



**UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**CONTABLES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS TURÍSTICOS Y HOTELEROS**

**TESIS**

**“PERCEPCIÓN EN EL DESEMPEÑO DEL PERSONAL Y SU  
RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE  
LA POLLERÍA MANOLO CHICKEN DE VILLA MARÍA,  
LIMA – 2020”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS TURÍSTICOS  
Y HOTELEROS**

**AUTOR:**

**Bach. GUILLEN CABANILLAS, CYNTIA MARIBEL**

**DNI 45206745**

**LIMA – PERÚ**

**2020**

**ASESOR DE TESIS**

---

**Mg. MICHEL JAIME MENDEZ ESCOBAR.**  
**DNI 10797162 <https://orcid.org/0000-0002-5893-9200>**

## **JURADO EXAMINADOR**

---

**Dr. WILLIAM MIGUEL MOGROVEJO COLLANTES**  
**DNI 08467408**  
**Presidente**

---

**Mg. ERNESTO ARCE GUEVARA**  
**DNI 09085080** <https://orcid.org/0000-0002-3082-5789>  
**Secretario**

---

**Mg. FRANCISCO EDUARDO DIAZ ZARATE**  
**DNI 09725143** <https://orcid.org/0000-0002-1847-9545>  
**Vocal**

## **DEDICATORIA**

A Dios, a mi hijo y mi familia por ser esa fuerza y fortaleza día a día, apoyándome de manera incondicional e impulsándome a no rendirme y perseverar en este largo camino que tengo por recorrer para alcanzar mis metas que me he propuesto.

## **AGRADECIMIENTO**

A nuestra querida Universidad Privada TELESUP por permitirnos cumplir un logro más en nuestra vida académica y profesional.

## RESUMEN

La presente investigación titulada: La percepción del desempeño del personal y su relación con la Satisfacción del cliente de la pollería Manolo Chicken de Villa María, Lima - 2020, cuyo objetivo general es determinar la percepción del desempeño del personal y la influencia en la satisfacción del cliente en la Polleria Manolo de Villa María, Lima - 2020.

La investigación fue de enfoque cuantitativo, el tipo de investigación es básica, de nivel descriptivo correlacional, se utilizó un diseño no experimental el cual se ha aplicado en la Pollería Manolo Chiken de Villa María Triunfo, Lima, el tipo de muestreo fue censal de manera virtual debido a que el conjunto que representa la población estuvo conformada por los mismos clientes a quienes se les aplicó un cuestionario de acuerdo a las variables de estudio, dando una población de 245 clientes la cual se le aplico la formula y dando una muestra de 150 clientes.

Entre los resultados más importantes obtenidos según la prueba estadística de Rho de Spearman aplicada a las variables desempeño del personal y satisfacción del cliente, se observa la relación entre las variables determinada por el Rho de Spearman  $\rho = 0.892$ , lo cual significa que existe una correlación alta entre las variables, frente al  $p = 0.000 < 0.05$ , por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que se tiene con el desempeño del personal y la satisfacción del cliente de la Pollería Manolo Chicken de Villa María del Triunfo – Lima – 2020.

**Palabras clave:** *desempeño del personal, satisfacción del cliente y calidad*

## ABSTRACT

This research entitled: Perception of staff performance and its relationship with Customer Satisfaction of the Manolo Chicken chicken factory in Villa María, Lima - 2020, whose general objective is to determine the perception of staff Performance and the influence on Customer Satisfaction. client at Polleria Manolo de Villa María, Lima - 2020.

The research was of a quantitative approach, the type of research is basic, of a descriptive correlational level, a non-experimental design was used, the cula has been applied in the Polleria Manolo Chiken of Villa María Triunfo., Lima, the type of sampling was census of Virtual way because the group that represents the population is made up of the same clients to whom a questionnaire was applied according to the study variables, giving a population of 245 clients which the formula was applied and giving a sample of 150 clients.

Among the most important results obtained according to the statistical Spearman Rho test applied to the variables of staff performance and customer satisfaction, the relationship between the variables determined by the Spearman Rho  $\rho = 0.892$  is observed, which means that there is a correlation high among the variables, compared to  $p = 0.000 < 0.05$ , therefore the null hypothesis is rejected and the alternate hypothesis with respect to staff performance and customer satisfaction of Pollería Manolo Chicken in Villa María del Triunfo is accepted - Lima - 2020.

**Keywords:** staff performance, customer satisfaction, and quality.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA .....	i
ASESOR DE TESIS.....	ii
JURADO EXAMINADOR.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS .....	x
INTRODUCCIÓN .....	xii
<b>I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>14</b>
1.1. Planteamiento del problema.....	14
1.2. Formulación del Problema.....	16
1.2.1. Problema general .....	16
1.2.2. Problemas específicos.....	16
1.3. Justificación del estudio.....	16
1.3.1. Justificación teórica .....	16
1.3.2. Justificación metodológica .....	17
1.3.3. Justificación práctica.....	17
1.3.4. Justificación social .....	18
1.4. Objetivos de la investigación .....	18
1.4.1. Objetivo General.....	18
1.4.2. Objetivos específicos.....	18
<b>II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>19</b>
2.1. Antecedentes de la investigación .....	19
2.1.1. Antecedentes nacionales.....	19
2.1.2. Antecedentes internacionales.....	22
2.2. Bases teóricas de las variables .....	25
2.2.1. Variable 01: Percepción en el Desempeño del personal .....	25
2.2.2. Variable 02: Satisfacción al cliente. ....	41
2.3. Definición de términos básicos .....	53



<b>III. MÉTODOS Y MATERIALES .....</b>	<b>57</b>
3.1. Hipótesis de la investigación .....	57
3.1.1. Hipótesis general .....	57
3.1.2. Hipótesis específicas .....	57
3.2. Variables de estudio .....	58
3.2.1. Definición conceptual.....	58
3.2.2. Definición operacional .....	58
3.3. Tipo y nivel de la investigación .....	60
3.3.1. Tipo de investigación .....	60
3.3.2. Nivel de investigación .....	60
3.4. Diseño de la investigación .....	62
3.5. Población y muestra de estudio.....	63
3.5.1. Población .....	63
3.5.2. Muestra.....	64
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	65
3.6.1. Técnica de recolección de datos .....	65
3.6.2. Instrumento de recolección de datos .....	65
3.7. Métodos de análisis de datos .....	68
3.8. Aspectos éticos .....	68
<b>IV. RESULTADOS .....</b>	<b>69</b>
4.1. Resultados descriptivos.....	69
<b>V. DISCUSIÓN.....</b>	<b>79</b>
<b>VI. CONCLUSIONES .....</b>	<b>81</b>
<b>VII. RECOMENDACIÓN .....</b>	<b>82</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>83</b>
<b>ANEXO .....</b>	<b>87</b>
Anexo 1: Matriz de consistencia .....	88
Anexo 2: Matriz de operacionalización .....	89
Anexo 3: Instrumento.....	91
Anexo 4: Validación del instrumento.....	95
Anexo 5: Matriz de datos .....	101
Anexo 6: Reporte de antiplagio menor a 30% .....	119
Anexo 7: Autorización del depósito de tesis al repositorio .....	120

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Martha Halles .....	36
Tabla 2.	Cuadro de la Operacionalización de la Variable Desempeño Laboral..	59
Tabla 3.	Cuadro de operacionalización de la Variable Satisfacción del Cliente .	59
Tabla 4.	Valores de la prueba de correlación de Rho Spearman .....	61
Tabla 5.	Cuestionario sobre la percepción del desempeño del personal y su relación con la satisfacción del cliente.....	66
Tabla 6.	Calificación y evaluación del cuestionario de percepción del desempeño laboral y su relación con la satisfacción del cliente. ....	66
Tabla 7.	Validación de juicio de expertos .....	67
Tabla 8.	Escala de interpretación de la confiabilidad .....	67
Tabla 9.	Escala: VA01 .....	69
Tabla 10.	Estadísticas de fiabilidad .....	69
Tabla 11.	Escala: VA02.....	69
Tabla 12.	Estadísticas de fiabilidad .....	69
Tabla 13.	Los niveles de la percepción en el desempeño del personal percibidas por el cliente son: .....	70
Tabla 14.	Los niveles de satisfacción del cliente de la pollería Manolo Chiken demuestran lo siguiente: .....	71
Tabla 15.	Niveles de percepción en el desempeño del personal en la dimensión calidad de los trabajadores de la pollería Manolo Chiken muestran:....	72
Tabla 16.	Niveles de percepción en el desempeño del personal en la dimensión velocidad en los trabajadores de la pollería Manolo Chiken muestran.	73
Tabla 17.	Niveles de percepción en el desempeño del personal en la dimensión confiabilidad de la pollería Manolo Chiken muestran .....	74
Tabla 18.	Nivel de correlación y significación de la percepción en el desempeño del personal y satisfacción del cliente. ....	75
Tabla 19.	Nivel de correlación y significación la calidad y satisfacción del cliente.....	76
Tabla 20.	Nivel de correlación y significación la velocidad en el desempeño del personal y satisfacción del cliente .....	77
Tabla 21.	Nivel de correlación de confiabilidad y desempeño del personal .....	78

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Niveles del desempeño personal.....	70
Figura 2. Satisfacción del cliente .....	71
Figura 3. Calidad .....	72
Figura 4. Velocidad del desempeño del personal.....	73
Figura 5. Confiabilidad.....	74

## INTRODUCCIÓN

La percepción en el desempeño del personal es un factor importante para el desarrollo de una empresa, sobre todo en nuestro planteamiento de variables en conjunto, ya que este implica un trabajo en equipo con todo el personal y el gerente para el emprendimiento y mayor satisfacción por parte del cliente y generar así mayores beneficios para la empresa tanto económicos como en publicidad generada gratuitamente con el cliente, ya que se tiene en claro que un cliente satisfecho recomienda a 3 o más clientes nuevos, pero un cliente insatisfecho genera 10 malas impresiones anticipadas.

Siendo una adecuada percepción en la satisfacción del cliente, siendo estos los principales beneficiosos y generarán mayor cantidad de buenos clientes continuos, por ende, esto será una guía de cómo se está desarrollando la empresa y reforzar los puntos débiles que este pudiera tener de parte del personal que labora en dicha pollería, dicho personal a su vez, tiene que sentirse comprometido con los objetivos de la empresa, sobre todo lograr la optimización de satisfacción del cliente con el fin de alcanzar un crecimiento exitoso para la empresa.

La naturaleza de la presente tesis está dividida en siete capítulos coherentemente relacionados.

Capítulo I, se genera nuestro problema de investigación siendo nuestro planteamiento del problema basados en la elección de nuestras dos variables que son la percepción en el desempeño del personal y la satisfacción del cliente y las distintas perspectivas de diferentes autores que se pueden tener, y se generaron tres problemas específicos, aquí también se plasma las justificaciones que esta investigación conlleva. Por último, los objetivos de nuestra investigación.

En el capítulo II, en este capítulo tenemos a los antecedentes que han aportado a nuestra investigación, tanto nacionales como internacionales generando ideas más amplias de esta problemática constante, tenemos también, la descripción de las bases teóricas en las que tenemos las dos variables elegidas con sus respectivas dimensiones e indicadores con aportes tanto de los diferentes autores y el nuestro.

En el capítulo III, se tienen los métodos y materiales utilizados para nuestra investigación estando aquí, las hipótesis de la investigación tanto, la general como las específicas de las dos variables elegidas. El tipo de nivel aplicado en nuestra investigación y los métodos para el desarrollo de la misma y así, obtener los resultados plasmados en los diferentes gráficos y tablas.

En el capítulo IV, se presentan los resultados de nuestra investigación dando las conclusiones de la misma y las recomendaciones que la empresa necesita para su mejoramiento en el desempeño, la cual se ha percibido con mejor aceptación por el cliente generando así, una mayor satisfacción y aumento de ingresos.

Capítulo V, aquí se muestran las discusiones en las cuales se han visto reflejadas durante el avance de la investigación, con la ayuda del soporte que se ha utilizado se realizó una tabla general a la altura de la continuidad y la proporción de las replica encontradas, que refutan la hipótesis nula y reconocen las hipótesis alternas.

Capítulo VI, se encuentran las conclusiones de nuestra investigación a los Clientes de la pollería Manolo Chiken, en la cual hemos realizado dicho estudio, conclusiones que van a ayudar al desarrollo y mejoramiento administrativo de la empresa.

Capítulo VII, aquí se encuentran las recomendaciones a las cuales se ha llegado al final de la investigación, éstas fueron fructíferas no solo para la empresa sino para la satisfacción del cliente en su búsqueda de un buen servicio de calidad y seguridad.

Anexos: en esta parte se muestra la encuesta realizada a nuestra población, la validación de instrumento y los diferentes gráficos como resultado de las preguntas realizadas a los clientes, de las cuales nos proporcionaron información valiosa para el mejoramiento de la empresa.

## **I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Planteamiento del problema**

En estos tiempos diversas empresas a nivel internacional, no solo del rubro de restaurantes sino empresas en general, se están apoyando en brindar productos de buena calidad, anexándolos con ofrecer a su vez un buen y mejorado servicio dentro de sus empresas en conjunto con un buen desempeño del personal por parte de sus colaboradores y así obtener una satisfacción del cliente constante al cumplir sus requerimientos y llevando estos resultados a la aceptación, el cuál dicha aceptación es una inferencia de la importante labor que cumplen los trabajadores, cuyo esfuerzo radica en una comunicación y lluvia de ideas brindadas por parte de ellos, no solo de los trabajadores que están frente a los clientes, sino también de las diferentes áreas en conjunto, con objetivos los cuales estarán trazadas por parte de la empresa y que éstas puedan ser cumplidas en un período determinado. Uno de los autores que define la Satisfacción del cliente es Kotler P. (2017) el cual sostiene que, “los clientes satisfechos compran de nuevo y cuentan a otros sus buenas experiencias”. (p.7), el cual indica que es un factor muy importante capaz de definir la continuidad de los clientes y mantenerlos como clientes fieles de la pollería, ofreciendo un excelente servicio de la mano con un servicio de calidad del producto final y así alcanzar la satisfacción que se anhela de parte del cliente, los cuales dan como resultado recomendaciones a las personas de su entorno en general, recordando también que es un medio de publicidad gratuita de parte de ellos para el aumento de las ventas en el restaurante.

Otro autor por su parte es Chiavenato I. (2015) que define al desempeño laboral como “(...) el conjunto de características o capacidades de comportamiento o rendimiento de una persona” (p. 206). En el sector de restaurantes u comercio a nivel nacional que brinda el servicio de alimentos y bebidas, lo cual se consume in situ, Chiavenato nos dice que el desempeño de los trabajadores es un punto clave para que la empresa, en este caso la Pollería Manolo Chicken pueda generar mayor satisfacción por parte de sus clientes, ya que por este motivos el cliente o comensal volverá a consumir el producto final, definiendo a su vez que este trabajo está ligado a la calidad, velocidad y confiabilidad, que la empresa va a brindar. Una

competencia constante ante cadenas de restaurantes que se implantan en el país con modalidades cada vez más eficientes, ganando así mayor satisfacción en el cliente.

El tiempo nos ha brindado varias teorías al igual que definiciones, los cuales, postulan a enseñar o comprender las variables elegidas el cual se procura investigar y así obtener resultados positivos de las que se ha tomado ciertas referencias que, por ende, me van a ayudar a entender de como se ha ido desarrollando la importancia de la satisfacción del cliente. Con el pasar del tiempo en el rubro de la administración, tomando en cuenta que en un inicio el trabajador no era considerado un ser humano, sino una máquina que no contaba con sentimientos, ni derechos, los cuales conllevaron a que éste viva una explotación laboral de más de 12 horas consecutivas para dar mayor producción a la empresa contratadora, sin pensar que este necesitara de descanso físico. Dicho esto, el tiempo nos ha mostrado teorías, de las cuales se ha cambiado el trato del personal, considerándolo más humano, un ser social que necesita relacionarse socialmente con otras personas. Por consiguiente, éste tiene que ser tratado de manera individual, que cuenta con pensamiento y sentimiento propio, los cuales deben ser incentivado en su vida laboral para que este de alguna manera pueda responder con las responsabilidades y objetivos que requiere la empresa.

En el sector restaurante a nivel local ha sido capaz de demostrar que no es tan diferente el plano de visiones nacionales e incluso internacionales, las cuales muestran que muchas teorías relacionadas con la administración y la enseñanza nos ayudan a mejorar la productibilidad de la empresa por medio de sus trabajadores y así aumentar el desempeño del personal, para que éste repercuta en la satisfacción del cliente, y lograr así los objetivos empresariales locales, nacionales e internacionales. Dicha satisfacción del cliente en la actualidad, ha cobrado mayor importancia, por el cual, se han buscado diferentes formas para mantener una carta de clientes activa, cada vez con mayores objetivos que van de la mano con la eficiencia y el desempeño del personal ante tal responsabilidad.

Se tiene que tomar en cuenta diversos objetivos siendo que la satisfacción del cliente, ya que dicho comensal tendrá influencia directa con el personal, dando alternativas, las cuales fueron planteadas en la investigación, el cual es demostrar

que existe relación entre las dos variables elegidas, generando la siguiente pregunta:

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema general**

PG. ¿Como la percepción en el Desempeño del personal se relaciona con la Satisfacción del Cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020?

### **1.2.2. Problemas específicos**

PE 1. ¿Como la percepción de La Calidad en el Desempeño del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020?

PE 2. ¿Como la percepción de La Velocidad en el Desempeño del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020?

PE 3. ¿Como la percepción de la Confiabilidad en el Desempeño del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020?

## **1.3. Justificación del estudio**

### **1.3.1. Justificación teórica**

El presente trabajo de investigación se realizó con el fin de aportar información que resulte útil a dicha empresa, procurando reafirmar los discernimientos que se generaron en otras circunstancias, dirigiendo hacia perspectivas diferentes, de donde se podrían obtener resultados satisfactorios para la empresa, agregando epistemología en conjunto a las ciencias sociales y en primer lugar a nuestra investigación que estamos proponiendo.

La reafirmación aparece al querer demostrar teorías analizadas en diversas existencias en las cuales se analizaron y se obtuvieron los resultados.



El propósito es argumentar la relación que existe entre las variables elegidas que son la percepción en el desempeño del personal y satisfacción del cliente, asimismo, al verificar dicho planteamiento aportaría a una mejor toma de decisiones con relación al nivel de desempeño del personal, esto simboliza una ocasión de desarrollo administrativo, el cual será beneficioso para la empresa.

### **1.3.2. Justificación metodológica**

La presente investigación está justificada de manera metodológica, pues aporta con instrumento de recolección de datos (cuestionario) por cada variable para medir y estudiar nuestras dos variables seleccionadas que son desempeño del personal y satisfacción del cliente de la pollería Manolo Chicken, dicho cuestionario esta validado por juicio de expertos. Una vez que se obtuvo los resultados de las encuestas se procedió a aplicar la muestra del estudio, donde se demostró la relación que existe entre ambas variables.

Dichas variables muestran aportes óptimos para el desarrollo empresarial, las cuales van a generar mayor énfasis tanto en la atención al cliente como el esfuerzo del personal para lograr los objetivos.

### **1.3.3. Justificación práctica**

Dicha investigación fue realizada al ver ciertos problemas existentes, la cual se busca mejorar con información actualizada y así lograr un mejor desempeño del personal, tomando como dirección la satisfacción del cliente de la pollería Manolo Chicken.

La investigación estuvo basada en la medición del nivel de satisfacción del cliente y poder proporcionar mejores decisiones para la mejora del desempeño de su personal, el cual repercutirá en el aprovechamiento de la empresa, teniendo en cuenta que esto también generará mayor economía y mayor desarrollo empresarial.

#### **1.3.4. Justificación social**

Nuestra investigación se justifica de manera social en medida que las recomendaciones nos han dirigido a una mejor toma de decisiones acerca de la búsqueda tanto del desempeño laboral y su consecuencia en la satisfacción del cliente, el cual muestra una realidad constante en nuestro país a nivel de restaurantes y afines que a su vez, se sabe que van cambiando de manera continua en nuestro medio administrativo, siendo también una manera positiva de generar cambios para el desarrollo de restaurantes y afines.

