



UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
TURÍSTICOS Y HOTELEROS**

TESIS

**DESEMPEÑO LABORAL Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
EN LA POLLERÍA ROY CHICKEN, HUARAZ -2019.**

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

**LINEA DE INVESTIGACION:
ADMINISTRACION DE TALENTO HUMANO**

AUTOR:

Bach. NELLY HAYDE LIMAS GANTU

LIMA – PERÚ

2019

ASESOR DE TESIS

Dr. JUSTINIANO AYBAR HUAMANI

JURADO EXAMINADOR

DR. ALFREDO GUILLERMO RIVERO GUILLÈN
Presidente

DR. FERNANDO ALONSO PINO APABLAZA
Secretario

MG. ERNESTO ARCE GUEVARA
Vocal

DEDICATORIA

Esta tesis la dedico primeramente a Dios por darme la fuerza y la fe, a mis padres que son mi gran fortaleza y mis motivaciones por seguir luchando y poder llegar a cumplir uno de mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres quienes me motivaron y me han apoyado para lograr concluir esta investigación, también a las personas que fueron parte de apoyo a este trabajo como mis asesores que participaron en esta investigación.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre desempeño laboral y la satisfacción del cliente en la pollería Roy Chicken en Huaraz 2019. El tipo de esta investigación es aplicada, de tipo cuantitativo pues se aplicará la estadística para lograr resultados, y de alcance correlacional, la metodología que se utilizó en esta investigación es de diseño no experimental, donde se utilizó como instrumentos una encuesta validada por juicios de expertos dirigida a 15 trabajadores y 384 clientes de la Pollería Roy Chicken en Huaraz, donde se midieron las dimensiones de la primera variable Desempeño laboral: Productividad, Procedimientos del cargo y perspectivas de producto.

La segunda variable, Satisfacción del cliente, se midieron las dimensiones: fiabilidad, seguridad y empatía. Aplicando el instrumento y recolectando los datos de la encuesta, se consiguió obtener los resultados mediante el programa SPSS versión 25, llegando a la conclusión siguiente: La relación directa y significativa entre las variables Desempeño Laboral y Satisfacción del cliente es evidente, por lo que un buen desempeño laboral va a contribuir a la satisfacción del cliente, quien es la razón de ser de las empresas, quienes se centran en el cliente, tienen la oportunidad de permanencia y crecimiento en el mercado.

Palabras claves: Desempeño, satisfacción, productividad, clientes y seguridad.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between job performance and customer satisfaction at the Pollería Roy Chicken in Huaraz, 2019. The type of this research is applied, quantitative since statistics will be applied to achieve results, and of correlational scope, the methodology used in this research is non-experimental design, where a survey validated by expert judgments was used as instruments, aimed at 15 workers and 384 customers of the Pollería Roy Chicken in Huaraz, where the dimensions were measured of the first variable work performance: Productivity, Cargo procedures, product perspectives.

The second variable, Customer Satisfaction, the dimensions were measured: reliability, security and empathy. Applying the instrument and collecting the survey data, the results were obtained through the SPSS program version 25, reaching the following conclusion: The direct and significant relationship between the variables Labor Performance and Customer Satisfaction is evident, so that a good job performance will contribute to the satisfaction of the customer, who is the reason for being of the companies, who focus on the client, have the opportunity of permanence and growth in the market.

Keywords: Performance, satisfaction, productivity, customer and security.

ÍNDICE DE CONTENIDO

ASESOR DE TESIS	ii
JURADO EXAMINADOR.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN.....	xvii
I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	19
1.1. Planteamiento del problema.....	19
1.2. Formulación del problema	20
1.2.1. Problema general.....	20
1.2.2. Problema específico	20
1.3. Justificación del estudio.....	20
1.3.1. Justificación Teórica	20
1.3.2. Justificación Práctica	21
1.3.3. Justificación Metodológica	21
1.3.4. Justificación Social.....	21
1.4. Objetivos de la investigación	22
1.4.1. Objetivo general.....	22
1.4.2. Objetivos específicos	22
II.- MARCO TEÓRICO	23
2.1. Antecedentes de la investigación	23
2.1.1. Antecedentes nacionales.....	23
2.1.2. Antecedentes internacionales	25
2.2. Bases teóricas de las variables	28
2.2.1. Desempeño Laboral.....	28
2.2.1.1. Objetivos del desempeño:	30
2.2.1.2. Evaluación del desempeño laboral	31
2.2.1.3. Objetivos de la evaluación del desempeño.....	36

2.2.1.4. Responsabilidad de la evaluación del desempeño	36
2.2.1.5. Dimensiones del Desempeño Laboral	37
2.2.2. Satisfacción de cliente	41
2.2.2.1. Importancia de la satisfacción del cliente	43
2.2.2.2. Beneficios de lograr la satisfacción del cliente	43
2.2.2.3. Objetivos de la evaluación de la satisfacción al cliente	44
2.2.2.4. Medición de la satisfacción del cliente	45
2.2.2.5. Dimensiones de la satisfacción del cliente:	47
2.3. Definición de términos básicos.....	51
III. MÉTODOS Y MATERIALES	53
3.1. Hipótesis de la investigación.	53
3.1.1. Hipótesis general.	53
3.1.2. Hipótesis específicas	53
3.2. Variables de estudio.....	53
3.2.1. Definición conceptual.....	53
3.2.2. Definición operacional	54
3.3. Tipo y nivel de la investigación.....	55
3.4. Diseño de la investigación.....	55
3.5. Población y muestra del estudio	56
3.5.1. Población.....	56
3.5.2. Muestra.....	56
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	57
3.6.1. Técnica de recolección de datos	57
3.6.2. Instrumento de recolección de datos	58
3.7. Métodos de análisis de datos.....	58
3.8. Aspectos Éticos.....	58
IV. RESULTADOS.....	59
4.1. Matriz de Puntuación.....	59
4.2. Análisis Descriptivo de las Variables.....	60
4.3. Distribución de frecuencias	64
4.4. Contrastación de Hipótesis	98
4.4.1. Bases teóricas para la Contrastación de hipótesis	98

4.4.2. Contrastación de la Hipótesis General.....	98
4.4.3. Contrastación de la Hipótesis Específica 1.....	100
4.4.4. Contrastación de la Hipótesis Específica 2.....	102
4.4.5. Contrastación de la Hipótesis Específica 3.....	103
V. DISCUSIÓN	106
5.1. Análisis de discusión de resultados.....	106
VI. CONCLUSIONES	108
VII.RECOMENDACIONES	109
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	110
ANEXOS.....	112
Anexo 1: matriz de consistencia.....	113
Anexo 2: Matriz de operacionalización.....	114
Anexo 3: Instrumentos	117
Anexo 4: Validación de Instrumentos	119
Anexo 5: Matriz de Datos	124
Anexo 6: Propuesta de valor	137

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cuadro de Operacionalización de la Variable Desempeño Laboral	54
Tabla 2: Cuadro de Operacionalización de la Variable Satisfacción del Cliente ..	55
Tabla 3: <i>Matriz de puntuaciones de las variables en estudio con sus respectivas dimensiones.</i>	59
Tabla 4: <i>Distribución de frecuencias Desempeño Laboral en la pollería ROY CHICKEN, Huaraz, 2019.</i>	60
Tabla 5: Distribución de frecuencias de la variable Desempeño Laboral y sus dimensiones en la pollería ROY CHICKEN, Huaraz, 2019.....	61
Tabla 6: Distribución de frecuencias Satisfacción del Cliente en la pollería ROY CHICKEN, Huaraz, 2019.....	62
Tabla 7: Distribución de frecuencias de la variable Satisfacción del Cliente y sus dimensiones en la pollería ROY CHICKEN, Huaraz, 2019	63
Tabla 8 : Sexo de los encuestados	64
Tabla 9: Edades de los encuestados	65
Tabla 10: Pregunta 1: ¿Incentivan a los clientes en la compra de productos originales o tradicionales?	66
Tabla 11: Pregunta 2: ¿Considera usted que atienden a un gran número de mesas por día?.....	67
Tabla 12: Pregunta 3: ¿Prepara usted más de un pedido en un mismo tiempo? .	68
Tabla 13: Pregunta 4: ¿Prueban, elaboran e informan acerca de nuevos productos al cliente?	69
Tabla 14: Pregunta 5: ¿Incentivan la compra de productos nuevos?.....	70
Tabla 15: Pregunta 6: ¿Logran excelentes tiempos de atención a los clientes?..	71
Tabla 16: Pregunta 7: ¿Cree usted que es indispensable el aseo de la infraestructura del restaurante durante su jornada de trabajo?	72
Tabla 17: Pregunta 8: ¿Considera usted que es suficiente el aseo durante el tiempo de jornada?.....	73
Tabla 18: Pregunta 9: ¿Considera usted que sus compañeros de trabajo planifican los requerimientos del área donde laboran?	74
Tabla 19: Pregunta 10: ¿Sus compañeros de trabajo demuestran eficiencia en la distribución y uso de los materiales de la pollería?	75

Tabla 20: Pregunta 11: ¿Usted realizan actividades individuales orientadas a mejorar su trabajo?.....	76
Tabla 21: Pregunta 12: ¿Entregan a tiempo el informe de resultados del restaurante diariamente?.....	77
Tabla 22: Pregunta 13: ¿Percibe usted y recomienda acerca de la calidad del producto ofrecidos por la pollería?.....	78
Tabla 23: <i>Pregunta 14: ¿Recomienda usted en cuanto al sabor de los alimentos que son ofrecidos?</i>	<i>79</i>
Tabla 24: Pregunta 15: ¿Cree usted que es importante la presentación de un plato?.....	80
Tabla 25: Distribución de frecuencias de la variable Satisfacción del Cliente	81
Tabla 26: Edades de los encuestados.....	82
Tabla 27: Pregunta 1: ¿Cuándo el restaurante promete hacer algo en una fecha determinada, lo cumple?	83
Tabla 28: Pregunta 2: ¿Cuándo tiene un problema, el restaurante muestra un interés sincero por solucionarlo?	84
Tabla 29: Pregunta 3: ¿Los recibos o boletos que emite la pollería son confiables para usted?.....	85
Tabla 30: Pregunta 4: ¿La pollería lleva a cabo la prestación de sus servicios en el momento que informa que va a hacerlo?.....	86
Tabla 31: Pregunta 5: ¿La pollería brinda servicios exentos de errores?.....	87
Tabla 32: Pregunta 6: ¿El comportamiento de los empleados de la pollería le inspira confianza?.....	88
Tabla 33: Pregunta 7: ¿Se siente seguro en sus transacciones o trámites de la pollería ?.....	89
Tabla 34: Pregunta 8: ¿Los empleados de la polleria suelen ser corteses con usted?.....	90
Tabla 35: Pregunta 9: ¿Los empleados de la pollería le inspira seguridad en cuanto a sus servicios?	91
Tabla 36: <i>Pregunta 10: ¿Se siente usted segura con la calidad de alimentos que le ofrecen en el restaurante?</i>	<i>92</i>
Tabla 37: Pregunta 11: ¿La pollería le proporciona atención individualizada?	93

Tabla 38: Pregunta 12: ¿La pollería tiene horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios?	94
Tabla 39: Pregunta 13: ¿La pollería cuenta con empleados suficientes para proporcionar una atención personalizada?.....	95
Tabla 40: Pregunta 14: ¿Los empleados de la pollería comprenden sus necesidades específicas como cliente?	96
Tabla 41: Pregunta 15: ¿Cree usted que los empleados de la pollería se interesen por sus necesidades como cliente?	97
Tabla 42: Lectura del Desempeño laboral y Satisfacción del cliente.....	99
Tabla 43: Lectura del Desempeño laboral y Fiabilidad.....	101
Tabla 44: Lectura del Desempeño laboral y Seguridad.....	103
Tabla 45: Lectura Desempeño laboral y Empatía.	104

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Distribución de frecuencias Desempeño Laboral en la pollería ROY CHICKEN, Huaraz, 2019.	60
Figura 2: Distribución de frecuencias de la variable Desempeño Laboral y sus dimensiones en la pollería ROY CHICKEN, Huaraz, 2019.....	61
Figura 3: Distribución de frecuencias Satisfacción del Cliente en la pollería ROY CHICKEN, Huaraz, 2019.....	62
Figura 4: Distribución de frecuencias de la variable Satisfacción del Cliente y sus dimensiones en la pollería ROY CHICKEN, Huaraz, 2019.....	63
Figura 5: Sexo de los encuestados	64
Figura 6: Edades de los encuestados	65
Figura 7: Pregunta 1: ¿Incentivan a los clientes en la compra de productos originales y tradicionales?	66
Figura 8: Pregunta 2: ¿Considera usted que atienden a un gran número de mesas por día?	67
Figura 9: Pregunta 3: ¿Prepara usted más de un pedido en un mismo tiempo?.	68
Figura 10: Pregunta 4: ¿Prueban, elaboran e informan acerca de nuevos productos al cliente?.....	69
Figura 11: Pregunta 5: ¿Incentivan la compra de productos nuevos?.....	70
Figura 12: Pregunta 6: ¿Logran excelentes tiempos de atención al cliente?	71
Figura 13: Pregunta 7: ¿Cree usted que es indispensable el aseo de la infraestructura durante su jornada de trabajo?	72
Figura 14: Pregunta 8: ¿Considera usted que es suficiente el aseo durante el tiempo de jornada?	73
Figura 15: Pregunta 9: ¿Considera usted que sus compañeros planifican los requerimientos del área donde laboran?	74
Figura 16: Pregunta 10: ¿Sus compañeros de trabajo demuestran eficiencia en la distribución y uso de los materiales de la pollería?.....	75
Figura 17: Pregunta 11: ¿Usted realiza actividades individuales orientadas a mejorar su trabajo?.....	76

Figura 18: Pregunta 12: ¿Entregan a tiempo el informe de resultados diariamente?.....	77
Figura 19: Pregunta 13: ¿Percibe usted y recomienda acerca de la calidad del producto ofrecidos por la pollería?	78
Figura 20: Pregunta 14: ¿Recomienda usted en cuanto al sabor de los alimentos que son ofrecidos?	79
Figura 21: Pregunta 15: ¿Cree usted que es importante la presentación de un plato?.....	80
Figura 22: Sexo de los encuestados	81
Figura 23: Edades de los encuestados	82
Figura 24: Pregunta 1: ¿Cuándo la pollería promete hacer algo en una fecha determinada, lo cumple?	83
Figura 25: Pregunta 2: ¿Cuándo tiene un problema, la pollería muestra un interés sincero por solucionarlo?.....	84
Figura 26: Pregunta 3: ¿Los recibos o boletos que emite la pollería son confiables para usted?	85
Figura 27: Pregunta 4: ¿La pollería lleva a cabo la prestación de sus servicios en el momento que informa que va a hacerlo?	86
Figura 28: Pregunta 5: ¿La pollería brinda servicios exentos de errores?	87
Figura 29: Pregunta 6: ¿El comportamiento de los empleados de la pollería le inspira confianza?.....	88
Figura 30: Pregunta 7: ¿Se siente seguro en sus transacciones o trámites de la pollería?.....	89
Figura 31: Pregunta 8: ¿Los empleados de la pollería suelen ser corteses con usted?.....	90
Figura 32: Pregunta 9: ¿Los empleados de la pollería le inspira seguridad en cuanto a sus servicios?	91
Figura 33: Pregunta 10: ¿Se siente usted segura con la calidad de alimentos que le ofrecen en el restaurante?	92
Figura 34: Pregunta 11: ¿La pollería le proporciona atención individualizada? ..	93
Figura 35: Pregunta 12: ¿La pollería tiene horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios?	94

Figura 36: Pregunta 13: ¿La pollería cuenta con empleados suficientes para proporcionar una atención personalizada?	95
Figura 37: Pregunta 14: ¿Los empleados de la pollería comprenden sus necesidades específicas como cliente?	96
Figura 38: Pregunta 15: ¿Cree usted que los empleados de la pollería se interesen por sus necesidades como cliente?	97

INTRODUCCIÓN

El desempeño laboral y la satisfacción del cliente, son dos términos íntimamente ligados, pues representan la base para la tomar decisiones orientadas a mejorar los atributos o características de los productos o servicios que conlleven a la satisfacción del cliente, una debida orientación de la gestión de la calidad, traerá como consecuencia la mejora en la satisfacción al cliente, por lo que se debe prestar mucha atención a esta variable de manera gerencial, pues a mayor y mejor satisfacción al cliente, las ventas se incrementarán, de incrementarse las ventas, también lo harán los beneficios económicos, motivo que ha impulsado la realización del presente estudio, haciendo que se tome la debida importancia al cliente, mediante la búsqueda de su satisfacción, recayendo como responsabilidad el de confirmar la relación estrecha existente entre las variables del estudio.

Esta investigación contiene los siguientes capítulos:

CAPITULO I: En este capítulo se tocó el planteamiento del problema donde se formuló el problema general y el problema específico, justificación teórica, objetivo general, objetivos específicos y antecedentes nacionales e internacionales.

CAPITULO II: En este capítulo se tocó el marco teórico, donde se realizó las bases teóricas de las variables del desempeño laboral y satisfacción del cliente con sus correspondientes dimensiones de cada variable.

CAPITULO III: En este capítulo se tocó los métodos y materiales formulando las hipótesis de la investigación como hipótesis general y específico, las variables de estudio como definición conceptual, definición operacional de las variables, tipo y nivel de la investigación, diseño de la investigación, población y muestra del estudio, técnicas e instrumento de recolección de datos, métodos de analices de datos y aspectos éticos.

CAPITULO IV: En este capítulo se tocó los resultados de la encuesta que se realizó a los 15 trabajadores y a los clientes de la pollería Roy Chicken en la ciudad de Huaraz, dando como resultado la correlación de ambas variables y la correlación de la variable 1 con las dimensiones de la variable 2.

CAPITULO V: En este capítulo se tocó las discusiones después de obtener los resultados estadísticos.

CAPITULO VI: En este capítulo se tocó las conclusiones obtenidas.

CAPITULO VI: En este capítulo se tocó las recomendaciones para la Hipótesis general y específicas.

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Hoy en día en muchas empresas de diferentes rubros no solo se basan en ofrecer buenos productos o productos de calidad si no también es muy importante un buen desempeño por parte de los trabajadores logrando que los clientes se sientan satisfechos para poder llegar al éxito deseado, siendo este éxito consecuencia de un arduo trabajo traducido en desempeños de los trabajadores quienes aportan desde sus puestos de trabajo con los objetivos empresariales trazados. Chiavenato I. (2015), define al desempeño laboral como “(...) el conjunto de características o capacidades de comportamiento o rendimiento de una persona” (p. 206). En el rubro de comercios que ofrecen comida y bebida para ser consumidos en el mismo local, denominados restaurantes y pollerías, de acuerdo a la definición de Chiavenato, el desempeño de los trabajadores es muy importante para la pollería, ya que de ellos depende el servicio que se le está brindando al comensal y del éxito de este tipo de empresa depende de las Productividad, Procedimientos del cargo y perspectivas de producto.

Para Kotler P. (2017) sostiene que, “los clientes satisfechos compran de nuevo y cuentan a otro sus buenas experiencias” (p. 7), esto indica es un requisito muy importante para poder mantener a los clientes, brindando un buen servicio, que cuente con buena calidad en cuanto al producto para obtener la satisfacción al cliente, el cual conlleva a convertir a unos clientes fijos donde ellos podrían recomendar a otros en su entorno.

En tiempos actuales, el desempeño laboral y su respectiva medición, han adquirido gran importancia al hablar de la productividad en las empresas, los empresarios buscan mejorar la productividad empresarial a través del desempeño laboral.

Pero también hay planteamientos acerca de cómo el desempeño laboral repercute en la satisfacción del cliente, tejiéndose diversos planteamientos al respecto, siendo, el mío, el demostrar que existe relación entre ambas variables, por lo que planteamos la interrogante siguiente:

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Qué relación existe entre el desempeño laboral y la satisfacción del cliente en la pollería Roy Chicken en Huaraz, 2019?

1.2.2. Problema específico

¿Qué relación existe entre desempeño laboral y seguridad en la pollería la pollería Roy Chicken en Huaraz, 2019?

¿Qué relación existe entre desempeño laboral y fiabilidad en la pollería Roy Chicken en Huaraz, 2019?

¿Qué relación existe entre desempeño laboral y empatía en la pollería Roy Chicken en Huaraz, 2019?

1.3. Justificación del estudio

1.3.1. Justificación Teórica

El presente trabajo de investigación se realiza con el propósito de aportar al conocimiento existente, pretendiendo corroborar los conocimientos generados en otras realidades, hacia un contexto diferente, cuyos resultados podrán sistematizarse en una propuesta, para ser incorporado como conocimiento en apoyo a las ciencias sociales, y en especial a la línea de investigación propuesta.

La corroboración surge porque se pretende demostrar teorías ya revisadas en otras realidades sociales.

La intención es demostrar la relación existente entre el desempeño laboral y la satisfacción del cliente, teniendo en cuenta que la comprobación de este planteamiento significaría tomar mejores decisiones con respecto al nivel de satisfacción del cliente, pues representa una oportunidad de crecimiento organizacional.

1.3.2. Justificación Práctica

La investigación se realiza porque existe la necesidad de mejorar el nivel de satisfacción de los clientes a partir de la mejora del desempeño de los trabajadores, pensando siempre en el desarrollo de la organización en mención.

Medir el nivel de satisfacción de los clientes, va a permitir tomar decisiones adecuadas respecto a la mejora del desempeño de los mismos, el cual redundará en los beneficios de la empresa.

1.3.3. Justificación Metodológica

La presente investigación se justifica metodológicamente, pues aporta con un instrumento de recolección de datos (cuestionario) por cada variable para medir y estudiar las variables desempeño laboral y satisfacción del cliente de la pollería Roy Chicken, siendo validados por los juicios de expertos. Una vez obtenido los resultados de las encuestas se aplicó a la muestra del estudio, donde se demostraron la relación que existe entre ambas variables.

1.3.4. Justificación Social

La presente investigación se justifica socialmente en la medida de que las recomendaciones a las que arribaron van a permitir tomar decisiones acerca de la búsqueda del desempeño laboral y su repercusión en la satisfacción del cliente, aspecto que se presenta constantemente en nuestra realidad y que permanentemente va cambiando y evolucionando en nuestro medio.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre desempeño laboral y la satisfacción del cliente en la pollería Roy Chicken en Huaraz, 2019

1.4.2. Objetivos específicos

Determinar la relación entre desempeño laboral y seguridad en la pollería Roy Chicken en Huaraz, 2019.

Determinar la relación entre desempeño laboral y fiabilidad en la pollería Roy Chicken en Huaraz, 2019.

Determinar la relación entre desempeño laboral y empatía en la pollería Roy Chicken en Huaraz, 2019.

II.- MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes nacionales

Núñez L. (2017) en su tesis "Desempeño laboral y satisfacción del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junín-2017", tesis para obtener el grado académico de maestra en administración de la educación en la universidad Cesar Vallejo, cuyos objetivos de estudio fueron: Objetivo General: Determinar la relación del desempeño laboral y la satisfacción del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junín – 2017. Objetivos Específicos: Identificar la relación del desempeño laboral y la percepción del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junín-2017, Identificar la relación del desempeño laboral y la expectativa del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junín- 2017, Identificar la relación del desempeño laboral y los niveles de satisfacción del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junín- 2017. Llegando a las siguientes conclusiones: Se llega a establecer que hay relación entre desempeño laboral y satisfacción del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junin-2017, lo que se demuestra con la prueba de (Rho Spearman =0.000 < 0.05), Se llega a establecer que hay relación entre desempeño laboral y la percepción del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junin-2017, lo que se demuestra con la prueba (Rho Spearman =0.776, significancia bilateral =0.000< 0.05), Se llega a establecer que hay relación entre el desempeño laboral y la expectativa del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junin-2017, lo que se demuestra con la prueba (Rho Spearman =0.495, significancia bilateral =0.000< 0.05), Se llega a establecer que hay relación entre el desempeño laboral y los niveles de satisfacción del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junin-2017, lo que se demuestra con la prueba (Rho Spearman =0.354, significancia bilateral =0.000< 0.05).

