol gel provisionado.	
14	Presentación de danza	Reproduce el speech que dará inicio al entretenimiento de la danza asignada a cargo de TST.	TST
15	Presentación de Fashion Show	Terminada la danza se reproduce el speech de inicio del desfile de modas (Fashion show).  Se inicia el desfile de modas con prendas de baby alpaca y otros, mostrando alegría.  Finalizado el desfile se procede a la venta de las mismas.	EDV
16	Venta de A&B	Ofrece productos de A&B a la venta. De concretarse la venta EDV entrega un comprobante de pago.	EDV
17	Refill de bebidas	De contar con bebidas restantes del servicio se ofrecerá en bandeja a todos los pasajeros.  <b>Nota:</b>  Todas las bebidas sobrantes después de realizarse el refill serán entregadas al proveedor para su posterior uso durante el día, a excepción del tramo corto que se mantendrán en el coche.	TST
18	Pre Desembarque	Antes de arribar a la estación de destino TST difunde el speech de llegada y se recuerda a los pasajeros no olvidar sus objetos personales.  <b>Nota:</b>	TST / ADE



		ADE no se encuentra en la frecuencia 604 por cumplir turno en otra frecuencia.	
19	Desembarque	Llegada a la estación TST coloca las rampas o gradas entre el coche y la plataforma, posteriormente ayuda a bajar sólo el equipaje visiblemente voluminoso. El equipaje de mano es bajado por cada pasajero; luego, TST se despide cordialmente.  Nota:  Solo en la estación de Poroy el asistente de servicio a bordo se despide personificado de danzarín Saqra.	TST
20	Revisión de objetos olvidados	Finalizado el desembarque el agente de seguridad junto al responsable de coche realiza la verificación para garantizar que no exista equipaje y/o accesorio olvidado. En caso se identifique un hallazgo el agente debe cumplir de acuerdo a instrucciones del área de Seguridad Patrimonial y registrarlo en TPT-DE-010 Acta de Hallazgo de Artículo Olvidado.	Agente de seguridad
21	Entrega de Vajilla, menajería y enseres	El proveedor realiza la recepción de la vajilla, menajería y enseres de la TST previa verificación del documento externo TPT-DE-003 Recepción de Ítems Vistadome entregado a cada frecuencia y con la respectiva firma de cargo de acuerdo al Instructivo TPT-I-003 Rotura y Control De Menajería.	Proveedor / TST
22	Entrega de Ítems	Entrega los Ítems correspondiente a EDI y/o ADE de cada coche (Tablero, radio, ipod, caja de limpieza,	TST / EDV



		botiquín y otros). Asimismo el EDV realiza la entrega de la maleta y liquidación de venta.	
23	Control biométrico	Registra su salida en el control biométrico a la salida de las estaciones.	TST
24	Revisión de pertenencias personales	Realiza la revisión de pertenencias personales a TST para que puedan abordar el bus, TST del tramo largo retorna de acuerdo a rutas establecidas y en el caso del personal del tramo corto se retira de la estación con dirección a la vivienda de ST (frecuencias 76 y 86 cuenta con movilidad hasta la vivienda por ser un horario nocturno).	Agente de Seguridad

El personal de servicios turísticos de los trenes turísticos Perurail Vistadome en la ruta San Pedro - Machupicchu – San Pedro; empiezan su jornada de trabajo una hora antes de la partida de cada frecuencia, cuidando el mínimo detalle en los coches. Listos para el arribo de los pasajeros en la estación de San Pedro, el personal se encarga del embarque, controles de abordaje, información y asistencia, entretenimiento como es el show a bordo de danza, desfile de modas, mostrando prendas de bebe alpaca, atención personalizadas y desembarque, etc.

El personal de servicios turísticos debe cumplir con estándares establecidos por la compañía para brindar un servicio de calidad de acuerdo a nuestro Sistema integrado de Gestión bajo la norma internacional ISO9001: 2015.

La jornada laboral empieza diariamente a las 05:30 y 06:30 horas en la estación de San Pedro para atender las frecuencias 31 y 203 respectivamente. El viaje de ida tiene una duración de 4 horas y 30 minutos. Arribando a las 11:00 y 12:00 horas aproximadamente. Luego de reportar, la personal almuerza, descansa o realiza deporte en Machupicchu Pueblo.



Luego el personal debe presentarse desde las 16:00 y 16:30 horas respectivamente para realizar el viaje de retorno, arribando a la estación de San Pedro a las 21:00 horas y 21:30 horas respectivamente.

La jornada laboral es exigente por lo que la alimentación y el descanso debe ser muy bien equilibrada para sostener el cansancio físico y mental de los colaboradores.

Los martes, jueves y sábado se cumplen las capacitaciones y el entrenamiento por espacio de 45 minutos a cargo de los supervisores de servicios turísticos.


Las capacitaciones y entrenamiento son necesarias e indispensables para todo el equipo ya que ayudan a desarrollar un trabajo eficiente, pero sin que estas perjudiquen el desempeño laboral.

Así mismo la comunicación que se da entre los superiores y el personal de servicio a bordo tiene que ser de una manera abierta a reclamos e inquietudes que pueda tener el personal y esta espera que sus inquietudes sean atendidas por sus superiores y que estos demuestren empatía, una actitud amistosa y profesional hacia sus colaboradores.

En conclusión, el área de servicios turísticos es un equipo indispensable para ofrecer un servicio con calidad personalizado, caracterizado por el encanto, la atención a los detalles y el cuidado especial de los pasajeros. La compañía busca exceder las expectativas de sus pasajeros y crear experiencias memorables.

Para ello se deben plantear mejora continua en la condicionales laborales de los colaboradores a fin de tenerlos contentos y felices para que esta actitud se refleje en la atención de los miles de pasajeros que optan por conocer Machupicchu una de las 7 maravillas del mundo.



		<b>FORMATO</b>				<b>TPT-F-032</b>
		ESTANDARES DE SERVICIO				Versión: 02 F. Revisión: 14/11/2019 F. Modificación:14/ 11/2019
<b>Nombre de tripulación:</b>						
<b>Servicio y Frecuencia:</b>						
<b>Coche:</b>					<b>Fecha:</b>	
<b>SERVICIOS TURISTICOS</b>						
<b>IDA</b>						
N°	Acción abordó	Conforme	No conforme	No Aplica	OBSERVACIONES	
1	Tripulación hizo uso de plataforma de embarque					
2	Estuvo colocado correctamente el felpudo con la marca PR					
3	Se colocó el letrero del vagón					
4	Se emitió el speech para abordar en sala de espera					
5	Solicito el pasaporte o ID y ticket de viaje					
6	Ventanas Limpias					
7	Forros de asientos limpios y sin roturas					
8	Piso limpio y en buen estado					
9	Iluminación del coche operativa					
10	Calefacción y/o Aire acondicionado funcionando					
11	Reconfirmaron sobre la satisfacción de ubicación					





12	Ofrecieron ubicar las maletas/equipaje detrás de los asientos o el área de storage				
13	Emitieron el speech de bienvenida				
14	Personal estuvo en sala mientras se emitía el speech				
15	Personal se presentó (inglés o español) de manera cordial y pausada				
16	Personal detallo las bebidas incluidas, empezando por las mujeres				
17	Personal describió el snack				
18	Personal ofreció otra alternativa al pasajero con restricciones				
19	Se confirmó la satisfacción del snack ofrecido				
20	Se ofreció refill de bebidas				
21	Personal interactuó de alguna manera durante el servicio				
22	Personal utilizó el nombre o apellido del pasajero durante el viaje				
23	Se ofreció de manera cordial los productos a la venta				
24	Se realizó la entrega boleta de venta				
25	Personal cobro y dio cambio en el momento de la venta				
26	Se despidió de manera cordial y sincera				
27	De ser necesario se ayudó con el equipaje en el desembarque				
28	Personal hizo uso adecuado de las plataformas para desembarque				



29	Personal coloco correctamente el felpudo con la marca PR en desembarque									
		0	0	0	29	Ítems que aplican				
	0.00%									
	<b>EMOTIONAL EXPERIENCE</b>									
	<b>Completely engaged; exceptional emotional experience Pampered, Special, Indulged</b>									<b>5</b>
	<b>Positively engaged; positive emotional experience Delighted, Appreciated, Individual</b>									<b>4</b>
	<b>Engaged; minimal emotional experience Respected, Understood, Content</b>									<b>3</b>
	<b>Dissatisfied with emotional engagement Disinterested, Disconnected, Disappointed</b>									<b>2</b>
	<b>Extremely dissatisfied with emotional experience Ignored, Stressed, Frustrated</b>									<b>1</b>
	<b>Scale: 5 = extremely satisfied, 1 = extremely dissatisfied</b>									
	<b>COMENTARIOS</b>									

## ESTÁNDARES CONDUCTUALES-EMOCIONALES

EXPERIENCIA EMOCIONAL	
Completamente comprometido, extraordinaria experiencia emocional <b>Engreído, especial, consentido</b>	<b>5</b>
Positivamente comprometido, experiencia emocional positiva <b>Encantado, valorado, único</b>	<b>4</b>
Comprometido, mínima experiencia emocional <b>Apreciado, comprendido, contento</b>	<b>3</b>
Insatisfecho con el compromiso emocional <b>Desinteresado, desvinculado, decepcionado</b>	<b>2</b>
Extremadamente insatisfecho con el compromiso emocional <b>Ignorado, estresado, frustrado</b>	<b>1</b>



### 2.2.15. Datos Informativos de Belmond y de Perurail

Belmond Limited es una colección de propiedades que opera hoteles de lujo, trenes, cruceros pluviales, restaurante y safaris en el África. Posee 46 propiedades en 24 países y cuenta con más 9100 colaboradores alrededor de todo el mundo.

La compañía se llamaba anteriormente Orient-Express Hotels Limited, el 10 de marzo de 2014, todos los negocios a nivel mundial fueron renombrados como "Belmond"-y el 1 de julio del 2014, la compañía misma fue renombrada como Belmond Ltd.

LVMH Louis Vuitton Moet Hennessy es uno de los conglomerados multinacionales franceses que la compañía lo adquirió en 2018, posee sedes en Europa, seguidamente de Bernard Arnault que es el segundo hombre más rico según al índice de billonarios de Bloomberg, realizando grandes cantidades de millones de dólares lo cual se completó para el año 2019 siendo entonces eliminado la Bolsa de valores de Nueva York y formandose así una compañía privada.

El empresario James Sherwood un americano fundó la compañía en 1976 haciendo una negociación de compra con el Hotel Cipriani en Venecia. Mas adelante la compañía se denominó como el tren Expreso de Oriente, así mismo se ejecutó el tren Venice – Simplón Orient Express, que tiene un tramo de Londres a Venecia. Así mismo poseen una participación del 50% en la empresa Perurail. Teniendo trenes como el Belmond Royal Scotsman.