#### **1.4. Objetivos de la investigación**

##### **1.4.1. Objetivo General**

OG. Determinar como la percepción en el Desempeño del personal se relaciona con la Satisfacción del Cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.

##### **1.4.2. Objetivos específicos**

OE 1. Determinar como la percepción en la calidad en el Desempeño del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.

OE 2. Determinar como la percepción en la velocidad en el Desempeño del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la pollería manolo Chicken del distrito de villa maría del triunfo, lima – 2020.

OE 3. Determinar como la percepción en la confiabilidad en el Desempeño del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1. Antecedentes nacionales

Vigo D. (2018), de la Universidad Autónoma del Perú, en su tesis titulada *“El desempeño laboral y la calidad de servicio en la empresa Gerimed S.A.C. Surco - 2018”* pretende comprobar cómo es la relación que se tiene en los aspectos de desempeño laboral y la calidad de servicio en la empresa en la cual trabajan, que es Gerimed S.A.C., planteándolo como una problemática a resolver. Por lo que esto podría traer un bien, aumentando la eficiencia de sus trabajadores y de esta manera poder manifestar una asistencia mejorada a los consumidores. Utilizando en dicha investigación un modelo No experimental de carácter transversal, esto es porque ellos no están dispuestos a querer alterar algo en su modalidad que llevan trabajando, implementando así un estilo de investigación descriptivo-correlacional. De esta manera, toma como objeto de estudio a 58 personas que eran clientes del establecimiento, a los cuales se les dio a llenar una ficha información y poder adquirir mayores datos sobre sus experiencias. Entonces, debido a todos esos datos recolectados se puede decir que efectivamente existe una dependencia entre el desempeño laboral y la calidad de servicio en la empresa, ya que dado a unas estadísticas obtenidas muestra que hay una dependencia positiva considerable según las estadísticas del RHO de Spearman al 0,780, y un p-valor de 0,000, menor a 0,05, con lo cual se rechaza la hipótesis. Concluyendo que efectivamente hay una dependencia entre ambas variables, por lo que se dice que mientras más aumenta el desempeño de los trabajadores se dará un servicio mucho más eficaz.

Burga G., Wiesse S. (2018), de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, menciona en su tesis titulada *“Motivación y desempeño laboral del personal administrativo en una empresa agroindustrial de la Región Lambayeque 2018”* hablan sobre como representar la motivación y el trabajo laboral del personal administrativo en una empresa agroindustrial de la Región Lambayeque. Por lo que se cree que la motivación es un ámbito muy importante que se debe agregar y desempeñar en las empresas, obteniendo así un ambiente laboral favorable. Tomando de este modo un modelo de investigación cualitativa, tiene un enfoque

cuantitativo con abordaje transversal descriptivo. Tomando como objeto de estudio a diecisiete personas y las tomaron como totalidad. Luego de haber recolectado los datos necesarios de los trabajadores, estos pasaron por un análisis en computadora y este género un resultado, puesto que, al tomar medida de la capacidad de correlación de Pearson aplicado en cada variable de estudio, el resultado es significativo ( $p < 0.05$ ). Por lo tanto, existe una dependencia reveladora de nivel módico ( $r = 0.604$ ) entre las variables tomadas, que son la motivación y desempeño del personal administrativo. Llegando a la conclusión de que la empresa cuenta con un desempeño laboral adecuado, puesto que cuenta con un sistema de motivación beneficioso y eso ayuda a que se pueda brindar un servicio de mejor calidad aumentando el rendimiento y rentabilidad.

Chura Q., Del Pilar D. (2017), de la Universidad Privada de Tacna, correspondiente a su tesis titulada *“La rotación de personal y la relación con el desempeño laboral en la empresa Termoencogibles del Perú S.A, Lima 2017”* hablan sobre cómo se podría comprobar el nivel de influencia de la rotación de personal en el ejercicio laboral en los empleados de la empresa Termoencogibles del Perú S.A para que de esa manera poder crear tácticas de conservación de los empleados claves en la empresa y continuar liderando el mercado objetivo. Para lograr esto se tuvo que usar un diseño causal explicativo, transeccional o transversal, no experimental para brindar nuevos conocimientos. Optando por una muestra de 120 trabajadores del local obteniendo como resultado que el valor  $P\_value$  es = 0.031 es menor que 0.05, de esta manera, se estaría comprobando que el coeficiente de correlación Phi, por el planteamiento mediante diversas tablas, es estadísticamente específica. Entonces, se concluye que hay una dependencia entre la rotación de personal y el desempeño laboral, pero si se maneja de forma incorrecta puede traer malas consecuencias al negocio, por lo cual se tomaría como una táctica organizacional para poder mantenerse y adaptarse al cambio impredecible que trae la globalización a los mercados en la fabricación de PVC. objetivo: determinar el grado de influencia de la rotación de personal en el desempeño laboral en los trabajadores de la empresa Termoencogibles del Perú S.A para crear estrategias de retención de los empleados claves en la empresa y seguir liderando el mercado.

Quispe O. y Maza W. (2017), de la Universidad Peruana Unión, concerniente a su tesis "*Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa G&C Imperial cargo SRL., Cusco, 2017*" tiene como objetivo mostrar cómo se establece la dependencia que concurre entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Imperial Cargo SRL., Cusco 2017. Para ello se utilizó un modelo de investigación correlacional, el cual no es experimental, tomando como sujetos de prueba a 120 compradores más constantes y de ellos, se sacó una muestra de 43 compradores haciéndoles dos tipos de cuestionarios de Parasuraman y Kotler. Luego de hacer los respectivos cuestionarios se obtuvo que según el valor estadístico de chiquadrado es de 17,921, con 4 grados de libertad ( $[filas-1] \times [columnas-1]$ ) y su valor de significancia es de 0,001 y dado que la significancia es menor a 0.05, la hipótesis nula ( $H_0$ ) de independencia se rechaza. Por lo tanto, la conclusión es que, aunque las dos dimensiones de la calidad del servicio, la seguridad y la capacidad de respuesta no están relacionadas significativamente con la satisfacción general del cliente, la calidad del servicio (incluidas todas las dimensiones) está significativamente relacionada con la satisfacción del cliente. Satisfacción del cliente de la empresa.

Martinez R. (2016), de la Universidad Católica Los Angeles Chimbote, menciona en su tesis "*Calidad del servicio y satisfacción del cliente en restaurantes de comida marina Chimbote, 2016.*" Habla sobre cómo determinar la correspondencia que preexiste entre calidad del servicio y satisfacción del cliente, en las MYPE del sector servicios de restaurantes de comida marina en el distrito de Chimbote, 2016. De esta manera, se aplica un modelo de investigación básica de nivel cuantitativo, tipo descriptivo correlacional, es de tipo descriptivo correlacional, con el fin también de generar más información a investigaciones futuras. Para esto se tuvo que escoger a 190 consumidores de la MYPE y de esto, se obtuvo una muestra de 127 consumidores aplicándoles la prueba de Spearman, ya que la primera parte va dirigida a lo que esperan y la segunda a lo que realmente reciben del personal. De este modo, se obtuvo como el valor de significación observada del coeficiente de correlación de Spearman  $p = 0.000$  es menor al valor de significación teórica  $\alpha = 0.05$ , se rechaza y se considera que la hipótesis nula. Esto en conclusión da que existe una dependencia directa entre estas dos variables, la calidad del

servicio y satisfacción del cliente, con coeficiente de correlación positiva. Por lo tanto, se consiente la hipótesis general de investigación.

### **2.1.2. Antecedentes internacionales**

Ortiz F. (2018), de la Universidad técnica de Ambato – Ecuador, en su tesis titulada “Los procesos de inducción en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa eléctrica provincial Cotopaxi s.a. de la ciudad de Latacunga 2018”, que pretende indagar sobre la influencia del proceso de inducción en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa y estos a su vez, permiten mejorar el desempeño de la empresa y la productividad laboral. Para obtener la información necesaria se usó un modelo de enfoques cuantitativos y cualitativos, Modalidad de Campo, Bibliográfica – Documental, esta investigación contiene un método flexible, Descriptivo, Asociación de variables, Explicativo. Se seleccionó a 192 trabajadores a los cuales se les hizo unas pruebas para resolver situaciones problemáticas y así verificar si mereces el puesto o no. Después eso da un resultado de 1 grado de libertad y un 95% de confiabilidad la es de 9,4889 este valor cae en la zona de rechazo de la hipótesis nula ( $H_0$ ) por ser superior que es de 3,8415, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alternativa ( $H_1$ ) El Chi cuadrado real (9,4889) es mayor que el chi cuadrado teórico, (3,8415) por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa. Luego de culminar la investigación, es posible concluir que no existe un proceso de inducción adecuado, lo que conducirá a defectos en los empleados de la eléctrica provincial.

Robalino L. (2016), de la Universidad técnica de Ambato – Ecuador concerniente a su tesis “*El empoderamiento y el desempeño laboral en la empresa Marjorie botas del cantón Ambato, provincia de Tungurahua 2016.*” Que pretende indagar sobre la incidencia del Empoderamiento en el Desempeño Laboral de los participantes de la empresa MARJORIE BOTAS del Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua. Para obtener la información requerida se utilizó un diseño práctico, la investigación a realizarse será de campo, Bibliográfica, Explorativo, Descriptivo, adoptando también a las perspectivas teóricas de Robbins, Arce & Chiavenato. Se consideró a una población de 50 colaboradores, la investigación se aplicó en su totalidad sin realizarse un muestreo por lo que fueron pocos. Después se obtuvo como resultado, según las tablas planteadas, que se cuenta con un 95% de

confianza y con 0.05% se obtiene una tabla de chi cuadrado 12.592 592 y como el valor calculado es de 20.709 de esta forma se rechaza la hipótesis tomándola como nula y se acepta la hipótesis alternativa que dice:” El Empoderamiento SI incide al desempeño laboral en la empresa Marjorie del Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.” por ello se concluye que el mal desempeño de los empleados de las empresas de calzado se debe a muchos factores, entre ellos la baja motivación personal, que es un elemento básico de su trabajo y se necesita mejorar.

Shilquigua E. (2020), de la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador, menciona en su tesis titulada “*Gestión del talento humano y el desempeño laboral del personal de la distribuidora Fonseca, ciudad de Riobamba, 2018.*” Habla sobre como plantear un modelo de gestión de aptitud humana cuyo propósito vendría a ser desempeñar unos buenos trabajadores capacitados y motivados por el cambio que está por venir. Para esto se usó un modelo de investigación hipotético – deductivo, el cual está ajustado a la especulación lógica. Al tener un universo pequeño se consideró a aquellos trabajadores como una totalidad, los cuales eran dieciséis personas y no se obtuvo muestra. Se les realizó una encuesta y entrevista a los trabajadores, ya que es una manera más fácil de obtener información para luego, ser analizados en las tablas correspondientes. De esto, se obtuvo un resultado que, del total de los encuestados, el 87% de los empleados mencionan que la empresa Distribuidora Fonseca no efectúa valoraciones de desempeño a sus empleados, por otro lado, el 13% dice que la empresa si efectúa valoraciones del desempeño laboral. Entonces, en conclusión, la principal razón identificada en la gestión del talento es el uso de un modelo empírico, el cual es adecuado para la contratación de personal sin considerar procesos como reclutamiento, selección, inducción, formación, evaluación y motivación. El proceso se aplica a través de conocimientos básicos, sin ninguna base teórica, y no se aplica ningún modelo de gestión del talento.

Calderon A. (2020), de la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador, en su tesis que lleva el nombre “*Satisfacción del cliente en relación al servicio que oferta la compañía de estudios administrativos y sociales Coedas Cia.Ltda 2020*”. habla sobre como comprobar cuál sería el nivel de satisfacción del servicio que se brinda en dicha empresa. Para ello se usó un método donde se plantearon dos tipos

de modelos de investigación, la descriptiva y con junto a un desarrollo de una actividad documental. La población elegida para esta investigación fue de 56 estudiantes, tomándolos como el total de la población. De este modo, se obtiene en una de sus tablas estadísticas en la que se mide a los que tienen interés en resolver el problema del cliente son que “del 100% de personas encuestadas, el 7,14% totalmente de acuerdo, el 44,64% de acuerdo, el 21,43% moderadamente, el 14,29 % en desacuerdo, y el 12,50% totalmente en desacuerdo.” Entonces se concluye que el estado de independencia que se tiene es de 1 con un nivel de significancia de 0,05; se obtiene el Chi cuadrado en la tabla correspondiente el valor de 3,841 y a partir de los resultados del diagnóstico de satisfacción, se propone una sugerencia basada en la estrategia. La estrategia no solo aborda los defectos encontrados, sino que también tiene como objetivo mejorar la composición general de la satisfacción con la gestión y administración del espacio para comprender opiniones, quejas y sugerencias. Quejas de clientes.

Sotomayor M. (2018), de la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador, en su investigación titulada “*Gestión de servicio al cliente y sus efectos en el nivel de ventas de la ferretería Sermantelec de la ciudad de Riobamba período junio 2016 - junio 2017*” en el cual habla sobre como estudiar la gestión del servicio al cliente para mejorar las actividades internas de la empresa, cuyos resultados son útiles para un análisis detallado de la gestión del servicio al cliente. Para este trabajo se utilizó un modelo de investigación de método inductivo – de campo e investigación correlacional no experimental y de esta forma poder plantear mejores objetivos para un futuro de la empresa. Tomando como objeto de estudio a un total de quinientas setenta y dos facturas de sus diversos clientes. Luego de realizar las respectivas encuestas a los clientes se obtuvo como resultado que en la estadística de clasificación servicio de atención al cliente se muestra que el 60% lo califica como regular, el 28% como bueno, mientras que el 9% identifica como excelente y el 3% como malo. Por lo tanto, se concluye que, en este trabajo de investigación, los problemas de servicio al cliente son obvios porque los entrevistados describen que el servicio afecta la situación normal de la empresa generando un retraso y por ende es necesario aumentar más capacitaciones a los empleados y mejorar la calidad del servicio brindado.



## **2.2. Bases teóricas de las variables**

### **2.2.1. Variable 01: Percepción en el Desempeño del personal**

#### **Definiciones**

La percepción en el desempeño del personal en toda organización juega un papel muy importante, ya que mediante ello repercute en la satisfacción del cliente siendo un resultado favorable o no para el cliente.

Al centrarnos en el desempeño del personal existen muchas teorías de investigación de diferentes autores indicando lo siguiente:

Chiavenato I. (2017), el desempeño laboral “es el conjunto de características o capacidades de comportamiento o rendimiento de una persona, equipo u organización. O de seres vivos, máquinas, equipos, productos o sistemas, en comparación con los objetivos, normas o expectativas previamente definidos” (p. 206).

Chiavenato indica que el desempeño laboral son las capacidades y rendimiento laboral que tiene cada trabajador, una persona, equipos o máquinas dentro de una organización.

Robbins S. & Coulter M. (2014), define “El desempeño es la suma de los resultados de todas las actividades laborales de la organización” (p. 271).

Para los autores Robbins y Coulter el desempeño lo definen como el resultado total de todas las actividades que se ha cumplido dentro del horario laboral para poder llegar a la meta de cada organización.

Para Halles, M. (2015), El desempeño lo define:

Capacidad productiva de un individuo que se define y mide en términos de desempeño en un determinado contexto laboral, y no solamente de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes; estas son necesarias, pero no suficientes por sí mismas para un desempeño efectivo. (p. 80).

Para Alles, el desempeño es el empuje productivo que tiene cada persona dentro de una organización donde se calibra el desempeño laboral, el cual indica

que el desempeño no solamente se determina por características ya que no son suficientes.

Stoner J. (1994), define “el desempeño laboral es la manera como los miembros de la organización trabajan eficazmente, para alcanzar metas comunes, sujeto a las reglas básicas establecidas con anterioridad” (p. 510).

Para Stoner el desempeño laboral lo define el trabajo que realiza la persona para poder alcanzar sus metas de acuerdo a las normativas de la organización.

Los trabajadores para que logren llegar a sus metas es esforzándose diariamente para que logren alcanzar sus objetivos a la vez respetando las normativas de cada empresa establecida.

Para Mondy (2012), el desempeño laboral es (...) la manera en que un individuo o un grupo ejecutan las tareas. (p. 239)

Para el autor el desempeño laboral son las actividades que realizan cada trabajador dentro de su organización, es la manera como ejecutan sus trabajos y que tan productivos pueden ser de esa manera poder llegar a la meta u objetivo que se les implanta.

#### **2.2.1.1. Objetivos del desempeño**

Chiavenato I. (2017), indica:

Toda estrategia se despliega sobre los niveles de la organización hasta llegar al nivel operativo. Para que esto suceda es necesario el alineamiento en relación con ella a través de objetivos de desempeño para que el nivel operativo pueda aportar algo para mejorar la ventaja competitiva de la empresa. (p.206)

Para Chiavenato I. Indica que para poder llegar al objetivo del desempeño laboral dentro de cualquier organización se debe utilizar estrategias sobre los niveles de organización hasta alcanzar el nivel operativo para que de esa manera aporte ventajas competitivas en una empresa.

Chiavenato indica los principales objetivos del desempeño que son los siguientes:

- 1) Calidad
- 2) Velocidad
- 3) Confiabilidad
- 4) Flexibilidad
- 5) Costo

### **2.2.1.2. La gestión del desempeño**

Chiavenato I. (2017), indica:

Consiste en la planeación, organización, dirección y control de todo el flujo de actividad de la organización en todas las áreas y en todo el nivel para asegurar el alcance de los objetivos de la organización y la entrega de resultados excelentes. (p.208)

El autor menciona que la gestión del desempeño consiste en cuatro puntos muy importantes que vienen a ser planeación, organización, dirección y control; donde se debe aplicar en todas las actividades y niveles de cada área de una organización para así poder llegar a los objetivos con unos excelentes resultados. Aplicando la gestión del desempeño también permitirá mejorar el desempeño del trabajador logrando aprender a que se desarrollen más anteponiéndose metas y objetivos.



Figura 1.  
Fuente: Chiavenato Idalberto (2003)  
Elaboración por: Investigadora

### **2.2.1.3. Evaluación del desempeño**

Chiavenato I. (2017), menciona:

La evaluación es una apreciación sistemática del desempeño de las personas y su potencial de desarrollo futuro (...) Un concepto dinámico, pues los empleados se evalúan constantemente, ya sea formal o informalmente, el proceso funciona así: Planeación, gestión del desempeño, monitoreo y seguimiento, evaluación del desempeño y revisión. (p. 206)

El autor menciona que la evaluación del desempeño es muy importante en toda empresa u organización, ya que mediante la evaluación se podrá medir el desempeño laboral de cada empleado, mediante esos resultados se podrá saber las debilidades y fortalezas de cada trabajador donde los jefes podrá tomar una decisión como más capacitaciones, cambio de áreas de acuerdo a sus capacidades, aumento salarial etc.

Los encargados de realizar estas evaluaciones son los jefes o supervisores encargados de un grupo de empleados; Chiavenato menciona en su libro 5 métodos para evaluar el desempeño que son métodos de escala gráficas, métodos de elección forzada, métodos de investigación de campo, métodos de incidentes críticos y métodos mixtos que se mencionara más adelante.

### **2.2.1.4. Métodos tradicionales de evaluación del desempeño**

Chiavenato I. (2017), nos dice que:

Los estos métodos varían de una organización a otra, porque cada uno tiende a construir su propio sistema para evaluar el sistema en las personas (...). Se pueden emplear varios sistemas de evaluación del desempeño y estructurar cada uno de ellos en forma de método de evaluación adecuado para el tipo de características del personal implicado. Esta adecuación es importante para que el método produzca buenos resultados. La evaluación del desempeño es un medio, un método y una herramienta, pero no un fin en sí. Es un medio para recopilar información y datos que se pueden registrar, procesar y canalizar para mejorar el desempeño humano en las organizaciones. (p 215)

Como se indicó anteriormente la evolución del desempeño es muy importante como lo menciona el autor en su cita, Chiavenato menciona 5 métodos de como evaluar el desempeño laboral donde estos métodos varían de una empresa a otra ya que cada organización tiene que elaborar su propio sistema de evaluación, estos métodos son utilizados de acuerdo a las características de cada empleado donde se tendrá los resultados y la información de cada personal, llegando así que los jefes tomen una decisión de mejora para los trabajadores y la misma empresa.