Vidarte J. (2017), en su tesis " Relación entre la satisfacción y el desempeño laboral de los servidores públicos de la gerencia de administración de la Municipalidad Provincial de Piura, 2016", tesis para obtener el grado académico de Magister en la Gestión Pública en la universidad Cesar Vallejo, cuyos objetivos de estudio fueron: Objetivo General: Determinar la relación que existe entre la satisfacción y el desempeño laboral de los servidores públicos de la Gerencia de

Administración de la Municipalidad Provincial de Piura. Objetivos Específicos: Identificar el nivel de satisfacción laboral de los servidores públicos de la Gerencia de Administración de la Municipalidad Provincial de Piura, Identificar el nivel de desempeño laboral de los servidores públicos de la Gerencia de Administración de la Municipalidad Provincial de Piura, Establecer la relación que existe entre la satisfacción laboral y la dimensión desempeño por tareas del desempeño laboral de los servidores públicos de la Gerencia de Administración de la Municipalidad Provincial de Piura, Establecer la relación entre la satisfacción laboral y la dimensión desempeño contextual del desempeño laboral de los servidores públicos de la Gerencia de Administración de la Municipalidad Provincial de Piura. Llegando a las siguientes conclusiones: Existe una relación significativa y positiva ($\rho=0,410$, $P=0.004$) entre la satisfacción y el desempeño laboral de los servidores públicos de la Gerencia de Administración de la Municipalidad Provincial de Piura, El nivel de satisfacción laboral de los servidores públicos de la Gerencia de Administración de la Municipalidad Provincial de Piura, fue desfavorable según el 64.4% y medio por el 34.4%, El nivel de desempeño laboral de los servidores públicos de la Gerencia de Administración de la Municipalidad Provincial de Piura, fue adecuado en el 61.1% y regular en el 38.9%, No existe relación significativa entre la satisfacción laboral y la dimensión desempeño por tareas del desempeño laboral de los servidores públicos de la Gerencia de Administración de la Municipalidad Provincial de Piura. Como podemos observar se obtienen ($\rho=0,096$, $P=0.367$) Por lo tanto no se acepta la hipótesis de investigación planteada, Existe relación significativa obteniendo un ($\rho=0,420$, $P=0.004$) entre la satisfacción laboral y la dimensión desempeño contextual del desempeño laboral de los servidores públicos de la Gerencia de Administración de la Municipalidad Provincial de Piura.

Montalbán Y. (2018), en su tesis “Desempeño laboral de los trabajadores y la Satisfacción del cliente del gimnasio Life Spa and Fitness S.R.L. Piura-2016.”, tesis para obtener la licenciatura de Ciencias Administrativas en la universidad Nacional de Piura, cuyos conclusiones fueron: De acuerdo a los clientes encuestados (41.8%) el nivel de percepción del desempeño laboral relacionado con los factores actitudinales de los trabajadores del Gimnasio Life Spa & Fitness S.R.L

es regular, mostrando en los resultados que la empresa tiene fortalezas en los indicadores como: Actitudes Cooperativas (58.2), Disciplina y Responsabilidad (52%), La mayoría de los clientes encuestados perciben que el nivel desempeño laboral relacionado con los factores operacionales de los trabajadores del Gimnasio Life Spa and Fitness S.R.L es regular (68.4%), cabe resaltar que dos de sus indicadores, Liderazgo (74.5%) y Cantidad (84,7%), se consideran con un nivel alto, lo cual refleja que los trabajadores siempre resuelven problemas sin necesidad de ayuda de un superior y siempre los trabajadores dominan su trabajo, La mayoría de los clientes encuestados perciben que el nivel del desempeño laboral relacionado con los factores actitudinales de los trabajadores del Gimnasio Life Spa & Fitness S.R.L es alto (60.2%), mostrando que la empresa tiene Equipos adecuados para las rutinas de ejercicios, cuenta con un ambiente adecuado, una disponibilidad para ayudar, un servicio con error mínimo y una atención adecuada, La relación del desempeño laboral de los trabajadores con la satisfacción del cliente, de acuerdo a la percepción de los clientes del Gimnasio Life Spa and Fitness S.R.L es significativa pero moderada en un 0.46, evidenciando que si existe un buen desempeño de los trabajadores para atender a los clientes estos a la vez obtendrán la satisfacción completa cuando reciban los servicios.

2.1.2. Antecedentes internacionales

Díaz, M. (2017) en la tesis “seguridad en el trabajo y desempeño laboral 2017” tesis para obtener el grado de Psicología industrial/organizacional en la universidad Rafael Landívar, cuyos objetivos de estudio fueron: Objetivo general: Determinar la relación entre seguridad en el trabajo y el desempeño laboral de los colaboradores. Objetivos específicos: Establecer el grado de desempeño laboral que poseen los colaboradores, analizar los factores que afectan el desempeño laboral del personal, determinar la importancia de tener programas de seguridad dentro de la empresa, identificar los factores que faciliten la seguridad laboral en una empresa Llegando a las siguientes conclusiones: Existe relación entre la seguridad en el trabajo y el desempeño laboral, porque permite que los colaboradores realicen el trabajo de mejor forma al establecer medidas de seguridad, ya que hace que todo el personal se sienta seguro al momento de ejecutar sus tareas diarias y así evitar accidentes y enfermedades. El grado de

desempeño laboral de los colaboradores, constituye un elemento fundamental para el buen funcionamiento de la empresa, ya que la evaluación de dicho desempeño debe proporcionar beneficios para la organización y el personal. Los factores que afectan el desempeño laboral del personal son mobiliarios y equipo proporcionado, iluminación, ventilación, información que se brinda sobre seguridad, señalizaciones de emergencia y capacitaciones. Es importante contar con un programa de seguridad, para recordar las políticas, procedimientos, análisis de los riesgos y prevención de los accidentes. Existen varios factores que ayudan a facilitar la seguridad en una empresa para ello se debe tomar en cuenta lo siguiente; iniciativa del personal para alertar situaciones de riesgo, contribución de ideas y sugerencias sobre seguridad, responsabilidad en seguir las políticas establecidas por la organización.

Mendoza, F. (2015) en la tesis “seguridad en el trabajo y desempeño laboral 2015” tesis para optar el grado de Licenciado en administración de empresas en la universidad Rafael Landívar cuyos objetivos de estudio fueron: Objetivo General: Determinar cómo brindan el servicio al cliente los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa. Objetivos Específicos : Identificar qué tipos de cliente utilizan el servicio de restaurantes en la cabecera municipal de Jutiapa, Determinar los gustos y preferencias de los clientes en el servicio que prestan los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa, Identificar los elementos de la calidad del servicio que ofrecen en los restaurantes de la cabecera municipal de Jutiapa, Establecer la satisfacción del cliente en cuanto al servicio brindado en los restaurantes, Determinar las estrategias de servicio que aplican los propietarios de los restaurantes, Identificar las políticas de servicio al cliente que se establecen en los restaurantes. Llegando a las siguientes conclusiones: Los tipos de clientes identificados, que más frecuentan los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa, son del tipo: afirmativo (firme y seguro, sabe lo que quiere) y racional (objetivo y económico). Se determinó que los gustos de los clientes son: higiene, comodidad y seguridad en el establecimiento. Mientras que las preferencias son: buena atención, precios cómodos y accesibles, trato amable, que les sirvan con rapidez, y disponibilidad de todos los productos que ofrecen. El elemento de calidad identificado en el servicio que ofrecen los restaurantes son los

aspectos tangibles: instalaciones propias y en buenas condiciones, aunque no son muy amplias, tienen buena iluminación y ventilación, mobiliario y equipo en buen estado, así como, la presentación de los colaboradores, que utilizan su respectivo uniforme. Se estableció que, los clientes de los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa no están satisfechos con el servicio recibido, porque consideran que el precio pagado a cambio del mismo no es acorde pues no se les atiende amablemente, hay retraso en el servicio y confusión de órdenes. Se determinó que la estrategia de servicio al cliente que aplican los propietarios de los restaurantes es: escuchar al cliente atenta y cordialmente. Se identificó la política de servicio al cliente que los propietarios establecen en los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa, y es la de disponibilidad de productos terminados.

Espaderos A. (2015), en su tesis denominada "Relación entre desempeño y satisfacción laboral en el Departamento de Dirección Financiera de la Municipalidad de Santa Lucía Cotzumalguapa, Guatemala", tesis para optar el grado de Licenciado en psicología industrial / organizacional (pd) en la universidad Rafael Landívar, cuyos objetivos de estudio fueron: Determinar si existe relación entre desempeño y satisfacción laboral en el departamento de dirección financiera de la Municipalidad de Santa Lucia Cotzumalguapa, el presente estudio contando con 30 sujetos los cuales se escogieron aleatoriamente dentro de dicho departamento. Para llevar a cabo dicho estudio, se utilizaron dos cuestionarios los cuales fueron en representación a las dos variables, desempeño y satisfacción laboral. De los mismos se obtuvieron varios indicadores, los cuales fueron: responsabilidad, productividad, motivación, trabajo en equipo, ambiente de trabajo, comunicación y coordinación. Con ello se pudieron recabar los datos necesarios para poder tener los resultados de dicha investigación. La investigación es de tipo descriptivo correlacional, la cual es una investigación en la que las variables no son manipuladas, es de tipo correlacional, la cual consiste en describir relaciones entre dos o más variables en un momento dado. La investigación mostró que los colaboradores se sienten identificados con la empresa, así como reconocidos por la misma, esto hace que incremente su productividad y eficiencia, ya que considera que su trabajo realizado es valorado y reconocido, lo cual les forma confianza en sí mismos y por ello su desempeño y satisfacción crece. En este estudio se concluye

que no existe relación entre desempeño y satisfacción laboral, ya que los sujetos evaluados muestran que poseen niveles altos de las variables y que sin importar una de la otra obtienen resultados positivos personales como para la organización. Por lo tanto, se recomendó a la empresa seguir con la metodología actual con base a remuneración, motivación y reconocimientos a los empleados, ya que poseen altos niveles de satisfacción y desempeño en cuanto a sus labores cotidianas

2.2. Bases teóricas de las variables

2.2.1. Desempeño Laboral

Al centrarnos en el desempeño laboral, éste tiene muchas concepciones que han sido elaboradas a través del tiempo, considerando las circunstancias en las cuales han sido concebidas.

Tenemos que tener en cuenta que el desempeño laboral es tan antiguo como el mismo hombre, surgiendo de la necesidad de control y comparación entre el desenvolvimiento entre uno y otro. Estos intentos de evaluación, al inicio, han sido considerados como subjetivos, realizados de manera ocasional y no sistemático, en la actualidad estas evaluaciones son sistemáticas, contienen objetivos definidos, debidamente estructurados y existen una gran variedad de planteamientos de evaluación del desempeño.

Chiavenato I. (2011) el desempeño laboral es el (...) “comportamiento de la persona que ocupa un puesto. Este desempeño es situacional. Varía de una persona a otra y depende de innumerables factores condicionantes que influyen mucho en él. (...) es el afán personal que determinan la magnitud del esfuerzo que el individuo esté dispuesto a hacer” (p. 205).

Chiavenato va un poco más allá indicando que también comprende el comportamiento de la persona al ocupar un puesto, señalando que este comportamiento va a depender de la situación en que se desarrollan los hechos, variando este comportamiento de una persona a otra, para lo cual confluyen muchos y diferentes factores, pero lo principal es determinar el trabajo y esfuerzo que empeña cada uno de los trabajadores.

Para Chiavenato I. (2017), 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. Es el acto de ejecutar, ejercitar, llevar a cabo una actividad en particular. (p. 206)

El desempeño laboral son características que demuestra cada trabajador en su área de trabajo donde logra demostrar sus habilidades, ejecutando sus actividades de acuerdo las responsabilidades que tenga.

Cada persona cuenta con sus propias capacidades para desenvolverse en sus áreas respectivas donde demuestran sus conocimientos mediante características logrando ejecutarlas.

Según Flores V. (2014), el desempeño laboral es “la evaluación del desempeño consiste en identificar, medir y mejorar el rendimiento de los trabajadores en una empresa” (p. 75).

Para Flores, el desempeño laboral va a consistir en ejecutar las actividades de identificar, medir y mejorar las tareas encomendadas a los trabajadores dentro de una organización.

Para Alles, M. (2015), sin embargo, platea que el desempeño laboral es una de las principales preocupaciones que tiene el ser humano en su relación con otros es saber cómo está haciendo las cosas, cómo lo ven los demás. (...) En el ámbito laboral, la opinión del o de los jefes acerca de cómo está haciendo su tarea un empleado se mide a través de la evaluación del desempeño. (p. 331)

Por lo que se puede deducir de esta autora, el desempeño laboral es ver y saber cómo está haciendo su tarea un empleado, para lo cual se va a realizar una medición denominada evaluación del desempeño.

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 de todas las actividades que se ha realizado durante su jornada para lograr llegar a la meta.

El desempeño es el resultado de toda actividad que la persona realice al esforzarse para lograr llegar a sus objetivos.

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 dar una mayor ventaja competitiva de cualquier empresa es realizar las estrategias para poder llegar al nivel operativo a través de objetivos de desempeño.

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

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

La calidad de servicios como de productos es muy fundamental para la satisfacción del cliente, es ofrecer un buen servicio de atención y a la vez brindar los productos de manera favorable para el cliente.

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

El trabajador tiene que hacer la entrega de los pedidos a sus clientes de manera rápida para evitar la espera incomoda de los clientes.

3. Confiabilidad: Chiavenato I. (2017) afirma que es la “Producción correcta y entrega segura y confiable” (p.207).

La entrega del producto solicitado por el cliente tiene que hacerse de manera correcta sin equivocaciones, brindar lo que el cliente solicito con un producto

de calidad donde se le ofrezca de manera segura, de esa manera los clientes confiarán en nuestro servicio.

4. Flexibilidad: Chiavenato I. (2017) afirma que “A través de la capacidad de mejora continua y la innovación en productos y servicios” (p.207).

Para el autor la flexibilidad es la aptitud de mejorar su desempeño en el trabajo donde se adapte rápidamente en las situaciones laborales y donde se sienta capaz de mejorar día a día y poder demostrar sus talentos culinarios como innovando platos, cremas, ensaladas y presentación de platos etc.

5. Costo: Chiavenato I. (2017) afirma que la “Producción de bajo costo para garantizar precio bajo y margen elevado” (p.208).

El autor menciona que los productos que se venden o realizan tienen que ser de una producción de un costo menor para poder en venta con precios bajos al alcance de los clientes.

2.2.1.2. Evaluación del desempeño laboral

Los autores coinciden en que existe la necesidad de conocer el desempeño laboral de los subordinados, por ende, se debe buscar un mecanismo para poder medir este desempeño, a este proceso se denomina: Evaluación del desempeño, para el cual existen diversos planteamientos.

Chiavenato I. (2017) indica que 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)

Los empleados son evaluados constantemente para poder medir las cualidades de un trabajador de la forma en cómo se desempeña dentro de su área laboral, la evaluación del desempeño es indispensable en la actividad administrativa, mediante esta técnica se podrá conocer problemas de supervisión, motivación, discordancias, integración y hasta el desaprovechamiento de potencialidades de un trabajador. La responsabilidad del evaluador del desempeño

del trabajador por lo general es evaluada por el jefe o el que encabeza el equipo, pero también puede ser realizada por el jefe y el propio empleado, el jefe y el conjunto por el equipo, evaluación de 360 grados, por lo general, la evaluación del desempeño se realiza mediante cuestionarios o formularios donde menciona el autor los métodos tradicionales de la evaluación del desempeño laboral que son: Métodos de escala gráfica, método de elección forzada, método de investigación de campo, método de incidentes críticos y métodos mixtos.

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, estudiosa en temas de Administración de personal, plantea una clasificación adicional, que considera algunas de los métodos planteados por Robbins, señalando que los métodos se clasifican en métodos basados en características, los métodos basados en comportamientos y los métodos basados en resultados, los cuales pasamos a detallar:

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 los métodos basados en características están diseñados para el cumplimiento de características deseables en los empleados, siendo la

metodología fácil de utilizar y administración, teniendo que incidir en el listado de características del puesto de trabajo, de lo contrario, el resultado no va a reflejar la realidad, teniendo una evaluación subjetiva y no válida.

2. Métodos basados en el comportamiento:

Alles M. (2008) 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)

Un conjunto de métodos para la evaluación del desempeño son los métodos basados en el comportamiento, los cuales determinan, mediante la evaluación, si los empleados se alejan o acercan al comportamiento estándar, sugiriendo qué comportamiento deberían asumir de acuerdo al puesto que ocupan, sirviendo como medio de comparación entre lo que se tiene y lo que se busca, sirviendo asimismo de retroalimentación a los empleados.

3. Métodos basados en resultados:

Alles M. (2008) 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)

Otra clasificación contemplada por Alles, son el grupo de métodos basados en resultados, los cuales evalúan los éxitos o logros alcanzados por los empleados mediante su trabajo, siendo de los más preferidos por muchos evaluadores, pues consideran que son más objetivos.

Teniendo en cuenta estos planteamientos, se hace complicado decidir qué método utilizar, habiendo inclusive mezclas entre los métodos ya planteados por Alles y lo que plantea Robbins.

Según Robbins S. & Coulter M. (2014) afirman. “Evaluar el desempeño ajeno nunca es tarea sencilla, y menos aun cuando se trata de empleados que no están haciendo bien su trabajo los gerentes pueden llevarla a cabo mejor si utilizan uno de los siete distintos métodos de evaluación más difundidos” (p. 395).

Para el autor la evaluación del desempeño de los trabajadores en una empresa no es nada fácil ya que cada trabajador cuenta con distintas maneras de trabajar y más aún es complicado cuando se trata de empleados que no realizan un buen trabajo ya que no son productivos como exige la empresa, por lo tanto, Robbins & Coulter menciona que para ello los gerentes de la empresa podrían utilizar los 7 métodos de evaluación.

Robbins S. & Coulter M. (2014), afirman que “evaluar el desempeño del trabajador no es sencillo y mucho menos si el trabajador no es productivo o no realiza bien su trabajo, para ello los autores mencionan siete métodos de evaluación” (p. 392).

Dada la cantidad de métodos para evaluar el desempeño laboral y también la cantidad de autores, se hace complicado escoger un método único.

Sin embargo, podemos ampliar el tema con lo planteado por Robbins, quienes señalan los siguientes métodos:

1. Ensayo por escrito:

Según Robbins S. & Coulter M. (2014) afirman. “El evaluador describe por escrito las fortalezas y debilidades del empleado, mencionando también el desempeño que tuvo en el pasado y su potencial. En el documento se ofrecen, asimismo, sugerencias de mejora” (p. 396).

El evaluador pone por escrito describiendo las fortalezas y las debilidades de cada trabajador, donde ayudara a dar sugerencias de mejora para un mejor desempeño laboral.

2. Incidentes críticos:

Según Robbins S. & Coulter M. (2014) afirman. “El evaluador se enfoca en los comportamientos críticos que diferencian el desempeño eficaz del ineficaz” (p. 396).

Los autores afirman que la persona que hace la evaluación se enfoca en la manera como se comporta el trabajador donde se refleja en el desempeño laboral.

3. Escalas graficas de calificación:

Según Robbins S. & Coulter M. (2014) afirman. “Método bastante popular que lista un conjunto de factores desempeño del empleado respecto de cada factor” (p. 396).

El evaluador califica el desempeño del empleado mediante unas escalas graficas de acuerdo a cada factor.

4. Escalas de calificación basadas en el comportamiento:

Según Robbins S. & Coulter M. (2014) afirman. “Los gerentes pueden llevarla a cabo mejor si utilizan uno de los siete distintos métodos de evaluación más difundidos” (p. 396).

La persona encargada de evaluar utiliza una escala de calificación donde se enfoca en comportamientos laborales específicos y mensurables de cada trabajador.

5. Comparación con pares:

Según Robbins S. & Coulter M. (2014) afirman. “Los empleados son calificados en comparación con otros integrantes del grupo de trabajo” (p. 396).

Para el autor la comparación con pare se comparan a los empleados entre si y son calificados.

6. Administración por objetivos:

Según Robbins S. & Coulter M. (2014) afirman. “Los empleados son evaluados en función de que tan bien cumplen objetivos específicos” (p. 396).

Los trabajadores son evaluados de acuerdo al cumplimiento de sus objetivos.

7. Evaluación de 360 grados:

Según Robbins S. & Coulter M. (2014) afirman. “Se basa en retroalimentación de supervisores, empleados y compañeros de trabajo” (p. 396).

Se evalúa todos entre sí, es decir compañeros de trabajo, clientes externos e internos, jefes todas las personas que estén conectados con la organización.

2.2.1.3. Objetivos de la evaluación del desempeño

Para Chiavenato I. (2007) La evaluación del desempeño no es un fin en sí, sino un instrumento, un medio, una herramienta para mejorar los resultados de los recursos humanos de la organización. Para alcanzar ese objetivo básico (mejorar los resultados de los recursos humanos de la organización), la evaluación del desempeño pretende alcanzar diversos objetivos intermedios. Ésta puede tener los siguientes objetivos intermedios: Capacitación, promociones, incentivo salarial por buen desempeño, mejora de las relaciones humanas entre superiores y subordinados, desarrollo personal del empleado, información básica para la investigación de recursos humanos, estimación del potencial de desarrollo de los empleados, estímulo para una mayor productividad, conocimiento de los indicadores de desempeño de la organización, retroalimentación (feedback) de información al individuo evaluado, otras decisiones de personal, como transferencias, contrataciones, etcétera . (p. 247)

El objetivo de la evaluación del desempeño es conocer mediante la evolución las debilidades y fortalezas de cada trabajador lo cual con los resultados finales se logran reforzar en los puntos más débiles de cada persona. Para llegar al objetivo de mejorar los resultados de la evaluación del desempeño laboral Chiavenato menciona los objetivos.

2.2.1.4. Responsabilidad de la evaluación del desempeño

Para Chiavenato I. (2017) afirma. “La responsabilidad de la evaluación del desempeño se atribuye al jefe, al propio individuo, al individuo y a su jefe, el equipo

de trabajo, al área encargada de la administración de recursos humanos o a una comisión de evaluación del desempeño” (p. 211).

El autor afirma que para poder evaluar a los trabajadores solo lo pueden realizar las personas calificadas como los jefes, recursos humanos o una comisión de evaluadores.

2.2.1.5. Dimensiones del Desempeño Laboral

Como comentamos líneas arriba, la medición del desempeño se denomina Evaluación del desempeño, por lo que, es menester realizar esta actividad para poder determinar realmente el nivel de desempeño de los trabajadores, aunque es difícil de determinar un método, también es importante que esta evaluación cumpla el objetivo de la organización, pero también que se adapte a las necesidades propias de la empresa, por lo que planteamos el siguiente:

1. Productividad

Para Prokopenko J. (1989) define “el concepto básico es siempre la relación entre la cantidad y calidad de bienes o servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados para producirlos” (p.3).

El autor define que la productividad es la conexión entre la cantidad y calidad ya sea de bienes o los servicios producidos es decir a cantidad y calidad de bienes se refiere a los insumos que se necesita para producirlos estos productos siendo de calidad y en cuanto a la cantidad y calidad de servicios producidos se refiere el tiempo que lleva conseguir tal resultado llevando de la mano una buena atención en cuanto al servicio.

Para la OIT (Organización Internacional del Trabajo). “Los productos son fabricados como resultados de la integración de cuatro elementos principales: tierra, capital, trabajo y organización. La relación de estos elementos a la producción es una medida de la productividad”. Extraído de <https://www.ilo.org/global/lang-es/index.htm>

La OIT, organización es un organismo especializado de las Naciones Unidas que se ocupa de los asuntos relativos al trabajo y las relaciones laborales, quienes, preocupados por este tipo de asuntos, acerca de la productividad señala que

existen 4 elementos, que relacionados nos resulta la producción y ésta es una medida de la productividad, siendo los elementos principales, la tierra, el capital, el trabajo y la organización, comprendida por la gente.

Para la EPA, (Agencia Europea de Productividad). Productividad es el grado de utilización efectiva de cada elemento de producción. Es sobre todo una actitud mental. Busca la constante mejora de lo que existe ya. Está basada sobre la convicción de que uno puede hacer las cosas mejor hoy que ayer, y mejor mañana que hoy. Requiere esfuerzos continuados para adaptar las actividades económicas a las condiciones cambiantes y aplicar nuevas técnicas y métodos. Es la firme creencia del progreso humano. Extraído de [https://www.definiciones-de.com/Definicion/de/agencia_europea_de_productividad_\(epa\).php](https://www.definiciones-de.com/Definicion/de/agencia_europea_de_productividad_(epa).php)

La EPA considera un aspecto importante la Productividad, por lo que señala, como los anteriores organismos, que es la utilización efectiva de cada elemento de producción, y estos elementos podemos considerar a los recursos con que cuenta una empresa para poder desarrollar sus actividades productivas y comerciales.

El concepto más generalizado de productividad es el siguiente:

$$\text{Productividad} = \frac{\text{Producción} = \text{Resultados Logrados}}{\text{Insumos Recursos Empleados}}$$

Para la EPA, no dista mucho del anterior concepto, señalando que la productividad es la utilización debida de los elementos que comprenden la producción.

Para Chiavenato I. (2007), señala que: “Si un trabajador tiene como objetivo importante tener un salario elevado y si trabaja con base en la remuneración por la producción, tendrá una fuerte motivación para producir más” (p. 54).

El autor señala que la productividad de un trabajador es mejor cuando le incentivan, premiándole por llegar y superar su meta. En toda empresa de cualquier rubro es importante que los trabajadores tengan una buena productividad para sacar adelante a la empresa, pero también es necesario que los trabajadores se sientan bien y se sientan motivados por algo para que de esa manera incremente su productividad.

2. Procedimientos del Cargo

Según Melinkoff, R, citado por Albizu E. y Landeta J. (2012), "Los procedimientos consiste en describir detalladamente cada una de las actividades a seguir en un proceso laboral, por medio del cual se garantiza la disminución de errores" (p. 484).

Melinkoff, ya en 1992, el cual es citado por Albizu y Landeta, señala que los procedimientos del cargo se detallan caracterizando las actividades que componen el trabajo, el cual va a garantizar la minimización de los errores, en los cuales se puede incurrir al no tener procedimientos claros.