Entre los hoteles europeos que administra se encuentra el mencionado Belmond Hotel Cipriani en Venecia y Belmond Reid's Palace en Madeira en Portugal. La compañía también opera el Belmond Mount Nelson Hotel en Ciudad del Cabo, y el Copacabana Palace en Rio de Janeiro. Opera dos cruceros fluviales en el río Irawadi en Birmania, y el Belmond Afloat in France en París.



Se realizaron asociaciones con empresas que se dedican al transporte de pasajeros si bien es cierto Perurail forma parte de Belmond Ltd. Perurail es un tren operador turístico, y de servicios de carga en el sur de Perú. Fue fundada en 1999 por Lorenzo Sousa y Sea Containers. (Empresa de barcos mercantes de James Sherwood). La línea férrea comprende los departamentos de Arequipa, Cusco y Puno fue anteriormente operado por la desaparecida empresa estatal Enafer Perú.

Es el tercer ferrocarril más alto del mundo después del ferrocarril Qinghai-Tíbet en el Tíbet y la línea FCCA Lima, Huancayo, Huancavelica; muy conocido como el tren macho.

La participación de acciones es de mitad y mitad (50% y 50%) entre Belmond Ltd. y el socio peruano Lorenzo Sousa Debarbieri quienes concesionaron al estado, las estaciones, líneas férreas y el material tractivo y rodante en 1999 a través de dos empresas Ferrocarril Trasandino S.A y el operador Perurail S.A.

La gerencia general y los altos directivos de Perurail, como parte del plan estratégico de la compañía el año 2012, tomaron la decisión de implementar un Sistema Integrado de Gestión cuyo objetivo fue certificar la norma Internacional ISO 9001: 2008, años después logramos la recertificación en la versión 2015.

En la actualidad la empresa Perurail S.A. es una empresa operadora ferroviaria de servicios de transporte de pasajeros y carga cuenta con su Sistema Integrado de Gestión según las normas internacionales ISO 9001:2015, ISO14001:2015 y OHSAS18001:2007 apropiado para el contexto de la organización y alineado con la dirección estratégica.

Los alcances son:

- Servicio de transporte bimodal de concentrado de cobre en conjunto vehicular y tren; con certificaciones en las normas internacionales de ISO 9001:2015, ISO 14001:2015 y OHSAS 18001:2007
- Servicio al pasajero en las unidades de transporte férreo, para los servicios: Belmond Andean Explorer, Belmond Hiram Bingham, Perurail Titicaca,

Perurail Sacred Valley, Perurail Vistadome, Perurail Expedition y tren local; con certificación en la norma ISO 9001:2015.

- Servicio de mantenimiento de unidades tractivas y rodantes; con certificación en la norma internacional ISO 9001:2015.
- Servicio de transporte de concentrado de cobre en tren; en proceso de certificación ISO 9001:2015

**2.2.16. Objetivos de la Empresa Infraestructura estratégica de la Marca Belmond:**



**2.2.17. Compromisos de Perurail:**

- Aumentar la satisfacción de nuestros clientes, brindando servicios de calidad que cumplan, y de ser posible excedan, las expectativas de los clientes.
- Cumplir con los requisitos del cliente, los aspectos legales aplicables y aquellos que la organización suscriba.
- Promover e implementar la mejora continua y el desempeño de nuestro Sistema Integrado de Gestión.
- Promover una cultura de prevención minimizando la ocurrencia de incidentes, accidentes y enfermedades ocupacionales, generando un ambiente seguro y saludable para todas las personas de la organización, clientes y contratistas.
- Contribuir con la protección del ambiente y prevenir la contaminación, minimizando, en lo posible, los impactos ambientales de nuestras operaciones y promoviendo el uso sostenible de los recursos.
- Promover la participación y consulta del Sistema Integrado de Gestión en todos los niveles de la organización y las partes interesadas pertinentes.

### 2.2.18. Valores de Belmond y Perurail

Los valores fundamentales de la compañía Belmond son cuatro:



#### CARE

Promovemos relaciones genuinas con nuestros grupos de interés.



#### CONFIDENCE

Estamos orgullosos de quienes somos y somos apasionados en lo que hacemos.



#### CURIOSITY

Compartimos una sed por conocer y descubrir.



#### COMMUNITY

Tenemos un fuerte espíritu de equipo y generamos relaciones positivas con nuestras comunidades.



GENUINE CONNECTIONS

### CARE



- “We foster genuine relationship with all stakeholders “
- Nos importa lo que logramos y como logramos.
- Somos empáticos y nos preocupamos por el otro.
- Nos anticipamos a las necesidades y superamos las expectativas.
- Nos preocupamos por los clientes, colegas y socios.
- Priorizamos la necesidad de la organización antes que las nuestras
- Celebramos nuestros éxitos
- Nos preocupamos por los detalles
- Actuamos con integridad

#### CONFIDENCE

“We are proud of who we are and passionate about what we do”

- Tratamos a todos como individuos y celebramos su singularidad.
- Nos vemos en el futuro muy orgullosos de nuestra rica historia.
- Somos únicos, genuinos y fieles a lo que somos.
- Nos desafiamos a nosotros mismos y a los que nos rodean.
- Somos innovadores y expresamos nuestras ideas

#### CURIOSITY

“We share a thirst for knowledge and Discovery”

- Buscamos nuevos conocimientos y experiencias únicas.
- Compartimos nuestros conocimientos con los clientes y colegas.
- Buscamos formas de mejorar lo que somos y lo que hacemos.
- Estamos abiertos a opiniones diferentes a las nuestras.
- Buscamos aprender de todo aquel que nos rodea.

#### COMMUNITY

“ We have a strong team spirit and Foster positive engagement with our communities”

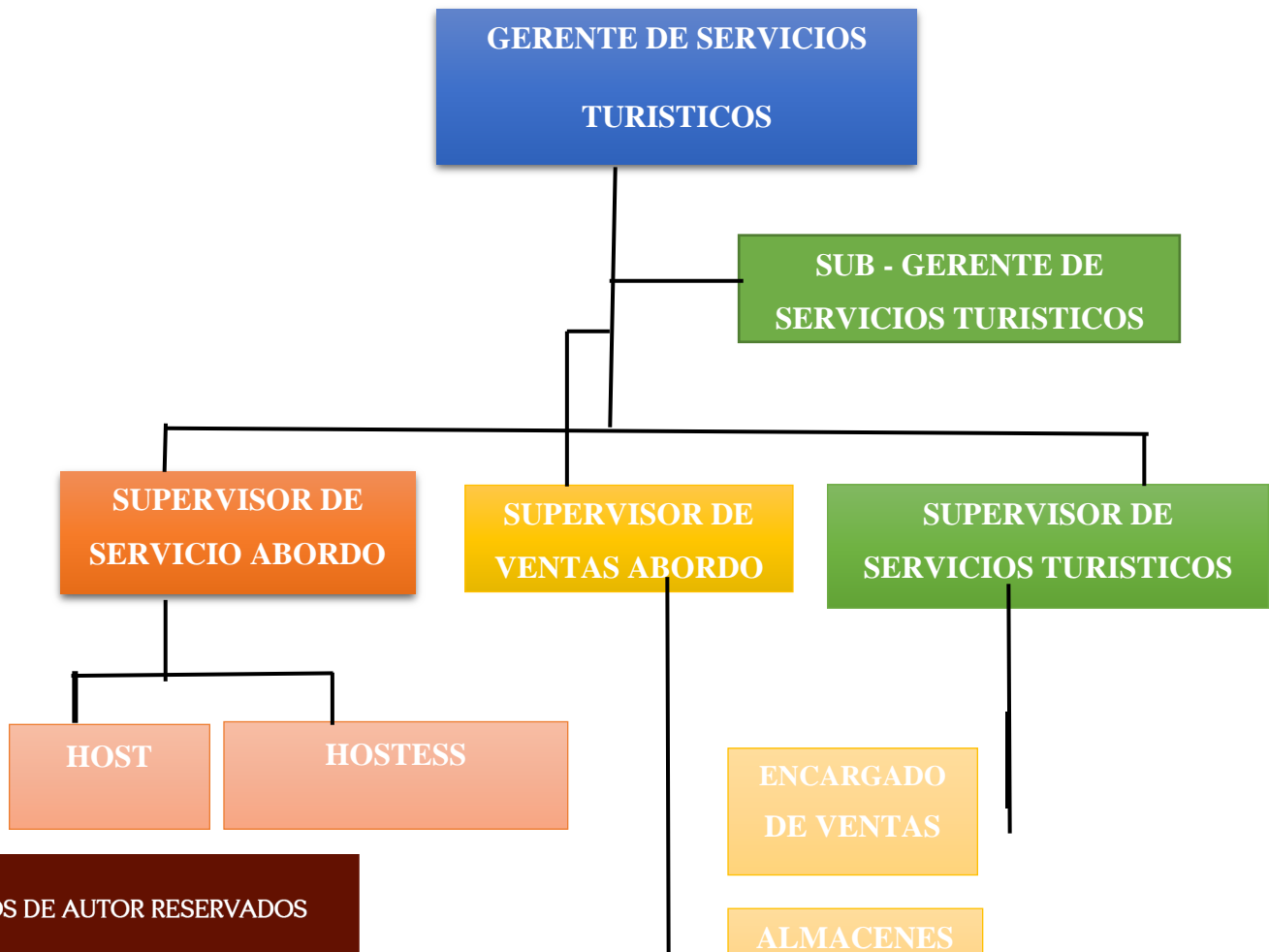


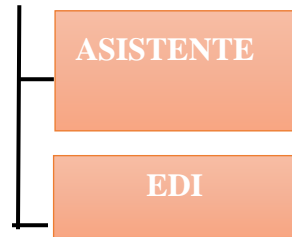
- Colaboramos con nuestras comunidades locales.
- Nos consagramos a alcanzar un ambiente sostenible.
- Nos apoyamos, confiamos y respetamos los unos a los otros.
- Cumplimos nuestras promesas.
- Valoramos y aceptamos la diversidad.

**2.2.19. Organización del departamento de Servicios Turísticos:**

La alta dirección decidió tercerizar gran parte de la fuerza de trabajo en el área de “Servicios Turísticos” a través del Outsourcing Manpower, esta organización tiene su sede en Cusco y está ubicada en la Urb. Magisterio E-25 cuyas principales funciones son de liderar el proceso de reclutamiento y capacitación de los colaboradores acorde al perfil solicitado por el cliente Perurail para cada cargo y posición respetando el cumplimiento de la ley sin desnaturalizar la tercerización.

**2.2.20. Organigrama del departamento de Servicios Turísticos de Perurail.**





Fuente: Elaboración propia.