Chiavenato menciona los principales métodos de la evaluación del desempeño que son:

- 1) Métodos de escala gráficas.
- 2) Métodos de elección forzada.
- 3) Métodos de investigación de campo.
- 4) Métodos de incidentes críticos.
- 5) Métodos mixtos.

#### ***2.2.1.5. Medición de la productividad de los trabajadores del conocimiento***

**Koontz H., Weihrich H. y Cannice M. (2012),** consideran que:

La productividad es el cociente producción insumos dentro de un período, considerando la calidad; esta definición puede aplicarse a la productividad de organizaciones, gerentes, personal de staff y otros trabajadores. La medición del trabajo calificado es relativamente sencilla, pero se complica en el cálculo del capital intelectual. (p. 550)

Los autores definen que la medición de la productividad de cada trabajador es el resultado de la producción de los productos en el período de horas laborables mediante ello, logrando medir a cada trabajador su productividad.

### **2.2.1.6. *Cómo mejorar la productividad personal***

DuBrin A. (2008), define:

En la actualidad, lograr la productividad personal está más en boga que nunca. Las empresas luchan por funcionar con menos personal que en el pasado y presionan a los empleados para que logren una mayor productividad. Al mismo tiempo, existe un movimiento hacia la simplificación de la vida personal, mediante la reducción de pendientes y reducción de las tareas que no contribuyen mucho a la calidad de vida. La productividad personal se refiere a la cantidad de recursos, incluido el tiempo, que se consume para lograr un cierto nivel de producción. (p. 291)

Para DuBrin, una de las prioridades en muchas empresas es mejorar la productividad de sus trabajadores y para ello en muchas empresas luchan en que se cumplan funciones contratando menos personal y exigiendo a los trabajadores para lograr más productividad.

### **2.2.1.7. *El reto de lograr la productividad***

Newstrom J. (2011), define la productividad:

Es decir, la obtención de cantidad y calidad de resultados mediante el control de las entradas, es la idea principal que los habitantes de un país necesitan asimilar y adoptar para desarrollar la capacidad de progreso. Sin devoción por la productividad, continúan las condiciones de pobreza, ineficiencia y despilfarro de los recursos naturales, en tanto se dilapidan las nuevas entradas de capital. Sin creer en la importancia de la productividad, una mayor educación tan sólo aumenta el deseo de una persona de ganar más estatus personal. A menos que aumente la productividad, cualquier cosa que gane una persona, la obtendrá a expensas de otras. (p.428).

Newstrom, define que el reto de la productividad es desarrollar e incrementar sus resultados que se obtuvieron anteriormente para poder mejorarlos de esa manera el trabajador se sentirá mucho más productivo.

### **2.2.1.8. Métodos de evaluación del desempeño**

Muchos autores que realizaron estudios sobre cómo medir el desempeño laboral coinciden en lo mismo, que para poder medir el desempeño laboral es mediante la evaluación del desempeño, para ello primeramente es conocer el desempeño de los trabajadores dentro de una organización, para el cual existen diversos planteamientos.

Señala Robbins y Coulter (2010), sostienen que Los gerentes necesitan saber si los empleados realizan su trabajo de modo eficiente y efectivo o si es necesaria una mejora. Esto es lo que hace el sistema de manejo del desempeño: establece los estándares de desempeño utilizados para evaluar el desempeño del empleado. ¿De qué manera evalúan los gerentes el desempeño de los empleados? Aquí es donde entran los diferentes métodos de evaluación del desempeño. Métodos de evaluación del desempeño Más de 70% por ciento de los gerentes tienen problemas para hacer una revisión crítica del desempeño de un empleado de bajo desempeño. Evaluar el desempeño de alguien nunca es una tarea fácil, especialmente con empleados que no hacen bien su trabajo, pero los gerentes pueden hacer mejor esta labor mediante cualquiera de los siete métodos de evaluación de desempeño que a continuación se presentan. (p. 217)

Robbins y Coulter señalan la necesidad de contar con un sistema de evaluación del desempeño, el cual permita conocer si los empleados realizan de forma eficiente o efectivo su trabajo, para poder tomar acciones de mejora laboral, para lo cual plantean un conjunto de planteamientos recopilados y sistematizados, los cuales van a ayudar a los gerentes a evaluar el desempeño de los empleados, por su puesto, tienen marcadas características, cada uno con ventajas y desventajas, los que van a permitir monitorear el trabajo de los empleados. Insiste, asimismo, que esta tarea es difícil, por lo que, dependerá de las necesidades de cada empresa para poder adoptar y contextualizar cada uno de estos criterios de evaluación.

### **1) Ensayo escrito:**

Robbins y Coulter (2010), indica “El evaluador describe por escrito las fortalezas y debilidades del empleado, mencionando también el desempeño que tuvo en el pasado y su potencial” (p. 396).

Una de las clasificaciones planteadas es el Ensayo escrito, el cual, metodológicamente describe las fortalezas y debilidades del empleado, el historial de desempeño de los empleados, pero también se centra en el potencial que espera ser explotado. Robbins señala que esta metodología de evaluación es fácil de utilizar, pero también tiene una desventaja marcada, el cual es, que esta evaluación representa la habilidad y capacidad de elaborar una escritura por parte del evaluador más que reflejar realmente el desempeño.

### **2) Incidentes críticos:**

Robbins y Coulter (2010), menciona “El evaluador se enfoca en comportamientos críticos que diferencian el desempeño eficaz del ineficaz” (p. 396).

Una segunda clasificación referida es la de los Incidentes críticos, el cual, metodológicamente consiste en separar el desempeño considerado como efectivo del desempeño inefectivo, el cual hace que este tipo de metodología brinda bastante información acerca del comportamiento del empleado, pero tiene la desventaja de que, al recabar bastante información, se torna lenta en su ejecución.

### **3) Escalas gráficas de calificación:**

Robbins y Coulter (2010), menciona “Método bastante popular que lista un conjunto de factores de desempeño y una escala incremental; el evaluador califica el desempeño del empleado respecto de cada factor” (p. 396).

Una tercera clasificación planteada por Robbins, se denomina Escalas Gráficas de Calificación, el cual consiste en detallar un conjunto de factores que van a explicar el desempeño laboral, asimismo va a ser medido con una escala incremental, representando una forma mensurable práctica utilizando un enfoque cuantitativo, por lo tanto, no requiere de mucho tiempo para su ejecución, aunque



se puede encontrar que esta metodología no brinda información detallada, solo generalidades acerca del desempeño laboral de los empleados.

#### **4) Escalas de calificación basadas en el comportamiento (BARS):**

Robbins y Coulter (2010), menciona enfoque Popular que combina elementos de los métodos de incidentes críticos y escalas graficas de calificación; el evaluador utiliza una escala de calificación, pero los factores a medir son ejemplos de comportamientos laborales reales. (p. 396)

La cuarta clasificación señalada por Robbins, es la metodología denominada Escala de Calificación Basadas en el comportamiento, el cual es uno de los métodos más populares, consistente en la combinación de un incidente crítico con las escalas gráficas de calificación, caracterizadas por que se registra el comportamiento normal del empleado observado en el puesto de trabajo, siendo su ventaja principal el enfoque en comportamientos específicos y medibles en el puesto, aunque también tiene desventajas, el más importante es que consume el recurso tiempo, siendo su desarrollo un tanto difícil.

#### **5) Comparación con pares:**

Robbins y Coulter (2010), “Los empleados son calificados en comparación con otros integrantes del grupo del trabajo”. (p. 396)

Una quinta clasificación considerada por Robbins consiste en la técnica de las comparaciones multi personales, también en que los empleados se van a clasificar utilizando la comparación con sus compañeros de trabajo del mismo grupo, por otro lado, existe la ventaja consistente que se compara a los empleados entre sí, dando la oportunidad de clasificación de los empleados por su desempeño; pero también tiene desventajas, la más importante es que presenta dificultad cuando se presenta una gran cantidad de empleados, haciéndose el método engorroso.

## **6) Administración por objetivos (APO):**

Robbins y Coulter (2010), “los empleados son evaluados en función de que tan bien cumplen objetivos específicos”. (p. 396)

La sexta clasificación considerada por Robbins es la Administración por objetivos, consistente en la evaluación del cumplimiento de los objetivos atribuidos a los empleados, siendo su ventaja principal, la orientación hacia el logro y cumplimiento de resultados, pero también tiene la desventaja de tener que invertir mucho tiempo en su ejecución.

## **7) Evaluación de 360 grados:**

Robbins y Coulter (2010), “Se basa en retroalimentación de supervisores, empleados y compañeros de trabajo”. (p. 396)

La sexta y última clasificación de los métodos de evaluación del desempeño presentado por Robbins, es la Evaluación de 360°, para el cual, el autor señala que se debe aplicar la retroalimentación de los supervisores, los empleados y sus compañeros, quienes proporcionan una evaluación variada desde varias perspectivas, que redundan en una conclusión general acerca del desempeño del empleado, siendo su ventaja principal, la de ser un método riguroso, pero también señala que se invierte mucho tiempo en su ejecución.

A pesar de que el proceso de evaluación es complicado y tiene muchas aristas, hay varios planteamientos para poder realizarlas, Robbins nos presenta una clasificación aceptable y minuciosa, el cual comprende a los tipos como ensayo escrito, incidentes críticos, escalas gráficas, escalas de calificación basados en el comportamiento, comparaciones multi personales, la administración por objetivos y la evaluación de 360 grados. Cada uno tiene sus propias características, ventajas y desventajas, que van a ayudar a orientar a asumir el tipo de evaluación que se desea realizar en la empresa, dependiendo de las necesidades de la misma.

Alles, sin embargo, presenta otro tipo de clasificación, siendo la siguiente:

Alles M. (2008), señala que Los métodos de evaluación de desempeño se clasifican de acuerdo con aquello que miden: características, comportamientos o

resultados. Los basados en características son los más usados, si bien no son los más objetivos. Los basados en comportamientos (competencias) brindan a los empleados información más orientada a la acción, por lo cual son los mejores para el desarrollo de las personas. El enfoque con base en resultados es también muy popular, ya que se focaliza en las contribuciones mensurables que los empleados realizan en la organización. (p. 35)

Martha Alles menciona que los métodos de evaluación del desempeño laboral se clasifican en métodos basados en características, los métodos basados en comportamientos y métodos basados en resultados, los mismos planteados por Chiavenato y Robbins, los cuales se menciona:

### **1) Métodos basados en características:**

Alles M. (2008), señala que Su diseño está pensado para medir hasta qué punto un empleado posee ciertas características, como confiabilidad, creatividad, iniciativa o liderazgo, que esa compañía considera importantes para el presente o para un futuro. Son populares porque son sencillos o fáciles de administrar. Si el “listado” de características no está diseñado en relación con el puesto, el resultado estará alejado de la realidad y puede dar una opinión subjetiva. (p. 35)

Alles, señala que este método mide las características productivas de los trabajadores, que son considerados muy importantes para el presente y futuro.

### **2) Métodos basados en el comportamiento:**

Alles M. (2008), indica que los métodos basados en el comportamiento permiten al evaluador identificar de inmediato el punto en que cierto empleado se aleja de la escala. Estos métodos se desarrollan para describir de manera específica qué acciones deberían (o no deberían) exhibirse en el puesto. Por lo general, su máxima utilidad consiste en proporcionar a los empleados una retroalimentación de desarrollo. (p. 35-36)

Alles menciona que los métodos basados en comportamiento permiten decidir si los trabajadores se alejan o acercan al comportamiento estándar a través de la evaluación basados en el comportamiento que tiene cada trabajador de acuerdo al puesto designado.

**Tabla 1.**  
*Martha Halles*

Alto	10	Descripción de los comportamientos
	9	
	8	
	7	
Promedio	6	
	5	
	4	
	3	
Bajo	2	
	1	

*Elaborado por: Guillen, Cyntia*

### **3) Métodos basados en resultados:**

Alles M. (2008), indica:

Los métodos basados en resultados, como su nombre lo indica, evalúan los logros de los empleados, los resultados que obtienen en su trabajo. Sus defensores afirman que son más objetivos que otros métodos y otorgan más autoridad a los empleados. La observación de resultados, como cifras de ventas o producción, supone menos subjetividad, por lo cual quizá esté menos abierta al sesgo o a la opinión subjetiva, sea a favor o en contra, de los evaluadores. (p. 38)

Halles indica que este método evalúa los resultados que son obtenidos mediante su trabajo de cada empleado como resultados finales así se podrán saber los evaluadores las actividades alcanzadas.

#### **2.2.1.9. Importancia de la Evaluación del Desempeño**

Para SALES Matías (2002):

La evaluación del desempeño es importante porque: "Permite implantar nuevas políticas de compensación, mejora el desempeño, ayuda a tomar decisiones de ascensos o de ubicación, permite determinar si existe la necesidad de volver a capacitar, detectar errores en el diseño del puesto y

ayuda a observar si existen problemas personales que afecten a la persona en el desempeño del cargo. (p.54).

El autor menciona que la evaluación del desempeño es importante para el área administrativa de la empresa, que mediante la evaluación permitirá conocer los errores que puede tener los trabajadores de la empresa, de acuerdo a los resultados de dicha evaluación podrán tomar decisiones favorables para los personales de la empresa.

#### **2.2.1.10. ¿Quién debería hacer la evaluación?**

Para Dessler G. y Varela R. (2011), menciona que:

Las evaluaciones del supervisor inmediato todavía son la parte medular de la mayoría de los procesos de evaluación. Conseguir la evaluación de un supervisor es relativamente directo y también tiene mucho sentido. El supervisor debería estar, y por lo general está, en la mejor posición para observar y evaluar el desempeño del personal a su cargo. También es responsable del desempeño de esos trabajadores. La mayoría de las evaluaciones (92% en una encuesta) las realiza el supervisor inmediato del empleado. (p. 228).

Los autores indican que la persona para hacer la evaluación del desempeño laboral a los trabajadores dentro de una organización es el supervisor directo, ya que tiene personales que están a su cargo donde tiene mejor posición para observar y evaluar.

#### **2.2.1.11. Mejora del desempeño**

Para Balkin B. y Cardy R. (2008), indica:

Puesto que las entrevistas formales de evaluación suelen realizarse una vez al año, es posible que no siempre tengan un efecto significativo y duradero sobre el rendimiento del trabajador. Mucho más importante que la entrevista anual es la gestión cotidiana e informal del rendimiento. (p 281)

Los autores señalan que las evaluaciones que se realizan a los trabajadores anualmente es posible que no tengan un efecto significativo y duradero, ya que durante el período del año pueden cambiar los resultados sobre su productividad

del desempeño de cada trabajador. Los supervisores que tramitan el rendimiento comparten cuatro características y cada uno de estas características ayudan a mejorar y mantener el rendimiento del desempeño como lo mencionan los autores:

- a) Analizan las causas de los problemas de rendimiento.
- b) Prestan atención a las causas de los problemas.
- c) Desarrollan un plan de acción y capacitan a los trabajadores para alcanzar una solución.
- d) Orientan la comunicación hacia el rendimiento e informan sobre el mismo de la forma más eficaz.

#### **2.2.1.12. Premiar el desempeño**

Para Gómez L, Balkin B. y Cardy R. (2008), indica:

Analizamos el diseño y la aplicación de los planes de retribución por desempeño (planes de incentivos). Primero analizamos los principales obstáculos que se deben superar los directivos cuando quieren relacionar la retribución con el rendimiento. En segundo lugar, ofrecemos un conjunto de recomendaciones para superar estos obstáculos. En tercer lugar, describimos tipos específicos de planes de retribución por desempeño y las ventajas e inconvenientes de cada uno. Finalmente, concluimos con un análisis de los planes de incentivos de dos grupos importantes de empleados: los ejecutivos y el personal de ventas. (p. 418).

Los autores indican que para premiar el desempeño de cada trabajador primeramente se analiza el diseño y la aplicación de los planes empresariales para la retribución, en segundo lugar, se les menciona las recomendaciones para vencer los obstáculos.

#### **2.2.1.13. Dimensiones del Desempeño del personal**

Como se menciona anteriormente de acuerdo a la investigación realizada se basa en los autores que investigaron y llegaron a la misma conclusión sobre la medición del desempeño laboral y se denomina Evaluación del desempeño donde permite conocer la productividad de cada trabajador.

Chiavenato también menciona que para mejorar el desempeño laboral es trazar los objetivos del desempeño para que en el nivel operativo se permitan mejorar las ventajas competitivas de la organización, por lo que se considera plantear las siguientes dimensiones:

#### *2.2.1.13.1. Dimensión 01: Calidad*

Chiavenato I. (2017), menciona: “Producción totalmente exenta de errores ofreciendo productos y servicios dentro de las especificaciones” (p.207).

La calidad de productos y servicios se tienen que brindar al cliente con la misma precisión que ofrece la empresa a los clientes, de esa manera se logrará la satisfacción al cliente; para ello, se seleccionaron estos indicadores de la dimensión calidad que son los siguientes:

#### **Indicador 01: Satisfacción del cliente**

La satisfacción del cliente es el cumplimiento de los deseos y necesidades que el cliente requiere formándose así, sus propias expectativas de tal producto o servicio. Una vez adquirido el producto y servicio el cliente podrá indicar que tan satisfecho o insatisfecho se encuentre.

#### **Indicador 02: Compromiso**

Este indicador tiene como definición el acuerdo de cumplimiento que viene por parte del personal de la empresa, el servicio y el producto hacia los clientes donde el objetivo es cumplir con dicha promesa para lograr la confianza del cliente.

#### **Indicador 03: Calidad percibida por el cliente**

Como último indicador tenemos a la calidad que el cliente percibe y que es importante, la cual está a cargo el servicio que brinda la empresa que todo cliente lo espera.

#### *2.2.1.13.2. Dimensión 02: 2Velocidad en el desempeño del personal*

Chiavenato I. (2017), afirma que es la “Prontitud y tiempo de entrega reducido” (p.207).

Brindar de manera óptima el trabajo ordenado por parte de sus jefes de área en el menor tiempo posible para asegurar a su vez, una pronta atención al cliente de los servicios ofrecidos evitando de esa manera, la espera y la molestia del cliente.

A continuación, se mencionan los indicadores de velocidad:

##### **Indicador 01: Tiempo en la atención**

Este indicador se define como el plazo del tiempo que se forma al atender un servicio; recordemos que al cliente le incomoda la entrega del servicio en un tiempo justo.

##### **Indicador 02: Tiempo de espera**

Para toda empresa es importante que el cliente se encuentre satisfecho para ello, el servicio de atención al cliente tiene que ser un tiempo justo, para evitar que el cliente espere por mucho tiempo su producto y de esa manera, evitar la molestia del cliente.

##### **Indicador 03: Puntualidad**

Como último indicador de velocidad del desempeño del personal tenemos la puntualidad, definiendo como el tiempo tanto de cumplimiento de su responsabilidad en su medio laboral y espera justa para el cliente, brindando el servicio en el tiempo que se ha programado para crear un servicio puntual.

#### *2.2.1.13.3. Dimensión 03: Confiabilidad*

Chiavenato I. (2017), afirma que: La “Producción correcta y entrega segura y confiable” (p.207).

Para que una organización de cualquier rubro se gane la confianza del cliente es muy importante brindar el producto correcto y de calidad evitando los errores de esa manera, los clientes confiarán en la empresa, para ello, se mencionan los siguientes indicadores de la dimensión confiabilidad:



### **Indicador 01: Eficacia del personal**

La eficacia personal es la suma de todos los resultados que se generan en el rendimiento productivo dentro de la organización o empresa.