Gómez F. citado por Albizu E. y Landeta J. (2012), señala que: "El principal objetivo del procedimiento es el de obtener la mejor forma de llevar a cabo una actividad, considerando los factores del tiempo, esfuerzo y dinero"(p. 484).

Para Gómez, cuando se juntan los factores tiempo, esfuerzo y dinero, la manera en que se llevan a cabo las actividades, señalan la efectividad de procedimiento.

Según Biegler J. citado por Albizu E. y Landeta J. (2012), afirma que "Los procedimientos representan la empresa de forma ordenada de proceder a realizar los trabajos administrativos para su mejor función en cuanto a las actividades dentro de la organización" (p. 484).

Según Beigler, en el 2010, sostiene que los procedimientos vana representar de forma sistemática y ordenada a la empresa, y la forma cómo se organizan y se deben realizar los trabajos administrativos, buscando eficiencia en su función.

3. Perspectiva de Producto

Monferrer F. (2011) señala que (...) el término producto nos sugiere un bien físico, tal como un automóvil, un televisor o una cámara de fotos. Sin embargo, hoy en día son pocos los productos que no vienen acompañados de ciertos elementos auxiliares como servicios adicionales, información, experiencias, etc. Así, por ejemplo, cuando compramos un coche, no solo adquirimos el bien físico que este supone, sino también aspectos asociados a él como la garantía, unas condiciones

de financiación determinadas, un servicio de taller y reparación, etc. En este sentido, debemos concebir el producto como una propuesta de valor, es decir, un conjunto de ventajas que contribuyen a satisfacer las necesidades. Esta propuesta de valor se materializa en una oferta que supone una combinación de productos físicos, servicios, información, experiencias, etc. (p. 97)

Monferrer señala que debemos entender al producto como una propuesta de valor que es percibido por el cliente, en el cual va a encontrar ventajas que van a propiciar su satisfacción.

Para Lamb Ch. Jr., Hair J. & Jr., McDaniel C. (2011), Un producto se puede definir como todo aquello, propicio o adverso, que una persona recibe en un intercambio. Puede ser un bien tangible como un par de zapatos, un servicio como un corte de cabello, una idea como “No tire basura” o cualquier combinación de estos tres. El empaque, estilo, color, opciones y tamaño son algunas de las propiedades usuales de un producto. También son muy importantes las características intangibles, como el servicio, la imagen de un vendedor, la reputación del fabricante y la forma en la cual los consumidores creen que otros consideran el producto. (p. 337)

Para Lamb, un producto representa un bien tangible, pero también los servicios pueden ser determinados como productos, en la medida que así lo consideren los consumidores.

Para Santesmases M., Valderrey F., y Sánchez A. (2014), respecto al producto, señalan que, En definitiva, un producto está configurado tanto por aspectos tangibles como intangibles. Incluso los bienes, que por su propia naturaleza son tangibles, tienen en mayor o menor medida componentes no tangibles. Cuando se compra un automóvil, por ejemplo, no se compra sólo por sus características tangibles, sino también por los servicios intangibles (financiamiento, entrega, garantía, etc.) que ofrece el vendedor. (p. 167)

Santesmades y compañía, señalan que el producto puede tener aspectos tangibles, pero también intangibles, dependiendo de la percepción del cliente.

Según Longenecker J., Moore C., y Petty J. y Palich L. (2010). Señala que: Las nuevas empresas pueden crear un increíble valor personal tanto para los emprendedores como para los inversionistas que los respaldan con su tiempo y dinero. Las nuevas empresas también deben proteger y mejorar la calidad de vida, al crear empleos y proporcionar nuevos productos y servicios a aquellos que los valoran. (p. 18)

Como señalan los autores en toda empresa para poder emprender es mejorara buenos productos y de calidad. Para una pollería el producto de los alimentos que se les brinda a los comensales es muy importante no solo es brindar un alimento de calidad si no también es mejorarla que no solo sea bueno sí que sea muy bueno, de esa manera los clientes se sentirán satisfechos con los productos que se le esta brindado.

2.2.2. Satisfacción de cliente

La segunda variable de mi estudio es la Satisfacción del cliente, el cual ha pasado a formar parte de los objetivos principales de las empresas, entiendo que el cliente es quien va a comprar productos y servicios para satisfacer sus necesidades en un mundo donde cada vez más se acrecienta la competencia a todo nivel con el apoyo de la denominada Globalización, por lo que las empresas tienen que hacer mucho más para ser competitivos, siendo uno de los factores, la satisfacción del cliente, como herramienta preponderante para lograr resaltar en la dura selva de la competencia cada vez más creciente, por lo que empiezo planteando definiciones acerca de esta variable.

Para la ISO 9000:2005 "Sistemas de gestión de la calidad fundamentos y vocabulario", la define como la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos", aclarando además un aspecto muy importante sobre las quejas de los clientes: su existencia es un claro indicador de una baja satisfacción, pero su ausencia no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente, ya que también podría estar indicando que son inadecuados los métodos de comunicación entre el cliente y la empresa, o que las quejas se realizan pero no se registran adecuadamente, o que simplemente el cliente insatisfecho, en silencio,

cambia de proveedor. Extraído de <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9000:ed-3:v1:es:term:3.2.5>

Una de los principales organismos que tienen que ver con calidad, sostiene que la satisfacción del cliente es la percepción del grado en que se han brindado los productos o servicios al cliente y este ha sido el adecuado.

Por su parte, 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, la satisfacción de los clientes está estrechamente relacionada con la calidad de servicio, la calidad del producto y el precio, el cual va a permitir evaluar el producto y servicio en función del cumplimiento de las expectativas expresadas por el cliente.

Del Pozo J. (2018). “La satisfacción del cliente se puede definir como el cumplimiento realización de una necesidad, deseo o gusto” (p. 118).

En términos de investigación, se enfoca en realizar preguntas al propio cliente con el objetivo de averiguar si se cumplió o no y en qué nivel, la satisfacción de tales deseos o necesidades se ha cumplido. Los clientes insatisfechos a menudo acuden a los competidores y desacreditan los productos ante los demás.

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).

Para el autor es muy importante que tan satisfecho se encuentre el cliente ya que un cliente satisfecho lograra que se convierta en un cliente fijo donde logre regresar nuevamente y recomendar a otras personas. Unos clientes insatisfechos ya no regresaran y hablaran la mala experiencia que pasaron perdiendo posibles clientes.

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)

Por el contrario, un cliente insatisfecho comentará a un número mayor de personas su insatisfacción, en mayor o menor medida se quejará a la compañía y si su insatisfacción alcanza un determinado grado optará por cambiar de compañía para comprar dicho producto o servicio o en último caso, incluso abandonar el mercado.

Aunque la satisfacción del cliente es un objetivo importante, no es el objetivo final de las sociedades en sí mismo, es un camino para llegar a este fin que es la obtención de unos buenos resultados económicos. Estos resultados serán mayores si los clientes son fieles, ya que existe una gran correlación entre la retención de los clientes y los beneficios como veremos a continuación.

2.2.2.2. Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

“Si bien, existen diversos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente” Thompson I. (julio del 2005). La satisfacción del cliente. academia.edu. Recuperado de http://www.academia.edu/download/44275060/Satisfaccion_del_Cliente.pdf

El autor resume tres grandes beneficios para lograr la satisfacción del cliente, los cuales son:

1. Primer beneficio:

“El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y, por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro” Thompson I. (julio del 2005). La satisfacción del cliente. academia.edu. Recuperado de http://www.academia.edu/download/44275060/Satisfaccion_del_Cliente.pdf

El cliente satisfecho regresa y vuelve a comprar o consumir el producto, obteniendo el beneficio de obtener un cliente fiel.

2. Segundo beneficio:

“El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos” Thompson I. (julio del 2005). La satisfacción del cliente. academia.edu. Recuperado de http://www.academia.edu/download/44275060/Satisfaccion_del_Cliente.pdf

El cliente satisfecho comparte con otras personas su experiencia de manera positiva, obteniendo el beneficio que el cliente recomiende a su entorno ya sea amistades, familiares o compañeros de estudios o trabajo.

3. Tercer beneficio:

“El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado” Thompson I. (julio del 2005). La satisfacción del cliente. academia.edu. Recuperado de http://www.academia.edu/download/44275060/Satisfaccion_del_Cliente.pdf

El cliente satisfecho deja de acudir a la competencia, logrando como beneficio un lugar más en el mercado.

2.2.2.3. Objetivos de la evaluación de la satisfacción al cliente

Del Pozo J. (2018). “La manera más habitual de estudiar la satisfacción de los clientes es obteniendo información por la vía de preguntarle directamente al interesado” (p. 118).

Para el autor de la manera de poder satisfacer al cliente es obteniendo la información directamente con el cliente, es decir preguntar al cliente que tan satisfecho se encuentra.

Obteniendo la información podremos saber y mejorar de esa manera las faltas que se podría tener.

Del Pozo J. (2018), “Un instrumento fundamental para hacer frente a esa competencia es alcanzar la excelencia produciendo con calidad, es decir, satisfaciendo a los clientes tanto internos como externos” (p. 19).

Para el autor el objetivo de la evaluación de satisfacción del cliente es una herramienta muy importante ya que mediante la información obtenida se logrará alcanzar llegar el objetivo que es satisfacer al cliente.

Teoría de las Expectativas:

Liljander V. y Strandvik T, citados por Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry L. (1993), sugiere que los clientes conforman sus expectativas al respecto del desempeño de las características del producto o servicio antes de realizar la compra. Una vez que se produce dicha compra y se usa el producto o servicio, el cliente compara las expectativas de las características de éstos de con el desempeño real al respecto, usando una clasificación del tipo “mejor que” o “peor que”. Se produce una disconformidad positiva si el producto o servicio es mejor de lo esperado mientras que una disconformidad negativa se produce cuando el producto o servicio es peor de lo esperado. Una simple confirmación de las expectativas se produce cuando el desempeño del producto o servicio es tal y como se esperaba. La satisfacción del cliente se espera que aumente cuando las disconformidades positivas aumentan. (p. 20)

Trataremos a continuación uno de estos métodos empleados para la medición de la satisfacción del cliente a lo largo del tiempo.

2.2.2.4. Medición de la satisfacción del cliente

El método SERVQUAL:

Parasuraman, A.; Zeithaml, V. y Berry, L., (1993) señalan que, el método SERVQUAL fue desarrollado por partiendo de un modelo de la calidad de servicio en 1985 y ampliado posteriormente en 1991 y se basa en el modelo de desajustes de la calidad de servicio. (...) El modelo de brechas o “gap model” define el servicio como una función de las disconformidades entre las expectativas del cliente de un servicio y sus percepciones respecto al servicio prestado realmente por una organización. (p. 207)

El proceso de modelado y la medición de la calidad percibida se desarrollan principalmente a partir de las investigaciones llevadas a cabo por Parasuraman, Zeithaml y Berry cuyo propósito es mejora el servicio de calidad de dicha organización. Para medir la satisfacción del cliente mediante el método Servqual de calidad de servicio se utilizan cuestionarios, ajustándose a las necesidades de la organización, donde está conformada por una escala de respuestas diseñadas para comprender las expectativas de cliente basadas en el servicio prestada por la organización.

Mediante esta manera el Método Servqual mide la expectativa o lo que el cliente espera del servicio de las 5 dimensiones y lo que percibe del servicio de las 5 dimensiones. Una vez obtenida los resultados sobre la medición de expectativas y percepción podremos saber el nivel de satisfacción del cliente.

Percepción > Expectativa= Alto nivel de calidad (Satisfacción).

Percepción < Expectativa= Bajo nivel de calidad (Insatisfacción).

Percepción = Expectativa= Modesto nivel de calidad.

2.2.2.5. Dimensiones de la satisfacción del cliente:

Parasuraman, A.; Zeithaml, V. y Berry, L., (1993) señalan en el desarrollo de SERVQUAL (nuestro instrumento para la medición de la percepción de los usuarios sobre la calidad de los servicios), para diseñar escalas de medición que permitiesen valorar algunos procesos que no son directamente observables, recurrimos a métodos y procedimientos generalmente aceptados en el desarrollo de este tipo de análisis.(...) incluyen los cinco criterios de la calidad del servicio descritos en este capítulo: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. (p. 28).

Parasurama, Zeithaml y Berry acertadamente comprenden 5 dimensiones que han sido recopiladas y estudiadas a profundidad, habiendo sido probado la efectividad del instrumento denominado Servqual, instrumento que comprende las dimensiones Elementos tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía. La primera de las dimensiones es considerada como la percepción acerca de la infraestructura, el equipamiento, el recurso humano que lo comprende y otros materiales.

Para este trabajo se escogió 3 dimensiones las cuales son:

1. La fiabilidad:

Parasuraman, A.; Zeithaml, V. y Berry, L., (1993) señalan dimensión a la “Fiabilidad”, definida como la: “habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa” (p. 29).

La Fiabilidad es la dimensión, significando este término como la habilidad para brindar el servicio que se ha comprometido a brindar, el cual debe cumplir con características como la fiabilidad y cuidado a la hora de prestar el servicio al cliente.

Puchol L. (2012), La Fiabilidad es la: “Capacidad de situarse en el lugar de la otra persona, comprender sus emociones y sentimientos. Comprensión de la vida anímica ajena. Generalmente, se quiere indicar que la empatía comprende las emociones del otro, pero no se contagia de ellas” (p. 417).

Para el autor la fiabilidad es lograr ponerse en el lugar de la otra persona, tal como lo indica el autor anterior, de esa manera se logrará entender más al cliente para lograr entender sus emociones ya sean de manera positiva o negativa logrando poder dar una solución de forma positiva para el cliente.

Según Vargas M. & Aldana L. (2011), menciona que la fiabilidad: “Es el complemento del error humano. El problema de la calidad del servicio es prevenir el error, corregirlo y controlarlo” (p. 92).

Para los autores esta dimensión es saber y aprender a conocer los errores para poder darle solución en cualquier situación en que el trabajador se encuentre, es aprender a controlar los impulsos negativos que se pueda tener ante un cliente como la falta de paciencia. Los autores anteriores definen como la fiabilidad es ponerse en el lugar del otro de esa manera podremos entenderlos mejor y manejar cualquier problema que se presente.

Krajewski L., Ritzman L. y Malhotra M. (2008), señala: “La fiabilidad en la entrega abarca tanto la puntualidad como el tiempo requerido para atender los pedidos del cliente (en efecto, el tiempo de entrega del pedido” (p. 368).

Para los autores la fiabilidad es la exactitud del tiempo de atención que tiene con los clientes para atender sus pedidos. En una pollería es muy importante que los trabajadores sean puntuales con los clientes, no hacer esperar por mucho tiempo con sus pedidos, esto conllevaría a un futuro que los clientes se sientan fiables con los trabajadores por sus experiencias pasadas.

2. Seguridad:

Para Fontalvo T. (2005), la seguridad es: “El conocimiento y la cortesía de los empleados, y su capacidad de transmitir confianza y seguridad” (p. 374).

Para el autor la seguridad es la forma de atención de un trabajador que da a sus clientes, brindándole una buena calidad de atención como cortesía, amabilidad, puntuales, etc. de esa manera se transmite que los clientes se sientan mucho más tranquilos por la confianza que depositan en los trabajadores.

Parasuraman, A.; Zeithaml, V. y Berry, L., (1993) señala como dimensión a la “Seguridad” definida como el: “conocimiento y atención de los empleados y

su habilidad para inspirar credibilidad y confianza (agrupa a las anteriores dimensiones denominadas como profesionalidad, cortesía, credibilidad y seguridad)” (p. 29).

La seguridad como dimensión hace referencia al conocimiento que tienen los trabajadores quienes se relacionan directamente con los clientes en el proceso de atención al cliente, pero además se considera a la atención, el cual debe inspirar credibilidad, pero también mucha confianza.

Para Schnarch A. (2005), indica que la seguridad es: todo producto posee un número infinito de atributos, pero sólo un pequeño número de ellos son importantes a efectos de la producción, del marketing o del uso por eso las características y requisitos se centran en requerimientos obligatorios, que se refieren a la seguridad del uso del producto. (p. 256)

Para el autor la seguridad es muy importante en todo producto, ya que a través de ella se brinda la seguridad de los productos a los clientes, en este caso si nos referimos exclusivamente la seguridad de los productos de consumo de una pollería es brindar una excelente y de primera calidad los productos donde los clientes puedan disfrutar del servicio.

Krajewski L., Ritzman L. y Malhotra M. (2008), señala: El atractivo estético, seguridad, facilidad de uso y de mantenimiento y las características del servicio o producto distinguen las ofertas de una empresa de las de sus competidores. Competir con base en el diseño requiere a menudo hacer hincapié en la calidad superior y velocidad de desarrollo para garantizar que la empresa se mantenga a la cabeza de la competencia. (p. 57)

Para los autores señalan que la seguridad es una de las características importantes para una empresa sea competitiva, ya que los productos en este caso de alimentos como la venta de pollos a la brasa en una pollería tienen que ser de buena calidad y de una calidad superior a los de la competencia donde que los clientes al probar noten la diferencia y se vuelvan clientes.

3. Empatía:

Parasuraman, A.; Zeithaml, V. y Berry, L., (1993) señalan como dimensión a la “Empatía”, definida como la: “muestra de interés y nivel atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes (agrupa a los anteriores criterios de accesibilidad, comunicación y comprensión del usuario)” (p. 30).

La Empatía, señala la muestra de interés y la calidad de atención de forma individualizada hacia el cliente.

Según Dubrin A. (2008), la empatía es: “La inteligencia emocional también se refiere a ser capaz de trabajar en forma adecuada con las emociones de los demás para resolver problemas, incluido el hecho de escucharlos y mostrar empatía” (p. 155).

Para el autor la empatía es la inteligencia que cada persona cuenta para ser capaz de comprender las emisiones de otras personas como para poder comprender a la otra persona, es decir ponerse en su lugar para ello el autor menciona es saber escuchar al comensal para poder entender y resolver cualquier problema.

Según Guizar R. (2013), la Empatía es la: “capacidad de empatía, el perfeccionamiento de las técnicas para escuchar, mayor apertura y tolerancia ante las diferencias individuales y el mejoramiento de las habilidades para la solución de conflictos” (p. 138).

Para el autor la empatía es la técnica de aprender escuchar a la otra persona en este caso vendría ser el comensal, de esa manera se logrará poder entender y lograr solucionar los conflictos.

Para Koontz H., Weihrich H. y Cannice M. (2012), la empatía es: “La comunicación exige claridad, pero sobre todo empatía, que es la capacidad de comprender los sentimientos de otra persona y hacer frente a los aspectos emocionales de la comunicación” (p. 303).

Los autores señalan que la empatía es la inteligencia de poder comprender los sentimientos de otra persona. Si nos enfocamos en una pollería en una situación

de trabajador y cliente, la manera de poder entender a los clientes como sus necesidades y sentimientos es necesario que el trabajador tenga una buena comunicación, ser corteses y educados de esa manera podremos entender al cliente.

2.3. Definición de términos básicos

Desempeño laboral: para Chiavenato I. (2015), “Es el conjunto de características o capacidades de comportamiento o rendimiento de una persona” (p. 206).

Para el desempeño laboral, Chiavenato considera que son un grupo de características relacionadas con el comportamiento humano en el ámbito de sus labores designadas dentro de una empresa.

Desempeño laboral: Robbins S. & Coulter M. (2014), Define “El desempeño es el resultado de todas las actividades” (p. 271).

Por su parte, Robbins señala que el desempeño laboral consiste en determinar el resultado de las actividades que se realizan en el ámbito de un trabajo designado a las personas.

Evaluación de desempeño: Para Chiavenato I. (2007) “La evaluación del desempeño no es un fin en sí, sino un instrumento, un medio, una herramienta para mejorar los resultados de los recursos humanos de la organización” (p. 247).

Chiavenato considera a la evaluación del desempeño como un instrumento que permite mejorar los resultados de las actividades realizados por los empleados en una organización.

La productividad: para Taylor. F (1856 – 1915), “creía que si la cantidad de tiempo y esfuerzo que cada trabajador dedicaba a elaborar una unidad de producción (un bien o un servicio terminado), podía reducirse aumentando la especialización y la división del trabajo” (P. 43.).

Taylor refiere que la productividad, considerado como el tiempo y esfuerzo por el empleado de una empresa dedicado a producir bienes o servicios, aunado a la especialización y la división del trabajo mejora considerablemente la productividad.

La satisfacción del cliente: para Del Pozo J. (2018). “La satisfacción del cliente se puede definir como el cumplimiento realización de una necesidad, deseo o gusto”. (p. 118) Para Kotler P. (2017) “Los clientes satisfechos compran de nuevo y cuentan a otro sus buenas experiencias” (p. 7).

Del Pozo refiere La satisfacción del cliente, es el cumplimiento de las expectativas que tiene el cliente acerca de la satisfacción de sus necesidades, sin embargo, Kotler añade que, si esta percepción es buena, el cliente va a regresar a comprar, dándose lo que se conoce como fidelización del cliente.

III. MÉTODOS Y MATERIALES

3.1. Hipótesis de la investigación.

Para Hernández H. y Otros las Hipótesis de investigación son “Proposiciones tentativas sobre las posibles relaciones entre dos o más variables” (p. 107).

3.1.1. Hipótesis general.

- Existe relación entre el desempeño laboral y la satisfacción del cliente en la pollería Roy Chicken en Huaraz, 2019.

3.1.2. Hipótesis específicas

- Existe relación directa y significativa entre desempeño laboral y seguridad en la pollería Roy Chicken en Huaraz, 2019.
- Existe relación directa y significativa entre desempeño laboral y fiabilidad en la pollería Roy Chicken en Huaraz, 2019.
- Existe relación directa y significativa entre desempeño laboral y empatía en la pollería Roy Chicken en Huaraz, 2019.

3.2. Variables de estudio

3.2.1. Definición conceptual.

Desempeño laboral:

Chiavenato I. (2015), Define el desempeño laboral “Es el conjunto de características o capacidades de comportamiento o rendimiento de una persona” (p. 206).

El desempeño laboral es el resultado de todas las actividades que son trabajadas para llegar a la meta cumpliendo todos los objetivos trazados.

Satisfacción del cliente:

Kotler P. (2010) define 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).

La satisfacción del cliente se define como un conjunto de percepciones y resultados de ánimo por haber obtenido lo que buscaba cumpliendo sus necesidades, deseos y expectativas con respecto a la calidad y servicios.

3.2.2. Definición operacional

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

Tabla 1:
Cuadro de Operacionalización de la Variable Desempeño Laboral

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITMS
Desempeño Laboral	Productividad	1. Incentiva la compra de productos nuevos y tradicionales	5
		2. Número de mesas atendidas por día	
		3. Prepara más de un pedido en un mismo tiempo	
		4. Prueba, elabora e informa nuevos productos	
		5. Excelentes tiempos de atención	
	Procedimientos del cargo	1. Colaboración con el aseo de la infraestructura	7
		2. Planificación de requerimientos de área	
		3. Eficiencia en la distribución y uso de los materiales	
		4. Mantenimiento y limpieza de instrumentos de trabajo	
		5. Actividades individuales	
Perspectivas de productos	1. Percepción de un producto de calidad (sabor y presentación)	3	

Tabla 2:
Cuadro de Operacionalización de la Variable Satisfacción del Cliente

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITMS
Satisfacción del cliente	Fiabilidad	1. Cumplimiento de promesa	5
		2. Interés por resolver problemas	
		3. Documentación de calidad	
		4. Atención en el momento preciso	
		5. Productos y servicios exentos de errores	
	Seguridad	1. Inspira confianza	5
		2. Cortesía	
		3. Conocimiento para solucionar problemas	
	Empatía	1. Atención individualizada	5
		2. Horarios adecuados	
		3. Suficiente calidad de empleados	
		4. Comprensión de necesidades de los clientes	

3.3. Tipo y nivel de la investigación

El tipo de esta investigación es aplicada, de tipo cuantitativo pues se aplicará la estadística para lograr resultados, y de alcance correlacional, según Hernández H. (2014), sostiene que en el “Estudio correlacional Asocian variables mediante un patrón predecible para un grupo o población” (p. 126).

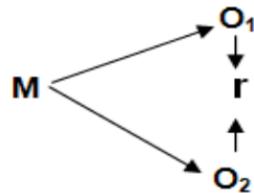
3.4. Diseño de la investigación

Según Hernández H (2014), el “Diseño de investigación, es Plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento” (p. 128).

El diseño de la investigación es no experimental, que son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos.

La investigación es transeccional, pues solo se va a recabar una sola vez los datos para el estudio. Según Hernández H. (2014) los Diseños transeccionales (transversales) en la Investigación se recopilan los datos en un momento único.

La representación gráfica del diseño de investigación es la siguiente:



Donde:

M = Muestra

O₁ = Observación de la Variable 1

O₂ = Observación de la Variable 2

r = Correlación entre las variables

3.5. Población y muestra del estudio

3.5.1. Población

La población está compuesta por dos grupos, uno para cada variable, la primera población está constituida por 1400 clientes al mes de la Pollería Roy Chicken de Huaraz. La segunda población está constituida por los trabajadores de la Pollería Roy Chicken. Población, definida por Hernández H. (2014), “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p. 182).