### 2.2.20. Bases Legales

- El 18 de setiembre del 2009 se publicó la ley general de turismo, ley 29408, La presente Ley tiene por objeto promover, incentivar y regular el desarrollo sostenible de la actividad turística a nivel nacional, regional y local, en coordinación con los distintos actores vinculados al sector, e incluyendo la actividad artesanal como parte del turismo.
- LEY N° 27181, La presente Ley establece los lineamientos generales económicos, organizacionales y reglamentarios del transporte y tránsito terrestre y rige en todo el territorio de la República. Que, el artículo 3 de la Ley, señala que la acción estatal en materia de transporte y tránsito terrestre se orienta a la satisfacción de las necesidades de los usuarios y al resguardo de sus condiciones de seguridad y salud, así como a la protección del ambiente y la comunidad en su conjunto; Que, asimismo, la Ley en su artículo 16 establece que el Ministerio de Transportes y Comunicaciones es el ente rector en materia de transporte y tránsito terrestre,



siendo su competencia, entre otros, dictar los Reglamentos Nacionales respectivos, así como aquellos que sean necesarios para el desarrollo del transporte y el ordenamiento del tránsito.

- Ley N.º 30224, Ley que crea el Sistema Nacional para la Calidad y el Instituto Nacional de Calidad.
- Decreto Legislativo N.º 1047, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de la Producción.
- Decreto Supremo N.º 123-2018-PCM, Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Sistema Administrativo de Modernización de la Gestión Pública.
- LEY N° 29571. CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, Artículo I.- El presente Código establece las normas de protección y defensa de los consumidores, instituyendo como un principio rector de la política social y económica del Estado la protección de los derechos de los consumidores, dentro del marco del artículo 65° de la Constitución Política del Perú y en un régimen de economía social de mercado, establecido en el Capítulo I del Título III, Del Régimen Económico, de la Constitución Política del Perú.

### **2.2.21. MARCO LEGAL DE LA TERCERIZACIÓN**

#### **Ley N° 29245 Regula los servicios de Tercerización**

##### **Artículo 1.- Objeto de la Ley**

Regula los casos en que procede la tercerización, los requisitos, derechos y obligaciones, así como las sanciones aplicables a las empresas que desnaturalizan el uso de este método de vinculación empresarial.



### **Artículo 2.- Definición**

Se entiende por tercerización la contratación de empresas para que desarrollen actividades especializadas u obras, siempre que aquellas asuman los servicios prestados por su cuenta y riesgo; cuenten con sus propios recursos financieros, técnicos o materiales; sea responsables por los resultados de sus actividades y sus trabajadores estén bajo su exclusiva subordinación.

Constituyen elementos característicos de tales actividades, entre otros, la pluralidad de clientes, que cuente con equipamiento, la inversión de capital y la retribución por obra o servicio. En ningún caso se admite la sola provisión de personal.

La aplicación de este sistema de contratación no restringe el ejercicio de los derechos individuales y colectivos de los trabajadores.

### **Artículo 3.- Casos que constituyen tercerización de servicios**

Constituyen tercerización de servicios, entre otros, los contratos de gerencia conforme a la Ley General de Sociedades, los contratos de obra, los procesos de tercerización externa, los contratos que tienen por objeto que un tercero se haga cargo de una parte integral del proceso productivo.

### **Artículo 4.- Desplazamiento de personal a la empresa principal**

Los contratos donde el personal de la empresa tercerizadora realiza el trabajo especializado u obra en las unidades productivas o ámbitos de la empresa principal, no deben afectar los derechos laborales y de seguridad social de dichos trabajadores, manteniéndose la subordinación de los mismos respecto de la empresa que presta los servicios de tercerización, lo cual debe constar por escrito en dicho contrato, en el cual debe especificarse cuál es la actividad empresarial a ejecutar y en qué unidades productivas o ámbitos de la empresa principal se realiza.

### **Artículo 5.- Desnaturalización**



Los contratos de tercerización que no cumplan con los requisitos señalados en los artículos 2 y 3 de la presente Ley y que impliquen una simple provisión de personal, originan que los trabajadores desplazados de la empresa tercerizadora tengan una relación de trabajo directa e inmediata con la empresa principal, así como la cancelación del registro a que se refiere el artículo 8 de la presente Ley, sin perjuicio de las demás sanciones establecidas en las normas correspondientes.

#### **Artículo 6.- Derecho a información**

Al iniciar la ejecución del contrato, la empresa tercerizadora tiene la obligación de informar por escrito a los trabajadores encargados de la ejecución de la obra o servicio, a sus representantes, así como a las organizaciones sindicales y a los trabajadores de la empresa principal, lo siguiente:

1. La identidad de la empresa principal, incluyendo a estos efectos el nombre, denominación o razón social de esta, su domicilio y número de Registro Único del Contribuyente.
2. Las actividades que son objeto del contrato celebrado con la empresa principal, cuya ejecución se llevará a cabo en el centro de trabajo o de operaciones.
3. El lugar donde se ejecutarán las actividades mencionadas en el numeral anterior. El incumplimiento de esta obligación constituye infracción administrativa, de conformidad con lo señalado en las normas sobre inspección del trabajo.

#### **Artículo 7.- Garantía de derechos laborales**

Los trabajadores de las empresas que prestan servicio de tercerización tienen los siguientes derechos, sin perjuicio de los ya establecidos en la legislación laboral vigente:

1. Los trabajadores bajo contrato de trabajo sujetos a modalidad tienen iguales derechos que los trabajadores contratados a tiempo indeterminado. Este derecho



se aplica a los trabajadores desplazados en una tercerización, respecto de su empleador.

2. Los trabajadores que realicen labores en las instalaciones de la empresa principal en una tercerización, cualquiera fuese la modalidad de contratación laboral utilizada, como todo trabajador contratado a tiempo indeterminado o bajo modalidad, tiene respecto de su empleador todos los derechos laborales individuales y colectivos establecidos en la normativa vigente.

3. La tercerización de servicios y la contratación sujeta a modalidad, incluyendo aquella realizada en la tercerización de servicios, no puede ser utilizada con la intención o efecto de limitar o perjudicar la libertad sindical, el derecho de negociación colectiva, interferir en la actividad de las organizaciones sindicales, sustituir trabajadores en huelga o afectar la situación laboral de los dirigentes amparados por el fuero sindical.

4. Cuando corresponda, los trabajadores pueden interponer denuncias ante la Autoridad Administrativa de Trabajo o recurrir al Poder Judicial, para solicitar la protección de sus derechos colectivos, incluyendo los referidos en el numeral 2 del presente artículo, a impugnar las prácticas antisindicales, incluyendo aquellas descritas en el numeral 3 del presente artículo, a la verificación de la naturaleza de los contratos de trabajo sujetos a modalidad de acuerdo con la legislación laboral vigente, a impugnar la no renovación de un contrato para perjudicar el ejercicio del derecho de libertad sindical y de negociación colectiva o en violación del principio de no discriminación, y obtener, si correspondiera, su reposición en el puesto de trabajo, su reconocimiento como trabajador de la empresa principal, así como las indemnizaciones, costos que corresponda declarar en un proceso judicial, sin perjuicio de la aplicación de multas.

#### **Artículo 8.- Registro de las empresas tercerizadoras**

Para iniciar y desarrollar sus actividades, las empresas tercerizadoras se inscriben en un Registro Nacional de Empresas Tercerizadoras a cargo de la Autoridad Administrativa de Trabajo, en un plazo de treinta (30) días hábiles de su



constitución. La inscripción en el Registro se realiza ante la Autoridad Administrativa de Trabajo competente del lugar donde la empresa desarrolla sus actividades, quedando sujeta la vigencia de su autorización a la subsistencia de su registro.

### **Artículo 9.- Responsabilidad de la empresa principal**

La empresa principal que contrate la realización de obras o servicios con desplazamiento de personal de la empresa tercerizadora es solidariamente responsable por el pago de los derechos y beneficios laborales y por las obligaciones de seguridad social devengados por el tiempo en que el trabajador estuvo desplazado. Dicha responsabilidad se extiende por un año posterior a la culminación de su desplazamiento. La empresa tercerizadora mantiene su responsabilidad por el plazo establecido para la prescripción laboral.

## **2.3 Formulación de hipótesis**

### **2.3.1 Hipótesis General**

Existe una relación significativa entre satisfacción laboral con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.

### **2.3.2 Hipótesis Específicas**

1. Existe una relación significativamente entre la satisfacción Intrínseca con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.

2. Existe una relación significativa entre la satisfacción extrínseca con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.
3. Existe una relación significativa entre satisfacción laboral con el servicio de Calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.

## 2.4 Variables e indicadores

Satisfacción laboral.

Servicio de calidad.

### 2.4.1 Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>SATISFACCIÓN LABORAL</b>	▪ <b>Satisfacción intrínseca</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Expectativas laborales de la compañía.</li><li>▪ Recompensas.</li><li>▪ Reclamos y sugerencias.</li><li>▪ Capacitación y entrenamiento.</li></ul>
	▪ <b>Satisfacción extrínseca</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Materiales y equipo necesario.</li><li>▪ Supervisión.</li><li>▪ Visión y propósito.</li><li>▪ Oportunidades</li><li>▪ Compromiso.</li></ul>
<b>SERVICIO DE CALIDAD</b>	▪ <b>Tangibilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Objetos</li><li>▪ Instalaciones</li><li>▪ Materiales</li></ul>
	▪ <b>Confiabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Trato amable y cortés.</li><li>▪ Honestidad y confianza.</li><li>▪ Desempeño</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Tiempo de respuesta</b></li><li>▪ <b>Seguridad</b></li><li>▪ <b>Empatía</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Disponibilidad del servicio.</li><li>▪ Solución rápida.</li><li>▪ Comunicación fluida.</li> <li>▪ Seguridad</li><li>▪ Cortesía</li><li>▪ Conocimientos</li> <li>▪ Privacidad</li><li>▪ Interés</li><li>▪ Necesidad</li><li>▪ Atención Adecuada</li></ul>
--	--	--

Fuente: Elaboración Propia

## CAPITULO III

### MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 Alcance de investigación

Según (Hernández, Fernández y Batista, 2014), “el tipo de investigación es básica correlacional; básica porque se describirán las características de las variables y correlacional porque se medirán las variables para ver si existe vinculación entre las mismas.” (pág. 203).

#### 3.2 Diseño de la investigación

Según (Tamayo, 1992) “se aplicó el diseño no experimental debido a que no se realizará la manipulación de las variables sino se observará el fenómeno tal y como se da en la realidad para luego analizarlos.” (pág. 22).

### **3.3 Población**

Según (Tamayo, 2000) la población es un conjunto o grupo de personas, objetos o cosas que poseen características, eso se resume en el fenómeno de estudio donde las unidades de análisis tienen una propiedad en común. (pág. 80).