### **Indicador 02: Capacidad de respuesta**

Tiene como definición brindar a los clientes respuestas acertadas y precisas en cualquier situación que se presenten absolviendo de esa manera sus dudas.

### **Indicador 03: Eficiencia del personal**

Este indicador es tan importante para la dimensión confiabilidad, ya que el personal debe de ser eficaz pero también eficientes, demostrando así que están preparados y capaces para asumir cualquier reto en diferentes situaciones dando un resultado positivo para el cliente.

#### **2.2.2. Variable 02: Satisfacción al cliente.**

La segunda variable de mi estudio de investigación es la Satisfacción del cliente, que viene ser el objetivo para toda organización empresarial, ya que teniendo satisfecho al cliente regresarán a consumir el mismo producto y no solo eso, también se logrará que los clientes recomienden tales productos contando sus experiencias que adquirieron en la empresa de esa manera nos permitirá captar más clientes a nuestra empresa; de esta forma se empieza planteando definiciones acerca de esta variable.

Para Kotler P. (2017), por su parte sostiene que “Los clientes satisfechos compran de nuevo y cuentan a otro sus buenas experiencias. Los clientes insatisfechos con frecuencia recurren a los competidores y desacreditan el producto ante los demás” (p. 7).

El autor menciona que la importancia de la satisfacción del cliente se da cuando un cliente satisfecho regresa a consumir o adquirir los productos en el mismo lugar, ya que lograron cumplir con sus expectativas, esto generaría que el cliente se vuelva un cliente fijo y no solo eso también de alguna manera jalaría para la empresa a más clientes debido que el cliente satisfecho hablaría de sus

experiencias positivas. Un cliente insatisfecho sería lo contrario, restaría más clientes en la empresa.

Para Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry L. (1993), sostienen que:

La satisfacción del cliente es un campo de estudio amplio e incluye distintas disciplinas y enfoques. Este concepto ha sido enfocado desde perspectivas muy distintas y por autores pertenecientes a campos científicos diversos. Aun así, consideran que la satisfacción al cliente es una función de la valoración de los clientes de la calidad del servicio, la calidad del producto y el precio. (p. 111)

Para Parasuraman y compañía mencionan que, la satisfacción del cliente está conectado con la calidad de servicio debido a que a través de la calidad de servicio se podrá medir la satisfacción del cliente, si llegan a cumplir o no sus expectativas de los clientes.

Para la ISO 9001:2000 "Como medir la satisfacción del cliente ", (2002), afirma que:

La satisfacción es una dependencia emocional del cliente ante su evaluación de la discrepancia percibida entre su experiencia previa/ expectativas de nuestro producto y organización y el verdadero rendimiento experimentado una vez establecido el contacto con nuestra organización, una vez que ha probado nuestro producto. (p.25)

Indica que la satisfacción del cliente es una conexión emocional con el cliente de acuerdo a lo que ve o espera del producto o servicio, una vez probado o utilizado el producto, el cliente indicará si se ha cumplido con sus expectativas o no.

Para Quispe G. y Ayaviri V. (2016), definen "La satisfacción como un proceso de evaluación de una experiencia de compra de un producto o servicio, donde se comparan aquellas expectativas del cliente con los resultados alcanzados" (p. 172).

Quispe y compañía definen que la satisfacción del cliente es el resultado de una evaluación sobre el producto o servicio, que tanto se hayan cumplido sus expectativas.

Para Evans J. y Lindsay W. (2008), Indica que las satisfacciones del cliente son “Los deseos y necesidades de los clientes son la base de la ventaja competitiva, y las estadísticas demuestran que el aumento de la participación en el mercado tiene elevada correlación con la satisfacción del cliente” (156).

Los autores definen que la satisfacción son los deseos y necesidades de los clientes que fueron cumplidos de acuerdo a como lo esperado, un cliente satisfecho estadísticamente generaría mayor estabilidad de los clientes a la empresa volviéndose una organización competitiva.

#### **2.2.2.1. Importancia de la satisfacción del cliente**

Un planteamiento acerca de la importancia de la satisfacción del cliente lo dan Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry L. (1993), quienes sostienen que:

La importancia de la satisfacción del cliente en el mundo empresarial reside en que un cliente satisfecho será un activo para la compañía debido a que probablemente volverá a usar sus servicios o productos, volverá a comprar el producto o servicio o dará una buena opinión al respecto de la compañía, lo que conllevará un incremento de los ingresos para la empresa. (p. 258)

Un cliente satisfecho para la organización es el mayor objetivo o meta ya que esto conllevaría al cliente que regrese nuevamente y se convierta en un cliente fiable y seguro y no solo ello, también ayudaría a atraer más clientes mediante sus recomendaciones.

En cambio, un cliente insatisfecho sería lo contrario, una forma negativa y con pérdidas para la empresa, porque el cliente dejaría de comprar en el mismo lugar abandonando y dirigiéndose a la competencia y, por otro lado, contaría a su entorno la mala experiencia que obtuvo en dicha empresa, conllevando a pérdidas de futuros clientes potenciales.

### **2.2.2.2. Factores que influyen en las expectativas**

Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry L. (1993), sostienen que “los temas comunes que surgieron de las sesiones de grupo sugieren la existencia de varios factores clave que podrían dar forma a las expectativas de los clientes” (p. 22).

Los autores mencionan que los factores que influyen en las expectativas de los clientes es en base a lo que ha escuchado el cliente en otras personas formándose de esa manera, una expectativa de lo que escucho.

Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry L. (1993), en primer lugar, lo que los usuarios escuchan de los otros usuarios (la denominada comunicación boca-a- oído) constituye uno de los factores potenciales en la determinación de las expectativas. (p. 22)

Es el primer factor y uno de los más importantes, ya que el cliente escucha lo que las otras personas mencionan sus experiencias en tales lugares denominándose comunicación de boca a oído.

Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry L. (1993):

En segundo lugar, en cada uno de los cuatro sectores en que se dividieron las sesiones de grupo, las expectativas de los usuarios mostraban variaciones dependiendo de sus características y circunstancias individuales, lo que sugiere que las necesidades personales de los clientes pueden, hasta cierto punto, condicionar sus expectativas. (p. 22)

Como segundo factor son las necesidades personales, es lo que el cliente espera, desea, necesita formándose en ellos, sus propias expectativas variando las expectativas de cada cliente.

Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry L. (1993), en tercer lugar, la extensión de las experiencias que se han tenido con el uso de un servicio puede influir en el nivel de las expectativas del cliente. (p. 22)

Como tercer factor se encuentra las experiencias indicando que el cliente, ya tiene un resultado sobre la experiencia obtenida como cliente, calificando posteriormente que tanto se han cumplido sus expectativas.

Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry L. (1993):

En cuarto lugar, la comunicación externa de los proveedores del servicio juega un papel clave en la conformación de las expectativas del cliente. Dentro del concepto de comunicación externa incluimos una variedad de mensajes, directos e indirectos, que emiten las empresas de servicio dirigidos a los clientes. (p. 22)

Como último es la comunicación externa indica, lo que la empresa emite a los clientes como promociones, rebajas, combos etc. Donde de esa manera, ya se forma otro tipo de expectativas del cliente.

### **2.2.2.3. Medición de la satisfacción del cliente**

Para este trabajo de investigación decidí trabajar con el método SERVQUAL que se utiliza para medir la satisfacción del cliente.

#### *2.2.2.3.1. El método SERVQUAL*

Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry L. (1993), define que,

Es un instrumento resumido de escala múltiple, con un alto nivel de fiabilidad y validez, que las empresas pueden utilizar para comprender mejor las expectativas y percepciones que tienen los clientes respecto a un servicio<sup>1</sup>. (...). Para ello, SERVQUAL suministra un esquema o armazón básico basado en un formato de representación de las expectativas y percepciones que incluye declaraciones para cada uno de los cinco criterios sobre la calidad del servicio (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía (p.205).

Parasuraman, junto con Zeithaml y Berry (1985; 1988), se dedicaron en los estudios sobre la calidad del servicio, diseñado el modelo SERVQUAL para medir la satisfacción del cliente, esta basada en cinco brechas o gaps.

#### *2.2.2.3.2. Importancia relativa de los criterios de SERVQUAL*

Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry L. (1993), menciona,

Los cinco criterios de SERVQUAL, dado que constituyen el resultado del análisis sistemático de las evaluaciones realizadas por cientos de entrevistados en varios sectores del servicio, conforman una representación precisa de los criterios que utilizan los usuarios para evaluar la calidad de los servicios (p.30).

Los autores mencionan que los cinco criterios del método SERVQUAL para evaluar la calidad de los servicios dan resultados precisos a las evaluaciones que se han realizado a los trabajadores.

#### **2.2.2.4. Definición de calidad y servicio**

El servicio al cliente se considera un valor importante en toda empresa, ya que está relacionada con los servicios que se ofrece a los clientes, donde se verifica la calidad de los productos que son ofrecidos de esta manera el servicio se vuelve un factor importante para solucionar problemas y satisfacer necesidades.

Para este trabajo se tiene que aplicar a todos los trabajadores de la empresa de todas las áreas brindando un buen servicio al cliente, para ello el autor Gil J. menciona la definición de calidad y servicio.

##### **1) Calidad:**

Para Gil J. (2020) define que “La calidad se corresponde con una responsabilidad de la dirección de la empresa implicando a todos los miembros de la organización, así como reflejarse en todos los procesos que de ellas se derivan” (p.9).

El cliente nota la calidad del servicio que se le ofreció bajo sus propias condiciones si se llegaron a cumplir sus necesidades o no, dependiendo a ello el cliente toma una decisión, el cual está basada en relación a la calidad del producto, el costo y producción.

## 2) **Servicio:**

Para Gil J. (2020) explica, “el servicio es el trabajo realizado por otras personas, sin embargo, va a un paso más allá y señala que el servicio hace referencia al conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen para su venta o que se suministran con relación a las ventas” (p. 11)

El autor indica que el servicio es el conjunto de actividades o beneficio que realiza cada trabajador con el cliente.

### **2.2.2.5. ¿Qué Es Lo Que Desean Los Clientes?**

Para Tschohl (2008) indica que:

Los clientes definen el servicio tomando en cuenta aspectos como: localización conveniente, amplitud de la gama que se ofrece a su elección, posición dominante en la categoría, rapidez en las transacciones, precios competitivos. Además: cortesía de los empleados, conocimiento del producto, disposición y entusiasmo para ayudarlos (p. 14).

El autor indica que para poder llegar a la satisfacción del cliente hay que cumplir con sus expectativas, es decir, cumpliendo sus necesidades, deseos, gustos etc. Para ello, la organización tiene que brindar al cliente todo lo referente en base a sus deseos como la localización del lugar, los productos con mayor variedad y demanda, rapidez en el servicio, productos de calidad y el buen trato y respeto a los clientes.

Hoy en día, hay muchos servicios computarizados, ya que hay cambios por el tema denominado la globalización, pero la mayor ventaja competitiva en una empresa es el servicio personalizado, un buen servicio por parte de los trabajadores directamente a los clientes siempre será apreciado debido a que se vuelve un servicio más cálido. El autor menciona los siguientes elementos intangibles que son considerados para lograr la satisfacción de los clientes:

#### **2.2.2.6. La lealtad a los clientes**

Para Tschohl J. (2011), menciona que:

La lealtad es una ventaja comparativa que evita que los competidores erosionen su base de clientes (...), pocas empresas pueden depender de un flujo continuo de nuevos clientes. Antes o después deben de consolidar una base de clientes leales. En la medida en que el servicio sea mejor, mayor será esa base de clientes. Los clientes leales, que compran una y otra vez, concluyen los pilares del éxito a largo plazo (p. 23).

El autor menciona en su cita que, la lealtad de los clientes es una gran ventaja que la empresa tiene debido que se ganó la confianza en ellos y volverán a adquirir el mismo producto convirtiéndose en clientes potenciales para la empresa.

#### **2.2.2.7. Como crear vínculos con el cliente**

Para DuBrin A. (2008) define:

Otra perspectiva fundamental para lograr la satisfacción y el agrado de los clientes consiste en establecer un vínculo (o relación emocional) con ellos. La idea detrás es que, si crea relaciones cálidas y constructivas con su cliente, éste seguirá comprando. Mantenerse centrado en la importancia de los clientes, ayudará a proporcionar la motivación para formar ese vínculo (247).

Ofrecer un servicio con alta calidad a los clientes es mucho más rentable, es ofrecer lo que el cliente quiere. Muchas empresas exitosas indican que su ventaja de ser competitivo es un buen servicio, ya que ofrecen a sus clientes nuevas creaciones, innovación de algo nuevo marcando la diferencia a otras empresas como una entrega rápida, una cuenta precisa, una norma de reembolso justa y una atención rápida ante el cliente. Un servicio excepcional también consiste en seguir y aconsejar al cliente sobre el producto.



#### **2.2.2.8. Expectativas de los clientes**

Según Kotler P. (2006) menciona “a través de experiencias de compra anteriores, de consejo de amigos y compañeros, y de información y promesas de la empresa y de la competencia” (144).

El autor señala que las expectativas de los clientes se forman a la información que se transmite a los clientes ya sea por otras personas o por la misma empresa. Si una empresa cumple con lo que ofrece o se promete al cliente se estaría cumpliendo las expectativas del cliente, es decir, lo que el cliente espera, pero si fuera lo contrario se le causaría una decepción al cliente, debido a que no obtuvo lo que se le prometió o esperaba causando la insatisfacción del cliente.

#### **2.2.2.9. La importancia de la satisfacción y la lealtad del cliente**

Para Evans J. (2008) indica “Los deseos y necesidades de los clientes son la base de la ventaja competitiva, y las estadísticas demuestran que el aumento de la participación en el mercado tiene elevada correlación con la satisfacción del cliente” (p. 156).

El autor menciona que es muy importante llegar a la satisfacción y lealtad del cliente para ello, la empresa tiene que cumplir sus necesidades y deseos, teniendo la ventaja de volverse más competitivo en el mercado.

En los estudios que el autor realiza, demuestra que un cliente satisfecho es un factor muy importante en el tema empresarial de esa manera se formaría la retención de los clientes, una empresa con mayor tasa de retención del cliente es dos veces más productivas que las empresas con menor tasa de retención. Otros estudios demuestran que un cliente insatisfecho no volverá a consumir o comprar los productos de la empresa, creándose que el cliente comunique su insatisfacción a otras personas, perdiendo muchos clientes a futuros y la lealtad de los clientes.

### **2.2.2.10. ¿Cuáles son las necesidades de los clientes?**

Según la ISO 9001:2000 (2002) menciona que:

En esta fase tendrá que identificar las necesidades que su cliente tiene con respecto a su organización, los temas en lo que su satisfacción dependerá de su organización y de lo que haga que su cliente determine si va a seguir haciendo negocios con usted o no. Este es una fase en la que deberá dejar al lado sus intuiciones y suposiciones, aquí tendrá que preguntar y escuchar directamente a su cliente (p.21)

Como lo indica la ISO 9001:2000, toda organización o empresa dependen de sus clientes y lo primero es conocer y comprender cuáles son sus necesidades presentes y futuras de cada cliente y para poder saber sus necesidades hay que preguntar y escuchar lo que el cliente desee, de esta manera se podrá llegar a lo que queremos que es llegar a la “satisfacción del cliente”.

### **2.2.2.11. Dimensiones de la satisfacción del cliente**

Los autores mencionan que las dimensiones fueron obtenidas bajo los criterios que fueron utilizados por los clientes sobre la calidad del servicio para poder medir la satisfacción del cliente. Con los resultados obtenidos basados en las respuestas de los clientes sobre las expectativas de los autores se identificaron 10 dimensiones, asimismo se seleccionaron las siguientes dimensiones:

#### **2.2.2.11.1. Dimensión 01: Tangibilidad**

Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry L. (1993), menciona que “La apariencia de la instalación física, equipos, personal y material de comunicación” (p.29).

Los autores indican que la dimensión tangibilidad es la infraestructura que tiene que contar la empresa, que cuenten con todas las medidas correspondientes de acuerdo a las normativas que se les indica. Mas hoy en día que estamos pasando una situación de una pandemia mundial, es importante contar con toda la seguridad y acatar con las normas de infraestructuras que se nos están pidiendo,

para ello, también, se mencionaron los siguientes indicadores de la dimensión tangibilidad.

### **Indicador 01: Producto en buen estado**

Este indicador es muy importante para la seguridad del cliente, es por ello que se tiene que brindar un producto de calidad y de primera mano, generando un impacto positivo para el cliente.

### **Indicador 02: Mobiliario optimo**

Para toda organización o empresa de diferentes rubros es indispensable brindar los mobiliarios de primera, de manera segura y lo mejor para el cliente.

### **Indicador 03: Percepción de la infraestructura**

Este indicador se define como la primera impresión de los sentidos del cliente que se tiene de acuerdo a lo que se ve y se sienta, por lo tanto, es indispensable brindar la infraestructura segura y fiable para el cliente.

#### *2.2.2.11.2. Dimensión 02: Fiabilidad*

Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry L. (1993), menciona, “Habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa” (p. 29).

La fiabilidad como segunda dimensión, los autores indican que es la capacidad para cumplir con lo que promete la empresa u organización de manera fiable y cuidadosos, de esa manera conllevaría que los clientes se sientan más seguros, debido a que obtendrán el servicio o producto que la empresa les haya prometido, mencionando también los siguientes indicadores de la segunda dimensión:

### **Indicadores 01: Buena información**

Para que el cliente brinde una información real, precisa y clara es muy fundamental que él confié en la empresa repercutiendo así la fiabilidad del cliente.

## **Indicadores 02: Interés por resolver problemas**

Todo cliente espera absolver las dudas, para ello el trabajador tiene que estar preparado para resolver cualquier tipo de problemas que se presente en último momento en cualquier circunstancia donde el cliente de esa manera percibirá el interés, el cual es dar soluciones a las circunstancias que se den.

## **Indicadores 03: Cumplen con lo prometido**

Uno de los factores para captar la atención de los clientes es el marketing empresarial, una vez captado esa atención es fundamental brindar a los clientes lo que se les ha prometido, generando la confianza de los clientes.

### *2.2.2.11.3. Dimensión 03: Seguridad*

Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry L. (1993), menciona, “Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar creatividad y confianza” (p. 29).

Como última dimensión que se eligió para este trabajo de investigación es seguridad que los autores indican que son los conocimientos y las atenciones que los empleados aportan y brindan a los clientes, demostrando características como habilidades creatividad y confianza, mencionando también de esta forma, los siguientes indicadores de la dimensión:

## **Indicadores 01: Seguridad en el local**

Para la empresa de diferentes rubros respecto a la seguridad es muy fundamental, salvaguardando así la seguridad de los clientes. Es importante cumplir con las normas de seguridad en todo establecimiento, así se evitarán accidentes.

## **Indicadores 02: Amabilidad en la atención**

Los trabajadores tienen que estar bien capacitados para dar una buena atención a los clientes, siendo amables, educados y corteses por más que el cliente sea crítico.

### **Indicadores 03: Protocolo de seguridad**

Las normas que se exige para toda empresa es muy importante cumplirlos al pie de las reglas para la protección de los trabajadores y de los clientes.

#### **2.3. Definición de términos básicos**

**Producto en buen estado.** Este indicador es muy importante, la calidad es fundamental el cual nos genera mayor competitividad en el mercado y lograr así, la mayor satisfacción para el consumidor. Brindar un producto de calidad y de primera, el cual genera un impacto positivo para el cliente.

**Mobiliario óptimo.** Para toda organización o empresa de diferentes rubros es indispensable brindar los mobiliarios de primera, ya que son elementos que van a influir en la aceptación por parte del comensal que es de manera segura para el cliente.

**Percepción de la infraestructura.** Este indicador se define como la primera impresión de los sentidos del cliente que tiene de acuerdo a lo que ve y siente, por lo tanto, es indispensable brindar la infraestructura segura y fiable para el cliente.