3.5.2. Muestra

Dado a que es muy variable la población de clientes, que se presentan temporadas de ventas altas, aunado a la situación de recesión, se presenta un caso de población desconocida, por lo que no se cuenta con un marco muestral correspondiente, asumiendo una población desconocida o infinita, como lo refiere Bernal (2010: p. 174), siendo el tamaño de muestra el siguiente:

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

Donde:

Z =	1.96	Nivel de confianza
p =	0.5	Probabilidad de ocurrencia
q =	0.5	Probabilidad de no ocurrencia
E =	0.05	Error sistemático

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)}{0.05^2} = 384$$

Una muestra no probabilística por conveniencia aplicada a 384 clientes.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnica de recolección de datos

Para la presente investigación, se utilizará la técnica de la encuesta, que es una técnica de recojo de información por medio de preguntas escritas organizadas en un cuestionario impreso, que permitirá dar respuesta al grado de influencia de variables tras el recojo de información sistemática, asegurando el rigor de la información requerida. Esta encuesta será aplicada a los trabajadores y clientes.

La encuesta, es un procedimiento para la recogida de información que se va realizar con la muestra concreta, es la técnica que se utiliza para guiar la recogida de la misma. Aravena, et al (2006) la define como 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 determinadas realidades políticas, sociales, económicas o culturales, o el estado de opinión sobre un tema en particular.

3.6.2. Instrumento de recolección de datos

Para el presente estudio, se utilizará el Cuestionario, como instrumento de recolección de datos que será validada por los juicios de expertos, el cual no requiere de personal especializado para su aplicación, con el que se logrará conocer la que opinión de los encuestados.

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

3.7. Métodos de análisis de datos

El método a utilizar en el análisis de datos comprenderá el proceso de tabulación en una tabla maestra, pasando a realizar tablas y gráficos de frecuencia que expliquen el comportamiento de las variables. Para la prueba de hipótesis se realizará el ritual de la significancia estadística, aplicando técnicas estadísticas para tal fin, en este caso se aplicará la prueba X², el software estadístico a utilizar es el SPSS versión 25.

3.8. Aspectos Éticos

El aspecto ético considerado en el presente trabajo de investigación consiste en:

La tesis es de autoría del graduando, se van a respetar las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.

Los datos a presentar en los resultados serán reales, no serán falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

Los datos serán tomados en forma real a los clientes de la empresa en mención, siempre teniendo en cuenta la reserva del caso en cuanto a su identificación y la respuesta individual.

IV. RESULTADOS

4.1. Matriz de Puntuación

Tabla 3:
Matriz de puntuaciones de las variables en estudio con sus respectivas dimensiones.

Variable / Dimensión	Rango de Puntuación	Evaluación de la puntuación			Puntuación	Evaluación	Rango [0-1]	Prioridad
		Desempeño Laboral Bajo	Desempeño Laboral Medio	Desempeño Laboral Alto				
V1 Desempeño Laboral	de 15 a 75	< 35	de 35 a 55	> 55	55.93	Desempeño Alto	0.746	
D1 Productividad	de 6 a 30	< 14	de 14 a 22	> 22	20.80	Desempeño Medio	0.693	3
D2 Procedimientos del cargo	de 6 a 30	< 14	de 14 a 22	> 22	23.60	Desempeño Alto	0.787	1
D3 Perspectivas de productos	de 3 a 15	< 7	de 7 a 11	> 11	11.53	Desempeño Alto	0.769	2

Variable / Dimensión	Rango de Puntuación	Evaluación de la puntuación			Puntuación	Evaluación	Rango [0-1]	Prioridad
		Insatisfecho	Satisfecho	Complacido				
V2 Satisfacción del cliente	de 15 a 75	< 35	de 35 a 55	> 55	56.23	Complacido	0.750	
D1 Fiabilidad	de 5 a 26	< 12	de 12 a 19	> 19	18.59	Satisfecho	0.744	3
D2 Seguridad	de 5 a 26	< 12	de 12 a 19	> 19	18.91	Satisfecho	0.756	1
D3 Empatía	de 5 a 26	< 12	de 12 a 19	> 19	18.73	Satisfecho	0.749	2

En la tabla N° 03 se definen los rangos de cada categoría para cada variable y sus respectivas dimensiones con sus respectivos rangos, así podemos observar que el desempeño laboral, en el rango de 0 a 1, tiene un valor de 0.746 está en la categoría Alto desempeño y en cuanto a sus dimensiones, la dimensión Productividad obtiene una evaluación de Desempeño Medio, mientras que las dimensiones Procedimientos del Cargo y Perspectivas de Producto obtienen una evaluación Desempeño Alto.

En cuanto a la variable satisfacción del cliente, tiene un índice de 0.750, que en la clasificación está dentro de la categoría Complacido, las prioridades en sus dimensiones en orden son: Seguridad, Empatía y Fiabilidad.

4.2. Análisis Descriptivo de las Variables

Análisis Descriptivo del Desempeño Laboral en la pollería ROY CHICKEN, Huaraz, 2019

Tabla 4:
Distribución de frecuencias Desempeño Laboral en la pollería ROY CHICKEN, Huaraz, 2019

Variable Desempeño Laboral	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Desempeño Laboral Bajo	2	13.3%	13.3%
Desempeño Laboral Medio	3	20.0%	33.3%
Desempeño Laboral Alto	10	66.7%	100.0%
Total	15	100.0%	

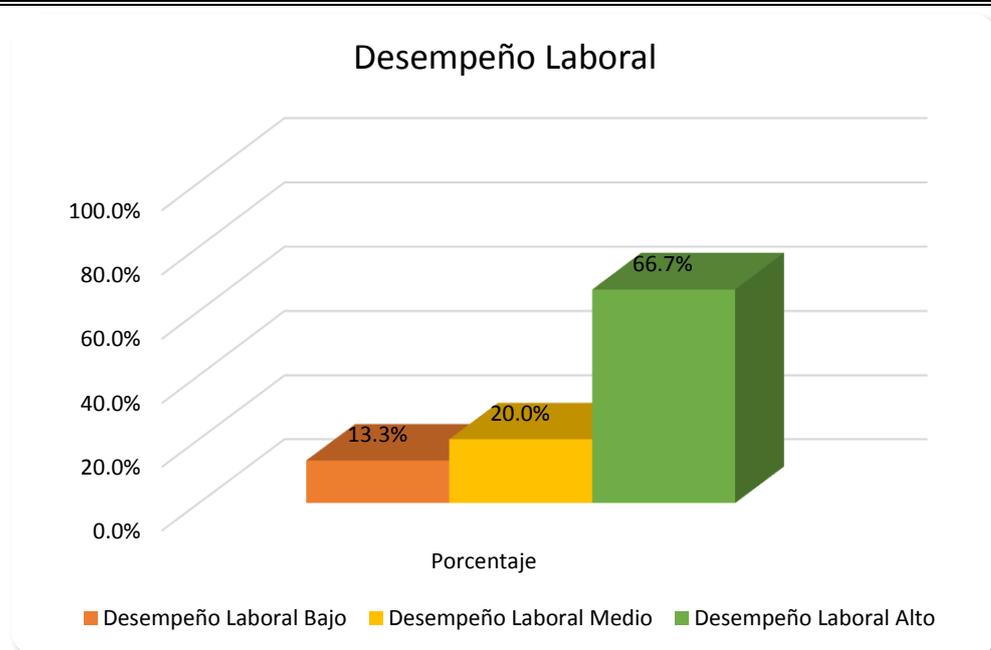


Figura 1: Distribución de frecuencias Desempeño Laboral en la pollería ROY CHICKEN, Huaraz, 2019.

Fuente: Encuesta de Desempeño laboral
Elaboración propia

El 66.7% de los encuestados señala que el desempeño laboral es alto, el 20% afirma que el desempeño laboral es medio, mientras que el 13.3% manifiesta que el desempeño laboral es bajo.

Tabla 5:
Distribución de frecuencias de la variable Desempeño Laboral y sus dimensiones en la pollería ROY CHICKEN, Huaraz, 2019.

Variable y dimensiones	Desempeño Laboral Bajo		Desempeño Laboral Medio		Desempeño Laboral Alto		Total	
	N	%	n	%	n	%	n	%
	Desempeño Laboral	2	13.33	3	20.00	10	66.67	15
Productividad	1	6.67	4	26.67	10	66.67	15	100.00
Procedimientos del cargo	2	13.33	2	13.33	11	73.33	15	100.00
Perspectivas del producto	2	13.33	1	6.67	12	80.00	15	100.00

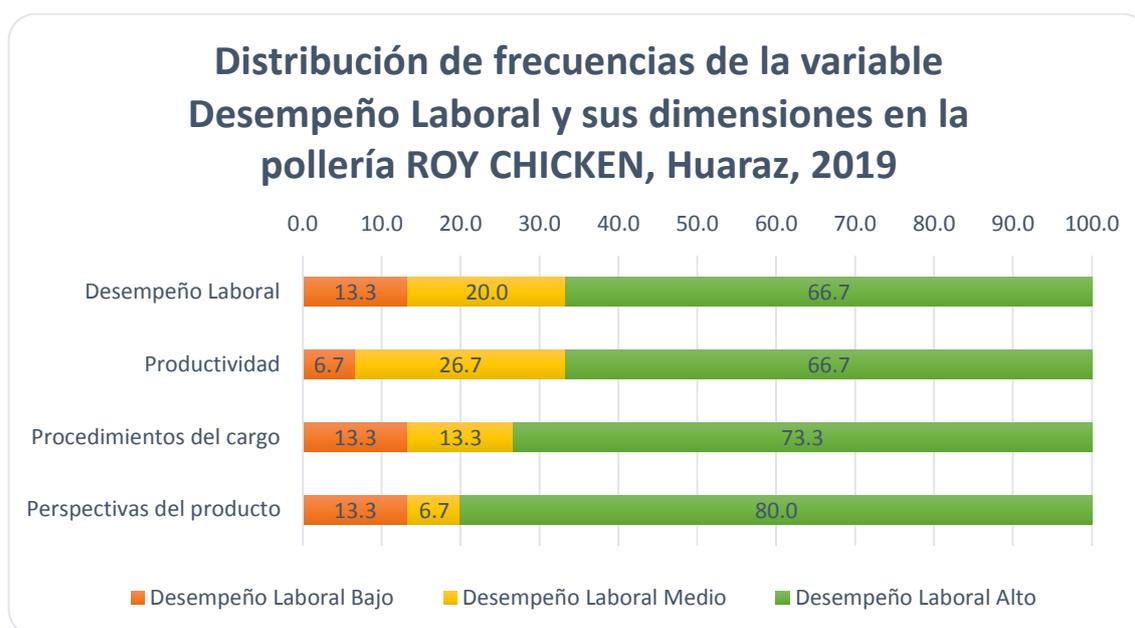


Figura 2: Distribución de frecuencias de la variable Desempeño Laboral y sus dimensiones en la pollería ROY CHICKEN, Huaraz, 2019
 Fuente: Encuesta de Desempeño laboral
 Elaboración propia

Análisis Descriptivo de la Satisfacción del Cliente en la pollería ROY CHICKEN, Huaraz, 2019.

Tabla 6:
Distribución de frecuencias Satisfacción del Cliente en la pollería ROY CHICKEN, Huaraz, 2019

Variable Satisfacción del Cliente	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Insatisfacción	28	7.3%	7.3%
Satisfacción	122	31.8%	39.1%
Complacencia	234	60.9%	100.0%
Total	384	100.0%	



Figura 3: Distribución de frecuencias Satisfacción del Cliente en la pollería ROY CHICKEN, Huaraz, 2019
 Fuente: Encuesta Satisfacción del Cliente.
 Elaboración propia

Tabla 7:

Distribución de frecuencias de la variable Satisfacción del Cliente y sus dimensiones en la pollería ROY CHICKEN, Huaraz, 2019 .

Variable y dimensiones	Insatisfecho		Satisfecho		Complacido		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Satisfacción Laboral	28	7.29	122	31.77	234	60.94	384	100.00
Fiabilidad	43	11.20	116	30.21	225	58.59	384	100.00
Seguridad	31	8.07	128	33.33	225	58.59	384	100.00
Empatía	36	9.38	119	30.99	229	59.64	384	100.00

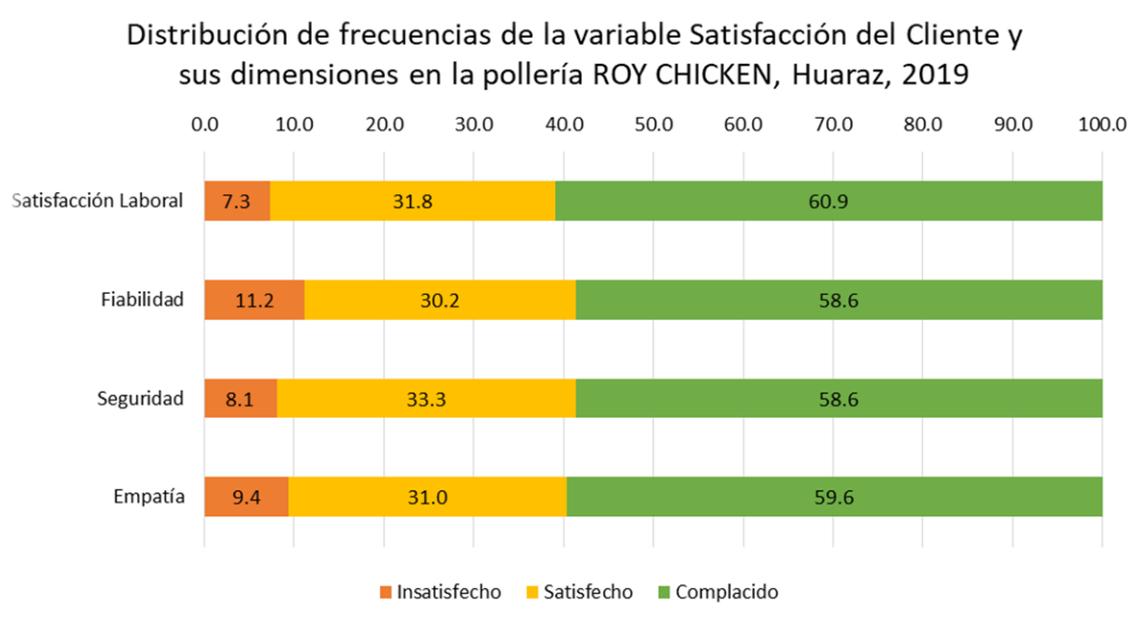


Figura 4: Distribución de frecuencias de la variable Satisfacción del Cliente y sus dimensiones en la pollería ROY CHICKEN, Huaraz, 2019

Fuente: Encuesta Satisfacción del Cliente.

Elaboración propia

4.3. Distribución de frecuencias

Distribución de frecuencias de la variable Desempeño Laboral

Tabla 8 :
Sexo de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Masculino	7	46.7%	46.7%
Femenino	8	53.3%	100.0%
Total	15	100.0%	

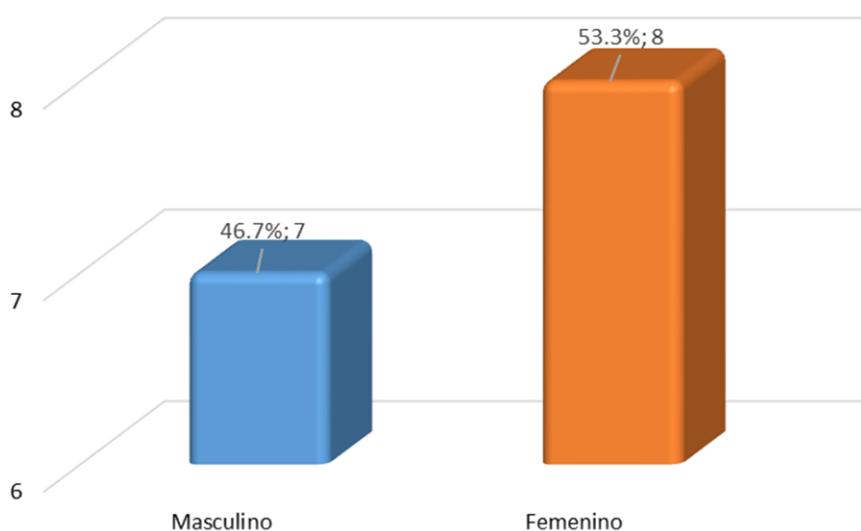


Figura 5: Sexo de los encuestados
Fuente: Encuesta Desempeño laboral.
Elaboración propia

Interpretación:

El 53.3% de los encuestados son del sexo femenino, el 46.7% son del sexo masculino.

Tabla 9:
Edades de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De 19 a 24 años	2	13.3%	13.3%
De 24 a 29 años	1	6.7%	20.0%
De 29 a 34 años	3	20.0%	40.0%
De 34 a 39 años	9	60.0%	100.0%
Total	15	100.0%	

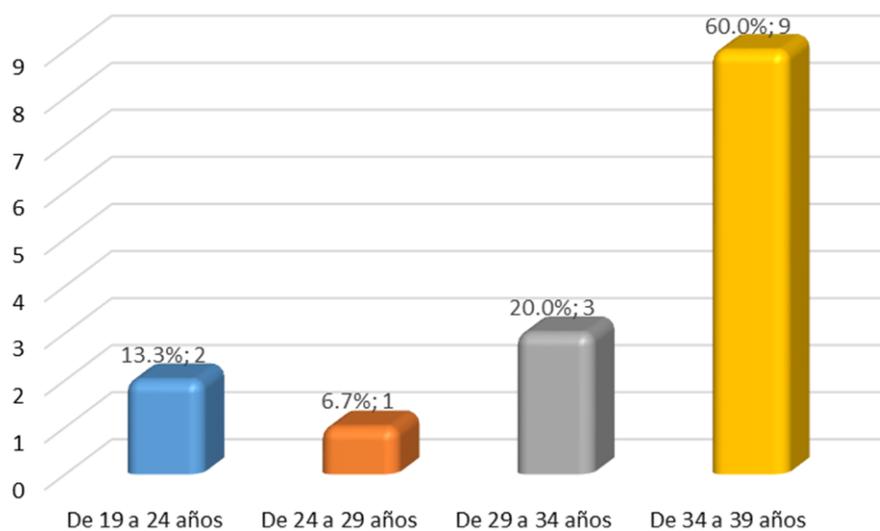


Figura 6: Edades de los encuestados
Fuente: Encuesta Desempeño laboral.
Elaboración propia

Interpretación: El 60% de los encuestados tienen edades entre 34 a 39 años, el 20% tiene edades entre 29 a 34 años el 13.3% tienen edades entre 19 a 24 años y el 6.7% tiene edades entre 24 a 29 años.

Tabla 10:

Pregunta 1: ¿Incentivan a los clientes en la compra de productos originales o tradicionales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	2	13.3%	13.3%
Casi nunca	5	33.3%	46.7%
A veces	3	20.0%	66.7%
Casi siempre	2	13.3%	80.0%
Siempre	3	20.0%	100.0%
Total	15	100.0%	

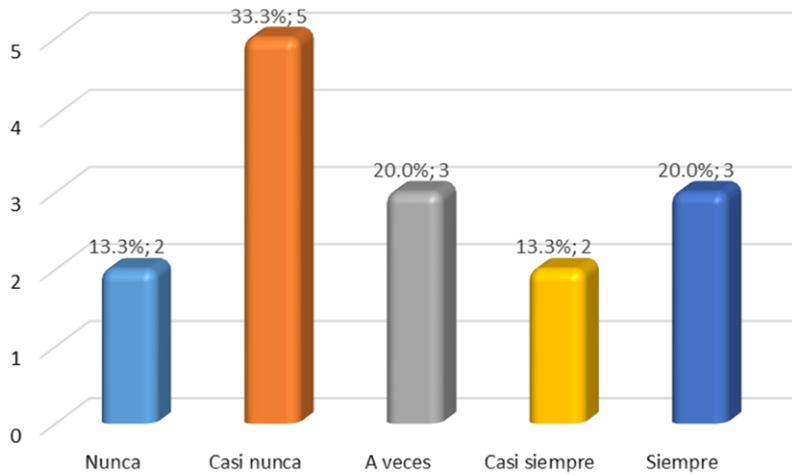


Figura 7: Pregunta 1: ¿Incentivan a los clientes en la compra de productos originales y tradicionales?

Fuente: Encuesta Desempeño laboral.

Elaboración propia

Interpretación: El 33.3% de los encuestados refiere casi siempre, el 20.0% manifiesta que a veces, el 20% dice que siempre y el 13.3% sostiene que casi siempre y el 13.3% indica que nunca.

Tabla 11:

Pregunta 2: ¿Considera usted que atienden a un gran número de mesas por día?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0%	0.0%
Casi nunca	4	26.7%	26.7%
A veces	6	40.0%	66.7%
Casi siempre	3	20.0%	86.7%
Siempre	2	13.3%	100.0%
Total	15	100.0%	

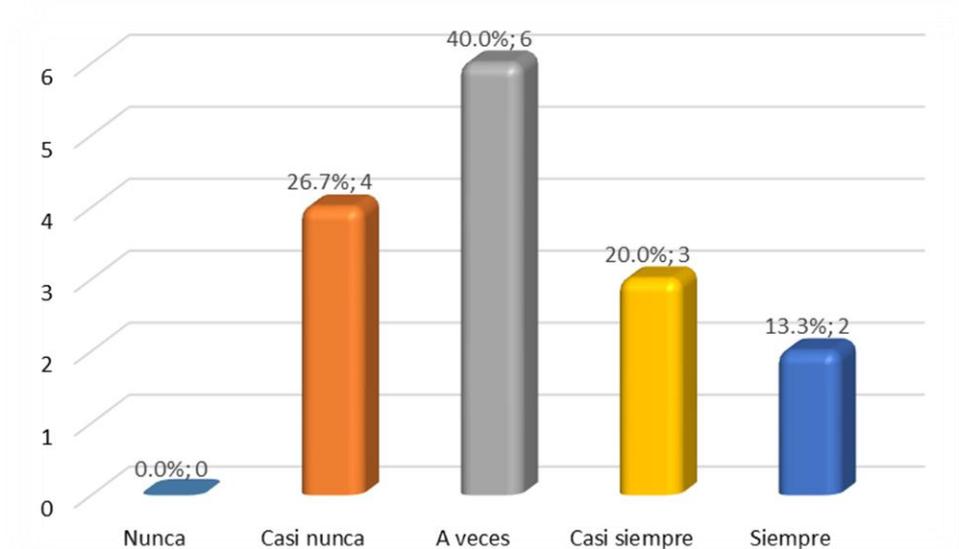


Figura 8: Pregunta 2: ¿Considera usted que atienden a un gran número de mesas por día?

Fuente: Encuesta Desempeño laboral.

Elaboración propia

Interpretación: El 40.0% de los encuestados refiere que a veces, el 26.7% manifiesta que casi nunca, el 20% dice que siempre y el 13.3 % sostiene que casi siempre.

Tabla 12:
Pregunta 3: ¿Prepara usted más de un pedido en un mismo tiempo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	1	6.7%	6.7%
Casi nunca	3	20.0%	26.7%
A veces	4	26.7%	53.3%
Casi siempre	5	33.3%	86.7%
Siempre	2	13.3%	100.0%
Total	15	100.0%	

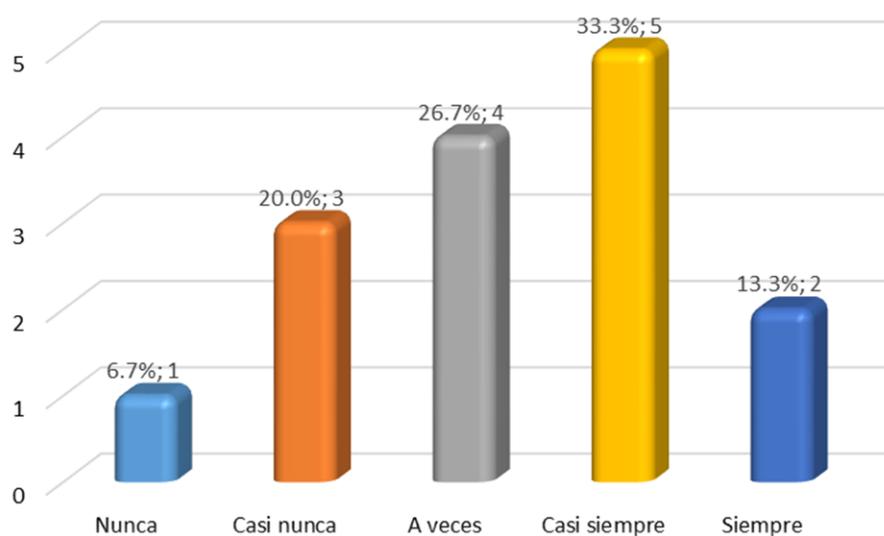


Figura 9: Pregunta 3: ¿Prepara usted más de un pedido en un mismo tiempo?

Fuente: Encuesta Desempeño laboral.

Elaboración propia

Interpretación: El 33.3.7% de los encuestados refiere que casi siempre, el 26.7% manifiesta que a veces, el 20% dice que casi nunca, el 13.3% sostiene que siempre y 6.7% indica que nunca.