La población en la presente investigación; se ha definido por el objetivo general de estudio, siendo los colaboradores de servicios turísticos de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta San Pedro - Machupicchu – San Pedro en el año 2019.

### **3.4 Muestra**

La muestra que es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible, se obtuvo mediante el muestreo no probabilístico.

Según (Arias, 2002) define como: “El procedimiento de selección donde se desconoce la probabilidad que tienen los elementos de la población para conformar la muestra” (pág. 90).

La población muestral 41 colaboradores; quienes son el personal del área de servicios turísticos de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu – San Pedro.

### **3.5 Técnicas de recolección de datos**

Según (Hurtado, 2000), “son los procedimientos y actividades que le permiten al investigador obtener la información necesaria para dar cumplimiento a su objetivo de investigación (pág. 203).



Un instrumento de recolección de datos es aquel que registra datos observables a través del trabajo de campo lo cual tiene que representar las variables de estudio, es así que con ello podemos extraer información para obtener mejores resultados. Pero para realizar un instrumento necesitamos del marco teórico acerca de la variable para obtener sus categorías finales(Hernández 2003).

Para la presente investigación se utilizará las siguientes técnicas e instrumentos:

VARIABLES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
<b>SATISFACCIÓN LABORAL</b>	Observación Encuesta	Ficha de observación Cuestionario
<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>	Observación Encuesta	Ficha de observación Cuestionario

Fuente: Elaboración propia.

### 3.6 Técnicas para el procesamiento de datos

El método que se utilizara para la recolección de datos será la encuesta, mediante la técnica del cuestionario; se realizara un cuestionario dirigido a los colaboradores de área de servicios turísticos y se desarrollaran de acuerdo a los indicadores anteriormente mencionados.

## CAPÍTULO IV

## RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

## 4.1. Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado

## 4.1.1. Presentación del instrumento

Para determinar la relación entre la satisfacción laboral y el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro – Machupicchu –San Pedro, año 2019, se aplicó un cuestionario a 50 colaboradores, en el que se considera 2 ítems distribuidos de la siguiente manera:

*Tabla 1**Distribución de los ítems del cuestionario*

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems
Satisfacción laboral	Satisfacción Intrínseca	Expectativas laborales de la compañía	1
		Recompensas	2, 3, 4
		Reclamos y sugerencias.	5
		Capacitación y entrenamiento	6, 7
	Satisfacción Extrínseca	Materiales y equipo necesario	8
		Supervisión	9, 10, 11
		Visión y propósito	12, 13, 14
		Oportunidades	15, 16, 17
		Compromiso	18, 19
		Servicio de Calidad	Tangible
Instalaciones	21		
Materiales	22		
Confiabilidad	Trato amable y cortés		23
	Honestidad y confianza		24
	Desempeño		25
Sensibilidad	Disponibilidad del servicio		26
	Solución rápida		27
	Comunicación fluida		28
Seguridad	Seguridad		29
	Cortesía		30
	Conocimientos		31
	Privacidad		32
	Interés		33
Empatía	Necesidad		34
	Atención adecuada	35	

Fuente: Elaboración propia

Para las interpretaciones de las tablas y figuras estadísticas se utilizó la siguiente escala de interpretación:

**Tabla 2**

***Descripción de la Baremación y escala de interpretación***

Medida	Promedio	Interpretación de la variable	
		Satisfacción laboral	Servicio de calidad
Totalmente en desacuerdo	1.00 – 2.33	Insatisfecho	Nada comprometido
En desacuerdo			
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2.34 – 3.67	Ni satisfecho ni insatisfecho	Poco comprometido
De acuerdo			
Totalmente de acuerdo	3.68 – 5.00	Satisfecho	Comprometido

Fuente: Elaboración propia

#### **4.1.2. Fiabilidad del instrumento**

Para evaluar la fiabilidad interna del cuestionario que mide la relación entre la satisfacción laboral y el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro – Machupicchu – San Pedro, año 2019, se aplicó la técnica estadística Índice de Consistencia Interna Alpha de Cronbach, para lo cual se considera lo siguiente:

- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es mayor o igual a 0.8. Entonces, el instrumento es fiable, por lo tanto, las mediciones son estables y consistentes.
- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es menor a 0.8. Entonces, el instrumento no es fiable, por lo tanto, las mediciones presentan variabilidad heterogénea.

Para obtener el coeficiente de Alfa de Cronbach, se utilizó el software SPSS, cuyo resultado fue el siguiente:

Tabla 3

*Estadísticas de fiabilidad*

	Alfa de Cronbach	N de elementos
Satisfacción laboral	0.900	19
Servicio de calidad	0.880	16

Fuente: Elaboración propia

Como se observa, el Alfa de Cronbach tiene un valor de 0.900 para los ítems considerados en la variable Satisfacción laboral y 0.880 para los ítems de la variable Servicio de calidad, por lo que se establece que el instrumento es fiable para el procesamiento de datos.

#### 4.1. Satisfacción laboral

##### 4.1.1. Resultados de las dimensiones de la variable satisfacción laboral

Para describir la satisfacción laboral de los colaboradores donde se consideró las dimensiones de: satisfacción intrínseca y satisfacción extrínseca. Los resultados se presentan a continuación:

##### A) Satisfacción Intrínseca

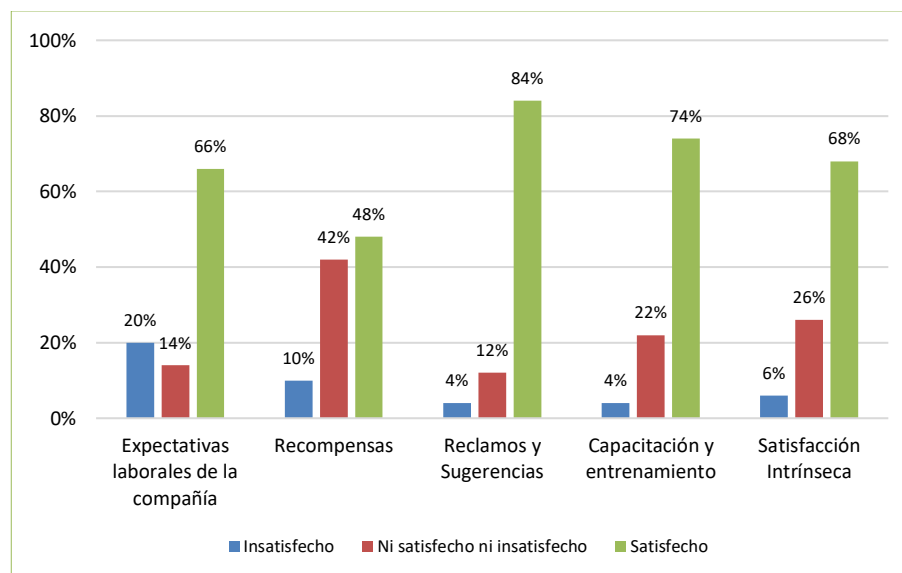


Figura 1: Satisfacción Intrínseca



**Interpretación y análisis:**

- 66% de los colaboradores indica que están satisfechos con el cumplimiento de las expectativas laborales de la compañía exige. Esto se evidencia en el compromiso que tiene la empresa con el personal.
- 48% de los encuestados indican que están satisfechos con las recompensas brindadas por la compañía. Esto implica que la compañía está comprometida con el cuidado y calidad de atención personal sin embargo se tiene que reformular las escalas de comisiones para que todo el personal pueda mejorar sus recompensas, así como mejorar los ingresos de la compañía
- 84% de los encuestados indican que están satisfechos por los reclamos y sugerencias en la compañía.
- 74% de los encuestados indican que están satisfecho con las capacitaciones y entrenamientos dados en la empresa. La compañía invierte en capacitaciones para la mejora continua e incremento de sus indicadores de satisfacción. Sin embargo, se podrían realizar gestiones para contar alianzas con entidades educativas acreditadas.
- 68% de los encuestados están satisfechos por las condiciones brindadas intrínsecamente dentro de la compañía. Todo ello implica que la mayor cantidad están satisfechos, sin embargo, se pueden plantear mejorar valiosas que no necesariamente tengan que ver con temas presupuestario sino factores de flexibilidad de horarios, por ejemplo.

## B) Satisfacción extrínseca

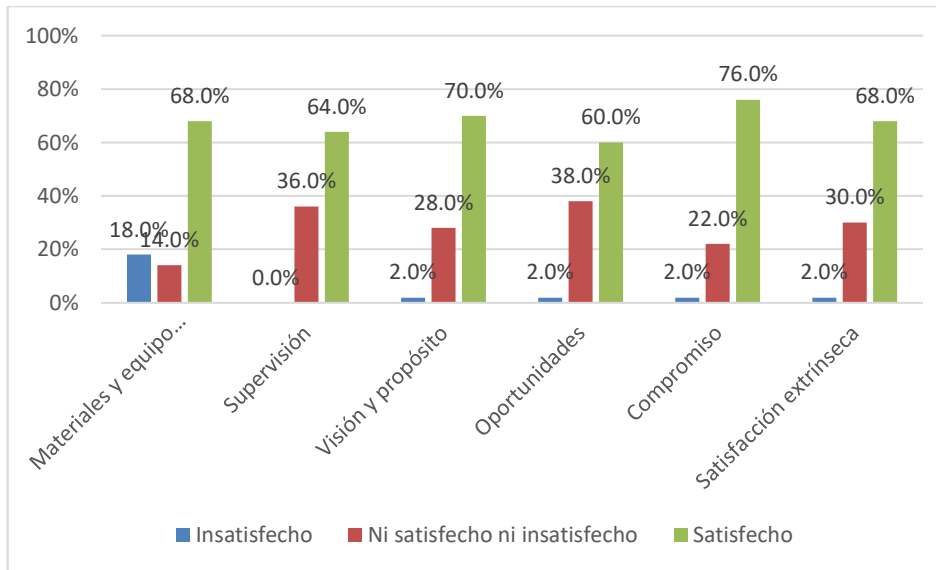


Figura 2: Satisfacción extrínseca

### Interpretación y análisis:

- 68% de los encuestados indica que están satisfechos con los materiales y equipos necesarios durante el viaje. Esto implica que aún se tienen que mejorar los materiales y los equipos brindados por la empresa. Es prudente proponer equipos digitalizados para evitar el uso de papel, por ejemplo en los procesos de embarque, los miles de viajeros tienen que llevar impresos sus boletos,
- 64% de los encuestados indican que están satisfechos con la supervisión que brinda por la compañía. Todo ello implica que se tiene que a un mejorar la calidad de supervisión. La empresa tendría que invertir más en el desarrollo personal de sus líderes con capacitaciones especializadas de coaching, liderazgo y demás habilidades blandas.
- 70% de los encuestados indican que están satisfecho con la visión y propósito que tiene la compañía. Esto implica que los clientes confían en dicha empresa. Sin embargo, aún se debe fortalecer la marca y continuar en proceso de





crecimiento, todos los empleados deben conocer la visión de la compañía de acuerdo a una adecuada cultura organizacional.