**Buena información.** La información confiable es crucial para el cliente, brindar una información real, precisa y clara es muy fundamental para que el cliente confié en la empresa repercutiendo así la fiabilidad del cliente.

**Interés y colaboración.** Todo cliente espera absolver las dudas, para ello el trabajador tiene que estar preparado para resolver cualquier tipo de problemas que se presente en último momento en cualquier circunstancia donde se involucre el trabajo de varias personas en equipo o en grupos como un aspecto intrínseco de la sociedad humana, se aplica en diversos contextos, como la ciencia, el arte, la educación y negocios el cliente de esa manera percibirá el interés de dar soluciones a las circunstancias que se den.

**Administración del personal.** Es todo concepto y técnica, las cuales, pueden resolver asuntos relacionados con áreas administrativas, éstas van a incluir reclutamiento, capacitaciones y asignación de labores para el personal, con el objetivo que la fuerza laboral mantenga eficiencia en el trabajo.

**Seguridad.** Para la empresa de diferentes rubros respecto a la seguridad es muy fundamental, salvaguardando así la seguridad de los clientes. El cual ayuda a mantener y preservar un ambiente tranquilo, seguro de de calidad optima tanto para el empleo como para los clientes.

**Amabilidad en la atención.** Ser amables muestra actos de ayuda al prójimo, a interactuar mejor con los clientes, Los trabajadores tienen que estar bien capacitados para dar una buena atención a los clientes, ya que, siendo amables, educados propician un ambiente cómodo para los comensales y habría más posibilidades de aumentar la asistencia en el establecimiento.

**Protocolo de seguridad.** Las normas de seguridad para toda empresa son muy importantes, las cuales, se tienen que cumplir al pie de la letra para generar tranquilidad y protección de los trabajadores y de los clientes.

**Seguridad dentro del local.** Muchas de las ocurrencias o percances se tienen al interior, esto debido a la cantidad de personas que circulan en este espacio, por ende, se necesita del apoyo de la seguridad fuera del local en conjunto con un administrador atento al movimiento al interior del local.

**Publicidad.** Este es un punto clave, mucho de esta publicidad se brinda por medio de la buena atención que se realiza en el local, la capacidad de atención al cliente permite generar mayor clientela para beneficio de la empresa.

**La educación.** A medida que el cliente se hace frecuente, un saludo o un adios vuelva pronto, se vuelve importante para el cliente, ya que esto muestra que el personal es cordial y educada tanto al inicio como al final.

**La productividad.** La productividad por parte de los empleados son una fuente directa para obtener información sobre la eficiencia y capacidad que tienen para atender en el menor tiempo y genera mayor satisfacción en el cliente.

**El tiempo.** El tiempo es importante, la espera para atender a los clientes son elementos más influyentes en la experiencia que siente en el restaurante, ya que muchos de los clientes, no suelen tener mucha paciencia.

**Desempeño.** El desempeño del personal estará seccionado en diferentes áreas, que a su vez es en conjunto, el cual logra una mayor eficiencia para generar así, mayor satisfacción del cliente.

**Evaluación del desempeño.** Siempre se tiene que evaluar al personal, con el fin de tener mejores respuestas y mayor productividad en el restaurante, prescindir del personal que reste una vez que asuma no siendo malos administradores, sino que se note que todos tienen que ir por los mismos objetivos.

**Satisfacción laboral.** La satisfacción no solo es por parte del cliente, en este caso nos referimos a la satisfacción que también, genera un buen trabajo en equipo con mirada fija en los objetivos.

**Satisfacción del cliente.** La satisfacción del cliente se da con el resultado de todo el conjunto de propuestas y resultados por parte del personal, generando así clientes fijos y nuevos clientes.

**Motivación.** Es un medio por el cual genera mayor entusiasmo para cumplir sus responsabilidades encomendadas, hacer que alguien sienta interés, es un impulso subjetivo que experimenta una persona para emprender una acción.

**Empatía.** Es la capacidad que se tiene para percibir, entender e incluso compartir sentimientos ajenos. En este caso colocarnos en la posición del cliente nos ayuda a mejorar como empresa.

**Higiene.** Parte del protocolo de seguridad es que el cliente se rodee de un espacio limpio y agradable, generándole así, seguridad tanto en el lugar, como en futuros pedidos telefónicos a medida de delivery.

**Herramientas óptimas.** Brindar al trabajador herramientas óptimas para su desempeño laboral genera mayor eficiencia y eficacia para desenvolverse en su área, realizando de forma práctica los pedidos encomendados.

**Rendimiento.** Es la proporción entre el producto o resultado que se obtiene, ya sea con los medios, humanos y materiales utilizados para tal efecto, generando mayor rendimiento en el personal.

**Capacitaciones.** Aunque parezca innecesario en un restaurante, las capacitaciones han mostrado un mejor desempeño laboral en el personal, ya que

muchos han aprendido a evaluar sus puntos débiles y mejorarlos. Generando mayor desarrollo empresarial.

**Autoconocimiento.** Es la capacidad que se tiene para conocerse a sí mismo y saber cómo podemos reaccionar ante situaciones que se generen en la actividad que estamos realizando.

**Buena administración.** Este se da por el jefe del restaurante, persona adecuada como líder y trabajo en equipo, de él depende, el desarrollo y mejora del restaurante.

**Trabajo en equipo.** El trabajo en equipo es fundamental, confiar en él, es primordial, ya que esto va a generar unión entre el personal y podrán apoyarse en lo que se requiere.

**Vio seguridad.:** A raíz de la pandemia los protocolos de seguridad han aumentado constantemente, el cual no se tiene que escatimar en cuanto a los gastos para brindar esa seguridad que el cliente necesita.

**Ubicación.** La ubicación del restaurante es importante, muchos de ellos, por ende, se encuentran en zonas y avenidas principales, con mayor luz y visibilidad para el cliente.

**Meta.** La definición de meta es la realización de pequeños objetivos que conlleva a conseguir el objetivo como tal. La meta se puede interpretar como expresiones de objetivos en términos cuantitativos y cualitativos.



### **III. MÉTODOS Y MATERIALES**

#### **3.1. Hipótesis de la investigación**

Para autores como Hernández. R. (2016) y otros autores, sostienen que las Hipótesis de la investigación son:

“Proposiciones tentativas sobre las posibles relaciones entre dos o n variables”. (p. 79)

Esta información nos proporciona que nuestras variables elegidas que son satisfacción del cliente y desempeño laboral, son aptas para ser evaluadas en relación.

##### **3.1.1. Hipótesis general**

HG. La percepción en el Desempeño del personal se relaciona con la Satisfacción del Cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.

##### **3.1.2. Hipótesis específicas**

HE 1. La percepción de la calidad en el Desempeño del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.

HE 2. La percepción de la Velocidad en el Desempeño del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.

HE 3. La percepción de la Confiabilidad en el Desempeño del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.

## **3.2. Variables de estudio**

### **3.2.1. Definición conceptual**

#### **Variables 01: Desempeño del personal**

Chiavenato I. (2017), plantea que el desempeño laboral, como “la manera en que las personas cumplen sus funciones, actividades y obligaciones. El desempeño individual afecta el del grupo y éste condiciona el de la organización”. (p. 32).

Esto nos indica que el desempeño laboral de los trabajadores cumple ciertas funciones que afectaran de manera positiva o negativa el desarrollo del cumplimiento de los objetivos y metas las cuales son marcadas y definidas por la empresa.

#### **Variables 02: Satisfacción del cliente**

Según Kotler P. (2010) va a definir la satisfacción del cliente como, "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas". (p. 41).

Esto nos indica que la satisfacción del cliente depende de un cúmulo de impresiones o sensaciones ligados a su estado de ánimo, dicho esto, el cliente será quien defina sus necesidades y expectativa que busca cumplir por factores como la calidad y a su vez, por el servicio que este brinde.

### **3.2.2. Definición operacional**

La operacionalización de las dos variables, tanto desempeño laboral y la satisfacción del cliente se presentan en las siguientes tablas de trabajo:

**Tabla 2.***Cuadro de la Operacionalización de la Variable Desempeño Laboral*

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITMS
Percepción en el Desempeño del Personal	Calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Satisfacción del cliente.</li> <li>● Compromiso</li> <li>● Calidad percibida por el cliente</li> </ul>	6
	Velocidad en el desempeño del personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Tiempo en la atención</li> <li>● Tiempo de espera</li> <li>● Puntualidad</li> </ul>	6
	Confiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Eficacia del personal</li> <li>● Capacidad de respuesta</li> <li>● Eficiencia del personal</li> </ul>	6

**Tabla 3.***Cuadro de operacionalización de la Variable Satisfacción del Cliente*

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITMS
Satisfacción del cliente	Tangibilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Producto en buen estado</li> <li>● Mobiliario optimo</li> <li>● Percepción de la infraestructura</li> </ul>	6
	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Buena información</li> <li>● Interés por resolver los problemas</li> </ul>	6
	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Cumplen con lo prometido</li> <li>● Seguridad del local</li> <li>● Amabilidad en la atención</li> <li>● Protocolo de seguridad</li> </ul>	6

### **3.3. Tipo y nivel de la investigación**

#### **3.3.1. Tipo de investigación**

El tipo de investigación fue aplicada, cuantitativa, pues se aplicó la estadística para lograr el resultado que se ha requerido, es de alcance correlacional, según Hernández H. (2014), el cual sostiene que el “Estudio correlacional asocian variables mediante un patrón predecible para un grupo o población” (p. 126).

#### **Variables 01: Desempeño del personal**

El desempeño del personal en toda organización juega un papel muy importante debido a que ello, repercute en la satisfacción del cliente siendo un resultado favorable o no para el cliente.

#### **Variables 02: Satisfacción del cliente**

La segunda variable de mi estudio de investigación es la Satisfacción del cliente, que viene ser el objetivo para toda organización empresarial, ya que teniendo satisfecho al cliente regresaron a consumir el mismo producto y no solo eso, también se logra que los clientes recomienden tales productos, contando sus experiencias que adquirieron en la empresa, además, nos permiten captar más clientes a nuestra empresa y se empieza planteando definiciones acerca de esta variable.

#### **3.3.2. Nivel de investigación**

##### **1) Descriptivo**

Según Hernández, et al (2010), nos mencionan que los estudios descriptivos “miden, evalúan o recolectan datos sobre los diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar” (p. 95).

Dicho esto, es de mucha importancia para la presente investigación y la recolección de datos para generar resultados que puedan ayudar a fortalecer el desarrollo del nivel administrativo y así mostrar una mejor capacidad laboral.

## 2) Correlacional

Citando de Bernal (2010) indica:

Indica que son los estudios que se encargan de identificar la relación entre dos o más conceptos o variables. Los estudios correlacionales tienen en cierta forma un valor tanto explicativo, con esto puede conocer el comportamiento de otras variables que estén relacionadas. (p. 114)

Esto nos indica que nuestras variables mantienen una relación entre si, siendo estas capaces de unirse sin ningún problema, generando resultados uno con el otro y así poder conocer las expectativas tanto laborales como del cliente, para mejorar el funcionamiento de la empresa.

**Tabla 4.**  
*Valores de la prueba de correlación de Rho Spearman*

Valores	Lectura
De -0,90 a -1	Correlación muy alta
De -0.71 a -0.90	Correlación alta
De -0.41 a -0.70	Correlación moderada
De -0.21 a -0.40	Correlación baja
De 0 a -0.20	Correlación prácticamente nula
De 0 a 0.20	Correlación prácticamente nula
De +0.21 a 0.40	Correlación baja
De +0.41 a 0.70	Correlación moderada
De +0.71 a 0.90	Correlación alta
De +0.91 a 1	Correlación muy alta

Fuente: Bisquerra, R. (2006).

### **3) Cuantitativa**

De acuerdo con Bernal (2016), menciona que el Método cuantitativo o método tradicional: Se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado. (p. 60).

Según Hernández H. (2014), manifiesta que en el “Estudio correlacional, asocian variables mediante un patrón predecible para un grupo o población” (p. 126).

Siendo nuestra investigación parte de una idea establecida por objetivos, desde el punto de vista teórico, los cuales generan hipótesis y se determinan variables por el cual se manifiestan en procesos estadísticos con la finalidad de obtener resultados, por ende, conclusiones para dar respuesta a nuestras hipótesis. Dicho esto, se trata de mostrar y demostrar la validez de la hipótesis “La percepción de la calidad en el Desempeño del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.”

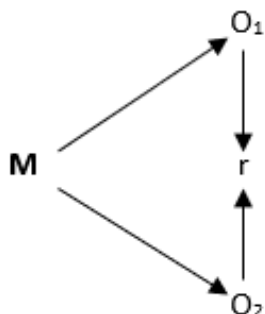
#### **3.4. Diseño de la investigación**

Según Hernández H. (2014). Nos dice que el

El diseño de la investigación será no experimental de corte transversal correlacional debido a que se describirán la relación entre dos variables en un momento determinado. Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos de un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (p. 154)

El diseño de esta investigación es no experimental, el cual es un estudio que se realiza sin manipulación deliberada de variable y en los que se observa solamente los fenómenos en su ambiente natural para poder analizarlos.

La investigación es transversal, puesto que solo se va a recaudar una sola vez, los datos para nuestro estudio y correlacional debido que se buscó la relación entre ambas variables y sus dimensiones.



Donde:

M= Muestra

O<sub>1</sub>= Observación de la Variable 1

O<sub>2</sub>= Observación de la Variable 2

r= Correlación entre las variables

### 3.5. Población y muestra de estudio

#### 3.5.1. Población

La población esta, definida por Hernández H. (2014) menciona que:

Una población puede definirse como el universo de la investigación y puede estar conformada por personas, cosas, objetos que pueden representar un componente de análisis u objeto de estudio con la finalidad de obtener conclusiones con respecto a las características que permitan observar a cada elemento que lo conforma. (p. 44).

La población estuvo compuesta por un total de dos grupos, uno por cada variable: Desempeño del personal que fue tomado a los trabajadores de la pollería y el segundo grupo a los clientes correspondientes a un mes que son 1715 clientes en la pollería Manolo Chicken de Villa María.

### 3.5.2. Muestra

En mucho de los casos relacionado con clientes, la muestra es variable con respecto a la población de clientes, ya que se tiene que tener en cuenta casos como las temporadas altas y bajas. Se presenta a su vez casos de una población desconocida, con los que no se muestra un marco muestral que corresponda, la cual se asume una población desconocida o infinita. (Bernal, 2016; p. 174).

Murray (2013), “considera que, la muestra es un subgrupo de la población, los cuales correspondieron a un estudio del trabajo de campo, con los que se pueden observar las variables”. (p. 65)

$$n = \frac{Z^2pq}{E^2}$$

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza deseado

p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e= Nivel de error dispuesto a cometer

La población estuvo compuesta por un total de 245 clientes, promedio por día, correspondiente al promedio sumatorio de una semana en las que asistieron un total de 1715 clientes a la pollería Manolo Chicken de Villa María.



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

#### **3.6.1. Técnica de recolección de datos**

**Técnica:** la encuesta

Para nuestra investigación, se utilizó la técnica de la encuesta siendo la información por medio de preguntas escritas organizadas en un cuestionario virtual, el cual permitió dar respuesta al grado de influencia de variables, tras el recojo de información sistemática, por ende, asegura el rigor científico solicitado. La encuesta se realizó tanto al personal que trabajó en la Pollería Manolo Chicken, como a los clientes.

La encuesta fue escrita o virtual siendo un procedimiento como fuente de recolección de datos que se va a realizar con la muestra fija, es una técnica que se empleó como guía. Aravena, et al (2006) no dice que es una estrategia de investigación basada en las declaraciones verbales o escritas de una población o muestra concreta, a la que se realiza una consulta para conocer determinar realidades políticas, sociales, económicas o culturales, o el estado de opinión sobre un tema en particular.

#### **3.6.2. Instrumento de recolección de datos**

##### **1) Instrumento:** cuestionario

Para nuestro estudio, se utilizó el cuestionario, como un instrumento de recolección de datos, dicho estudio no requiere de un personal especializado para aplicarlo, por consecuente, se logró identificar y conocer la opinión de los encuestados.

Autores como Hurtado (2000) señala que “el cuestionario es una serie de preguntas relativas a una temática, para obtener información” (p. 469).

**Tabla 5.**

*Cuestionario sobre la percepción del desempeño del personal y su relación con la satisfacción del cliente*

Titulo:	Cuestionario sobre la percepción del desempeño del personal y su relación con la satisfacción del cliente.
Ficha técnica:	
Autor:	Guillen Cabanillas, Cyntia Maribel
Institución:	Universidad Privada Telesup
Año:	2020
Tipo de instrumento:	Cuestionario
Duración	25 minutos
Cantidad de preguntas:	38 preguntas
Ámbito de aplicación:	Clientes de a pollería Manolo Chiken de Villa María
Forma de administración:	Encuesta virtual
El cuestionario constara de 5 dimensiones:	
1. Nunca	
2. Casi nunca	
3. A veces	
4. Casi siempre	
5. Siempre	

**2) Escala de Likert**

Según Hernández, et al (2014), indica que “Conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías.” (p.245).

**Tabla 6.**

*Calificación y evaluación del cuestionario de percepción del desempeño laboral y su relación con la satisfacción del cliente.*

Alternativas	Puntuación	Afirmación
N	1	Nunca
CN	2	Casi nunca
A	3	A veces
CS	4	Casi siempre
S	5	Siempre

*Fuente: elaboración Propia*

### 3) Validez del instrumento

Según Cuervo (2008), la validez de contenido consiste en qué tan adecuado es el muestreo que hace una prueba del universo de posibles conductas, de acuerdo con lo que se pretende; los miembros de dicho universo U pueden denominarse reactivos o ítems.

En esta investigación se tiene el juicio de dos expertos en la materia quienes han validado nuestras preguntas para que éstas puedan ser aplicadas, luego a los clientes de la pollería Manolo Chiken de Villa María.

**Tabla 7.**  
*Validación de juicio de expertos*

Experto	Validador	Nivel de aplicación
Mg. Giannino, Corvetto Castro	Temático	Aplicable
Mg. Michel Jaime, Mendez Escobar	Metodólogo	Aplicable

Fuente: Elaboración propia.

### 4) Confiabilidad del instrumento

Hernández (2014) menciona que “La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales”. (p.200).

Esto nos permitió medir con ciertos valores, los cuales nos generaron resultados para el presente estudio.

#### **Análisis de Fiabilidad:**

**Tabla 8.**  
*Escala de interpretación de la confiabilidad*

Interpretación	Escala
Alta confiabilidad	0.9 a 1
Fuerte confiabilidad	0.76 a 0.89
Moderada confiabilidad	0.5 a 0.75
Baja confiabilidad	0.01 a 0.49
No es confiable	-1 a 0

Fuente: Pino (1982).

### **3.7. Métodos de análisis de datos**

El método que se utilizó en nuestro análisis de datos comprende el proceso de tabulación de la muestra, se realizaron tablas y gráficos de frecuencias, los cuales explicaron los comportamientos de nuestras variables. La prueba de hipótesis se realizó en el ritual de la significancia estadística que explicaron técnicas para nuestros fines, en esta investigación. Dicho esto, se aplicó en este caso, la prueba de  $\chi^2$ , el software estadístico que se empleó fue el SPSS versión 25.

### **3.8. Aspectos éticos**

Siendo la tesis respetada por las normas internacionales, se confirma que esta tesis es de autoría propia y que se va a respetar las citas y las referencias para las fuentes que se han consultado.

Los datos que se han de presentar en los resultados son reales, no han sido falseados, ni se han duplicado, ni copiado siendo estos aspectos aportes a nuestra realidad, al cual se ha investigado.