Tabla 13:

Pregunta 4: ¿Prueban, elaboran e informan acerca de nuevos productos al cliente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	3	20.0%	20.0%
Casi nunca	4	26.7%	46.7%
A veces	3	20.0%	66.7%
Casi siempre	2	13.3%	80.0%
Siempre	3	20.0%	100.0%
Total	15	100.0%	

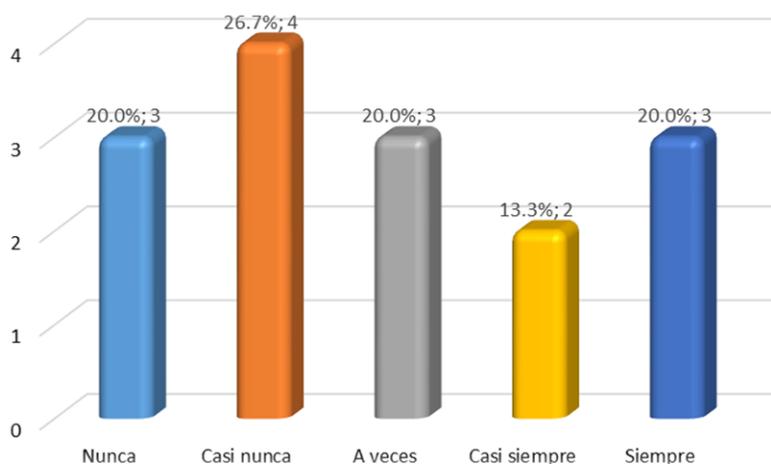


Figura 10: Pregunta 4: ¿Prueban, elaboran e informan acerca de nuevos productos al cliente?

Fuente: Encuesta Desempeño laboral.

Elaboración propia

Interpretación: El 26.7% de los encuestados refiere que casi nunca, el 20.0% manifiesta que a veces, el 20.0% dice que siempre, el 20.0% sostiene que nunca y el 13.3% indica que casi siempre.

Tabla 14:
Pregunta 5: ¿Incentivan la compra de productos nuevos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	2	13.3%	13.3%
Casi nunca	5	33.3%	46.7%
A veces	0	0.0%	46.7%
Casi siempre	3	20.0%	66.7%
Siempre	5	33.3%	100.0%
Total	15	100.0%	

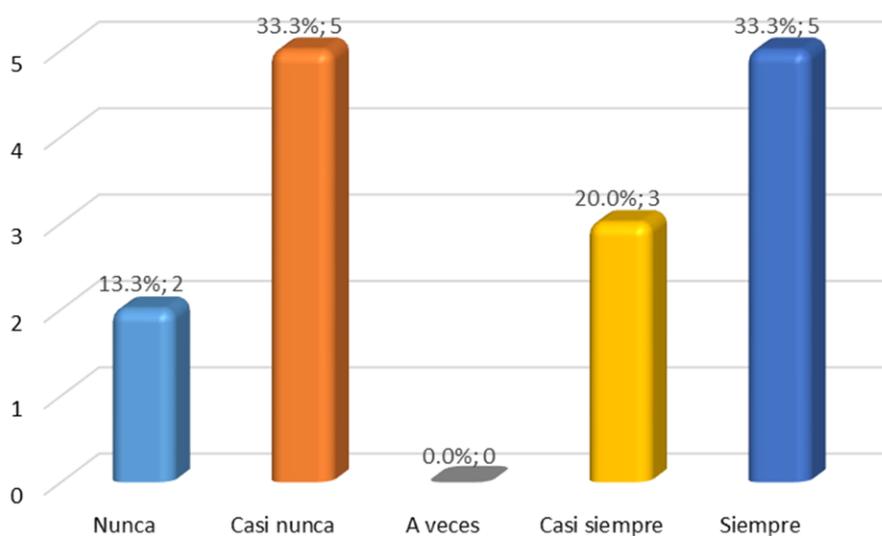


Figura 11: Pregunta 5: ¿Incentivan la compra de productos nuevos?

Fuente: Encuesta Desempeño laboral.

Elaboración propia

Interpretación: El 33.3% de los encuestados refiere que casi nunca, el 33.3% manifiesta que siempre, el 20.0% dice que casi siempre y el 13.3% sostiene que nunca.

Tabla 15:
Pregunta 6: ¿Logran excelentes tiempos de atención a los clientes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	1	6.7%	6.7%
Casi nunca	2	13.3%	20.0%
A veces	6	40.0%	60.0%
Casi siempre	5	33.3%	93.3%
Siempre	1	6.7%	100.0%
Total	15	100.0%	

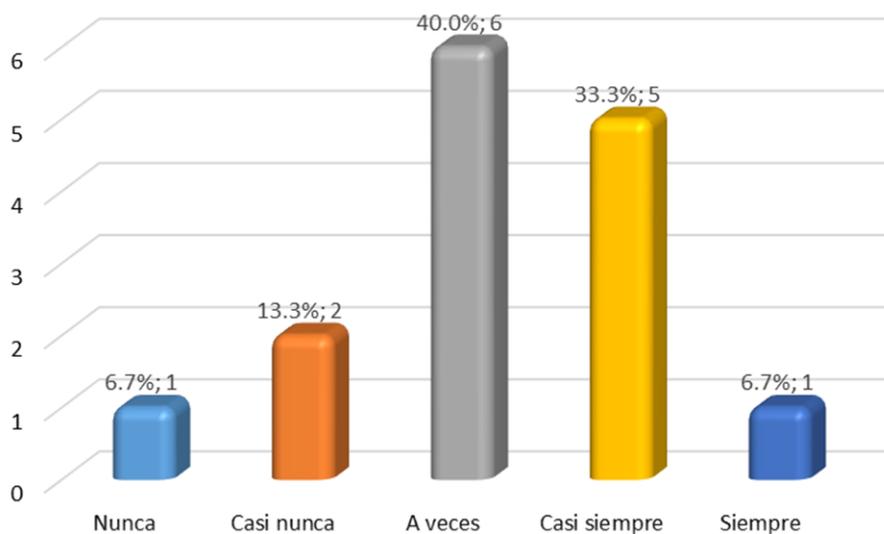


Figura 12: Pregunta 6: ¿Logran excelentes tiempos de atención al cliente?
Fuente: Encuesta Desempeño laboral.
Elaboración propia

Interpretación: El 40.0% de los encuestados refiere que a veces, el 33.3% manifiesta que casi siempre, el 13.3% dice que casi nunca y el 6.7% sostiene que nunca.

DIMENSIÓN 2 DIMENSIÓN PROCEDIMIENTOS DEL CARGO

Tabla 16:

Pregunta 7: ¿Cree usted que es indispensable el aseo de la infraestructura del restaurante durante su jornada de trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	1	6.7%	6.7%
Casi nunca	3	20.0%	26.7%
A veces	5	33.3%	60.0%
Casi siempre	0	0.0%	60.0%
Siempre	6	40.0%	100.0%
Total	15	100.0%	

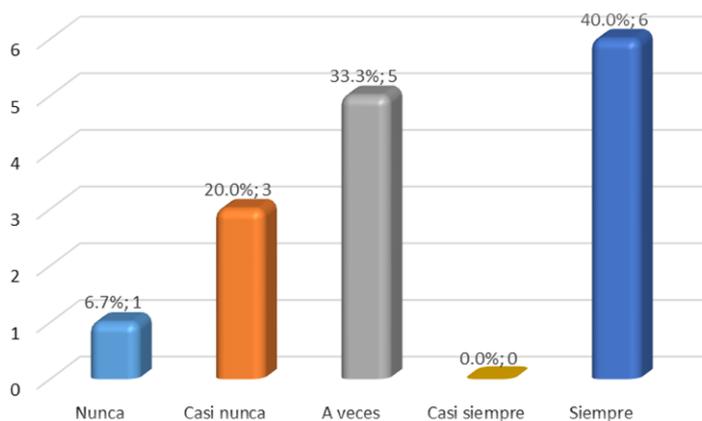


Figura 13: Pregunta 7: ¿Cree usted que es indispensable el aseo de la infraestructura durante su jornada de trabajo?

Fuente: Encuesta Desempeño laboral.

Elaboración propia

Interpretación: El 40.0% de los encuestados refiere que siempre, el 33.3% manifiesta que a veces, el 20.0% dice que nunca y el 6.7% indica que nunca.

Tabla 17:

Pregunta 8: ¿Considera usted que es suficiente el aseo durante el tiempo de jornada?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	1	6.7%	6.7%
Casi nunca	1	6.7%	13.3%
A veces	5	33.3%	46.7%
Casi siempre	4	26.7%	73.3%
Siempre	4	26.7%	100.0%
Total	15	100.0%	

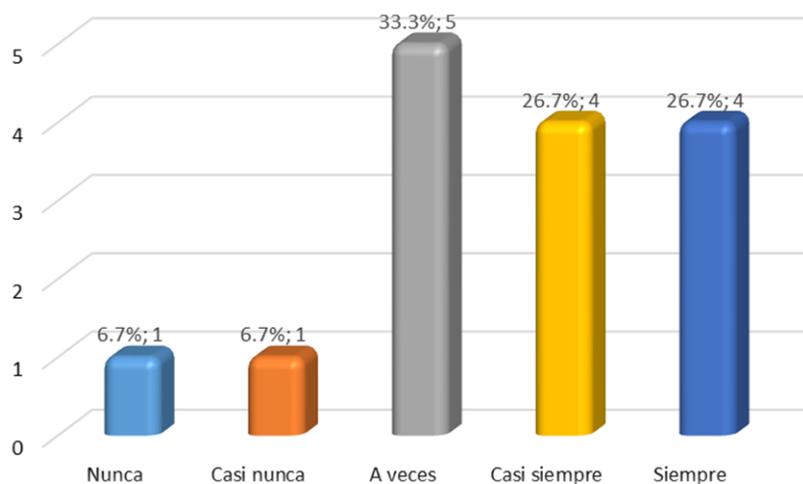


Figura 14: Pregunta 8: ¿Considera usted que es suficiente el aseo durante el tiempo de jornada?

Fuente: Encuesta Desempeño laboral.

Elaboración propia

Interpretación: El 33.3.0% de los encuestados refiere que a veces, el 26.7% manifiesta que casi siempre, el 26.7% dice que siempre, el 6.7% sostiene que nunca y el 6.7% sostiene que casi nunca.

Tabla 18:

Pregunta 9: ¿Considera usted que sus compañeros de trabajo planifican los requerimientos del área donde laboran?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0%	0.0%
Casi nunca	2	13.3%	13.3%
A veces	5	33.3%	46.7%
Casi siempre	2	13.3%	60.0%
Siempre	6	40.0%	100.0%
Total	15	100.0%	

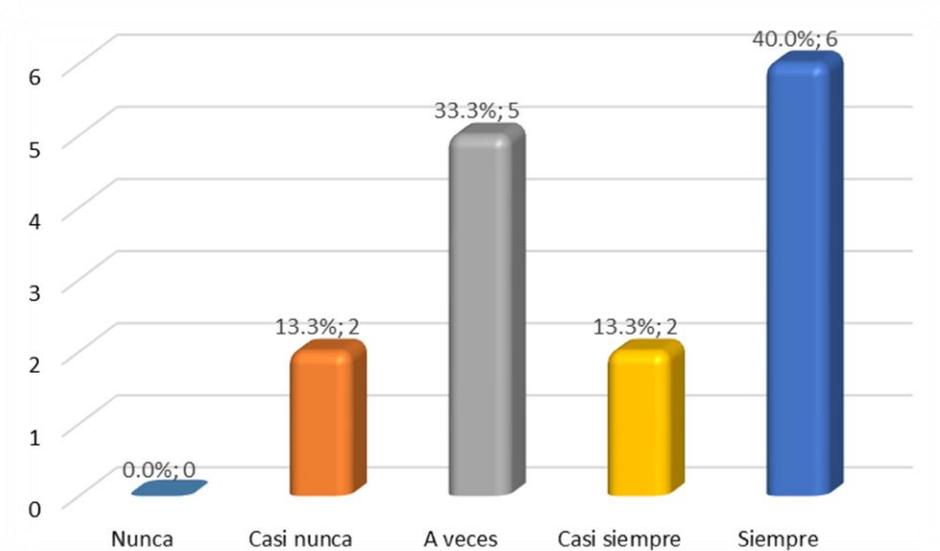


Figura 15: Pregunta 9: ¿Considera usted que sus compañeros planifican los requerimientos del área donde laboran?

Fuente: Encuesta Desempeño laboral.

Elaboración propia

Interpretación: El 40.0% de los encuestados refiere que siempre, el 33.3% manifiesta que a veces, el 13.3% dice que casi siempre, y el 13.3% sostiene que casi nunca.

Tabla 19:

Pregunta 10: ¿Sus compañeros de trabajo demuestran eficiencia en la distribución y uso de los materiales de la pollería?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0%	0.0%
Casi nunca	4	26.7%	26.7%
A veces	5	33.3%	60.0%
Casi siempre	1	6.7%	66.7%
Siempre	5	33.3%	100.0%
Total	15	100.0%	

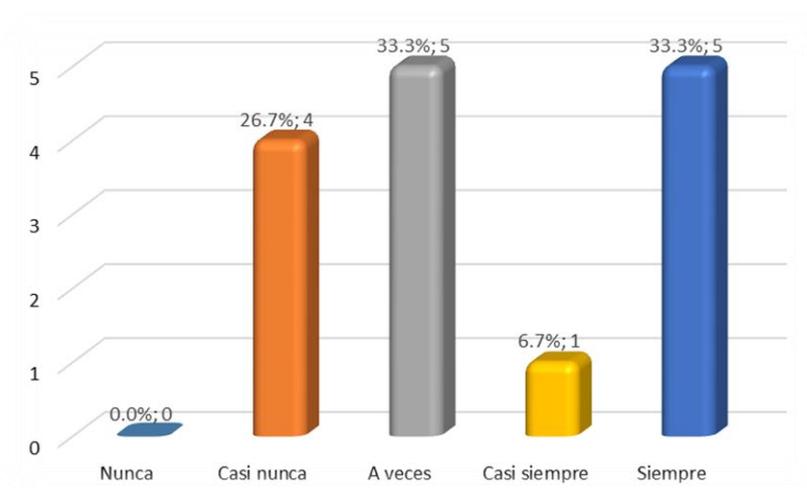


Figura 16: Pregunta 10: ¿Sus compañeros de trabajo demuestran eficiencia en la distribución y uso de los materiales de la pollería?

Fuente: Encuesta Desempeño laboral.

Elaboración propia

Interpretación: El 33.3% de los encuestados refiere que siempre, el 33.3% manifiesta que a veces, el 26.7% dice que casi nunca, y el 6.7% sostiene que casi siempre.

Tabla 20:

Pregunta 11: ¿Usted realiza actividades individuales orientadas a mejorar su trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0%	0.0%
Casi nunca	3	20.0%	20.0%
A veces	5	33.3%	53.3%
Casi siempre	3	20.0%	73.3%
Siempre	4	26.7%	100.0%
Total	15	100.0%	

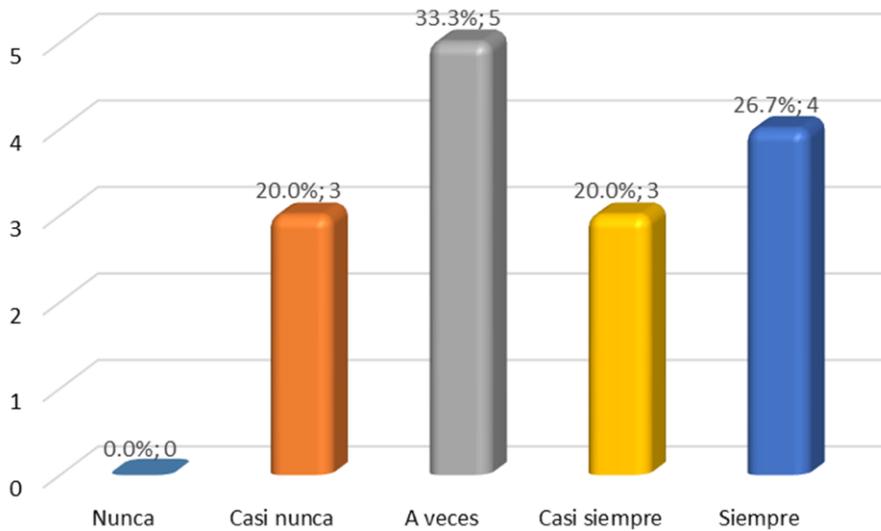


Figura 17: Pregunta 11: ¿Usted realiza actividades individuales orientadas a mejorar su trabajo?

Fuente: Encuesta Desempeño laboral.

Elaboración propia

Interpretación: El 33.3% de los encuestados refiere que a veces, el 26.7% manifiesta que siempre, el 20.0% dice que casi siempre, y el 20.0% sostiene que casi nunca.

Tabla 21:

Pregunta 12: ¿Entregan a tiempo el informe de resultados del restaurante diariamente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	1	6.7%	6.7%
Casi nunca	3	20.0%	26.7%
A veces	3	20.0%	46.7%
Casi siempre	2	13.3%	60.0%
Siempre	6	40.0%	100.0%
Total	15	100.0%	

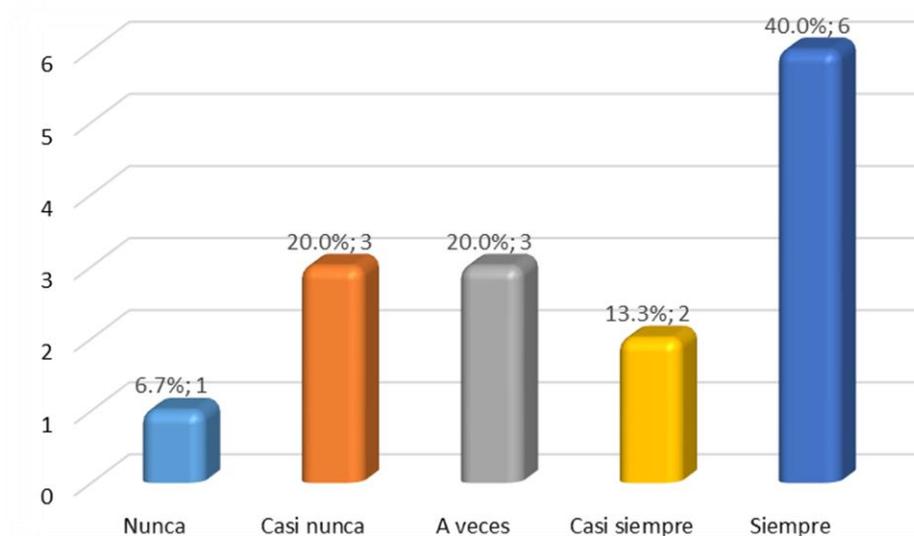


Figura 18: Pregunta 12: ¿Entregan a tiempo el informe de resultados diariamente?

Fuente: Encuesta Desempeño laboral.

Elaboración propia

Interpretación: El 40.0% de los encuestados refiere que siempre, el 20.0% manifiesta que casi nunca, el 20.0% dice que a veces, y el 13.3% sostiene que casi siempre y el 6.7% indica que nunca.

DIMENSIÓN 3 PERSPECTIVAS DE PRODUCTOS

Tabla 22:

Pregunta 13: ¿Percibe usted y recomienda acerca de la calidad del producto ofrecidos por la pollería?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0%	0.0%
Casi nunca	4	26.7%	26.7%
A veces	6	40.0%	66.7%
Casi siempre	2	13.3%	80.0%
Siempre	3	20.0%	100.0%
Total	15	100.0%	

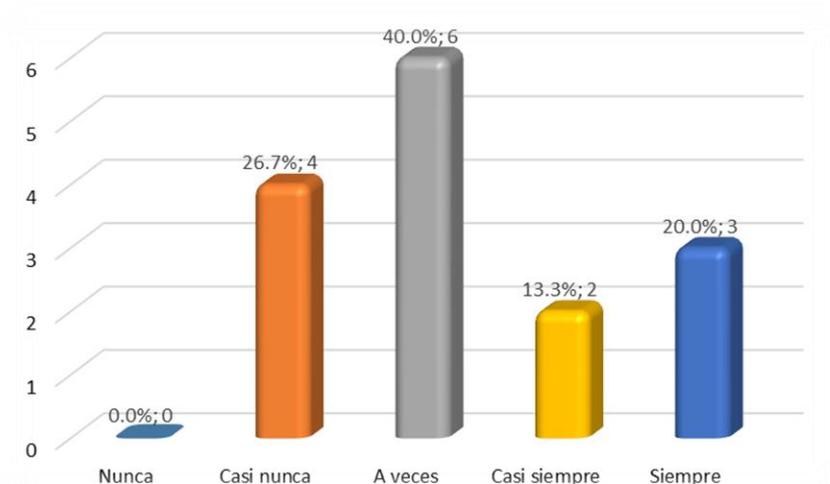


Figura 19: Pregunta 13: ¿Percibe usted y recomienda acerca de la calidad del producto ofrecidos por la pollería?

Fuente: Encuesta Desempeño laboral.

Elaboración propia

Interpretación: El 40.0% de los encuestados refiere que a veces, el 26.7% manifiesta que casi nunca, el 20.0% dice que siempre, y el 13.3% sostiene que casi siempre.

Tabla 23:

Pregunta 14: ¿Recomienda usted en cuanto al sabor de los alimentos que son ofrecidos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	1	6.7%	6.7%
Casi nunca	1	6.7%	13.3%
A veces	5	33.3%	46.7%
Casi siempre	3	20.0%	66.7%
Siempre	5	33.3%	100.0%
Total	15	100.0%	

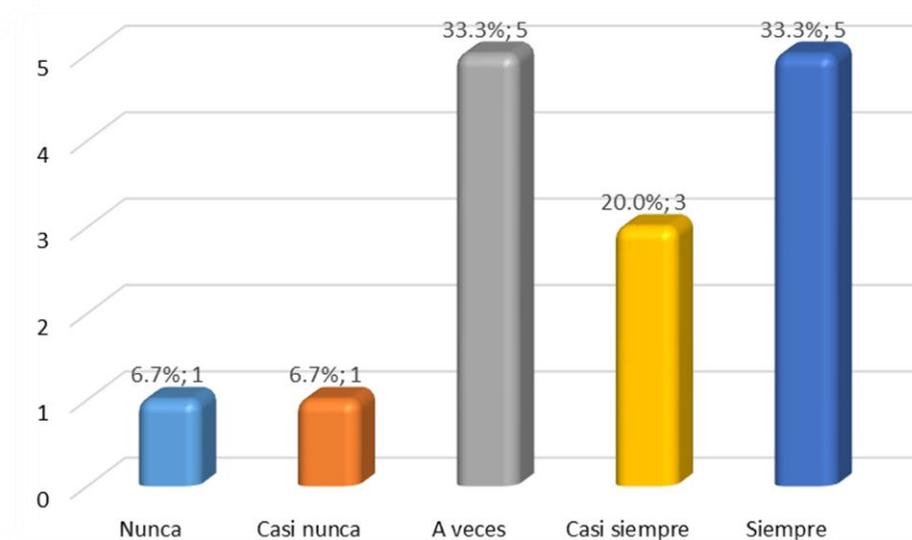


Figura 20: *Pregunta 14: ¿Recomienda usted en cuanto al sabor de los alimentos que son ofrecidos?*

Fuente: Encuesta Desempeño laboral.

Elaboración propia

Interpretación: El 33.3% de los encuestados refiere que a veces, el 33.3% manifiesta que siempre, el 20.0% dice que casi siempre, el 6.7% sostiene que nunca y el 6.7% sostiene que casi nunca.

Tabla 24:

Pregunta 15: ¿Cree usted que es importante la presentación de un plato?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	1	6.7%	6.7%
Casi nunca	1	6.7%	13.3%
A veces	3	20.0%	33.3%
Casi siempre	4	26.7%	60.0%
Siempre	6	40.0%	100.0%
Total	15	100.0%	

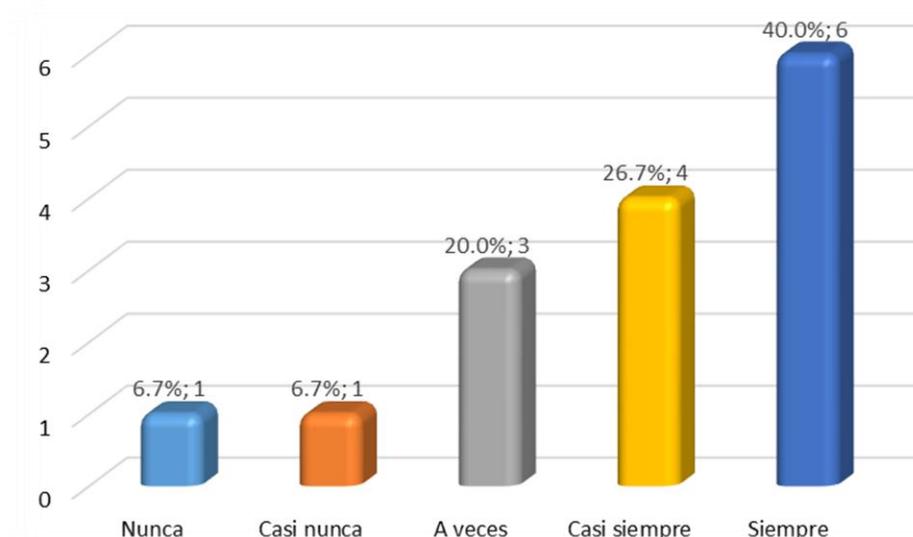


Figura 21: Pregunta 15: ¿Cree usted que es importante la presentación de un plato?