- 60% de los encuestados indican que están satisfechos por la oportunidad brindada en la compañía. Esto implica que aún se tiene que mejorar las oportunidades. Mediante políticas en las que los colaboradores pueden realizar cambios en el extranjero con otras propiedades de la compañía, sería estupendo que nuestras tripulaciones puedan vivir la experiencia de estar en otros trenes de la compañía
- 76% de los encuestados aseguran que están satisfechos con el compromiso brindado por la compañía. Esto implica que la compañía está comprometida con sus colaboradores
- El 68 de los encuestados indican que están satisfechos por las condiciones brindadas extrínsecamente dentro de la compañía. Todo ello implica que la mayor cantidad están satisfechos, por lo tanto, nos lleva a un gran motivo para mejorar y consolidar lo avanzado. Se tienen que mejorar las condiciones de trabajo para así llegar a 90% como meta propuesta.

#### 4.1.2. Resultados de la variable Satisfacción laboral

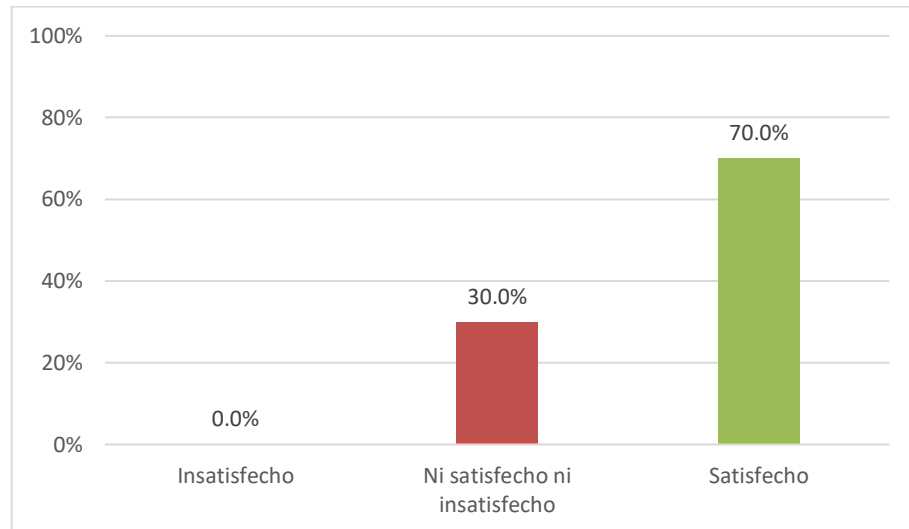


Figura 3: Satisfacción laboral

#### Interpretación y análisis:

- 70% de los encuestados indica que están satisfechos con las condiciones laborales brindadas por la compañía. Todo ello implica que la condición laboral de la compañía es buena, pero a un se tiene que mejorar para llegar a un nivel excelente.

### 4.2. Servicio de calidad

#### 4.2.1. Resultados de las dimensiones de la variable servicio de calidad

Para describir el servicio de calidad de los colaboradores de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome se consideró las dimensiones: Tangible, confiabilidad, sensibilidad, seguridad y empatía. Los resultados se presentan a continuación:

## A) Tangible

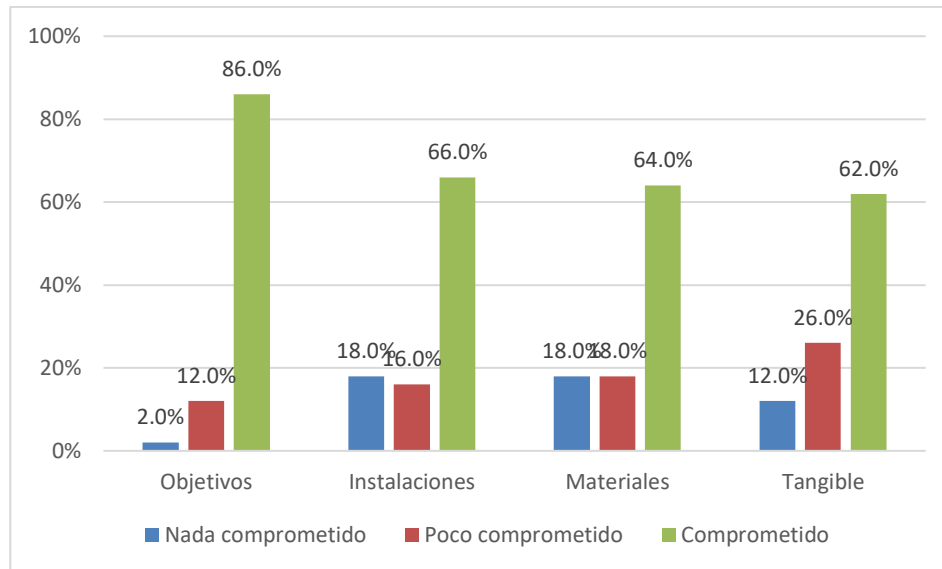


Figura 4: Tangible

### Interpretación y análisis:

- 86% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con los objetivos propuestos. Todo ello implica que la compañía a través de alta dirección ha diseñado y decidido objetivos (Smart) específicos, medibles, realizables, realista y en tiempo limitado. Se denota que la comunicación de sus metas y objetivos de largo y corto plazo han sido eficaces.
- 66% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con los con las instalaciones brindadas por la compañía. Sin embargo, se deben ampliar las estaciones de tren, salas de espera, plataformas de embarque, etc. En horas punta se notan las estaciones fuera de aforo por la gran cantidad de pasajeros nacionales y extranjeros en temporada alta.
- 64% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con los con los materiales brindados. Sin embargo, es posible optimizar los recursos, sin exceder el gasto. Las gestiones del área de logística pueden mejorar

- 62% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con la Tangibilidad. Sin embargo, es importante señalar que los colaboradores esperan mayor inversión de la compañía para adquirir al menos 2 locomotoras para y adicionar 10 coches turísticos a la flota rodante, es necesario también la remodelación de los trenes turísticos.

## B) Confiabilidad

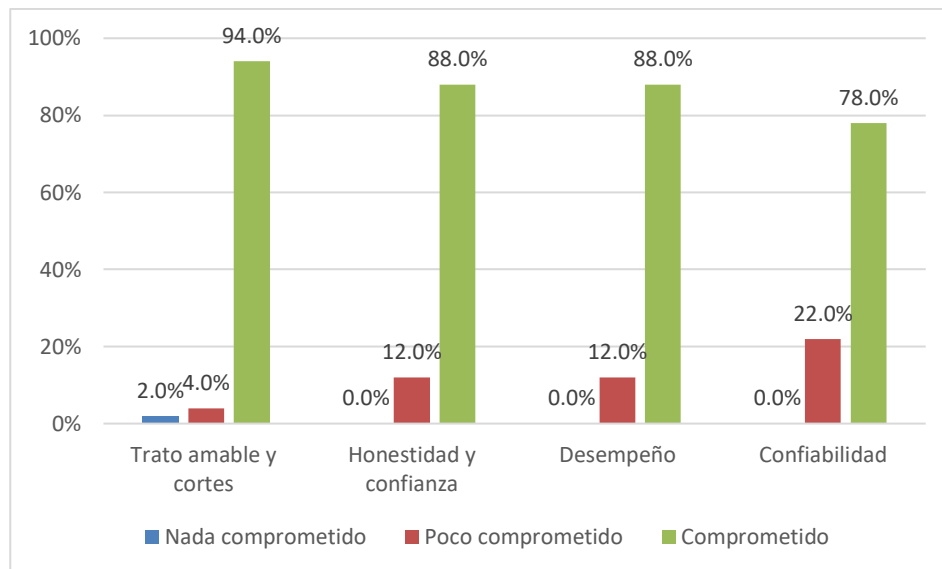


Figura 5: Confiabilidad

### Interpretación y análisis:

- 94% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con el trato amable y cortes. Todo implica que los colaboradores están muy bien capacitados para brindar un servicio de calidad. Es notoria el buen nivel sin embargo la meta es llegar a la excelencia en servicio de servicio.
- 88% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con la honestidad y confianza. Todo ello implica que los colaboradores y la compañía brindan servicio de calidad generando la confianza de sus clientes antes durante y después del viaje.

- 88% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con el desempeño brindado. Todo ello implica que el desempeño de sus colaboradores es muy bueno.
- 78% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con la confiabilidad brindada por la empresa. Todo ello implica que los clientes confían en la marca.

### C) Sensibilidad

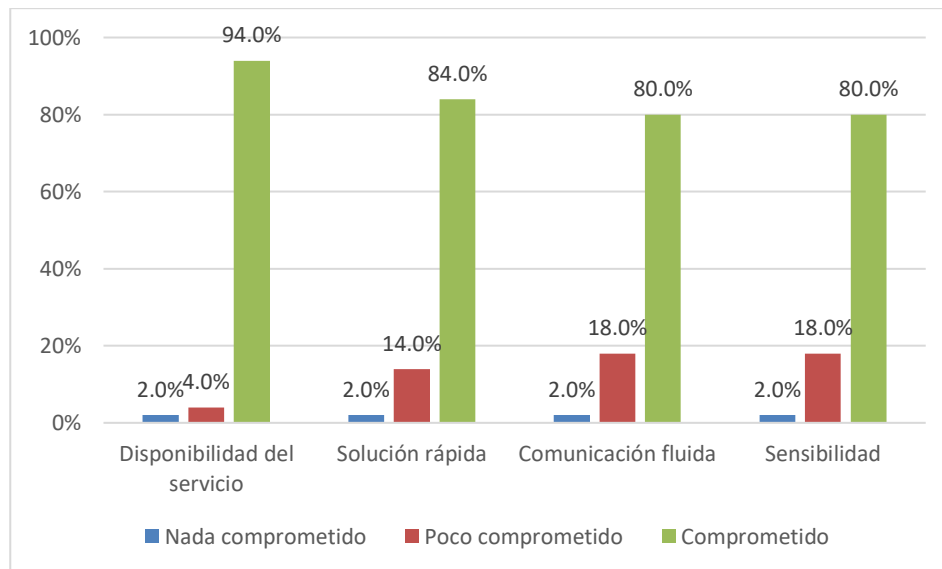


Figura 6: Sensibilidad

#### Interpretación y análisis:

- 94% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con la disponibilidad de servicio brindada. Todo implica que los colaboradores y la empresa siempre está disponible para cualquier emergencia.
- 84% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con la solución rápida. Todo ello implica que la empresa y el personal brinda soluciones rápidas antes, durante y después del viaje.

- 88% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con la comunicación fluida. Todo ello implica que la compañía capacita y orienta y entrena constantemente al personal bajo sistemas integrados de gestión.
- 80% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con la sensibilidad brindada por la compañía.