Los datos han sido tomados de manera real y concisa a los clientes de la Pollería Manolo Chiken de Villa María, en el cual se ha tomado en cuenta la reserva de identificación de los clientes respetando así su individualidad.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Resultados descriptivos

**Tabla 9.**  
*Escala: VA01*

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		N	%
Casos	Válido	150	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	150	100,0

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 10.**  
*Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,982	18

**Tabla 11.**  
*Escala: VA02*

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		N	%
Casos	Válido	150	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	150	100,0

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 12.**  
*Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,825	18

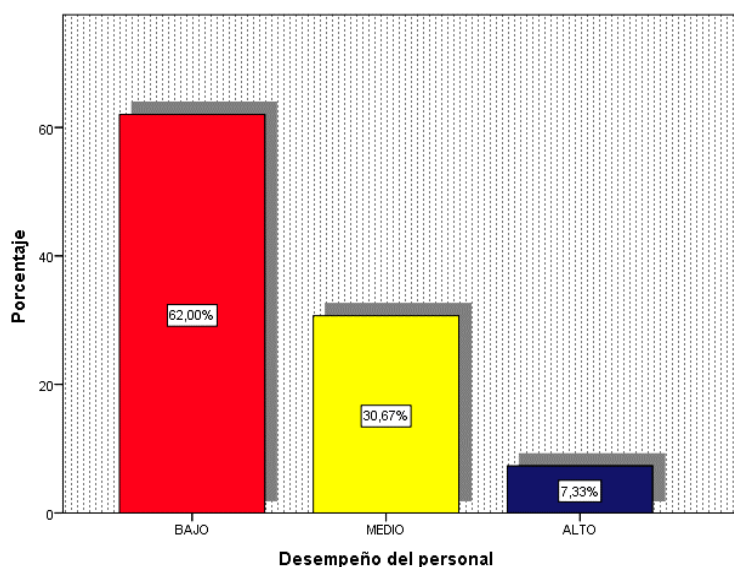
*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 13.**

Los niveles de la percepción en el desempeño del personal percibidas por el cliente son:

<b>Desempeño del personal</b>			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	93	62,0
	MEDIO	46	30,7
	ALTO	11	7,3
	Total	150	100,0

Fuente: Elaboración propia



**Figura 1.** Niveles del desempeño personal

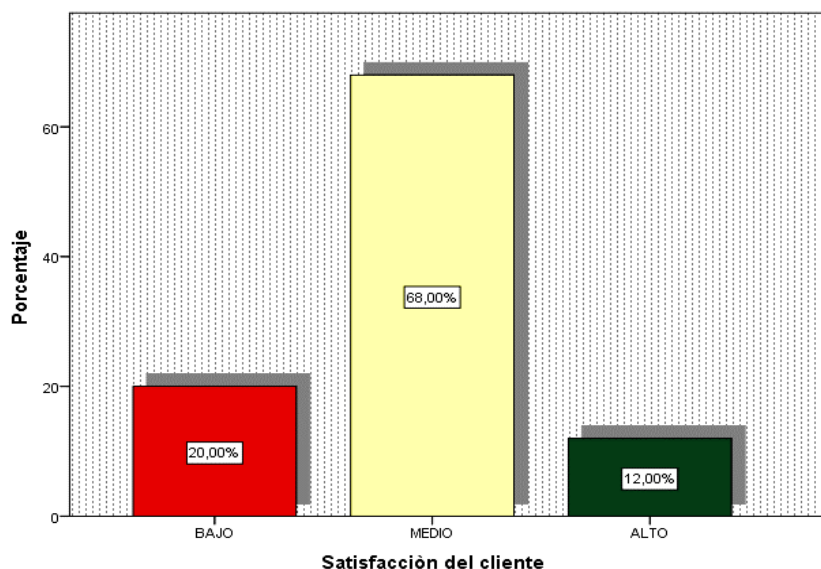
En la tabla 13 y figura 1 se observa, que, de los 150 clientes, manifiestan percibir bajos niveles (62,00%) en la percepción en el desempeño del personal, 46 indican percibir un nivel medio (30,7%) y 11 de los clientes (7,3%) manifiestan percibir un nivel alto de Desempeño del personal en la pollería Manolo Chicken.

**Tabla 14.**

Los niveles de satisfacción del cliente de la pollería Manolo Chiken demuestran lo siguiente:

Satisfacción del cliente			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	30	20,0
	MEDIO	102	68,0
	ALTO	18	12,0
	Total	150	100,0

Fuente: Elaboración propia



**Figura 2.** Satisfacción del cliente

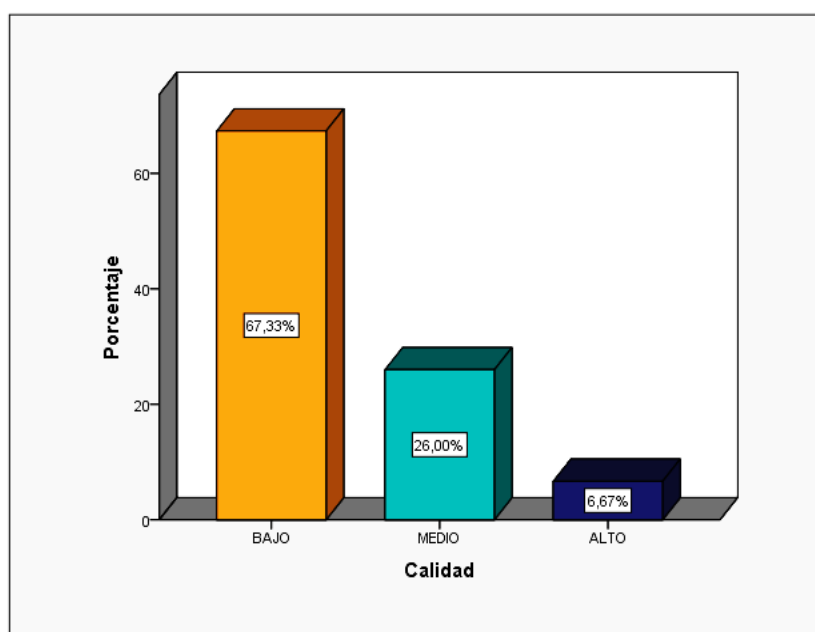
En la tabla 14 y figura 2 se observa, que, de los 150 clientes, 30 clientes manifiestan percibir bajos niveles (20,00%) en la satisfacción de los clientes, 102 indican percibir un nivel medio (68,0%) y 18 de los clientes (12,0%) manifiestan percibir un nivel alto de Satisfacción del cliente en la pollería Manolo Chiken.

**Tabla 15.**

*Niveles de percepción en el desempeño del personal en la dimensión calidad de los trabajadores de la pollería Manolo Chiken muestran:*

<b>Calidad</b>			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	101	67,3
	MEDIO	39	26,0
	ALTO	10	6,7
	Total	150	100,0

*Fuente: Elaboración propia*



**Figura 3.** Calidad

En la tabla 15 y figura 3 se observa, que, de los 150 clientes, 101 clientes manifiestan percibir bajos niveles (67,3%) en la calidad, 39 indican percibir un nivel medio (26,0%) y 10 de los clientes (6,7%) manifiestan percibir un nivel alto en la dimensión calidad en la pollería Manolo Chiken.

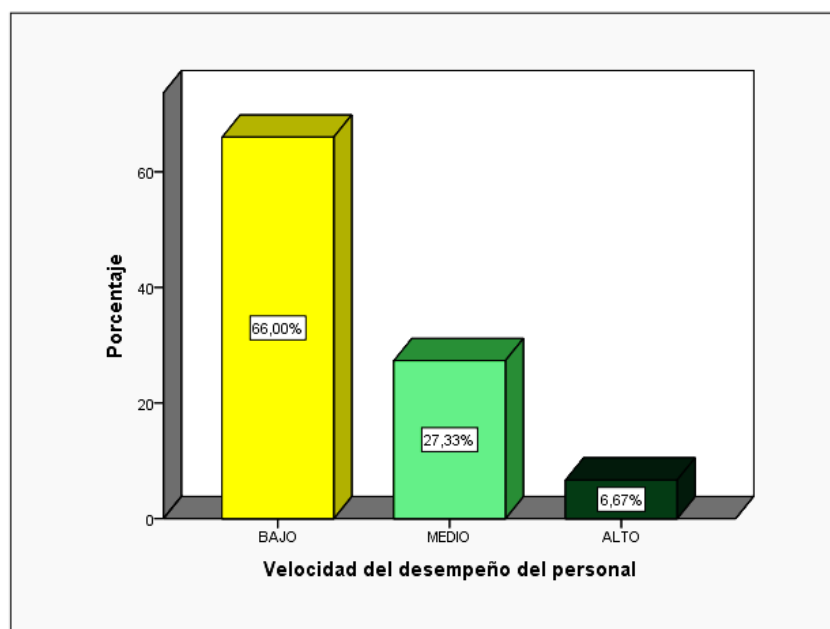


**Tabla 16.**

*Niveles de percepción en el desempeño del personal en la dimensión velocidad en los trabajadores de la pollería Manolo Chiken muestran*

<b>Velocidad del desempeño del personal</b>			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	99	66,0
	MEDIO	41	27,3
	ALTO	10	6,7
	Total	150	100,0

*Fuente: Elaboración propia*



**Figura 4.** Velocidad del desempeño del personal

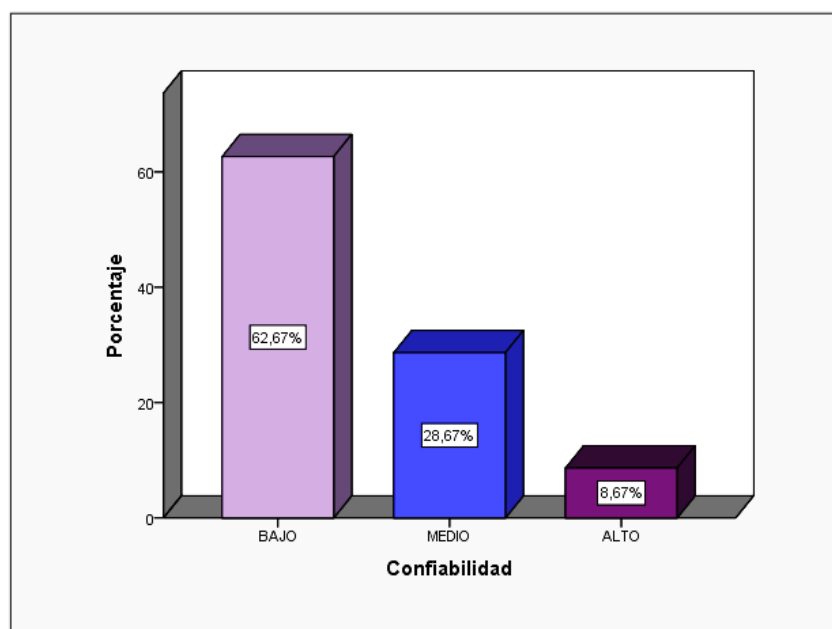
En la tabla 16 y figura 4 se observa, que, de los 150 clientes, 99 clientes manifiestan percibir bajos niveles (66,0%) concerniente a la velocidad en el desempeño del personal, 41 indican percibir un nivel medio (27,3%) y 10 de los clientes (6,7%) manifiestan percibir un nivel alto en la dimensión velocidad en el desempeño del personal en la pollería Manolo Chiken.

**Tabla 17.**

*Niveles de percepción en el desempeño del personal en la dimensión confiabilidad de la pollería Manolo Chiken muestran*

<b>Confiabilidad</b>			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	94	62,7
	MEDIO	43	28,7
	ALTO	13	8,7
	Total	150	100,0

*Fuente: Elaboración propia*



**Figura 5.** Confiabilidad

En la tabla 17 y figura 5 se observa, que, de los 150 clientes, 94 clientes manifiestan percibir bajos niveles (62,7%) concerniente a la confiabilidad en el desempeño del personal, 43 indican percibir un nivel medio (28,7%) y 13 de los clientes (8,7%) manifiestan percibir un nivel alto en la dimensión confiabilidad en el desempeño del personal en la pollería Manolo Chiken.

#### 4.2.1. Prueba de hipótesis general.

H0: No existe relación entre la percepción en el Desempeño del personal y la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.

H1: Existe relación entre la percepción en el Desempeño del personal y la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.

**Tabla 18.**

*Nivel de correlación y significación de la percepción en el desempeño del personal y satisfacción del cliente.*

			Correlaciones	
			Desempeño del personal	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Desempeño del personal	Coeficiente de correlación	1,000	,892**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,892**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 18, se observa la relación entre las variables determinadas por el Rho de Spearman  $\rho = 0.892$ , lo cual significa que existe una correlación alta entre las variables, frente al  $p = 0.000 < 0.05$ , por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: Existe relación entre percepción en el desempeño del personal y la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.

#### 4.2.2. Prueba de hipótesis específicas.

##### Hipótesis específica 1:

H0: No existe relación entre la percepción de la calidad en el Desempeño del personal se y la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.

H1: Existe relación entre la percepción de la calidad en el Desempeño del personal se y la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020. Tabla 16

**Tabla 19.**

*Nivel de correlación y significación la calidad y satisfacción del cliente*

		Correlaciones		
			Satisfacción del cliente	Calidad
Rho de Spearman	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	1,000	,890**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Calidad	N	150	150
		Coeficiente de correlación	,890**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.	
		N	150	150

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 19, se observa la relación entre las variables determinada por el Rho de Spearman  $\rho = 0.890$ , lo cual significa que existe una correlación alta entre las variables, frente al  $p = 0.000 < 0.05$ , por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: Existe relación entre la calidad y la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.

## Hipótesis específica 2:

H0: No Existe relación entre la percepción de la Velocidad en el Desempeño del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.

H1: Existe relación entre la percepción de la Velocidad en el Desempeño del personal y la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020

### Tabla 20.

*Nivel de correlación y significación la velocidad en el desempeño del personal y satisfacción del cliente*

		Correlaciones		
			Satisfacción del cliente	Velocidad del desempeño del personal
Rho de Spearman	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	1,000	,899**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Velocidad del desempeño del personal	N	150	150
		Coefficiente de correlación	,899**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 20, se observa la relación entre las variables determinada por el Rho de Spearman  $\rho = 0.899$ , lo cual significa que existe una correlación fuerte entre las variables, frente al  $p = 0.000 < 0.05$ , por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: Existe relación entre la velocidad en el desempeño del personal y la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.

### Hipótesis específica 3:

H0: No Existe relación entre la percepción de la Confiabilidad en el Desempeño del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.

H1: Existe relación entre la percepción de la Confiabilidad en el Desempeño del personal y la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.

**Tabla 21.**

*Nivel de correlación de confiabilidad y desempeño del personal*

			Correlaciones	
			Satisfacción del cliente	Confiabilidad
				ad
Rho de Spearman	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	1,000	,799**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
	Confiabilidad	Coeficiente de correlación	,799**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 21, se observa la relación entre las variables determinada por el Rho de Spearman  $\rho = 0.799$ , lo cual significa que existe una correlación alta entre las variables, frente al  $p = 0.000 < 0.05$ , por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: Existe relación entre la confiabilidad y la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.

## V. DISCUSIÓN

De acuerdo con la solución en el plano estadístico del desempeño laboral y satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chiken, Villa María del Triunfo, Lima - 2020, se determinó que existe relación directa y muy significativa entre el desempeño laboral y la satisfacción del cliente, siendo resultados semejantes a lo que propuso Vigo.D. (2018), en su tesis llamada *“El desempeño laboral y la calidad de servicio en la empresa Gerimed S.A.C. Surco - 2018”*, en la que concluye que: El desempeño laboral tiene una correlación positiva con la calidad de servicio brindado una satisfacción positiva en el cliente de la empresa Gerimed S.A.C. Surco – 2018.

Con respecto a la determinación de la relación entre el desempeño laboral y la fiabilidad en la Pollería Manolo Chiken, Villa María del Triunfo, Lima – 2020 se estableció que la variable desempeño laboral y la dimensión calidad, tiene relación significativa. En los estudios de las cuales se ha considerado como antecedentes no se ha encontrado las relaciones entre dichas dimensiones de la variable desempeño laboral y las dimensiones de la variable satisfacción del cliente, por lo tanto, se debe considerar esta relación como general entre las variables generales, al respecto, los resultados van a coincidir con lo planteado por Martínez R. (2016), en su tesis denominada *“Calidad del servicio y satisfacción del cliente en restaurantes de comida marina Chimbote, 2016.”* . concluye que hay una relación significativa y positiva entre el nivel de satisfacción y el desempeño, la cual se interpreta que existe una relación significativa entre ambas variables elegidas.

Con respecto a la relación que hay entre desempeño laboral y la seguridad en la Pollería Manolo Chiken, Villa María del Triunfo, Lima – 2020 se determina que, la variable desempeño laboral y la dimensión seguridad, tienen relación significativa. En los estudios considerados como antecedentes no se ha encontrado las relaciones entre las dimensiones de la variable desempeño laboral y las dimensiones de la variable satisfacción del cliente, por lo que debemos considerar esta relación como general, entre las variables generales, al respecto, con los resultados que coinciden con lo plantado por Quispe O. y Maza W. (2017), en su tesis *“Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa G&C Imperial*

*cargo SRL., Cusco, 2017”* se concluye que hay una relación significativa y positiva entre el nivel de satisfacción y el desempeño que se interpreta con la existencia de una relación significativa entre ambas variables.

Con respecto a la determinación de la relación entre la variable desempeño laboral y la dimensión, confiabilidad en la Pollería Manolo Chiken, Villa María del Triunfo, Lima - 2020, se concluye que tienen relación directa y significativa. Siendo considerados como antecedentes no se han encontrado las relaciones entre las dimensiones de la variable desempeño laboral y las dimensiones de la variable satisfacción del cliente, por lo que debemos considerar esta relación como general, entre las variables generales, al respecto, los resultados coinciden con lo que planteó Vigo D. (2018), en su tesis llamada *“El desempeño laboral y la calidad de servicio en la empresa Gerimed S.A.C. Surco - 2018”*, se concluye que, el desempeño laboral y satisfacción del cliente tiene una relación positiva moderada.



## VI. CONCLUSIONES

Los resultados del presente estudio, en base a la información recopilada de los clientes de la pollería Manolo Chiken fueron los siguientes:

- Primera.** Objetivo general, se concluye que el Desempeño Laboral tiene una relación directa y muy significativa con la segunda variable satisfacción del cliente, por lo tanto, se determinó que un buen desempeño laboral va a contribuir en la satisfacción del cliente, el cual, es la razón principal de una empresa, quienes consideran al cliente como eje principal siendo su permanencia y crecimiento en el mercado.
- Segunda.** Se ha determinado que hay relación entre la variable Desempeño Laboral y la dimensión calidad es directa significativa, representando como un factor importante para brindar un servicio que el cliente espera, una preocupación constante por parte del cliente, los cuales van mejorando para dar buenos resultados en la satisfacción del cliente.
- Tercera.** Se ha aprobado la variable Desempeño Laboral y la dimensión tangibilidad es directa significativa, representando a la sensibilidad los factores productos de calidad, mobiliario óptimo y percepción de la infraestructura, debiendo poner énfasis en estos factores, que son los cuales ayudarán a la mejora de los resultados en cuanto a la percepción por parte del cliente, el cual va a mejorar la satisfacción del cliente.
- Cuarta.** Se ha determinado que la variable Desempeño Laboral y la dimensión seguridad es directa significativa, representando a la sensibilidad los factores seguridad en el local, amabilidad en la atención y protocolos de bioseguridad, los cuales deben tener en cuenta que, estos factores contribuyan a fortalecer la percepción del cliente acerca de la calidad que se brinde en el restaurante.

## **VII. RECOMENDACIÓN**

Con respecto al objetivo general se recomienda que los dueños de la pollería tomen en cuenta algunas estrategias con el fin de seguir mejorando el desempeño del personal y que se siga reflejando en la percepción que tiene el cliente del servicio, capacitando al personal para que brinden una mejor atención a los clientes.

En el caso de la primera dimensión se conoce que la calidad que percibe el cliente es un punto importante, la cual es atractivo y aceptable para mantener o incrementar los clientes. Siendo el motivo en este sentido, que se recomienda mantener estándares altos de calidad, estar siempre atentos a los requerimientos por parte de los clientes y así lograr una mayor satisfacción por parte de ellos.