Fuente: Encuesta Desempeño laboral.

Elaboración propia

Interpretación: El 40.0% de los encuestados refiere que siempre, el 26.7% manifiesta que casi siempre, el 20.0% dice a veces, el 6.7% sostiene que nunca y el 6.7% indica que casi nunca.

Tabla 25:
Distribución de frecuencias de la variable Satisfacción del Cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Masculino	190	49.5%	49.5%
Femenino	194	50.5%	100.0%
Total	384	100.0%	

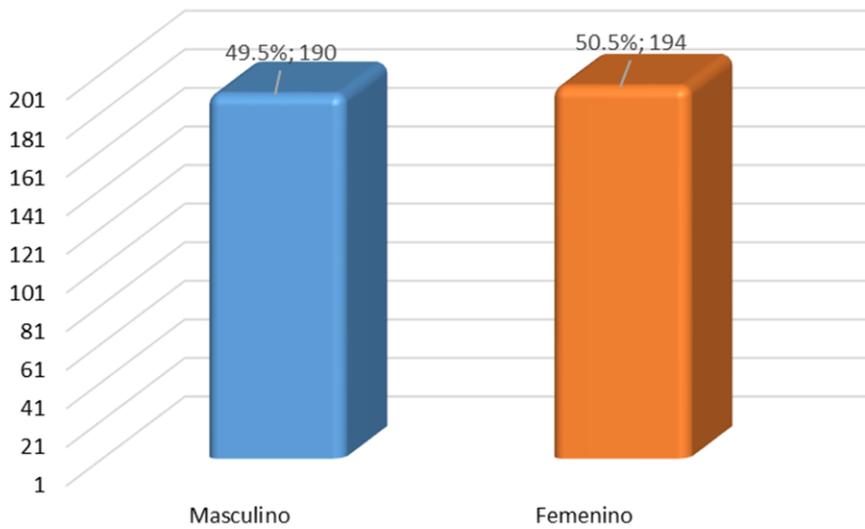


Figura 22: *Sexo de los encuestados*
 Fuente: Encuesta Satisfacción al cliente.
 Elaboración propia

Interpretación: El 50.0% de los encuestados son de género femenino y el 49.5% de los encuestados son de género masculino.

Tabla 26:
Edades de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De 15 a 24 años	115	29.9%	29.9%
De 24 a 33 años	173	45.1%	75.0%
De 33 a 42 años	37	9.6%	84.6%
De 42 a 51 años	43		
De 51 a 60 años	16	4.2%	88.8%
Total	384	88.8%	

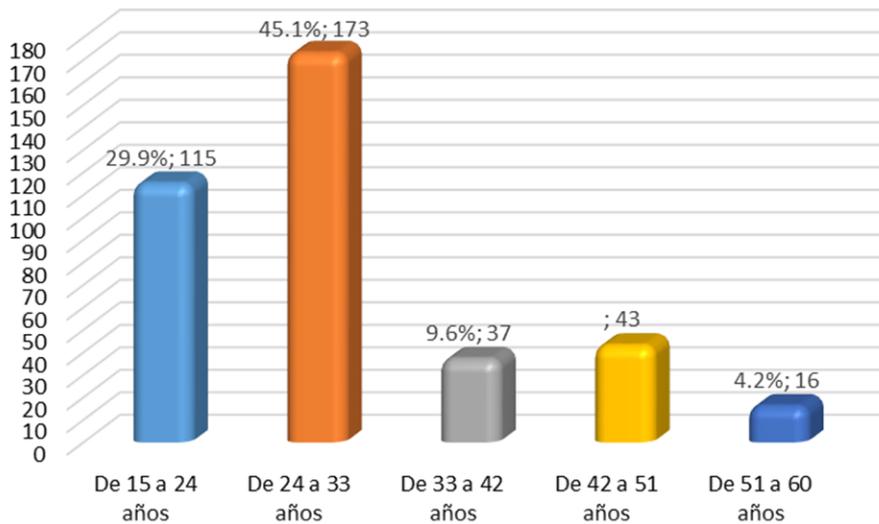


Figura 23: Edades de los encuestados
Fuente: Encuesta Satisfacción al cliente.
Elaboración propia

Interpretación: El 45.1% de los encuestados son de 24 a 33 años, el 29.9% de los encuestados son de 15 a 24 años, el 9.6% de los encuestados son de 33 a 42 años, el 4.2% de los encuestados son de 51 a 60 años y el 0.43% de los encuestados son de 42 a 51 años.

DIMENSIÓN 1: FIABILIDAD

Tabla 27:

Pregunta 1: ¿Cuándo el restaurante promete hacer algo en una fecha determinada, lo cumple?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	23	6.0%	6.0%
Casi nunca	41	10.7%	16.7%
A veces	121	31.5%	48.2%
Casi siempre	92	24.0%	72.1%
Siempre	107	27.9%	100.0%
Total	384	100.0%	

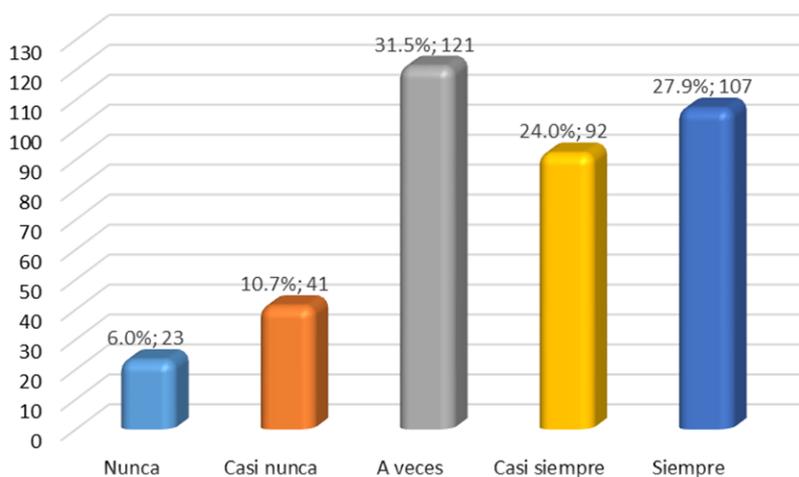


Figura 24: Pregunta 1: ¿Cuándo la pollería promete hacer algo en una fecha determinada, lo cumple?

Fuente: Encuesta Satisfacción al cliente.

Elaboración propia

Interpretación: El 31.5% de los encuestados refiere que a veces, el 27.9% manifiesta que siempre, el 24.0% dice que casi siempre, el 10.7% sostiene que casi nunca y el 6.0% indica que nunca.

Tabla 28:

Pregunta 2: ¿Cuándo tiene un problema, el restaurante muestra un interés sincero por solucionarlo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	26	6.8%	6.8%
Casi nunca	51	13.3%	20.1%
A veces	58	15.1%	35.2%
Casi siempre	131	34.1%	69.3%
Siempre	118	30.7%	100.0%
Total	384	100.0%	

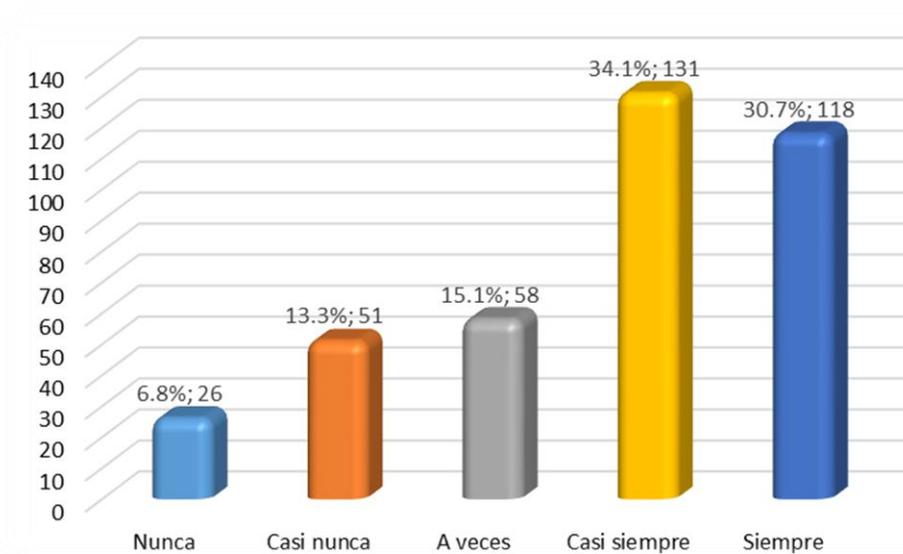


Figura 25: Pregunta 2: ¿Cuándo tiene un problema, la pollería muestra un interés sincero por solucionarlo?

Fuente: Encuesta Satisfacción al cliente.

Elaboración propia

Interpretación: El 34.1% de los encuestados refiere que casi siempre, el 30.7% manifiesta que siempre, el 15.1% dice que a veces, el 13.3% sostiene que casi nunca y el 6.8% indica que nunca.

Tabla 29:

Pregunta 3: ¿Los recibos o boletos que emite la pollería son confiables para usted?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	30	7.8%	7.8%
Casi nunca	31	8.1%	15.9%
A veces	63	16.4%	32.3%
Casi siempre	106	27.6%	59.9%
Siempre	154	40.1%	100.0%
Total	384	100.0%	

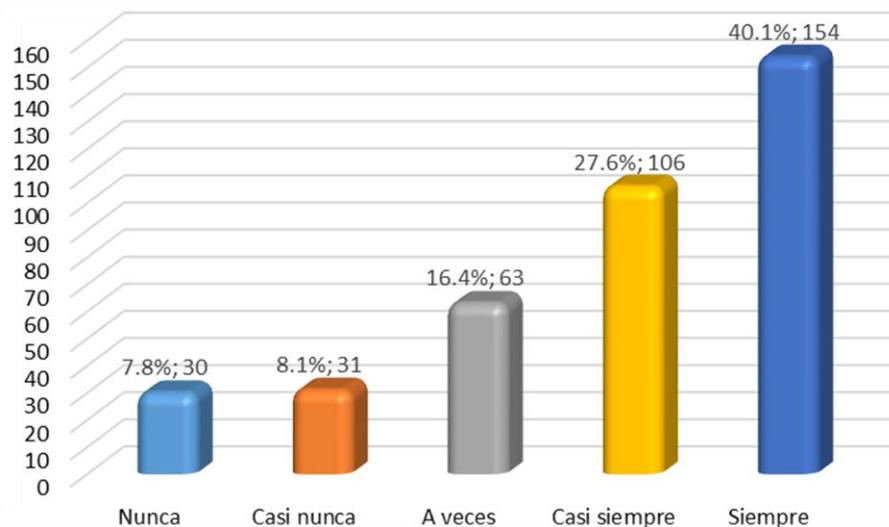


Figura 26: Pregunta 3: ¿Los recibos o boletos que emite la pollería son confiables para usted?

Fuente: Encuesta Satisfacción al cliente.

Elaboración propia

Interpretación: El 40.1% de los encuestados refiere que siempre, el 27.6% manifiesta que casi siempre, el 16.4% dice que a veces, el 8.1% sostiene que casi nunca y el 7.8% indica que nunca.

Tabla 30:

Pregunta 4: ¿La pollería lleva a cabo la prestación de sus servicios en el momento que informa que va a hacerlo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	7	1.8%	1.8%
Casi nunca	42	10.9%	12.8%
A veces	85	22.1%	34.9%
Casi siempre	102	26.6%	61.5%
Siempre	148	38.5%	100.0%
Total	384	100.0%	

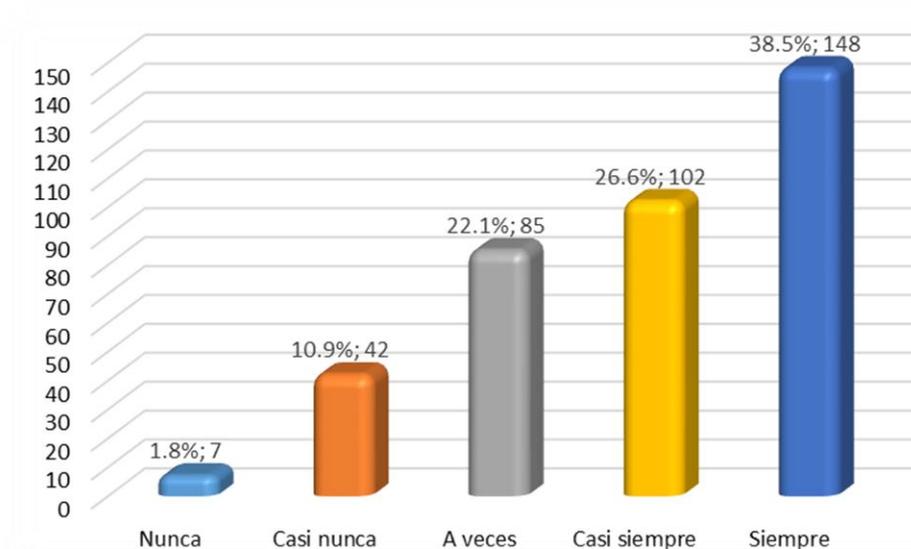


Figura 27: Pregunta 4: ¿La pollería lleva a cabo la prestación de sus servicios en el momento que informa que va a hacerlo?

Fuente: Encuesta Satisfacción al cliente.

Elaboración propia

Interpretación: El 38.5% de los encuestados refiere que siempre, el 26.6% manifiesta que casi siempre, el 22.1% dice que a veces, el 10.9% sostiene que casi nunca y el 1.8% indica que nunca.

Tabla 31:
Pregunta 5: ¿La pollería brinda servicios exentos de errores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	17	4.4%	4.4%
Casi nunca	55	14.3%	18.8%
A veces	112	29.2%	47.9%
Casi siempre	81	21.1%	69.0%
Siempre	119	31.0%	100.0%
Total	384	100.0%	

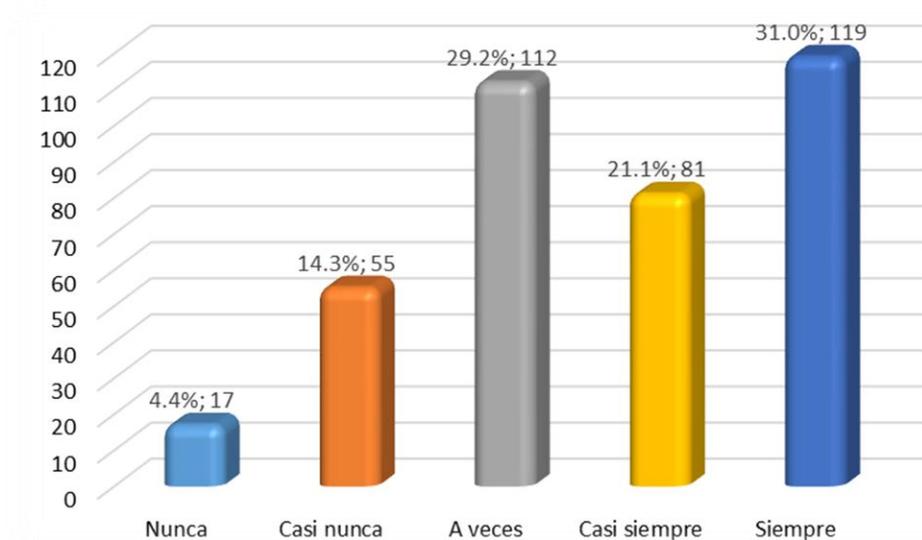


Figura 28: Pregunta 5: ¿La pollería brinda servicios exentos de errores?

Fuente: Encuesta Satisfacción al cliente.

Elaboración propia

Interpretación: El 31.0% de los encuestados refiere que siempre, el 29.2% manifiesta que a veces, el 21.1% dice que casi siempre, el 14.3% sostiene que casi nunca y el 4.4% indica que nunca.

DIMENSIÓN 2: SEGURIDAD

Tabla 32:

Pregunta 6: ¿El comportamiento de los empleados de la pollería le inspira confianza?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	10	2.6%	2.6%
Casi nunca	50	13.0%	15.6%
A veces	98	25.5%	41.1%
Casi siempre	86	22.4%	63.5%
Siempre	140	36.5%	100.0%
Total	384	100.0%	

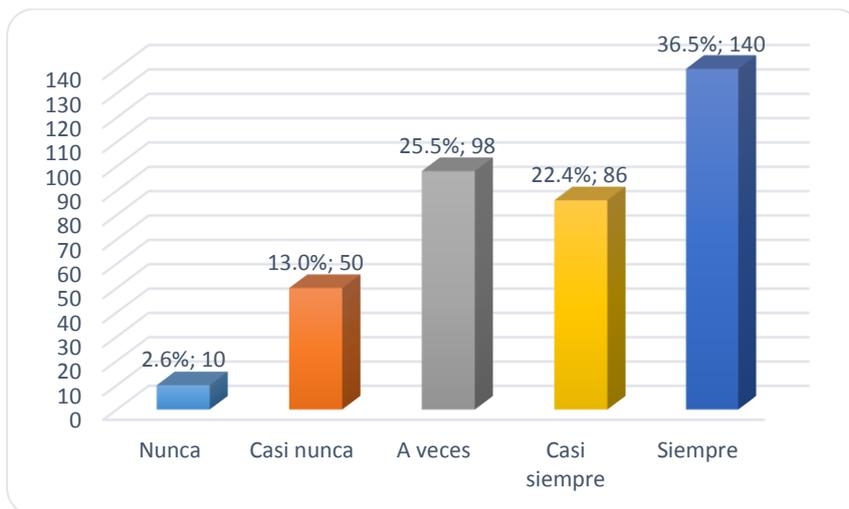


Figura 29: Pregunta 6: ¿El comportamiento de los empleados de la pollería le inspira confianza?

Fuente: Encuesta Satisfacción al cliente.

Elaboración propia

Interpretación: El 36.5% de los encuestados refiere que siempre, el 25.5% manifiesta que a veces, el 22.4% dice que casi siempre, el 13.0% sostiene que casi nunca y el 2.6% indica que nunca.

Tabla 33:

Pregunta 7: ¿Se siente seguro en sus transacciones o trámites de la pollería ?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	11	2.9%	2.9%
Casi nunca	42	10.9%	13.8%
A veces	107	27.9%	41.7%
Casi siempre	117	30.5%	72.1%
Siempre	107	27.9%	100.0%
Total	384	100.0%	

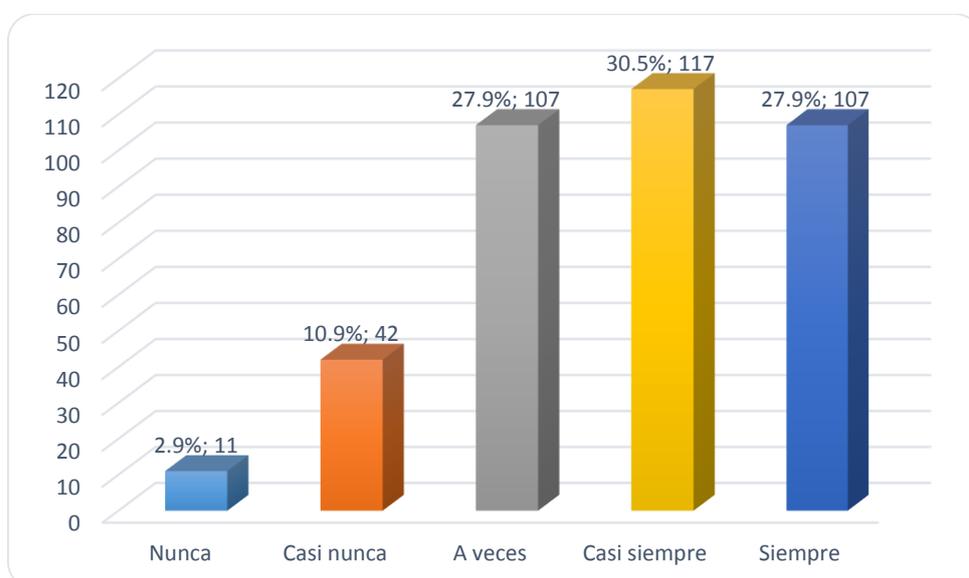


Figura 30: Pregunta 7: ¿Se siente seguro en sus transacciones o trámites de la pollería?

Fuente: Encuesta Satisfacción al cliente.

Elaboración propia

Interpretación: El 30.5% de los encuestados refiere que casi siempre, el 27.9% manifiesta que siempre, el 27.9% dice que a veces, el 10.9% sostiene que casi nunca y el 2.9% indica que nunca.

Tabla 34:

Pregunta 8: ¿Los empleados de la pollería suelen ser corteses con usted?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	6	1.6%	1.6%
Casi nunca	40	10.4%	12.0%
A veces	104	27.1%	39.1%
Casi siempre	112	29.2%	68.2%
Siempre	122	31.8%	100.0%
Total	384	100.0%	

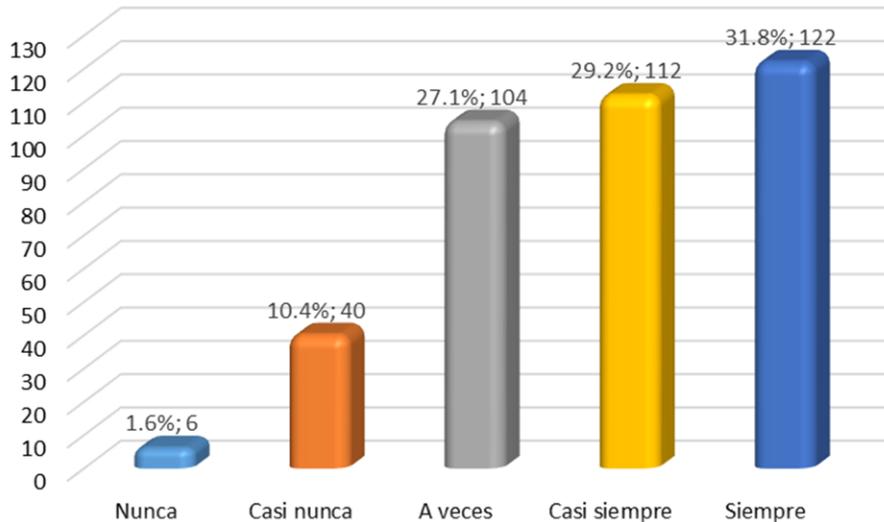


Figura 31: Pregunta 8: ¿Los empleados de la pollería suelen ser corteses con usted?

Fuente: Encuesta Satisfacción al cliente.

Elaboración propia

Interpretación: El 31.8% de los encuestados refiere que siempre, el 29.2% manifiesta que casi siempre, el 27.1% dice que a veces, el 10.4% sostiene que casi nunca y el 1.6% indica que nunca.

Tabla 35:

Pregunta 9: ¿Los empleados de la pollería le inspira seguridad en cuanto a sus servicios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	16	4.2%	4.2%
Casi nunca	42	10.9%	15.1%
A veces	97	25.3%	40.4%
Casi siempre	65	16.9%	57.3%
Siempre	164	42.7%	100.0%
Total	384	100.0%	

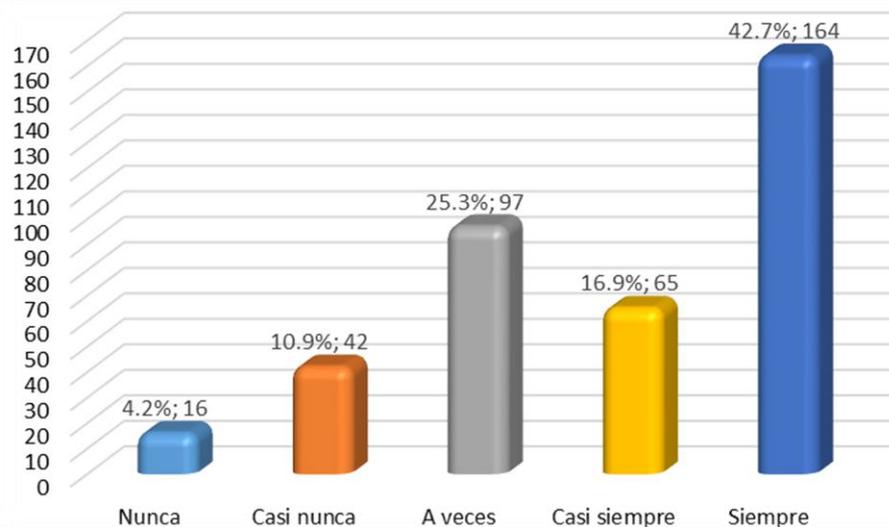


Figura 32: Pregunta 9: ¿Los empleados de la pollería le inspira seguridad en cuanto a sus servicios?
 Fuente: Encuesta Satisfacción al cliente.
 Elaboración propia

Interpretación: El 42.7% de los encuestados refiere que siempre, el 25.3% manifiesta que a veces, el 16.9% dice que casi siempre, el 10.9% sostiene que casi nunca y el 4.2% indica que nunca.