#### D) Seguridad

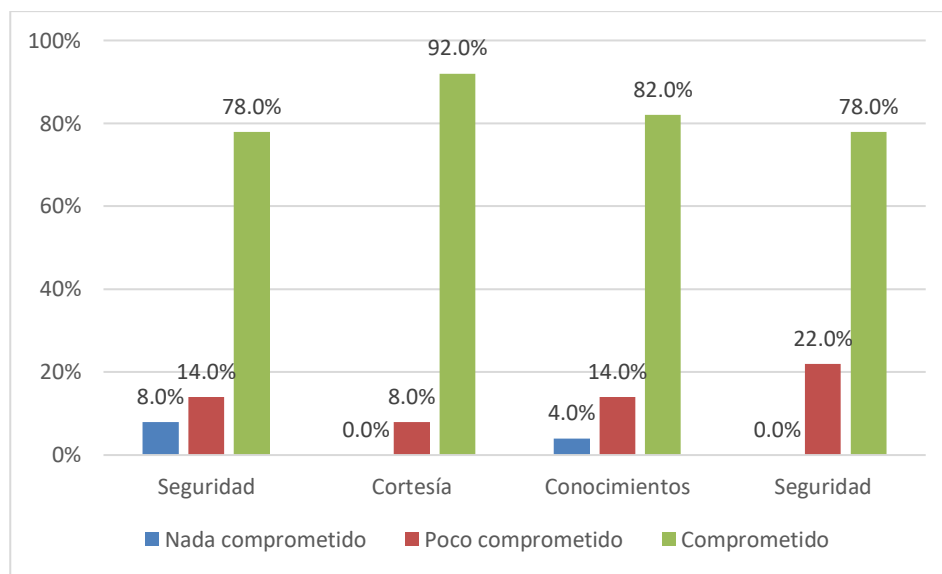


Figura 7: Seguridad

#### Interpretación y análisis:

- 78% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con la seguridad. Todo ello implica que la compañía brinda cronograma de sensibilización y capacitación de acuerdo a su estructura estratégica.
- 92% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con la cortesía. Todo ello implica que la compañía es excelente en el servicio de cortesía durante el viaje.
- 82% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con el conocimiento. Todo ello implica que la compañía capacita y orienta al personal.

- 78% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con la seguridad brindada. Todo ello implica que la empresa es seguro y confiable. La seguridad es lo más importante para cada uno de los colaboradores.

### E) Empatía

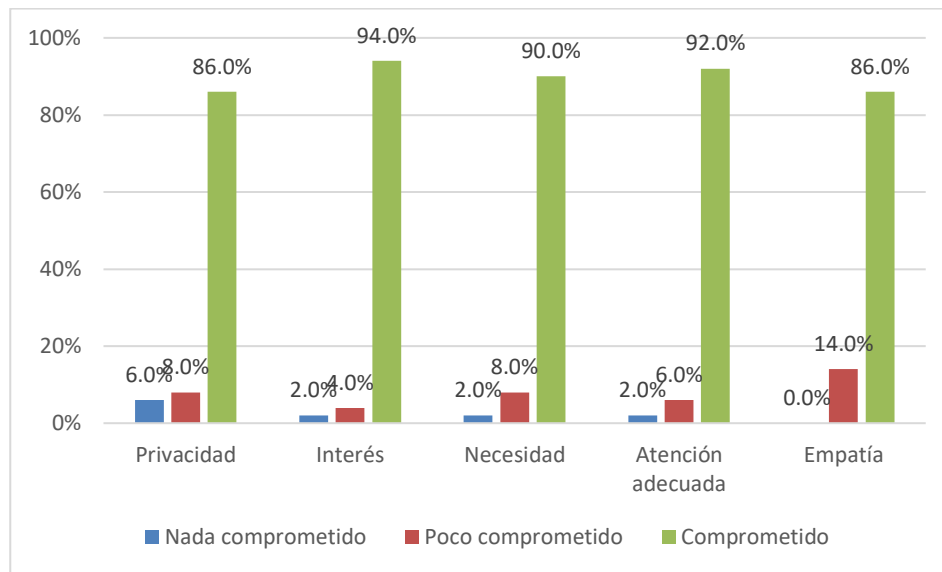


Figura 8: Empatía

### Interpretación y análisis:

- 86% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con la privacidad brindada por la empresa. Es uno de sus principales factores de personalidad.
- 94% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con el interés real por sus clientes. Todo ello implica que la compañía y sus colaboradores es apasionado en el trabajo.
- 90% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con la necesidad. Todo ello implica que la compañía siempre está capacitada para

cubrir las necesidades de los pasajeros durante el viaje. Por tanto, se debe seguir trabajando para superar las expectativas de los clientes.

- 92% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con la atención adecuada. Todo ello implica que la empresa brinda atención adecuada a sus clientes
- 86% de los encuestados indica que la compañía está comprometida con la empatía. Los factores emocionales son fundamentales para construir una experiencia inolvidable.

#### 4.2.2. Resultados de la variable servicio de calidad

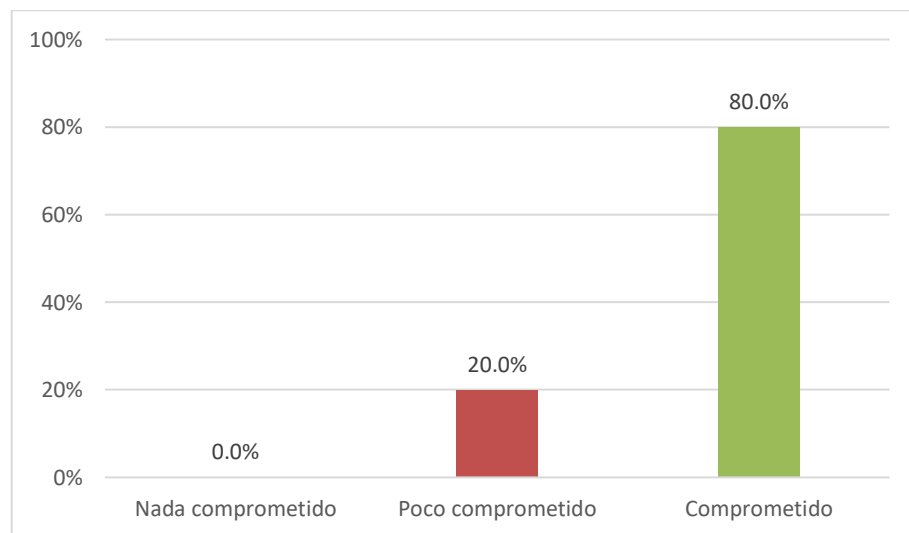


Figura 9: Servicio de calidad

#### Interpretación y análisis:

- 80% de los encuestados indica que la empresa está comprometida con el servicio de calidad. Todo ello implica que la compañía brinda un servicio de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes durante el viaje.





### 4.3. Probación de hipótesis

Para determinar la relación entre la satisfacción laboral con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019, se utilizó la prueba estadística Chi cuadrado. Para la toma de decisiones se considera:

- Si el valor obtenido en la prueba estadística Chi cuadrado (valor P)  $> 0.05$  se acepta la hipótesis nula.
- Si el valor obtenido en la prueba estadística Chi cuadrado (valor P)  $< 0.05$  se rechaza la hipótesis nula.

Asimismo, para determinar grado de relación entre de las dimensiones de la variable satisfacción laboral con la variable servicio de calidad, se utilizó coeficiente de correlación de Spearman el cual tiene una variación de  $-1$  a  $1$ .

#### 4.3.1. Resultados para la relación entre las dimensiones de la variable satisfacción laboral y la variable servicio de calidad

##### A) Satisfacción intrínseca y servicio de calidad

**Hipótesis nula:** La Satisfacción intrínseca no se relaciona significativamente con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.

**Hipótesis alterna:** La Satisfacción intrínseca se relaciona significativamente con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.

**Tabla 4*****Satisfacción intrínseca y servicio de calidad***

Satisfacción intrínseca	Servicio de calidad						Total	
	Nada comprometido		Poco comprometido		Comprometido		f	%
	f	%	f	%	f	%		
Insatisfecho	0	0.0%	0	0.0%	3	6.0%	3	6.0%
Ni satisfecho ni satisfecho	0	0.0%	7	14.0%	6	12.0%	13	26.0%
Satisfecho	0	0.0%	3	6.0%	31	62.0%	34	68.0%
Total	0	0.0%	10	20.0%	40	80.0%	50	100.0%
Prueba Chi cuadrado = 12.712						$p = 0.002$		
Correlación de Spearman						$r = 0.358$		

Fuente: Elaboración propia

**Interpretación y análisis:**

Como  $p = 0.002 < 0.05$ , en la prueba Chi – cuadrado, se puede afirmar que la satisfacción intrínseca se relaciona significativamente con el servicio de calidad, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.358.

**B) Satisfacción extrínseca y servicio de calidad**

**Hipótesis nula:** La Satisfacción extrínseca no se relaciona significativamente con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.

**Hipótesis alterna:** La Satisfacción extrínseca se relaciona significativamente con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.

**Tabla 5*****Satisfacción extrínseca y servicio de calidad***

Satisfacción extrínseca	Servicio de calidad						Total	
	Nada comprometido		Poco comprometido		Comprometido		f	%
	f	%	f	%	f	%		
Insatisfecho	0	0.0%	0	0.0%	1	2.0%	1	2.0%
Ni satisfecho ni insatisfecho	0	0.0%	9	18.0%	6	12.0%	15	30.0%
Satisfecho	0	0.0%	1	2.0%	33	66.0%	34	68.0%
Total	0	0.0%	10	20.0%	40	80.0%	50	100.0%
Prueba Chi cuadrado = 21.434						$p = 0.000$		
Correlación de Spearman						$r = 0.600$		

Fuente: Elaboración propia

**Interpretación y análisis:**

Como  $p = 0.000 < 0.05$ , en la prueba Chi – cuadrado, se puede afirmar que la satisfacción extrínseca se relaciona significativamente con el servicio de calidad, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.600.

**4.3.2. Resultados para la relación entre la variable satisfacción laboral y la variable servicio de calidad**

**Hipótesis nula:** La Satisfacción laboral no se relaciona significativamente con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.

**Hipótesis alterna:** La Satisfacción laboral se relaciona significativamente con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.