Con respecto a la segunda dimensión que es la velocidad en el desempeño del personal, esta dimensión es importante para la percepción de los clientes, ya que ellos esperan que sus pedidos sean atendidos en el menor tiempo posible y así, evitar ciertas incomodidades por parte de ellos, que tengan la mejor predisposición ante alguna necesidad que el cliente requiera o que sus quejas sean resueltas a la brevedad posible, por ello se recomienda capacitar constantemente a los trabajadores para que puedan desenvolverse con mayor rapidez en su área respectiva dentro de la pollería.

Por último, tenemos a la tercera dimensión que es la confiabilidad, uno de los puntos importantes debido a que, en cuanto a esta dimensión, el cliente volverá a visitar el establecimiento. Por ello, se recomienda a los dueños trazarse objetivos simples, claros y junto al personal enfatizar sus enfoques en la satisfacción del cliente con respecto a sus necesidades y expectativas que éste necesite, ya que finalmente, podrá crear una relación de lealtad con sus consumidores y generar nuevos clientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alles, M. (2017). Desarrollo del Talento Humano, Basado en competencias. Ediciones Granica S. A. Buenos Aires, Argentina.
- Alles, M. (2018). Desempeño por competencias, Evaluación de 360°. Ediciones Granica S. A. Buenos Aires, Argentina.
- Alles, M. (2015). Dirección estratégica de RR HH. Gestión por competencia. Volumen 1. Ediciones Granica S. A. Buenos Aires, Argentina.
- Alles, M. (2017). Dirección estratégica de RR HH. Gestión por competencia. Volumen 2. Ediciones Granica S. A. Buenos Aires, Argentina.
- Alles, M. (2019). Diccionario de términos, RR HH. Ediciones Granica S. A. Buenos Aires, Argentina.
- Arias, A. (2013). Calidad de los servicios y satisfacción del usuario, cuaderno de trabajo N° 11. Facultad de Ciencias de la Documentación, Universidad Complutense de Madrid. España.
- Burckhardt, L. Gisbert, V. Pérez, A. (2016). Una Guía de implantación de la norma ISO 9001: 2015. Aplicación pymes de la comunidad valenciana. Área de innovación y Desarrollo, S. L. España.
- Burga, G. y Wiese, S. (2018). Motivación y el Desempeño laboral del personal administrativo en una Empresa Agroindustrial de la Región Lambayeque. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Lambayeque: Perú.
- Bustamante, M. Zerda, E. Obando, F. Tello, M. (2019). Fundamentos de la calidad de servicio, el modelo servqual. Revista empresarial.
- Calderon, A. (2020). Satisfacción Del Cliente En Relación Al Servicio Que Oferta La Compañía De Estudios Administrativos Y Sociales Coedas Cia.Ltda. (Tesis de pregrado). Riobamba. Ecuador.

- Chiavenato, I. (2017). Administración de recursos humanos, El capital humano de las organizaciones. Décima edición. Mcgraw-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. México.
- Chiavenato, I. (2017). Comportamiento organizacional, La dinámica del éxito en las organizaciones. Tercera edición. Mcgraw-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. México.
- Chiavenato, I. (2020). Gestión de Talento Humano, El nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones. Quinta edición. Mcgraw-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. México.
- Colin, L. (2002). Las normas ISO 9000: 2000 de sistemas de Gestión de calidad. Artículos técnicos. Boletín IIE.
- Duarte, J. (2014). Calidad de servicio (Revisión de Corrientes Principales y Propuestas para Investigación futura). Facultad de Economía de la Empresa, Universidad Autónoma de Barcelona. España.
- Hipólito, O. Quispe, W. y Maza, S. (2017). Calidad De Servicio Y Satisfacción Del Cliente en La Empresa G&C Imperial Cargo S.R.L. (Tesis de pregrado). Universidad Peruana Unión. Cusco: Perú.
- Martínez, R. (2016). Calidad del Servicio Y Satisfacción del Cliente en Restaurantes de Comida Marina. (Tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles. Chimbote: Perú.
- Ortiz, f. (2018). Los Procesos De Inducción En El Desempeño Laboral De Los Colaboradores De La Empresa Eléctrica Provincial Cotopaxi S.A. De La Ciudad De Latacunga. (Tesis de pregrado). Universidad Tecnica de Ambato. Ecuador.
- Quispe, D. (2017). La Rotación De Personal Y La Relación Con El Desempeño Laboral En La Empresa Termoenergéticas del Perú S.A. (Tesis de pregrado) Universidad Privada de Tacna. Perú.
- Quispe, G. (2016). Medición de la Satisfacción del Cliente en Organizaciones No lucrativas de cooperación al desarrollo. Artículo, Facultad de economía, Universidad Nacional de Chimborazo. Ecuador.

- Robalino, L. (2016). El Empoderamiento Y El Desempeño Laboral En La Empresa Marjorie Botas Del Cantón Ambato, Provincia De Tungurahua. (Tesis de pregrado). Ecuador.
- Rossi, R. (2014). Introducción, Servicio al cliente. Artículo económico recuperado de Web: [https://www.academia.edu/40214457/Servicio\\_al\\_cliente\\_por\\_el\\_Dr\\_Ricardo\\_Manuel\\_Rossi\\_Valverde](https://www.academia.edu/40214457/Servicio_al_cliente_por_el_Dr_Ricardo_Manuel_Rossi_Valverde)
- Shilquigua, E. (2018). Gestión Del Talento Humano Y El Desempeño Laboral Del Personal De La Distribuidora Fonseca, Ciudad De Riobamba. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Chimborazo. Riobamba: Ecuador.
- Sotomayor, A. (2018). Administración de recursos humanos, Su proceso organizacional. Universidad Autónoma de Nuevo León. Monterrey. México.
- Sotomayor, M. (2017). Gestión De Servicio Al Cliente Y Sus Efectos En El Nivel De Ventas De La Ferretería Sermantelec De La Ciudad De Riobamba Período junio 2016 - junio 2017. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Chimborazo. Ecuador.
- Tschohl, J. (2014). Servicio al cliente, Técnicas, estrategias y una verdadera cultura para generar beneficios. Décima edición. Chiavenato, I. (2017). Comportamiento organizacional, La dinámica del éxito en las organizaciones. Tercera edición. Service Quality Institute Latin America. Estados Unidos de América.
- Vigo, D. (2018). El Desempeño laboral y la Calidad de Servicio en la Empresa Gerimed S.A.C. Surco. (Tesis de pregrado). Universidad Autónoma del Perú, Lima.
- Workmeter. (2015). Como gestionar el talento en tu empresa. Guía gratuita. Recuperado de Web: <https://es.workmeter.com/guia-gratuita-sobre-gestion-del-talento-empresa>
- Yovera, C. (2018). El modelo SERVQUAL en la evaluación de la calidad de servicio de los centrales azucareros. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. Venezuela.

Zeithaml, V. Parasuraman, A. y Berry, L. (1993). Calidad total en la gestión de servicios. Ediciones Díaz de Santos, S. A. Madrid, España.

## **ANEXO**

## Anexo 1: Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Metodología.			
Como la percepción en el Desempeño del personal se relaciona con la Satisfacción del Cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020	Determinar como la percepción en el Desempeño del personal se relaciona con la Satisfacción del Cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.	La percepción en el Desempeño del personal se relaciona con la Satisfacción del Cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.	<b>Desempeño del personal</b>	Calidad	Satisfacción del cliente	P1- P2	Tipo: No experimental  Cuantitativo  Descriptivo  Correlacional  De corte Trasversal.			
					Compromiso	P3 -P4				
					Calidad percibida por el cliente	P5-P6				
				Velocidad	Tiempo de atención	P7-P8				
					Tiempo de espera	P9-P10				
					Puntualidad	P11-12				
				Confiabilidad	Eficacia del personal	P13-14				
					Capacidad de respuesta	P15-16				
					Eficiencia del personal	P17-18				
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos	<b>Satisfacción del cliente</b>	Tangibilidad	Producto en buen estado	P19-20				
Como la percepción de LA Calidad en el Desempeño del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.	Determinar como la percepción de la calidad en el Desempeño del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.	La percepción de la calidad en el Desempeño del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.			Mobiliario óptimo	P21-22				
					Percepción de la infraestructura	P23-24				
							Buena información	P25-26		
									Interés por resolver problemas	P27-28
				Como la percepción de LA Velocidad en el Desempeño del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.	Determinar como la percepción de la velocidad en el Desempeño del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la pollería manolo chicken del distrito de villa maría del triunfo, lima – 2020.	La percepción de la Velocidad en el Desempeño del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.	Seguridad	Seguridad en el local	P31-32	
Amabilidad en la atención	P33-34									
Protocolo de seguridad	P35-36									
Como la percepción de la Confiabilidad en el Desempeño del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.	Determinar como la percepción de la confiabilidad en el Desempeño del personal SE relaciona con la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.	La percepción de la Confiabilidad en el Desempeño del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Pollería Manolo Chicken del distrito de Villa María del Triunfo, Lima – 2020.								



## Anexo 2: Matriz de operacionalización

### Operacionalización de variable Desempeño del personal

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala Ordinal
Percepción en el Desempeño del personal	Chiavenato I. (2017), el desempeño laboral “es el conjunto de características o capacidades de comportamiento o rendimiento de una persona, equipo u organización. O de seres vivos, maquinas, equipos, productos o sistemas, en comparación con los objetivos, normas o expectativas previamente definidos” (p. 206).	Chiavenato indica que el desempeño laboral son las capacidades y rendimiento laboral que tiene cada trabajador, una persona, equipos o maquinas dentro de una organización.	1. Calidad  2. Velocidad en el desempeño del personal  3. Confiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Satisfacción del cliente</li> <li>- Compromiso</li> <li>- Calidad percibida por el cliente</li> <li>- Tiempo en la atención</li> <li>- Tiempo de espera</li> <li>- Puntualidad</li> <li>- Eficacia del personal</li> <li>- Capacidad de respuesta</li> <li>- Eficiencia del personal</li> </ul>	<p>1=Nunca</p> <p>2=Casi Nunca</p> <p>3=A veces</p> <p>4=Casi siempre</p> <p>5=Siempre</p>

## Operacionalización de variable Satisfacción del cliente

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala Ordinal
Satisfacción del cliente	Para Kotler P. (2017), por su parte sostiene que “Los clientes satisfechos compran de nuevo y cuentan a otro sus buenas experiencias. Los clientes insatisfechos con frecuencia recurren a los competidores y desacreditan el producto ante los demás” (p. 7).	El autor menciona que la importancia de la satisfacción del cliente ya que menciona que un cliente satisfecho regresada a consumir o adquirir los productos en el mismo lugar ya que lograron cumplir con sus expectativas, esto generaría que el cliente se vuelva un cliente fijo y no solo eso también de alguna manera jalaría para la empresa más clientes ya que el cliente satisfecho hablaría sus experiencias positivas. Un cliente insatisfecho sería lo contrario restaría más clientes en la empresa.	<p>1. Tangibilidad</p> <p>2. Fiabilidad</p> <p>3. Seguridad</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto en buen estado</li> <li>- Mobiliario optimo</li> <li>- Percepción de la infraestructura</li> <li>- Buena información</li> <li>- Interés por resolver problemas</li> <li>- Cumplen con lo prometido</li> <li>- Seguridad del local</li> <li>- Amabilidad en la atención</li> <li>- Protocolo de seguridad</li> </ul>	<p>1=Nunca</p> <p>2=Casi Nunca</p> <p>3=A veces</p> <p>4=Casi siempre</p> <p>5=Siempre</p>

### Anexo 3: Instrumento

**Instrucciones:** La encuesta busca recoger información respecto a la “Percepción del desempeño del personal y su relación con la satisfacción del cliente de la Pollería Manolo chicken de Villa María, Lima.” A continuación, se encontrará una serie de preguntas sobre las cuales debe afirmar. Lee con atención; responde las preguntas con la verdad.

#### Opciones de respuesta:

Nunca = 1

Casi nunca = 2

A veces. = 3

Casi siempre. = 4

Siempre. = 5

#### Variables 01. Desempeño del personal

Dimensión 01. Calidad						
Nº	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
Indicador 01. Satisfacción del cliente						
1.	¿Usted cree que la pollería refuerza su capacidad para lograr la satisfacción del cliente?					
2.	¿Usted cree como cliente que la pollería se fija metas para alcanzar niveles óptimos para lograr la satisfacción del cliente?					
Indicador 05. Compromiso						
3.	¿Usted cree que la pollería está comprometida con el cumplimiento de un buen servicio?					
4.	¿Piensa usted como cliente que el trabajo en la pollería es supervisado constantemente para lograr un buen servicio?					
Indicador 03. Calidad percibida por el cliente						
5.	¿Cree usted como cliente que la pollería se esfuerza por brindar una atención de calidad?					
6.	¿En general usted como cliente siempre se siente satisfecho por el servicio recibido por parte de la pollería?					
Dimensión 02. Velocidad						
Indicador 01: Tiempo en la atención						

7.	¿Usted cree que se atiende en el menor tiempo posible de manera presencial en la pollería?					
8.	¿Usted cree que se atiende todas las llamadas a la pollería de manera rápida?					
<b>Indicador 02: Tiempo de espera</b>						
9.	¿Usted como cliente de la pollería es informado previamente del tiempo que tiene que esperar en sus pedidos para llevar?					
10.	¿Usted cree que se esmeran por atender y despachar las ordenes de los clientes en el menor tiempo posible en los pedidos para llevar?					
<b>Indicador 03: Puntualidad</b>						
11.	¿Piensa usted que la pollería entrega los pedidos de los clientes en el tiempo establecido con respecto al delivery?					
12.	¿Cree usted que se entrega las órdenes a los clientes que piden para llevar en el mismo local en el tiempo establecido?					
<b>Dimensión 03. Confiabilidad</b>						
<b>Indicador 01: Eficacia del personal</b>						
13.	¿Cree usted como cliente, que se cumplen los objetivos que tiene la pollería como empresa?					
14.	¿Cree usted como cliente, que la pollería aporta ideas nuevas para mejorar el desempeño de su personal?					
<b>Indicador 02: Capacidad de respuesta</b>						
15.	¿Piensa usted que los trabajadores de la pollería muestran suficiente conocimiento acerca del trabajo que realizan?					
16.	¿Cree usted como cliente que se resuelven los problemas o quejas en corto tiempo?					
<b>Indicador 03: Eficiencia del personal</b>						
17.	¿Cree usted como cliente, que uno o más de los trabajadores cumplen con otras tareas diferentes a su cargo en la pollería?					
18.	¿Cree usted como cliente que los trabajadores realizan sus labores encomendadas sin cometer errores en la pollería?					

## Variables 02. Satisfacción del Cliente

<b>Dimensión 01. Tangibilidad</b>						
<b>Nº</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Indicador 01. Producto en buen estado						
1.	¿Usted se encuentra conforme con la calidad de insumos en el pedido que realizo en la pollería?					
2.	¿Considera usted que los insumos utilizados en la pollería cumplen con sus expectativas?					
Indicador 02: Mobiliario optimo						
3.	¿Considera usted que el mobiliario de la pollería es relativamente nuevo para el servicio?					
4.	¿Considera usted que el acondicionamiento y distribución del área de despacho de la pollería es el adecuado?					
Indicador 03: Percepción de la infraestructura						
5.	¿Piensa usted que la infraestructura interna del local de la pollería va acorde con el servicio que brinda?					
6.	¿Cree usted que la infraestructura externa de la pollería va acorde con el servicio que brinda?					
<b>Dimensión 02. Fiabilidad</b>						
Indicador 01: Buena información						
7.	¿Piensa usted que recibe la información completa por teléfono de las promociones de la pollería?					
8.	¿Considera usted que recibe la información completa in situ por parte de los mozos?					
Indicador 02: Interés por resolver problemas						
9.	¿Cree usted que el personal vía telefónica presta interés por resolver los problemas o inquietudes?					
10.	¿Cree usted que el personal está atento a resolver sus inquietudes o quejas dadas por los clientes?					
Indicador 03: Cumplen con lo prometido						
11.	¿Considera usted que las promociones ofrecidas vía telefónica por parte de la pollería se cumple al 100%?					
12.	¿Piensa usted que el personal de la pollería cumple tal cual el pedido que le fue encomendado por el cliente?					
<b>Dimensión 03. Seguridad</b>						
Indicador 01: Seguridad del local						
13.	¿Cree usted sentirse seguro dentro del local de la pollería?					
14.	¿Cree usted sentirse seguro con el servicio de delivery que brinda la pollería?					

Indicador 02: Amabilidad en la atención					
15	¿Considera usted sentirse agusto con la atención que recibe por parte del personal en la pollería?				
16	¿Considera usted que la pollería le ofrece una atención amable?				
Indicador 03: Protocolo de seguridad					
17	¿Considera usted sentirse seguro con los protocolos de seguridad aplicados en la pollería a raíz de la pandemia?				
18	¿Considera usted que el personal cumple con los protocolos de seguridad en los pedidos a domicilio?				

## Anexo 4: Validación del instrumento

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V1 DESEMPEÑO DEL PERSONAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 1: Desempeño del personal							
	DIMENSIÓN 1: Calidad	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Usted cree que la pollería refuerza su capacidad para lograr la satisfacción del cliente?	X						
2	¿Usted cree como cliente que la pollería se fija metas para alcanzar niveles óptimos para lograr la satisfacción del cliente?	X						
3	¿Usted cree que la pollería está comprometida con el cumplimiento de un buen servicio?	X						
4	¿Piensa usted como cliente que el trabajo en la pollería es supervisado constantemente para lograr un buen servicio?	X						
5	¿Cree usted como cliente que la pollería se esfuerza por brindar una atención de calidad?	X						
6	¿En general usted como cliente siempre se siente satisfecho por el servicio recibido por parte de la pollería?	X						
	DIMENSIÓN 2: Velocidad	Si	No	Si	No	Si	No	
7	¿Usted cree que se atiende en el menor tiempo posible de manera presencial en la pollería?	X						
8	¿Usted cree que se atiende todas las llamadas a la pollería de manera rápida?	X						
9	¿Usted como cliente de la pollería es informado previamente del tiempo que tiene que esperar en sus pedidos para llevar?	X						
10	¿Usted cree que se esmeran por atender y despachar las ordenes de los clientes en el menor tiempo posible en los pedidos para llevar?	X						
11	¿Piensa usted que la pollería entrega los pedidos de los clientes en el tiempo establecido con respecto al delivery?	X						
12	¿Cree usted que se entrega las órdenes a los clientes que piden para llevar en el mismo local en el tiempo establecido?	X						
	DIMENSION 3: Confiabilidad	Si	No	Si	No	Si	No	
13	¿Cree usted como cliente, que se cumplen los objetivos que tiene la pollería como empresa?	X						
14	¿Cree usted como cliente, que la pollería aporta ideas nuevas para mejorar el desempeño de su personal?	X						
15	¿Piensa usted que los trabajadores de la pollería muestran suficiente conocimiento acerca del trabajo que realizan?	X						

16	¿Cree usted como cliente que se resuelven los problemas o quejas en corto tiempo?	X						
17	¿Cree usted como cliente, que uno o más de los trabajadores cumplen con otras tareas diferentes a su cargo en la pollería?	X						
18	¿Cree usted como cliente que los trabajadores realizan sus labores encomendadas sin cometer errores en la pollería?	X						

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V2 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

1	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE							
	DIMENSIÓN 1: Tangibilidad							
1	¿Usted se encuentra conforme con la calidad de insumos en el pedido que realizo en la pollería?	X						
2	¿Considera usted que los insumos utilizados en la pollería cumplen con sus expectativas?	X						
3	¿Considera usted que el mobiliario de la pollería es relativamente nuevo para el servicio?	X						
4	¿Considera usted que el acondicionamiento y distribución del área de despacho de la pollería es el adecuado?	X						
5	¿Piensa usted que la infraestructura interna del local de la pollería va acorde con el servicio que brinda?	X						
6	¿Cree usted que la infraestructura externa de la pollería va acorde con el servicio que brinda?	X						
	DIMENSIÓN 2: Fiabilidad							
7	¿Piensa usted que recibe la información completa por teléfono de las promociones de la pollería?	X						
8	¿Considera usted que recibe la información completa in situ por parte de los mozos?	X						
9	¿Cree usted que el personal vía telefónica presta interés por resolver los problemas o inquietudes?	X						
10	¿Cree usted que el personal está atento a resolver sus inquietudes o quejas dadas por los clientes?	X						
11	¿Considera usted que las promociones ofrecidas vía telefónica por parte de la pollería se cumple al 100%?	X						
12	¿Piensa usted que el personal de la pollería cumple tal cual el pedido que le fue encomendado por el cliente?	X						



DIMENSION 3: Seguridad		Si	No	Si	No	Si	No
13	¿Cree usted sentirse seguro dentro del local de la pollería?	X					
14	¿Cree usted sentirse seguro con el servicio de delivery que brinda la pollería?	X					
15	¿Considera usted sentirse agusto con la atención que recibe por parte del personal en la pollería?	X					
16	¿Considera usted que la pollería le ofrece una atención amable?	X					
17	¿Considera usted sentirse seguro con los protocolos de seguridad aplicados en la pollería a raíz de la pandemia?	X					
18	¿Considera usted que el personal cumple con los protocolos de seguridad en los pedidos a domicilio?	X					

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Michel Jaime Méndez Escobar

DNI: 10797162

Especialidad del validador: Metodólogo

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



Firma del Experto Informante.