Tabla 36:

Pregunta 10: ¿Se siente usted segura con la calidad de alimentos que le ofrecen en el restaurante?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	15	3.9%	3.9%
Casi nunca	35	9.1%	13.0%
A veces	91	23.7%	36.7%
Casi siempre	106	27.6%	64.3%
Siempre	137	35.7%	100.0%
Total	384	100.0%	

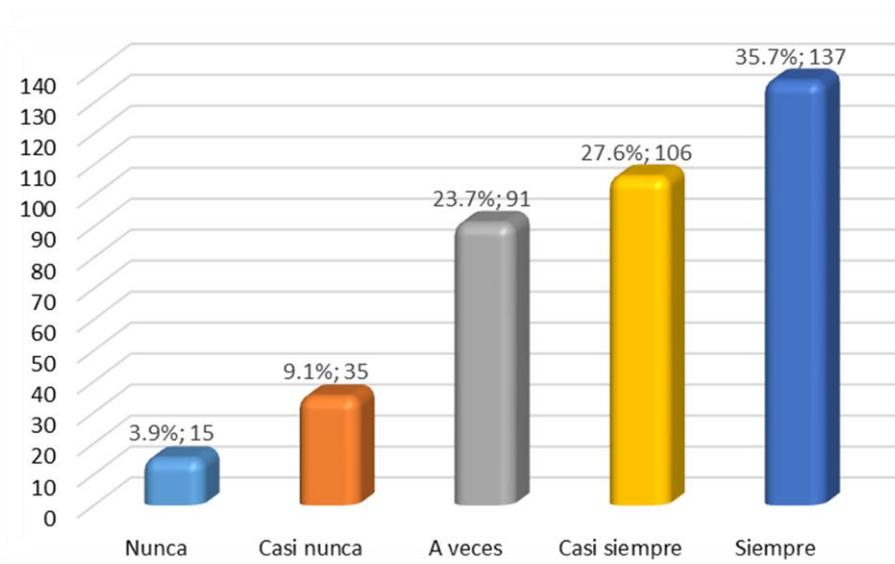


Figura 33: Pregunta 10: ¿Se siente usted segura con la calidad de alimentos que le ofrecen en el restaurante?

Fuente: Encuesta Satisfacción al cliente.

Elaboración propia

Interpretación: El 35.7% de los encuestados refiere que siempre, el 27.6% manifiesta que casi siempre, el 23.7% dice que a veces, el 9.1% sostiene que casi nunca y el 3.9% indica que nunca.

DIMENSIÓN 3: EMPATÍA

Tabla 37:

Pregunta 11: ¿La pollería le proporciona atención individualizada?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	21	5.5%	5.5%
Casi nunca	64	16.7%	22.1%
A veces	90	23.4%	45.6%
Casi siempre	100	26.0%	71.6%
Siempre	109	28.4%	100.0%
Total	384	100.0%	

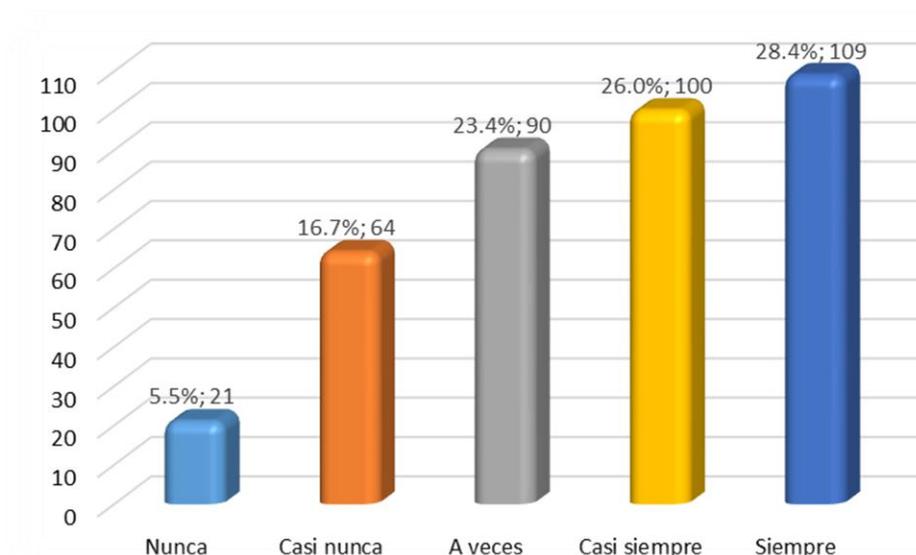


Figura 34: Pregunta 11: ¿La pollería le proporciona atención individualizada?

Fuente: Encuesta Satisfacción al cliente.

Elaboración propia

Interpretación: El 28.4% de los encuestados refiere que siempre, el 26.0% manifiesta que casi siempre, el 23.4% dice que a veces, el 16.7% sostiene que casi nunca y el 5.5% indica que nunca.

Tabla 38:

Pregunta 12: ¿La pollería tiene horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	22	5.7%	5.7%
Casi nunca	60	15.6%	21.4%
A veces	78	20.3%	41.7%
Casi siempre	127	33.1%	74.7%
Siempre	97	25.3%	100.0%
Total	384	100.0%	

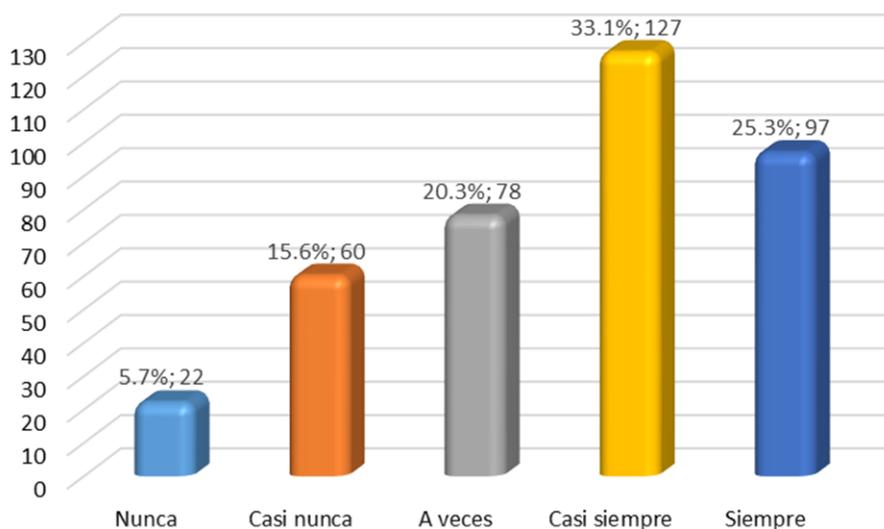


Figura 35: Pregunta 12: ¿La pollería tiene horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios?

Fuente: Encuesta Satisfacción al cliente.

Elaboración propia

Interpretación: El 33.1% de los encuestados refiere que casi siempre, el 25.3% manifiesta que siempre, el 20.3% dice que a veces, el 15.6% sostiene que casi nunca y el 5.7% indica que nunca.

Tabla 39:

Pregunta 13: ¿La pollería cuenta con empleados suficientes para proporcionar una atención personalizada?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	7	1.8%	1.8%
Casi nunca	59	15.4%	17.2%
A veces	72	18.8%	35.9%
Casi siempre	104	27.1%	63.0%
Siempre	142	37.0%	100.0%
Total	384	100.0%	

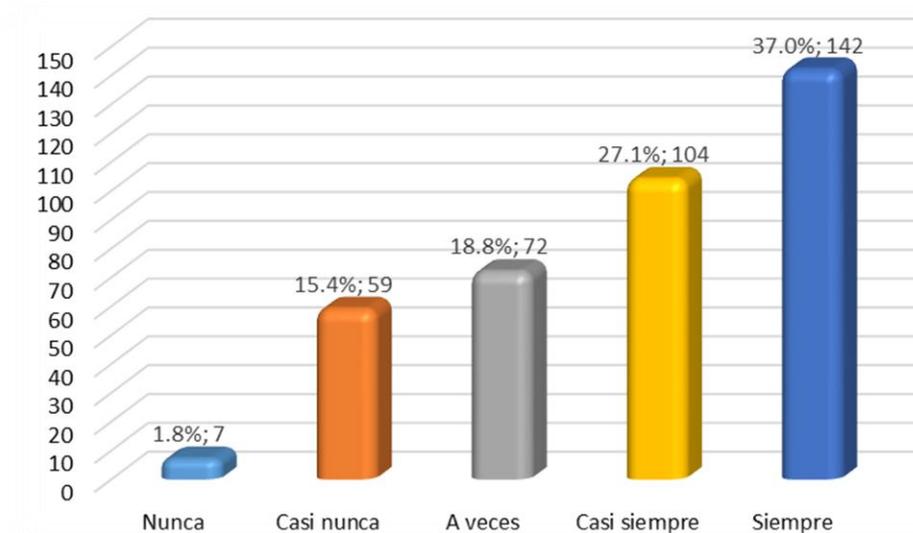


Figura 36: Pregunta 13: ¿La pollería cuenta con empleados suficientes para proporcionar una atención personalizada?

Fuente: Encuesta Satisfacción al cliente.

Elaboración propia

Interpretación: El 37.0% de los encuestados refiere que siempre, el 27.1% manifiesta que casi siempre, el 18.8% dice que a veces, el 15.4% sostiene que casi nunca y el 1.8% indica que nunca.

Tabla 40:

Pregunta 14: ¿Los empleados de la pollería comprenden sus necesidades específicas como cliente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	8	2.1%	2.1%
Casi nunca	51	13.3%	15.4%
A veces	77	20.1%	35.4%
Casi siempre	100	26.0%	61.5%
Siempre	148	38.5%	100.0%
Total	384	100.0%	

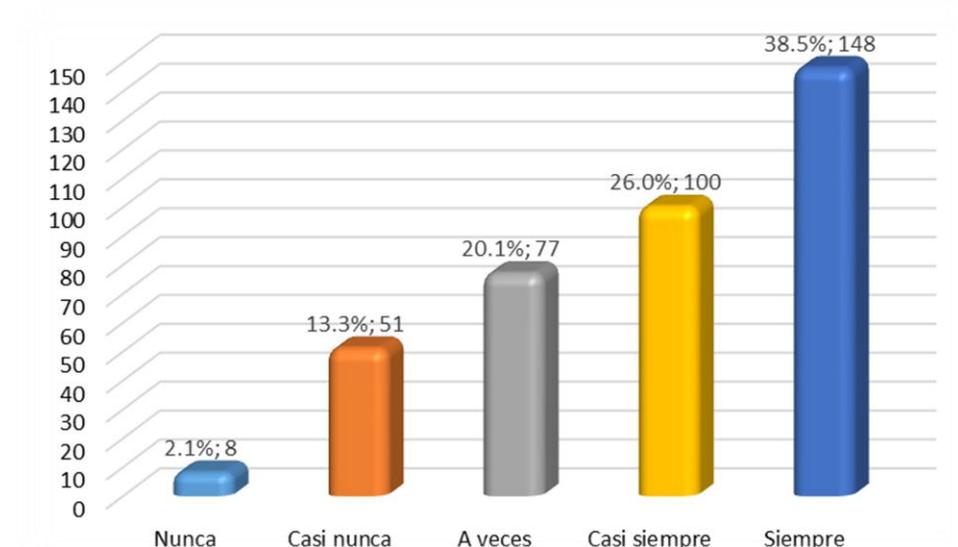


Figura 37: Pregunta 14: ¿Los empleados de la pollería comprenden sus necesidades específicas como cliente?

Fuente: Encuesta Satisfacción al cliente.

Elaboración propia

Interpretación: El 38.5% de los encuestados refiere que siempre, el 26.0% manifiesta que casi siempre, el 20.1% dice que a veces, el 13.3% sostiene que casi nunca y el 2.1% indica que nunca.

Tabla 41:

Pregunta 15: ¿Cree usted que los empleados de la pollería se interesen por sus necesidades como cliente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	7	1.8%	1.8%
Casi nunca	44	11.5%	13.3%
A veces	84	21.9%	35.2%
Casi siempre	84	21.9%	57.0%
Siempre	165	43.0%	100.0%
Total	384	100.0%	

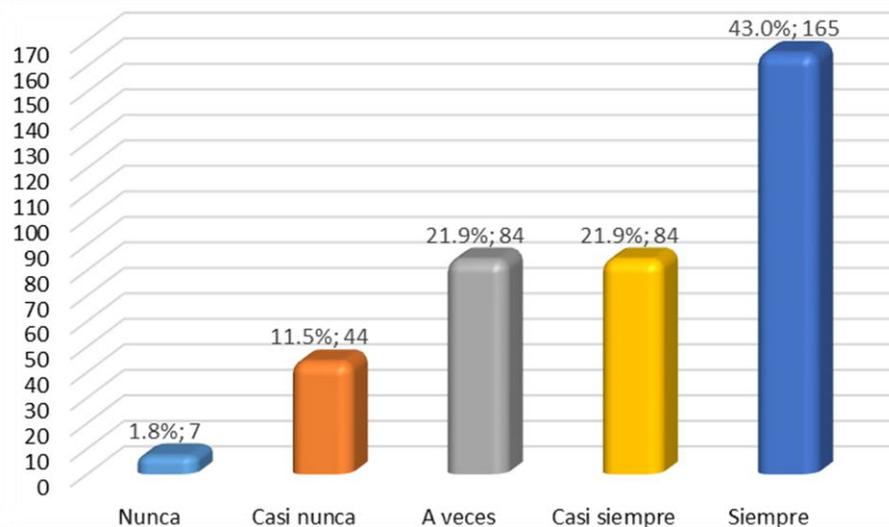


Figura 38: Pregunta 15: ¿Cree usted que los empleados de la pollería se interesen por sus necesidades como cliente?

Fuente: Encuesta Satisfacción al cliente.

Elaboración propia

Interpretación: El 43.0% de los encuestados refiere que siempre, el 21.9% manifiesta que casi siempre, el 21.9% dice que a veces, el 11.5% sostiene que casi nunca y el 1.8% indica que nunca.

4.4. Contrastación de Hipótesis

4.4.1. Bases teóricas para la Contrastación de hipótesis

Pruebas de hipótesis para la correlación de dos variables.

Para lograr los objetivos trazados en el presente trabajo de investigación, se hizo en base a la validación de las siguientes pruebas de hipótesis:

Hipótesis:

Ho: Entre las variables X e Y No existe una relación significativa.

Ho: Entre las variables X e Y No existe una relación significativa.

Coefficiente de correlación de Spearman por rangos

De 0.00 a 0.19	Muy baja correlación
De 0.20 a 0.39	Baja correlación
De 0.40 a 0.59	Moderada correlación
De 0.60 a 0.79	Buena correlación
De 0.80 a 1.00	Muy buena correlación

4.4.2. Contrastación de la Hipótesis General

a. Formulación de Hipótesis

Hi: Existe relación entre el desempeño laboral y la satisfacción del cliente en la pollería ROY CHICKEN en Huaraz, 2019

Ho: No existe relación entre el desempeño laboral y la satisfacción del cliente en la pollería ROY CHICKEN en Huaraz, 2019

b. Establecimiento el nivel de significancia

Se denota por la letra griega alfa y para la mayoría de los propósitos, se suele establecer en 0.05, en porcentaje 5% y se considera significativo a todo p-valor que se encuentre por debajo de este nivel, se considera altamente significativo cuando el p-valor es menor a 0.01, en porcentaje 1%.

$$\alpha = 0.05 = 5\%$$

c. Elección del Estadístico de Prueba

La prueba estadística elegida, teniendo en cuenta que es aleatoria la distribución de la variable, será no paramétrica. Las pruebas estadísticas no paramétricas son aquellas que se utilizan para analizar datos con variables nominales y ordinales; estos datos no asumen un tipo particular de distribución. Se aceptan distribuciones no normales y la exigencia en cuanto al tamaño de la muestra es menor que en el caso de las pruebas paramétricas. Asimismo, teniendo en cuenta el nivel investigativo que es Relacional, El diseño que es Correlacional, y el objetivo es relacionar, así como la variable ha sido distribuida en escalas, se toma en cuenta el uso de la prueba estadística Rho de Spearman.

d. Lectura del p-valor

Tabla 42:
Lectura del Desempeño laboral y Satisfacción del cliente

Correlaciones				
			Desempeño Laboral	Satisfacción del cliente
Rho Spearman	deDesempeño Laboral	Coefficiente de correlación	de1,000	,689**
		Sig. (bilateral)	.	,005
		N	15	15
	Satisfacción cliente	delCoefficiente de correlación	de,689**	1,000
		Sig. (bilateral)	,005	.
		N	15	384

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

El p-valor es 0.005, como se puede observar en la tabla anterior.

e. Toma de decisión

Teniendo en cuenta:

P-valor > Nivel de significancia se acepta H_0

P-valor < Nivel de significancia se rechaza H_0

Entonces: Se rechaza H_0 , aceptándose H_1 , por consiguiente: Existe relación directa y muy significativa entre el desempeño laboral y la satisfacción del cliente en la pollería ROY CHICKEN en Huaraz, 2019

4.4.3. Contrastación de la Hipótesis Específica 1.

a. Formulación de Hipótesis

H_1 : Existe relación significativa entre la variable desempeño laboral y la dimensión fiabilidad la pollería ROY CHICKEN en Huaraz.

H_0 : No Existe relación significativa entre la variable desempeño laboral y la dimensión fiabilidad en la pollería ROY CHICKEN en Huaraz

b. Establecimiento el nivel de significancia

Se denota por la letra griega alfa y para la mayoría de los propósitos, se suele establecer en 0.05, en porcentaje 5% y se considera significativo a todo p-valor que se encuentre por debajo de este nivel, se considera altamente significativo cuando el p-valor es menor a 0.01, en porcentaje 1%; entonces el $\alpha = 0.05 = 5\%$

c. Elección del Estadístico de Prueba

La prueba estadística elegida, teniendo en cuenta que es aleatoria la distribución de la variable, será no paramétrica. Las pruebas estadísticas no paramétricas son aquellas que se utilizan para analizar datos con variables nominales y ordinales; estos datos no asumen un tipo particular de distribución. Se aceptan distribuciones no normales y la exigencia en cuanto al tamaño de la muestra es menor que en el caso de las pruebas paramétricas. Asimismo, teniendo en cuenta el nivel investigativo que es Relacional, El diseño que es Correlacional, y el objetivo es relacionar, así como la variable ha sido distribuida en escalas, se toma en cuenta el uso de la prueba estadística Rho de Spearman.

d. Lectura del p-valor

Tabla 43:
Lectura del Desempeño laboral y Fiabilidad

Correlaciones			Desempeño	Fiabilidad
			Laboral	d
Rho de Spearman	Desempeño Laboral	Coeficiente de correlación	1,000	,524*
		Sig. (bilateral)	.	,045
		N	15	15
	Fiabilidad	Coeficiente de correlación	,524*	1,000
		Sig. (bilateral)	,045	.
		N	15	384

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

El p-valor es 0.045, como se puede observar en la tabla anterior.

e.- Toma de decisión

Teniendo en cuenta:

P-valor > Nivel de significancia se acepta H_0

P-valor < Nivel de significancia se rechaza H_0

Entonces: Se rechaza H_0 , aceptando H_1 , por consiguiente: Existe relación significativa entre la variable desempeño laboral y la dimensión fiabilidad la pollería ROY CHICKEN en Huaraz.

4.4.4. Contrastación de la Hipótesis Específica 2.

a. Formulación de Hipótesis

Hi: Existe relación directa y significativa entre la variable desempeño laboral y la dimensión seguridad en la pollería ROY CHICKEN en Huaraz.

Ho: No Existe relación directa y significativa entre la variable desempeño laboral y la dimensión seguridad en la pollería ROY CHICKEN en Huaraz.

b. Establecimiento el nivel de significancia

Se denota por la letra griega alfa y para la mayoría de los propósitos, se suele establecer en 0.05, en porcentaje 5% y se considera significativo a todo p-valor que se encuentre por debajo de este nivel, se considera altamente significativo cuando el p-valor es menor a 0.01, en porcentaje 1%.

$$\alpha = 0.05 = 5\%$$

c. Elección del Estadístico de Prueba

La prueba estadística elegida, teniendo en cuenta que es aleatoria la distribución de la variable, será no paramétrica. Las pruebas estadísticas no paramétricas son aquellas que se utilizan para analizar datos con variables nominales y ordinales; estos datos no asumen un tipo particular de distribución. Se aceptan distribuciones no normales y la exigencia en cuanto al tamaño de la muestra es menor que en el caso de las pruebas paramétricas. Asimismo, teniendo en cuenta el nivel investigativo que es Relacional, El diseño que es Correlacional, y el objetivo es relacionar, así como la variable ha sido distribuida en escalas, se toma en cuenta el uso de la prueba estadística Rho de Spearman.

d. Lectura del p-valor

Tabla 44:

Lectura del Desempeño laboral y Seguridad.

		Correlaciones		
		Desempeño		
		Laboral	Sensibilidad	
Rho de Spearman	Desempeño Laboral	Coeficiente de correlación	1,000	,541*
		Sig. (bilateral)	.	,037
		N	15	15
	Seguridad	Coeficiente de correlación	,541*	1,000
		Sig. (bilateral)	,037	.
		N	15	384

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

El p-valor es 0.037, como se puede observar en la tabla anterior.

e. Toma de decisión

Teniendo en cuenta:

P-valor > Nivel de significancia se acepta H_0

P-valor < Nivel de significancia se rechaza H_0

Entonces: Se rechaza H_0 , aceptando H_1 , por consiguiente: Existe relación significativa entre la variable desempeño laboral y la dimensión seguridad en la pollería ROY CHICKEN en Huaraz.

4.4.5. Contrastación de la Hipótesis Específica 3.

a. Formulación de Hipótesis

H_1 : Existe relación directa y significativa entre la variable desempeño laboral y la dimensión empatía en la pollería ROY CHICKEN en Huaraz.

H_0 : No existe relación directa y significativa entre la variable desempeño laboral y la dimensión empatía en la pollería ROY CHICKEN en Huaraz.

b. Establecimiento el nivel de significancia

Se denota por la letra griega alfa y para la mayoría de los propósitos, se suele establecer en 0.05, en porcentaje 5% y se considera significativo a todo p-valor que se encuentre por debajo de este nivel, se considera altamente significativo cuando el p-valor es menor a 0.01, en porcentaje 1%.

$$\alpha = 0.05 = 5\%$$

c. Elección del Estadístico de Prueba

La prueba estadística elegida, teniendo en cuenta que es aleatoria la distribución de la variable, será no paramétrica. Las pruebas estadísticas no paramétricas son aquellas que se utilizan para analizar datos con variables nominales y ordinales; estos datos no asumen un tipo particular de distribución. Se aceptan distribuciones no normales y la exigencia en cuanto al tamaño de la muestra es menor que en el caso de las pruebas paramétricas. Asimismo, teniendo en cuenta el nivel investigativo que es Relacional, El diseño que es Correlacional, y el objetivo es relacionar, así como la variable ha sido distribuida en escalas, se toma en cuenta el uso de la prueba estadística Rho de Spearman.

d. Lectura del p-valor

Tabla 45:
Lectura Desempeño laboral y Empatía.

Correlaciones				
			Desempeño Laboral	Empatía
Rho de Spearman	Desempeño Laboral	Coeficiente de correlación	1,000	,526*
		Sig. (bilateral)	.	,044
		N	15	15
	Empatía	Coeficiente de correlación	,526*	1,000
		Sig. (bilateral)	,044	.
		N	15	384

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

El p-valor es 0.044, como se puede observar en la tabla anterior.

e. Toma de decisión

Teniendo en cuenta:

P-valor > Nivel de significancia se acepta H_0

P-valor < Nivel de significancia se rechaza H_0

Entonces: Se rechaza H_0 , aceptando H_1 ; por consiguiente: Existe relación directa y significativa entre la variable desempeño laboral y la dimensión empatía en la pollería ROY CHICKEN en Huaraz.

V. DISCUSIÓN

5.1. Análisis de discusión de resultados

- En la presente investigación de desempeño laboral y satisfacción del cliente en la pollería Roy Chicken en Huaraz, 2019, se determinó que existe relación directa y muy significativa entre el desempeño laboral y la satisfacción del cliente, siendo resultados semejantes a Nuñez L. (2017), en su tesis denominada “Desempeño laboral y satisfacción del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junín-2017”, en el cual concluye que: el desempeño laboral tiene una correlación positiva moderada con la satisfacción del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junín 2017.
- En cuanto a la determinación de la relación entre el desempeño laboral y la fiabilidad en la pollería Roy Chicken en Huaraz, se estableció que la variable desempeño laboral y la dimensión fiabilidad, 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, los resultados coinciden con lo planteado por Montalvo Y. (2016), quien en su tesis denominada “Desempeño laboral de los trabajadores y la satisfacción del cliente del Gimnasio Life Spa and Fitness S.R.L. Piura-2016.”, concluye que hay una relación significativa y positiva entre el nivel de satisfacción y el desempeño que se interpreta que existe una relación significativa entre ambas variables evaluadas.
- Respecto a la relación entre el desempeño laboral y la seguridad en la pollería Roy Chicken en Huaraz, 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, los resultados

coinciden con lo planteado por Vidarte J. (2017), quien en su tesis denominada “Relación entre la satisfacción y el desempeño laboral de los servidores públicos de la gerencia de administración de la Municipalidad Provincial de Piura, 2016”, concluye que hay una relación significativa y positiva entre el nivel de satisfacción y el desempeño que se interpreta que existe una relación significativa entre ambas variables evaluadas.