**Tabla 6*****Satisfacción laboral y servicio de calidad***

Satisfacción extrínseca	Servicio de calidad						Total	
	Nada comprometido		Poco comprometido		Comprometido		f	%
	f	%	f	%	f	%		
Insatisfecho	0	0.0%	0	0	0.0%	0	0	0.0%
Ni satisfecho ni insatisfecho	0	0.0%	7	14.0%	8	16.0%	15	30.0%
Satisfecho	0	0.0%	3	6.0%	32	64.0%	35	70.0%
Total	0	0.0%	10	20.0%	40	80.0%	50	100.0%
Prueba Chi cuadrado = 9.524						$p = 0.002$		
Correlación de Spearman						$r = 0.436$		

Fuente: Elaboración propia

**Interpretación y análisis:**

Como  $p = 0.002 < 0.05$ , en la prueba Chi – cuadrado, se puede afirmar que la satisfacción laboral se relaciona significativamente con el servicio de calidad, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.436.



## CAPITULO V:

### DISCUSIÓN.

#### 5.1. Descripción de los hallazgos más relevantes.

En el presente trabajo de investigación las respuestas y los resultados se determinó a través de cuestionarios o encuestas, así como también mediante la observación; la muestra fue realizada a 50 colaboradores, donde se determinó la satisfacción laboral y su relación con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro-Machupicchu, san pedro, año 2019.

Según Chiavenato, I. (2002), la satisfacción laboral es el talento humano está compuesto por colaboradores que brindan sus servicios y conocimientos a favor de la empresa o institución, el cual debe ser remunerado, pero no solo eso, sino también debe ser valorado, apreciado y agradecido, pues depende de ello para que el personal se siente satisfecho y desempeñe mejor en sus actividades. (p. 04).

Por ello en la variable satisfacción laboral el 70% de los encuestados indica que están satisfechos con las condiciones laborales brindadas por la compañía. Todo ello implica que la condición laboral de la compañía es muy buena, pero a un se tiene que mejorar para llegar a un nivel excelente. Donde la compañía a un debe mejorar las condiciones laborales para llegar a la excelencia adquiriendo nuevos talentos.

Según (Manuel, 1994, pág. 300) La calidad refiere que una característica que distingue al modelo industrial es su enfoque en el consumidor como el árbitro final de la calidad. Es el consumidor quien, en último término, decide si el producto o servicio proporcionado responde a sus necesidades y expectativas. El objetivo no sólo es alcanzar la satisfacción del consumidor sino también lograr su entusiasmo, su confianza y su fidelidad futura. En el modelo industrial existe, por consiguiente, un interés continuo en conocer los deseos.

Por ello en segundo variable servicio de calidad el 80% de los encuestados indica que la compañía está comprometido con el servicio de calidad. Todo ello implica que la



compañía brinda un servicio de calidad para satisfacer las necesidades de los usuarios durante el viaje. Esto significa que la compañía está a un paso para llegar a la excelencia.

Para determinar la relación entre la satisfacción laboral con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019, se utilizó la prueba estadística Chi cuadrado. Para la toma de decisiones se considera:

Según Sampieri (2014). Menciona que la “El estadístico ji-cuadrado o (Chi cuadrado), que tiene distribución de probabilidad del mismo nombre, sirve para someter a prueba hipótesis referidas a distribuciones de frecuencias. En términos generales, esta prueba contrasta frecuencias observadas con las frecuencias esperadas de acuerdo con la hipótesis nula. Siguiendo esta teoría se determina los siguientes resultados:

Si el valor obtenido en la prueba estadística Chi cuadrado (valor P)  $> 0.05$  se acepta la hipótesis nula.

Si el valor obtenido en la prueba estadística Chi cuadrado (valor P)  $< 0.05$  se rechaza la hipótesis nula.

Asimismo, para determinar grado de relación entre de las dimensiones de la variable satisfacción laboral con la variable servicio de calidad, se utilizó coeficiente de correlación de Spearman el cual tiene una variación de -1 a 1.

Donde se llegó:

**Los Resultados para la relación entre las dimensiones de la variable satisfacción laboral y el variable servicio de calidad Satisfacción intrínseca y servicio de calidad.**

Hipótesis nula: La Satisfacción intrínseca no se relaciona significativamente con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.

Hipótesis alterna: La Satisfacción intrínseca se relaciona significativamente con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.



Donde  $p=0.002 < 0.05$ , en la prueba Chi – cuadrado, se puede afirmar que la satisfacción intrínseca se relaciona significativamente con el servicio de calidad, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.358.

### **Satisfacción extrínseca y servicio de calidad**

Hipótesis nula: La Satisfacción extrínseca no se relaciona significativamente con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.

Hipótesis alterna: La Satisfacción extrínseca se relaciona significativamente con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.

Donde  $p=0.000 < 0.05$ , en la prueba Chi – cuadrado, se puede afirmar que la satisfacción extrínseca se relaciona significativamente con el servicio de calidad, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.600.

### **Resultados para la relación entre la variable satisfacción laboral y la variable servicio de calidad**

Hipótesis nula: La Satisfacción laboral no se relaciona significativamente con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.

Hipótesis alterna: La Satisfacción laboral se relaciona significativamente con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.

Donde  $p=0.002 < 0.05$ , en la prueba Chi – cuadrado, se puede afirmar que la satisfacción laboral se relaciona significativamente con el servicio de calidad, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.436.



## 5.2. Limitaciones del estudio.

En el presente trabajo de investigación se identificó varias limitaciones como:

- Carencias de antecedentes de la investigación.
- Falta de referencias bibliográficas en español y carencias de información adecuada.
- Falta recursos económicos para la investigación.
- Corto tiempo para la realización de las encuestas y trabajo de campo.

## 5.3. Comparaciones críticas con la literatura existente.

Según el estudio realizado sobre satisfacción laboral y su relación con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro-Machupicchu, San Pedro, año 2019. Según el estudio de otras investigaciones, no determinaron con claridad el nivel de relación, donde solo mostro una investigación descriptiva, sin ningún proyecto o propósito alguno.

A nivel local la investigación solo fue referencial, por varios factores como situaciones económicas, pero en la investigación actual se llegó a una conclusión clara y precisa.

## 5.4. Implicaciones del estudio.

Los resultados de la presente investigación es mucha importancia ya que soluciona informaciones carentes sobre la satisfacción laboral y su relación con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro-





Machupicchu, San Pedro, año 2019. Como se puede mencionar que la investigación es esta definida en dos variables y cada uno de ellos esta diferenciado por dimensiones. Se establece que él estudió resolvió dudas, toda la investigación nos ayudara a resolver problemas y proponer medidas de mejoras continua en dicha compañía, para satisfacer las necesidades de los usuarios y brindar servicio de calidad. Toda esta ayudara a fortalecer futuras investigaciones.

### **5.5. Propuesta de la Investigación**

Después del análisis y los resultados de la investigación se observó que la compañía, debe mejorar a un más la calidad la satisfacción y el servicio de calidad. Para ello se formulará las siguientes propuestas para su mejorar continua.



**IMPLEMENTACION DE UN PLAN DE PROPUESTA DE PARA LA CALIDAD LA SATISFACCIÓN Y EL SERVICIO DE CALIDAD.**

<b>Objetivo Estratégico</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Actividades</b>	<b>Recursos</b>	<b>Cronograma</b>	<b>Responsable</b>
Incrementar la percepción en un 90% en el servicio de calidad	Gestionar un plan de normas dentro de la organización para reducir las quejas de los clientes.	La calidad de servicio debe ser una Prioridad en la agenda, de la organización tener capacitaciones al personal sobre la calidad de atención con personas Exigentes.	100	Enero 2019	Gerente de servicios turísticos.
	Capacitar al personal para evitar demoras y tener un sincere interés en la atención al cliente para mejorar la fiabilidad	Desarrollar taller con un coaching para ser más efectivo y confiable en la atención que brindamos al cliente en un tiempo prometido.	8000	Febrero 2019	Gerente de servicios turísticos.
	Capacitar al personal para tener una respuesta rápida y eficaz con pacientes Conflictivos.	Desarrollar capacitaciones de Coaching al personal administrativo y asistencial para saber escuchar y comunicar al paciente con una respuesta personalizada y segura.	500	Marzo 2019	Gerente de servicios turísticos.
	Desarrollar capacitaciones constantes al personal para transmitir confianza y seguridad al cliente	Se desarrollarán talleres con profesionales de turismo para el personal asistencial y administrativo como orientación y seguridad para el favorecer y mantener la seguridad Con el cliente y paciente.	300	Abril 2019	Gerente de RR.HH.
	Capacitar al personal para ser amable que comprenda las necesidades del paciente, se ponga en lugar del cliente y sea empático en el trato que se brinde. saber tratar con personas conflictivas	Desarrollar talleres profesionales en turismo para los colaboradores, para poder ofrecer una comunicación eficaz y empatía con el cliente teniendo las palabras adecuadas, saber escuchar sus necesidades.	200	Mayo 2019	Jefa de área y salud ocupacional.

## CONCLUSIONES

Según el estudio realizado sobre satisfacción laboral y su relación con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro-Machupicchu, San Pedro, año 2019. Se llegó a las siguientes conclusiones de acuerdo a los objetivos específicos establecidos.

- Respecto a la dimensión de satisfacción laboral el 70% de los encuestados indican que están satisfechos con las condiciones laborales brindadas por la compañía. Todo ello implica que la condición laboral de la compañía es buena, pero a un se tiene que mejorar para llegar a un nivel de excelencia. En la segunda dimensión de servicio de calidad el 80% de los encuestados indica que la empresa está comprometida con el servicio de calidad. Todo ello implica que la compañía brinda un servicio de calidad de nivel muy bueno; para satisfacer las necesidades de los clientes durante el viaje, queda claro que si existe una relación directa entre la satisfacción y el servicio de calidad en el servicio de trenes vistadome.
- En la Satisfacción intrínseca y servicio de calidad, se determinó dónde  $p=0.002<0.05$ , en la prueba Chi – cuadrado, se puede afirmar que la satisfacción intrínseca se relaciona significativamente con el servicio de calidad, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.358.
- En la Satisfacción extrínseca y servicio de calidad, se determinó  $p=0.000<0.05$ , en la prueba Chi – cuadrado, se afirma que la satisfacción extrínseca se relaciona significativamente con el servicio de calidad, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.600.
- En la Satisfacción laboral y servicio de calidad, se determinó  $p=0.002<0.05$ , en la prueba Chi – cuadrado, se afirma que la satisfacción laboral se relaciona significativamente con el servicio de calidad, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.436.