14 de diciembre de 2020

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V1 DESEMPEÑO DEL PERSONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 1: Desempeño del personal							
	DIMENSIÓN 1: Calidad							
1	¿Usted cree que la pollería refuerza su capacidad para lograr la satisfacción del cliente?	X						
2	¿Usted cree como cliente que la pollería se fija metas para alcanzar niveles óptimos para lograr la satisfacción del cliente?	X						
3	¿Usted cree que la pollería está comprometida con el cumplimiento de un buen servicio?	X						
4	¿Piensa usted como cliente que el trabajo en la pollería es supervisado constantemente para lograr un buen servicio?	X						
5	¿Cree usted como cliente que la pollería se esfuerza por brindar una atención de calidad?	X						
6	¿En general usted como cliente siempre se siente satisfecho por el servicio recibido por parte de la pollería?	X						
	DIMENSIÓN 2: Velocidad							
7	¿Usted cree que se atiende en el menor tiempo posible de manera presencial en la pollería?	X						
8	¿Usted cree que se atiende todas las llamadas a la pollería de manera rápida?	X						
9	¿Usted como cliente de la pollería es informado previamente del tiempo que tiene que esperar en sus pedidos para llevar?	X						
10	¿Usted cree que se esmeran por atender y despachar las ordenes de los clientes en el menor tiempo posible en los pedidos para llevar?	X						
11	¿Piensa usted que la pollería entrega los pedidos de los clientes en el tiempo establecido con respecto al delivery?	X						
12	¿Cree usted que se entrega las órdenes a los clientes que piden para llevar en el mismo local en el tiempo establecido?	X						
	DIMENSION 3: Confiabilidad							
13	¿Cree usted como cliente, que se cumplen los objetivos que tiene la pollería como empresa?	X						
14	¿Cree usted como cliente, que la pollería aporta ideas nuevas para mejorar el desempeño de su personal?	X						
15	¿Piensa usted que los trabajadores de la pollería muestran suficiente conocimiento acerca del trabajo que realizan?	X						

16	¿Cree usted como cliente que se resuelven los problemas o quejas en corto tiempo?	X						
17	¿Cree usted como cliente, que uno o más de los trabajadores cumplen con otras tareas diferentes a su cargo en la pollería?	X						
18	¿Cree usted como cliente que los trabajadores realizan sus labores encomendadas sin cometer errores en la pollería?	X						

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V2 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

1	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE							
	DIMENSIÓN 1: Tangibilidad							
1	¿Usted se encuentra conforme con la calidad de insumos en el pedido que realizo en la pollería?	X						
2	¿Considera usted que los insumos utilizados en la pollería cumplen con sus expectativas?	X						
3	¿Considera usted que el mobiliario de la pollería es relativamente nuevo para el servicio?	X						
4	¿Considera usted que el acondicionamiento y distribución del área de despacho de la pollería es el adecuado?	X						
5	¿Piensa usted que la infraestructura interna del local de la pollería va acorde con el servicio que brinda?	X						
6	¿Cree usted que la infraestructura externa de la pollería va acorde con el servicio que brinda?	X						
	DIMENSIÓN 2: Fiabilidad							
7	¿Piensa usted que recibe la información completa por teléfono de las promociones de la pollería?	X						
8	¿Considera usted que recibe la información completa in situ por parte de los mozos?	X						
9	¿Cree usted que el personal vía telefónica presta interés por resolver los problemas o inquietudes?	X						
10	¿Cree usted que el personal está atento a resolver sus inquietudes o quejas dadas por los clientes?	X						
11	¿Considera usted que las promociones ofrecidas vía telefónica por parte de la pollería se cumple al 100%?	X						
12	¿Piensa usted que el personal de la pollería cumple tal cual el pedido que le fue encomendado por el cliente?	X						

DIMENSION 3: Seguridad		Si	No	Si	No	Si	No
13	¿Cree usted sentirse seguro dentro del local de la pollería?	X					
14	¿Cree usted sentirse seguro con el servicio de delivery que brinda la pollería?	X					
15	¿Considera usted sentirse agusto con la atención que recibe por parte del personal en la pollería?	X					
16	¿Considera usted que la pollería le ofrece una atención amable?	X					
17	¿Considera usted sentirse seguro con los protocolos de seguridad aplicados en la pollería a raíz de la pandemia?	X					
18	¿Considera usted que el personal cumple con los protocolos de seguridad en los pedidos a domicilio?	X					

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

SE CONSIDERA FAVORABLE Y APLICABLE

Opinión de aplicabilidad: Aplicable  Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: GIANNINO GONZALO CORRETO CASTRO

DNI: 09098255


Especialidad del validador: TEMATICO

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.....ES PERTINENTE

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

  
Firma del Experto Informante.

14 de noviembre del 2020

## Anexo 5: Matriz de datos

### BASE DE DATOS DE LA VARIABLE DESEMPEÑO DEL PERSONAL

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18
Trabajador 1	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Trabajador 2	4	4	3	4	2	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5
Trabajador 3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
Trabajador 2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
Trabajador 5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Trabajador 6	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
Trabajador 7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Trabajador 8	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
Trabajador 9	4	4	3	4	5	5	2	4	3	3	3	4	2	3	4	4	2	2
Trabajador 10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Trabajador 11	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Trabajador 12	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Trabajador 13	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Trabajador 12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
Trabajador 15	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
Trabajador 16	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Trabajador 17	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
Trabajador 18	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4
Trabajador 19	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
Trabajador 20	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4
Trabajador 21	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
Trabajador 22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
Trabajador 23	2	2	3	3	4	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3
Trabajador 22	4	4	3	3	4	3	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4
Trabajador 25	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
Trabajador 26	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4
Trabajador 27	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4
Trabajador 28	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4
Trabajador 29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
Trabajador 30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 31	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3

Trabajador 32	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
Trabajador 33	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
Trabajador 32	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
Trabajador 35	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 36	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 39	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
Trabajador 22	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 23	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 25	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
Trabajador 27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
Trabajador 28	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3
Trabajador 29	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

Trabajador 50	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3
Trabajador 51	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3
Trabajador 52	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3
Trabajador 53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 52	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
Trabajador 55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 56	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4
Trabajador 57	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3
Trabajador 58	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3
Trabajador 59	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3
Trabajador 60	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
Trabajador 61	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 62	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3
Trabajador 63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 62	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Trabajador 65	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3
Trabajador 66	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3
Trabajador 67	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3



Trabajador 68	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3
Trabajador 69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 70	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3
Trabajador 71	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Trabajador 72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 76	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3
Trabajador 77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 79	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3
Trabajador 80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 81	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3
Trabajador 82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 83	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
Trabajador 82	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3
Trabajador 85	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4

Trabajador 86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 87	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3
Trabajador 88	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Trabajador 89	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3
Trabajador 90	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4
Trabajador 91	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 92	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
Trabajador 93	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
Trabajador 92	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4
Trabajador 95	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3
Trabajador 96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 97	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 98	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3
Trabajador 99	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4
Trabajador 100	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
Trabajador 101	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3
Trabajador 102	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
Trabajador 103	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Trabajador 102	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 105	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	4	3	2	2	3	3
Trabajador 106	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 107	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3
Trabajador 108	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	5	5
Trabajador 109	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 110	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 111	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Trabajador 112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Trabajador 113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 112	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Trabajador 115	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
Trabajador 116	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
Trabajador 117	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
Trabajador 118	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 119	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Trabajador 120	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 121	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Trabajador 122	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Trabajador 123	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
Trabajador 122	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3
Trabajador 125	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 126	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 127	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 128	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 129	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 130	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 131	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 132	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 133	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 132	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 135	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 136	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
Trabajador 137	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 138	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 139	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Trabajador 120	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 121	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
Trabajador 122	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Trabajador 123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Trabajador 122	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
Trabajador 125	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
Trabajador 126	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Trabajador 127	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
Trabajador 128	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 129	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4
Trabajador 150	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 151																		
Trabajador 152																		

## BASE DE DATOS DE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18
Trabajador 1	2	2	2	2	2	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	2
Trabajador 2	5	5	5	2	2	3	4	4	5	5	5	4	2	4	3	4	4	3
Trabajador 3	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
Trabajador 4	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
Trabajador 5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	1	1	3	1	1	1
Trabajador 6	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	1	1	3	1	1	1
Trabajador 7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1
Trabajador 8	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
Trabajador 9	2	2	2	2	3	2	4	3	3	3	4	2	1	4	3	4	4	2
Trabajador 10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1
Trabajador 11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	1	1	1	1	1
Trabajador 12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	4	1	1	1
Trabajador 13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	3	1	1	1
Trabajador 14	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 15	2	2	2	2	2	2	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	2

Trabajador 16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1
Trabajador 17	5	5	5	2	5	5	5	4	5	4	4	4	4	1	1	4	1	1	1
Trabajador 18	2	3	2	2	3	2	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	2
Trabajador 19	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
Trabajador 20	2	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
Trabajador 21	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
Trabajador 22	5	5	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
Trabajador 23	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	3	3	2	2	2
Trabajador 24	2	2	3	3	3	2	4	4	4	3	4	5	4	4	3	3	4	4	2
Trabajador 25	2	2	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
Trabajador 26	2	2	2	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3
Trabajador 27	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 28	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
Trabajador 29	2	2	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
Trabajador 30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 31	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
Trabajador 32	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
Trabajador 33	2	2	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2

Trabajador 34	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
Trabajador 35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 36	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3
Trabajador 37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
Trabajador 40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 41	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
Trabajador 42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
Trabajador 43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3
Trabajador 44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3
Trabajador 46	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 47	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 48	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2
Trabajador 49	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Trabajador 50	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3
Trabajador 51	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2



Trabajador 52	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2
Trabajador 53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 54	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2
Trabajador 55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 56	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3
Trabajador 57	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
Trabajador 58	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3
Trabajador 59	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2
Trabajador 60	2	2	2	2	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2
Trabajador 61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
Trabajador 62	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3
Trabajador 63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 64	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	2
Trabajador 65	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2
Trabajador 66	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2
Trabajador 67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
Trabajador 68	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
Trabajador 69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Trabajador 70	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2
Trabajador 71	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Trabajador 72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 76	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2
Trabajador 77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 79	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3
Trabajador 80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 81	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3
Trabajador 82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 83	2	2	2	2	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3
Trabajador 84	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3
Trabajador 85	2	2	2	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
Trabajador 86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 87	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2

Trabajador 88	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2
Trabajador 89	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	
Trabajador 90	2	2	3	2	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	
Trabajador 91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	
Trabajador 92	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
Trabajador 93	2	2	2	2	2	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	
Trabajador 94	2	2	2	2	3	2	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	2	
Trabajador 95	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	
Trabajador 96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
Trabajador 97	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
Trabajador 98	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	
Trabajador 99	2	2	2	3	2	2	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	2	
Trabajador 100	2	2	2	2	2	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	
Trabajador 101	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	
Trabajador 102	2	2	2	2	3	2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	
Trabajador 103	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	
Trabajador 104	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
Trabajador 105	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	

Trabajador 106	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 107	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2
Trabajador 108	5	5	3	2	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2
Trabajador 109	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
Trabajador 110	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 111	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Trabajador 112	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
Trabajador 113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 114	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2
Trabajador 115	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
Trabajador 116	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
Trabajador 117	5	5	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2
Trabajador 118	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 119	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Trabajador 120	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 121	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 122	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Trabajador 123	5	5	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2

Trabajador 124	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 125	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
Trabajador 126	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 127	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 128	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 129	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 130	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 131	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
Trabajador 132	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 133	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 134	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 135	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 136	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2
Trabajador 137	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3
Trabajador 138	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 139	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 140	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3
Trabajador 141	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2

Trabajador 142	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
Trabajador 143	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
Trabajador 144	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 145	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 146	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Trabajador 147	2	2	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2
Trabajador 148	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 149	2	2	2	2	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2
Trabajador 150	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Trabajador 151																		
Trabajador 152																		

## Anexo 6: Reporte de antiplagio menor a 30%



### CERTIFICADO DE ANÁLISIS

Complatio informa de las tasas de similitudes recuperadas. No son tasas de plagio. La puntuación por sí sola no permite interpretar si las similitudes encontradas son plagiadas o no. Consulte el informe de análisis detallado para interpretar el resultado.

Similitudes del documento :

24%

Similitudes de las partes 1 :

19%

#### ANALIZADO EN LA CUENTA

Apellido :	ASESORES
Nombre :	TALLER
E-mail :	uptgradositulos@gmail.com
Carpeta :	MG. MICHEL MENDEZ

#### INFORMACIÓN SOBRE EL DOCUMENTO

Autor(es) :	No disponible
Título :	Tesis de guillen-"desempeño del personal y su relación con la satisfacción del cliente de la pollería manolo chicken de villa maría, lima - 2020"-corregido (1).docx
Descripción :	No disponible
Analizado el :	22/11/2020 01:28
ID Documento :	2zvvg69o
Nombre del archivo :	tesis de GUILLEN-"DESEMPEÑO DEL PERSONAL Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA POLLERÍA MANOLO CHICKEN DE VILLA MARÍA, LIMA - 2020"-corregido (1).docx
Tipo de archivo :	docx
Número de palabras :	7 029
Número de caracteres :	45 953
Tamaño original del archivo (kB) :	107.82
Tipo de carga :	Entrega manual de los trabajos
Cargado el :	22/11/2020 01:17

#### FUENTES ENCONTRADAS

Fuentes muy probables :	25 fuentes
Fuentes poco probables :	57 fuentes
Fuentes accidentales :	3 fuentes
Fuentes descartadas :	0 fuente

#### SIMILITUDES ENCONTRADAS EN ESTE DOCUMENTO/ESTA PARTE


Similitudes idénticas :	15%
Similitudes supuestas :	4%
Similitudes accidentales :	<1%

#### TOP DE FUENTES PROBABLES - ENTRE LAS FUENTES PROBABLES

## Anexo 7: Autorización del depósito de tesis al repositorio



### Formulario de autorización de depósito de tesis en el Repositorio Digital de Tesis UPTelesup






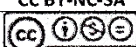
Datos del Autor			
Nombre y Apellidos:	Cynthia Maribel Guillen Cabanillas		
DNI:	45206745	Teléfono:	997 91 3198
E-Mail:	Cynthia.m.guillen@gmail.com		
Datos de la Investigación			
<input type="checkbox"/>	Artículo de Investigación		
<input type="checkbox"/>	Trabajo de Investigación		
<input checked="" type="checkbox"/>	Tesis		
Título:	Percepción en el desempeño del personal, su relación con la satisfacción del cliente de la Hotelaria, Macro Hotel Chiriquí de Villa María, Lima-2020		
Asesor:	Mg Michel Jaime Héndez Escobar		
Año:	2020	Carrera Profesional:	Administración de Negocios Turísticos y Hoteleros
Licencias			
<p><b>A. Licencia estándar:</b>                      Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi Artículo / Trabajo de Investigación / Tesis en el Repositorio Digital de la Universidad Privada Telesup. Con esta autorización de depósito de mi Artículo / Trabajo de Investigación / Tesis, otorgo a la Universidad Privada Telesup una licencia no exclusiva para reproducir (en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación), distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi Trabajo de Artículo / Trabajo de Investigación / Tesis (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios provistos por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de Tesis UPT, Colección de Tesis, entre otros, en el Perú y en el extranjero, por el tiempo y veces que considere necesarias, y libre de remuneraciones.                      Declaro que el presente Artículo / Trabajo de Investigación / Tesis es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, o coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha tesis no infringe derechos de autor de terceras personas.                      La Universidad Privada Telesup consignará el nombre del/los autor/es de la tesis, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la presente licencia.</p>			
<p><b>Autorizo su publicación (marque con una X):</b></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.</p> <p><input type="checkbox"/> Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (dd/mm/aa):</p> <p><input type="checkbox"/> No autorizo.</p>			
 Firma		Fecha 12 - 04 - 22	
Opcional			

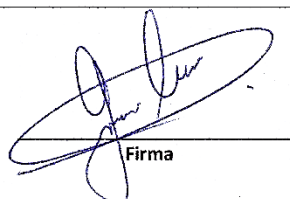


\* Lo siguiente es OPCIONAL, pero es importante porque el licenciamiento Creative Commons fija las condiciones de uso de su tesis en la Web. Si desea obviar esta parte, vaya a la última hoja del formulario, coloque su firma y fecha para completar su autorización.

**B. Licencia Creative Commons: Otorgamiento de una licencia Creative Commons**

Si usted concede una licencia Creative Commons sobre su tesis, mantiene la titularidad de los derechos de autor de ésta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de ésta, siempre y cuando reconozcan la autoría correspondiente, bajo las condiciones siguientes:

MARQUE	TIPO LICENCIA	DESCRIPCIÓN
	 <b>Reconocimiento CC BY</b>	Esta licencia permite a otros distribuir, mezclar, ajustar y construir a partir de su obra, incluso con fines comerciales, siempre que le sea reconocida la autoría de la creación original. Esta es la licencia más servicial de las ofrecidas. Recomendada para una máxima difusión y utilización de los materiales sujetos a la licencia.
	 <b>Reconocimiento- CompartirIgual CC BY-SA</b>	Esta licencia permite a otros re-mezclar, modificar y desarrollar sobre tu obra incluso para propósitos comerciales, siempre que te atribuyan el crédito y licencien sus nuevas obras bajo idénticos términos. Cualquier obra nueva basada en la tuya, lo será bajo la misma licencia, de modo que cualquier obra derivada permitirá también su uso comercial.
	 <b>Reconocimiento- SinObraDerivada CC BY-ND</b>	Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.
	 <b>Reconocimiento- NoComercial CC BY-NC</b>	Esta licencia permite a otros entremezclar, ajustar y construir a partir de su obra con fines no comerciales, y aunque en sus nuevas creaciones deban reconocerle su autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.
	 <b>Reconocimiento- NoComercial- CompartirIgual CC BY-NC-SA</b>	Esta licencia permite a otros entremezclar, ajustar y construir a partir de su obra con fines no comerciales, siempre y cuando le reconozcan la autoría y sus nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.
	 <b>Reconocimiento- NoComercial- SinObraDerivada CC BY-NC-ND</b>	Esta licencia es la más restrictiva de las seis licencias principales, sólo permite que otros puedan descargar las obras y compartirlas con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se pueden cambiar de ninguna manera ni se pueden utilizar comercialmente.

  
Firma

17-04-22  
Fecha