## RECOMENDACIONES

1. Es fundamental fomentar el equilibrio entre el trabajo laboral y la vida personal familiar de los colaboradores, sugerimos que las partes puedan conciliar la jornada laboral, por propia experiencia es el factor más relevante, el permitir flexibilidad horaria. Sin duda alguna es el beneficio que más valorara el colaborador, es importante parametrar de acuerdo a la ley laboral vigente.
2. Para tener un ambiente o clima laboral optimo, lo más importante para el bienestar individual de una organización es el jefe directo, es el factor número uno para el bienestar de cada uno de los colaboradores, esa es en gran parte el control y la fuerza, que los gerentes tienen, sobre el bienestar de los colaboradores. Un gerente que es amable y generoso es mucho más probable que dirija a un colaborador feliz. El jefe y/o supervisor debe enfocarse más en las fortalezas del colaborador, observar detenidamente y saber para qué es buena (o) ella (el), ver sus talentos, y que los pueda expresar en su trabajo, por otro lado, a quienes tienen inconvenientes darles tiempo para recuperarse, para sacarlos del estrés, que puedan reflexionar; cuando ello sucede el colaborador será mucho más productivo creativamente y estará mucho más comprometido con su trabajo en la compañía.
3. Promover la formación constante, brindar facilidades para que mejore sus habilidades y conocimientos, buscar alianzas estratégicas con instituciones educativas acreditadas, estas ofrecen ventajas en favor de la compañía ya que sus colaboradores se potencian y se vuelven más capaces y competitivos, estos ven aumentada su autoestima y satisfacción. Luego de ello se debería fomentar la participación activa de los empleados en las decisiones de la compañía de esta manera se conseguirá el sentimiento de pertenencia e identificación.
4. Se recomienda a la empresa Peru rail a que establezca mejores sistemas de control de la satisfacción Laboral y la calidad del servicio que mejore los servicios para los turistas delos trenes vistadone.



## BIBLIOGRAFÍA

1. Álvarez (2006). Introducción a la calidad: Aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad. Primera edición. Ideas propias Editorial. España. p.p. 5.
2. Andresen, M.; Domsch, M. & Cascorbi, A. (2007) "Working unusual hours and its relationship to job satisfaction: a study of European maritime pilots". Journal of Labor Research, 28: 714-734.
3. Arias Galicia, Fernando (2002) Metodología de la investigación para las ciencias del comportamiento. México. Editorial Trillas.
4. Barraza, M. A. & Ortega, M. F. (2009) "Satisfacción laboral en instituciones formadoras de docentes. Un primer acercamiento". Ponencia presentada en el X Congreso de Investigación Educativa, Veracruz, México.
5. Behar Rivero, Daniel S. (2008): Metodología de la Investigación. Editorial Salomón p.p. 16-22.
6. Bon (2008). Gestión de Servicios de TI basada en ITIL V3. Primera edición. Editorial del Gobierno Británico. Reino Unido. p.p. 21.
7. Cavalcante S., Jerónimo (2004) Satisfacción en el trabajo de los directores de escuelas secundarias de la región Jacobina. Universidad Autónoma de Barcelona. Brasil. Pág. 95-119.
8. Dawis, R. V. & LOFQUIST, L. H. (1984) A Psychological theory of work adjustment Minneapolis: University of Minnesota Press.
9. García, F. (2002). El Cuestionario. (1era ed.). México: Editorial Limusa.
10. Hawkins, D. E. & Lee, Y. T. (1990) "An empirical analysis of organizational commitment among American hotel sales and marketing professionals". Hospitality Research Journal, 14(2): 103-112.
11. Herzberg, F.; MAUSNER, B. y SNYDERMAN, B. (1959). La motivación en el trabajo. New York: JhonWiley & Sons.
12. Ivancevich, J. M. & DONNELLY, J. H. (1968) "Job satisfaction research: a manageable guide for practitioners". Personnel Journal, 47: 172-177.



13. Lee, Y. & Chang, H. (2008) "Relations between team work and innovation in organizations and the job satisfaction of employees: a factor analytic study". *International Journal of Management*, 25(3): 732- 739
14. López Bonilla, J. M. Y López Bonilla, L. M. 2007b. Diferencias territoriales en la planificación y la gestión del destino turístico. *Cuadernos de Turismo*, nº 19, pp. 71-90.
15. Munchinsky, P. M. (1983) "Psychology applied to work: an introduction to industrial and organizational psychology". Dorsey Press, Homewood, Illinois.
16. Novo, Gerardo (1977). *Diccionario General de Turismo*. México. Editorial Diana.
17. Oliver, R.L. 1997. *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York:McGraw-Hill.
18. Pérez, V. (2007). *Calidad Total en la Atención al Cliente: Pautas para Garantizar la Excelencia en el Servicio*, Primera edición. Ideas propias Editorial. España. p.p. 6, 8-16.
19. Pizzo, M. (2013). *Construyendo una definición de Calidad en el Servicio*. Recuperado el 29 de agosto de 2013, de la fuente: <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>.
20. Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación*. Venezuela: Editorial Panapo.
21. Tamayo Y Tamayo, Mario (1992) *El Proceso de la Investigación Científica*. México. Editorial Limusa Noriega.
22. Tamayo Y Tamayo, M. (2000). *El proceso de la investigación científica*. (3ra. ed.). México: Editorial Limusa.
23. Thompson, I. (2009) *Definición de cliente*. Recuperado el 30 de agosto de 2013, de la fuente: <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
24. Wallingre, N. Y Toyos, M. (1998). *Diccionario de turismo, hotelería y transportes*. Buenos Aires: Editado por los autores. Pág. 77.



## WEB GRAFÍA

- (1) <http://docencia.fca.unam.mx/>
- (2) <http://www.belmond.com>
- (3) <http://biblioteca.duoc.cl/>
- (4) [www.datatur.sectur.gob.mx/](http://www.datatur.sectur.gob.mx/)
- (5) <http://biblioteca.duoc.cl/>
- (6) <http://www.ferrocarrilcentral.com.pe/>
- (7) <http://www.incarail.com/es/empresa.html>
- (8) <http://www.perurail.com>
- (10) <http://www.lvmh.com>



VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>SATISFACCIÓN LABORAL</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Satisfacción intrínseca</b></li><li>▪ <b>Satisfacción extrínseca</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Expectativas laborales de la compañía.</li><li>▪ Recompensas.</li><li>▪ Reclamos y sugerencias.</li><li>▪ Capacitación y entrenamiento.</li> <li>▪ Materiales y equipo necesario.</li><li>▪ Supervisión.</li><li>▪ Visión y propósito.</li><li>▪ Oportunidades</li><li>▪ Compromiso.</li></ul>
<b>SERVICIO DE CALIDAD</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Tangibilidad</b></li><li>▪ <b>Confiabilidad</b></li><li>▪ <b>Tiempo de respuesta</b></li><li>▪ <b>Seguridad</b></li><li>▪ <b>Empatía</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Objetivos</li><li>▪ Instalaciones</li><li>▪ Materiales</li> <li>▪ Trato amable y cortés.</li><li>▪ Honestidad y confianza.</li><li>▪ Desempeño</li> <li>▪ Disponibilidad del servicio.</li><li>▪ Solución rápida.</li><li>▪ Comunicación fluida.</li> <li>▪ Seguridad</li><li>▪ Cortesía</li><li>▪ Conocimientos</li> <li>▪ Privacidad</li><li>▪ Interés</li><li>▪ Necesidad</li><li>▪ Atención Adecuada</li></ul>





<p>¿Cuál es la relación entre la satisfacción laboral con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019?</p> <p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b></p> <p>1. ¿Cuál es la relación que existe entre la satisfacción Intrínseca con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019?</p> <p>2. ¿Cuál es la relación que existe entre la satisfacción extrínseca con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019?</p> <p>3. ¿Cuál es la relación que existe entre satisfacción laboral con el servicio de Calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019?</p>	<p>Determinar la relación entre la satisfacción laboral con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <p>1. Identificar la relación que existe entre la satisfacción Intrínseca con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.</p> <p>2. Identificar la relación que existe entre la satisfacción extrínseca con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.</p> <p>3. Identificar la relación que existe entre satisfacción laboral con el servicio de Calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.</p>	<p>calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.</p> <p><b>HIPÓTESIS ESPECIFICAS</b></p> <p>1. Existe una relación significativamente entre la satisfacción Intrínseca con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.</p> <p>2. Existe una relación significativa entre la satisfacción extrínseca con el servicio de calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.</p> <p>3. Existe una relación significativa entre satisfacción laboral con el servicio de Calidad de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro en el año 2019.</p>	<p>SATISFACCIÓN LABORAL</p> <p>VD SERVICIO DE CALIDAD</p>	<p><b>Satisfacción intrínseca</b></p> <p><b>Satisfacción extrínseca</b></p> <p><b>Tangibilidad</b></p> <p><b>Confiabilidad</b></p> <p><b>Tiempo de respuesta</b></p> <p><b>Seguridad</b></p> <p><b>Empatía</b></p>	<p>Reclamos y sugerencias. Capacitación y entrenamiento.</p> <p>Materiales y equipo necesario. Supervisión. Visión y propósito. Oportunidades Compromiso.</p> <p>Objetos Instalaciones Materiales</p> <p>Trato amable y cortés. Honestidad y confianza. Desempeño</p> <p>Disponibilidad del servicio. Solución rápida. Comunicación fluida.</p> <p>Seguridad Cortesía Conocimientos</p> <p>Privacidad Interés Necesidad Atención Adecuada</p>	<p>-Observación -Cuestionarios</p> <p><b>INSTRUMENTOS</b></p> <p>-Likert -Alfa de Combrach -Código de barras - Tabla de frecuencias -SPS y Excel -Interpretación -Chi-Cuadrado</p>	<p><b>Diseño</b> No experimental</p> <p><b>Muestra</b> Siendo la población muestral 50 colaboradores; quienes son el personal del área de servicios turísticos de Belmond para sus trenes Perurail Vistadome en la ruta: San Pedro - Machupicchu - San Pedro.</p>
--	---	---	---	--	---	--	---



TÍTULO						
LA SATISFACCIÓN LABORAL Y SU RELACION CON EL SERVICIO DE CALIDAD DE BELMONT PARA SUS TRENES PERSONAL VISADOMILE EN LA RUTA: SAN PEDRO-MACHUPICCHU-SAN PEDRO, AÑO 2019						
Variables	Dimensiones	Indicadores	Peso	Nº Ítems	Ítems	Criterios De Evaluación
SATISFACCIÓN LABORAL	Satisfacción intrínseca	Expectativas laborales de la compañía. Recompensas. Reclamos y sugerencias. Capacitación y entrenamiento.	16	4		
	Satisfacción extrínseca	Materiales y equipo necesario. Supervisión. Visión y propósito. Oportunidades Compromiso.	21	5		
SERVICIO DE CALIDAD	Tangible	Objetos Instalaciones Materiales	12	3		(1) Totalmente en desacuerdo  (2) En desacuerdo  (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo  (4) De acuerdo  (5) Totalmente de acuerdo
	Confiability	Trato amable y cortés. Honestidad y confianza. Desempeño	12	3		
	Sensibilidad	Disponibilidad del servicio. Solución rápida. Comunicación fluida.	12	3		
	Seguridad	Seguridad Cortesía Conocimientos	12	3		
	Empatía	Privacidad Interés Necesidad Atención Adecuada	12	4		



# ANEXO