- Respecto a la determinación de la relación entre el desempeño laboral y la empatía en la pollería Roy Chicken en Huaraz, se concluye que la variable desempeño laboral y la dimensión fiabilidad, tiene relación directa y 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, los resultados coinciden con lo planteado por Nuñez L. (2017), en su tesis denominada Desempeño laboral y satisfacción del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junín-2017, se concluye que el desempeño laboral tiene una relación correlación positiva moderada con la satisfacción del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junín2017.

VI. CONCLUSIONES

PRIMERA: Se ha determinado el desempeño laboral tiene relación directa y muy significativa entre con la variable Satisfacción del cliente, por lo que un buen desempeño laboral va a contribuir a la satisfacción del cliente, quien es la razón de ser de las empresas, quienes se centran en el cliente, tienen la oportunidad de permanencia y crecimiento en el mercado.

SEGUNDA: Se ha relacionado la variable Desempeño Laboral y la dimensión seguridad es directa significativa, representando a la sensibilidad los factores comunicación para brindar el servicio con exactitud, rapidez en la atención, apoyo al cliente y preocupación por la atención al cliente, debiendo incidir en estos factores, que son los que mejoran los resultados en cuanto a la satisfacción del cliente.

TERCERA: Se ha aprobado la variable Desempeño Laboral y la dimensión fiabilidad es directa significativa, representando a la sensibilidad los factores Cumplimiento de promesas, interés por resolver problemas, documentación de calidad, atención en el momento preciso, productos y servicios sin de errores, debiendo poner énfasis en estos factores, que son los que mejoran los resultados en cuanto a la percepción de la calidad por parte del cliente, el cual redundando en la mejora de la satisfacción del cliente.

CUARTA: Se ha determinado la variable Desempeño Laboral y la dimensión empatía es directa significativa, representando a la sensibilidad los factores atención individualizada, horarios adecuados, suficiente calidad de empleados, comprensión de necesidades de los clientes, debiendo tener en cuenta que estos factores contribuyen a mejorar la percepción del cliente acerca de la calidad del servicio que se brinda.

VII.RECOMENDACIONES

PRIMERA: Requieren más capacitaciones para los trabajadores de la Pollería Roy Chicken, ya que esto ayudaría a mejorar el desempeño de los trabajadores obteniendo resultados favorables con los clientes.

SEGUNDA: Relacionar el desempeño laboral y seguridad es directa y significativa, por lo cual se recomienda mejorar en brindar los servicios con exactitud para no hacer esperar mucho tiempo al cliente, de esa manera el cliente se sentirá mucho más seguro y satisfecho.

TERCERA: Determinar la variable Desempeño Laboral y la dimensión fiabilidad es directa significativa, pero se recomienda brindar el producto y servicio sin errores, brindar al cliente lo que se ofreció y se prometió, de esa manera se incrementara la fiabilidad de los clientes hacia los trabajadores de la Pollería Roy Chicken.

CUARTA: Considerar la variable Desempeño Laboral y la dimensión empatía también es importante en la pollería, a la cual se recomienda mejorar la percepción de los clientes, es decir llegar al corazón al cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (APA), A. P. (2010). *Manual de publicaciones de la American Psychological Association*. México: Manual Moderno.
- Alles M. (2005). *Desarrollo del talento humano: basado en competencias*. (1ª ed.). Buenos Aires: Editorial Granica.
- Alles M. (2008). *Dirección estratégica de recursos humanos: casos: gestión por competencias*. (3ª ed.). Buenos Aires: Editorial Granica.
- Alles M. (2008). *Desempeño por competencias: evaluación de 360°*. (2ª ed.). Buenos Aires: Editorial Granica.
- Andrew J. DuBrin (2008) *Relaciones humanas comportamiento humano en el trabajo* (novena edición). México: Pearson educación (P. 291)
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación, administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Universidad de la Sabana, Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda. Tercera edición.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos. El capital humano de las organizaciones*. México, México: McGraw-Hill Interamericana.
- Chiavenato, I. (2017). *Administración de recursos humanos. El capital humano de las organizaciones*. México, México: McGraw-Hill Educación.
- Chiavenato I. (2007), *Administración de recursos humanos el capital de las organizaciones* (octava edición), México Mc Graw Hill Educación
- Chiavenato I. (2009), *Comportamiento organizacional* (Segunda edición). México: Mc Graw Hill, (P. 236)
- DuBrin A. (2008). *Administración contemporánea*. (6° Ed.). México: Mc Graw Hill Educación
- Gareth J. & George J. (2010). *Administración contemporánea*. (6° Ed.). México: Mc Graw Hill Educación
- Gryna, F.; Chua. R.; & DeFeo, J. (2007). *Análisis y planeación de la calidad. Método Juran* (Quinta edición). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Gutiérrez H. (2010). *Calidad total y productividad*. (3° Ed.). México: Mc Graw Hill
- Harold Koontz, Heinz Weihrich y Mark Cannice (2012), *Administración una perspectiva global y empresarial* (14° ed.) México: Mc Graw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6° ed.). México: Mc Graw-Hill.
- John W. Newstrom (2011), *Comportamiento humano en el trabajo* (13° Edición). México Mc Graw Hill.

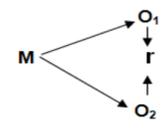
- José Francisco del pozo Aguilar (2018), *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo* (primera edición) IC Editorial.
- Robbins S. & Coulter M. (2014). *Relaciones Humanas. Comportamiento humano en el trabajo*. (9° Ed.) México, México: Pearson Educación.
- Michael A. Hitt, J. Stewart Black y Lyman W. Porter (2007) *Administración* (14 edición) México, Mc Graw Hill
- Michael A.Hitt, J. Stewart Black y Lyman W. Porter (2006) *Administración* (novena edición) México, Pearson educación.
- Philip Kotler y Gary Armstrong (2012), *Marketing* (decimocuarta edición) Pearson: México.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2006) *Dirección de Marketing* (décimo segunda edición) México, Pearson educación.
- Stephen P. Robbins S. & Mary Coulter (2014), *Administration* (10° Ed). Mexico: Pearson.
- Summers, D. (2006). *Administración de la calidad*. México: Pearson Educación.
- Stephen Robbins S. & Mary Coulter (2010) *Administración*, (10° edición). México: Pearson
- Vargas M. & Aldana L. (2011). *Calidad y servicio: conceptos y herramientas*, (2a. ed). Bogotá: Ecoe Ediciones: Universidad de La Sabana.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios. Cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. España: Ediciones Díaz de Santos

ANEXOS

Anexo 1: matriz de consistencia

Tema: Desempeño Laboral y satisfacción del cliente en el restaurante casa de la chef, surquillo -2019.

Título	Planteamiento del problema	Objetivos	Hipótesis	Tipo y diseño	Población y muestra	Técnicas e instrumentos
	General	General	General	Tipos	Población	Técnica
	¿Qué relación existe entre el desempeño laboral y la satisfacción del cliente en la pollería Roy Chicken en Huaraz 2019?	Determinar la relación que existe entre desempeño laboral y la satisfacción del cliente en la pollería Roy Chicken en Huaraz 2019	Existe relación entre el desempeño laboral y la satisfacción del cliente en la pollería Roy Chicken en Huaraz 2019	No experimental, cuantitativo y de nivel descriptivo, ya que se usan técnicas para la recolección de datos como las entrevistas y los cuestionarios, definida por Hernández H. (2014)	<ul style="list-style-type: none"> 1,400 Clientes de la Pollería Roy Chicken Trabajadores de la Pollería Roy CHicken,. 	Encuesta
	Específicos	Específicos	Específicos	Diseño	Muestra	Instrumentos
Desempeño laboral y satisfacción del cliente en la pollería Roy Chicken, Huaraz-2019.	¿Qué relación existe entre desempeño laboral y seguridad en la pollería Roy Chicken en Huaraz 2019?	Determinar la relación entre desempeño laboral y seguridad en la pollería Roy Chicken en Huaraz 2019	Existe relación directa y significativa entre desempeño laboral y seguridad en la pollería Roy Chicken en Huaraz 2019	descriptivo y correlacional ya que este estudio determina la relación entre estas dos variables, las pruebas de hipótesis y por último se aplica la técnica de correlacional aplicando técnicas estadísticas. De corte transversal	<ul style="list-style-type: none"> Muestra no probabilístico por conveniencia a 384 clientes de la Pollería Roy Chiken. Muestra a 15 trabajadores de la Pollería Roy Chicken. 	Cuestionario
	¿Qué relación existe entre desempeño laboral y fiabilidad en la pollería Roy Chicken en Huaraz 2019?	Determinar la relación entre desempeño laboral y fiabilidad en la pollería Roy Chicken en Huaraz 2019	Existe relación directa y significativa entre desempeño laboral y fiabilidad en la pollería Roy Chicken en Huaraz 2019	Diagrama del diseño		
	¿Qué relación existe entre desempeño laboral y empatía en la pollería Roy Chicken en Huaraz 2019?	Determinar la relación entre desempeño laboral y empatía en la pollería Roy Chicken en Huaraz 2019.	Existe relación directa y significativa entre desempeño laboral y empatía en la pollería Roy Chicken en Huaraz 2019.			



Anexo 2: Matriz de operacionalización

La operacionalización de la variable desempeño laboral se presenta en la siguiente tabla.

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas y valores
Productividad	A. Incentiva la compra de productos nuevos y tradicionales	1	
	B. Número de mesas atendidas por día	2	
	C. Prepara más de un pedido en un mismo tiempo	3	
	D. Prueba, elabora e informa nuevos productos	3	
	E. Excelentes tiempos de atención	5	
Procedimientos del cargo	A. Colaboración con el aseo de la infraestructura	6	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
		7	
	B. Planificación de requerimientos de área	8	
	C. Eficiencia en la distribución y uso de los materiales	9	
	D. Mantenimiento y limpieza de instrumentos de trabajo	10	
	E. Actividades individuales	11	
Perspectivas de productos	F. Entrega a tiempo el informe de resultados	12	
	A. Percepción de un producto de calidad	13	
	B. Percepción de un producto de sabor y presentación	14	
		15	

Elaboración propia

La operacionalización de la variable satisfacción del cliente se presenta en la siguiente tabla.

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas y valores
Fiabilidad	A. Cumplimiento de promesa	1	
	B. Interés por resolver problemas	2	
	C. Documentación de calidad	3	
	D. Atención en el momento preciso	4	
	E. Productos y servicios exentos de errores	5	1. Nunca
Seguridad	A. Inspira confianza	6	2.Casi nunca
	B. Cortesía	7	3.A veces
	C. Conocimiento para solucionar problemas	8	4.Casi siempre
		9	5.Siempre
Empatía		10	
	A. Atención individualizada	11	
	B. Horarios adecuados	12	
	C. Suficiente calidad de empleados	13	
	A. Comprensión de necesidades de los clientes	14	
		15	

Elaboración propia

Anexo 3: Instrumentos



Encuesta de Desempeño laboral

INSTRUCCIONES: A continuación, encontrará una serie de afirmaciones le agradeceríamos nos responda utilizando la siguiente clave de respuesta con fines académicos y para la mejora continua de los servicios que mejora el restaurante.

1. Nunca
2. Casi nunca
3. A veces
4. Casi siempre
5. Siempre

N°	Ítem	Respuestas				
		1	2	3	4	5
	DIMENSIÓN 1 PRODUCTIVIDAD					
1	¿ Incentivan a los clientes en la compra de productos originales y tradicionales?					
2	¿Considera usted que atienden a un gran número de mesas por día?					
3	¿ Prepara usted más de un pedido en un mismo tiempo ?					
4	¿Prueban, elaboran e informan acerca de nuevos productos al cliente ?					
5	¿Incentivan la compra de productos nuevos?					
6	¿Logran excelentes tiempos de atención a los cliente ?					
	DIMENSIÓN 2 DIMENSIÓN PROCEDIMIENTOS DEL CARGO	1	2	3	4	5
7	¿Cree usted que es indispensable el aseo de la infraestructura del restaurante durante su jornada de trabajo					
8	¿ Considera usted que es suficiente el aseo durante el tiempo de jornada ?					
9	¿ Considera usted que sus compañeros de trabajo planifican los requerimientos del área donde laboran?					
10	¿Sus compañeros de trabajo demuestran eficiencia en la distribución y uso de los materiales de la pollería ?					
11	¿Usted realizan actividades individuales orientadas a mejorar su trabajo ?					
12	¿ Entregan a tiempo el informe de resultados diariamente?					
	DIMENSIÓN 3 PERSPECTIVAS DE PRODUCTOS	1	2	3	4	5
13	¿Percibe usted y recomienda acerca de la calidad del producto ofrecidos por la pollería?					
14	¿Recomienda usted en cuanto al sabor de los alimentos que son ofrecidos ?					
15	¿ Cree usted que es importante la presentación de un plato ?					

¡Gracias por su colaboración !.



Encuesta de Satisfacción del Cliente

INSTRUCCIONES: A continuación, encontrara una serie de afirmaciones le agradeceríamos nos responda utilizando la siguiente clave de respuesta con fines académicos y para la mejora continua de los servicios que mejora el restaurante.

1. Nunca
2. Casi nunca
3. A veces
4. Casi siempre
5. Siempre

N°	Ítem	Respuestas				
		1	2	3	4	5
	DIMENSIÓN 1: FIABILIDAD					
1	¿Cuándo la pollería promete hacer algo en una fecha determinada, lo cumple?					
2	¿Cuándo tiene un problema, la pollería muestra un interés sincero por solucionarlo?					
3	¿Los recibos o boletos que emite la pollería son confiables para usted ?.					
4	¿La pollería lleva a cabo la prestación de sus servicios en el momento que informa que va a hacerlo?.					
5	¿La pollería brinda servicios exentos de errores?.					
	DIMENSIÓN 2: SEGURIDAD	1	2	3	4	5
6	¿El comportamiento de los empleados de la pollería le inspira confianza?.					
7	¿Se siente seguro en sus transacciones o trámites de la pollería?.					
8	¿Los empleados de la pollería suelen ser corteses con usted?.					
9	¿Los empleados de la pollería le inspira seguridad en cuanto a sus servicios ?.					
10	¿Se siente usted segura con la calidad de alimentos que le ofrecen en el restaurante?.					
	DIMENSIÓN 3: EMPATÍA	1	2	3	4	5
11	¿La pollería le proporciona atención individualizada?.					
12	¿La pollería tiene horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios?.					
13	¿La pollería cuenta con empleados suficientes para proporcionar una atención personalizada?.					
14	¿Los trabajadores de la pollería comprenden sus necesidades específicas como cliente?					
15	¿ Cree usted que los trabajadores de la pollería se interesen por sus necesidades como cliente?					

¡Gracias por su colaboración !.

Anexo 4: Validación de Instrumentos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL DESEMPEÑO LABORAL



N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1 PRODUCTIVIDAD								
1	¿Incentivan a los clientes en la compra de productos originales y tradicionales?	✓		✓		✓		
2	¿Consideran usted que atienden a un gran número de mesas por día?	✓		✓		✓		
3	¿Prepara usted más de un pedido en un mismo tiempo?	✓		✓		✓		
4	¿Prueban, elaboran e informan acerca de nuevos productos al cliente?	✓		✓		✓		
5	¿Incentivan la compra de productos nuevos?	✓		✓		✓		
6	¿Logran excelentes tiempos de atención a los cliente?	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2 PROCEDIMIENTOS DEL CARGO		Si	No	Si	No	Si	No	
7	¿Cree usted que es indispensable el aseo de la infraestructura durante su jornada de trabajo?	✓		✓		✓		
8	¿Considera usted que es suficiente el aseo durante el tiempo de jornada?	✓		✓		✓		
9	¿Considera usted que sus compañeros planifican los requerimientos del área donde laboran?	✓		✓		✓		
10	¿Sus compañeros de trabajo demuestran eficiencia en la distribución y uso de los materiales de la pollería?	✓		✓		✓		
11	¿Usted realizan actividades individuales orientadas a mejorar su trabajo?	✓		✓		✓		
12	¿Entregan a tiempo el informe de resultados diariamente?	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3 PERSPECTIVAS DE PRODUCTOS								
13	¿Percibe usted y recomienda acerca de la calidad del producto ofrecidos por la pollería?	✓		✓		✓		
14	¿Recomienda usted en cuanto al sabor de los alimentos que son ofrecidos?	✓		✓		✓		
15	¿Cree usted que es importante la presentación de un plato?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [X] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Dra. CHIRINOS Gastelo, Teresa Giovanni DNI: 03971242

Especialidad del validador: Dra. en Educ // Metodología ... 20 de 04 del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³Claridad: 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

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE (Y) SATISFACCIÓN AL CLIENTE

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: FIABILIDAD								
1	¿Cuándo la pollería promete hacer algo en una fecha determinada, lo cumple?.	✓		✓		✓		
2	¿Cuándo tiene un problema, la pollería muestra un interés sincero por solucionarlo?.	✓		✓		✓		
3	¿Los recibos o boletos que emite la pollería son confiables para usted?.	✓		✓		✓		
4	¿La pollería lleva a cabo la prestación de sus servicios en el momento que informa que va a hacerlo?.	✓		✓		✓		
5	¿La pollería brinda servicios exentos de errores?.							
DIMENSIÓN 2: SEGURIDAD								
6	¿El comportamiento de los empleados de la pollería le inspira confianza?.	✓		✓		✓		
7	¿Se siente seguro en sus transacciones o trámites de la pollería?.	✓		✓		✓		
8	¿Los empleados de la pollería suelen ser corteses con usted?.	✓		✓		✓		
9	¿Los empleados de la pollería le inspira seguridad en cuanto a sus servicios?.	✓		✓		✓		
10	¿Se siente usted segura con la calidad de alimentos que le ofrecen en el restaurante?.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: EMPATÍA								
11	¿La pollería le proporciona atención individualizada?.	✓		✓		✓		
12	¿La pollería tiene horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios?.	✓		✓		✓		
13	¿La pollería cuenta con empleados suficientes para proporcionar una atención personalizada?.	✓		✓		✓		
14	¿Los empleados de la pollería comprenden sus necesidades específicas como cliente?.	✓		✓		✓		
15	¿ Cree usted que los empleados de la pollería se interesen por sus necesidades como cliente?.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/ Mg: Dra. Chirinos Castelló, Teresa Giovanna DNI: 07971242

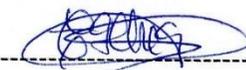
Especialidad del validador: Dra. Educ // Metodología ..20..de..09..del 20.19

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³Claridad: 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

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL DESEMPEÑO LABORAL



N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 PRODUCTIVIDAD							
1	¿Incentivan a los clientes en la compra de productos originales y tradicionales?	✓		✓		✓		
2	¿Considera usted que atienden a un gran número de mesas por día?	✓		✓		✓		
3	¿Prepara usted más de un pedido en un mismo tiempo?	✓		✓		✓		
4	¿Prueban, elaboran e informan acerca de nuevos productos al cliente?	✓		✓		✓		
5	¿Incentivan la compra de productos nuevos?	✓		✓		✓		
6	¿Logran excelentes tiempos de atención a los cliente?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2 DIMENSIÓN PROCEDIMIENTOS DEL CARGO							
7	¿Cree usted que es indispensable el aseo de la infraestructura durante su jornada de trabajo?	✓		✓		✓		
8	¿Considera usted que es suficiente el aseo durante el tiempo de jornada ?	✓		✓		✓		
9	¿Considera usted que sus compañeros planifican los requerimientos del área donde laboran?	✓		✓		✓		
10	¿Sus compañeros de trabajo demuestran eficiencia en la distribución y uso de los materiales de la pollería ?	✓		✓		✓		
11	¿Usted realizan actividades individuales orientadas a mejorar su trabajo?	✓		✓		✓		
12	¿Entregan a tiempo el informe de resultados diariamente?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3 PERSPECTIVAS DE PRODUCTOS							
13	¿Percibe usted y recomienda acerca de la calidad del producto ofrecidos por la pollería?	✓		✓		✓		
14	¿Recomienda usted en cuanto al sabor de los alimentos que son ofrecidos?	✓		✓		✓		
15	¿ Cree usted que es importante la presentación de un plato?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [✓] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador: **Dr Mg: AYBAR HUAMANI, JUSTINIANO** DNI: **088 22 479**

Especialidad del validador: **METODOLÓGICO Y TEMÁTICO** **21 de 04 del 2019**

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**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


 Universidad Privada del Tumbes
 Coordinadora: **Dr. Justiniano AYBAR HUAMANI**
 METODÓLOGO Y TEMÁTICO DE TESIS

Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE (Y) SATISFACCIÓN AL CLIENTE

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: FIABILIDAD								
1	¿Cuándo la pollería promete hacer algo en una fecha determinada, lo cumple?.	✓		✓		✓		
2	¿Cuándo tiene un problema, la pollería muestra un interés sincero por solucionarlo?.	✓		✓		✓		
3	¿Los recibos o boletos que emite la pollería son confiables para usted?.	✓		✓		✓		
4	¿La pollería lleva a cabo la prestación de sus servicios en el momento que informa que va a hacerlo?.	✓		✓		✓		
5	¿La pollería brinda servicios exentos de errores?.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: SEGURIDAD								
6	¿El comportamiento de los empleados de la pollería le inspira confianza?.	✓		✓		✓		
7	¿Se siente seguro en sus transacciones o trámites de la pollería?.	✓		✓		✓		
8	¿Los empleados de la pollería suelen ser corteses con usted?.	✓		✓		✓		
9	¿Los empleados de la pollería le inspira seguridad en cuanto a sus servicios?.	✓		✓		✓		
10	¿Se siente usted segura con la calidad de alimentos que le ofrecen en el restaurante?.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: EMPATÍA								
11	¿La pollería le proporciona atención individualizada?.	✓		✓		✓		
12	¿La pollería tiene horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios?.	✓		✓		✓		
13	¿La pollería cuenta con empleados suficientes para proporcionar una atención personalizada?.	✓		✓		✓		
14	¿Los empleados de la pollería comprenden sus necesidades específicas como cliente?.	✓		✓		✓		
15	¿ Cree usted que los empleados de la pollería se interesen por sus necesidades como cliente?.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [✓] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador (Dr) Mg: AYBAR HUAMAN, JUSTINIANO DNI: 08822474

Especialidad del validador: METODOLOGO Y TEMATICO 21 de 04 del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³Claridad: 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



Catedrático: Dr. Justiniano AYBAR HUAMAN
METODOLOGO Y TEMATICO DE TESIS

ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD DE LAS ENCUESTAS

Fiabilidad:

Escala: Encuesta Desempeño Laboral

Resumen de procesamiento de casos

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

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,804	15

Escala: Encuesta Satisfacción del Cliente

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	25	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	25	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,800	15

Analizando la encuesta de confiabilidad de la encuesta Desempeño Laboral, el resultado del Alfa de Cronbach es 0.804.

Analizando la encuesta Satisfacción del Cliente, el resultado del Alfa de Cronbach es de 0.800.

Como criterio general, George y Mallery (2003, p. 231) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa $>.9$ es excelente
- Coeficiente alfa $>.8$ es bueno
- Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable
- Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable
- Coeficiente alfa $>.5$ es pobre
- Coeficiente alfa $<.5$ es inaceptable

Por su parte, Nunnally (1967, p. 226): en las primeras fases de la investigación un valor de fiabilidad de 0.6 o 0.5 puede ser suficiente. Con investigación básica se necesita al menos 0.8 y en investigación aplicada entre 0.9 y 0.95.

Al analizar ambos planteamientos, y comparados con los resultados que nos ha arrojado (0.804 y 0.800), podemos afirmar que nuestro índice del Alfa de Cronbach es bueno y está dentro de los parámetros de la investigación básica.

La encuesta piloto ha sido procesado en el software estadístico SPSS v. 25.

Anexo 5: Matriz de Datos

BASE DE DATOS

Variable 1 : Desempeño Laboral

N°	Productividad						Sub tota l	Procedimientos del carga						Sub tota l	Perspectiva s del producto			Sub tota l	TOTAL
	1	2	3	4	5	6		7	8	9	10	11	12		13	14	15		
1	2	2	2	3	2	2	13	3	3	2	2	3	3	16	3	2	2	7	36
2	4	4	4	1	1	1	15	1	1	3	3	3	2	13	3	1	1	5	33
3	5	3	3	2	4	3	20	3	4	3	3	4	1	18	2	5	3	10	48
4	2	2	1	1	2	3	11	2	3	4	2	3	3	17	3	4	3	10	38
5	2	2	3	2	2	2	13	2	2	2	2	2	5	15	2	3	3	8	36
6	3	4	4	4	4	3	22	3	4	3	3	3	3	19	3	3	5	11	52
7	4	3	4	3	5	4	23	5	4	5	5	4	5	28	5	5	4	14	65
8	2	3	2	2	1	4	14	3	3	5	5	4	5	25	3	3	5	11	50
9	5	3	3	5	5	5	26	2	3	3	2	2	2	14	3	3	4	10	50
10	1	3	5	1	2	3	15	5	5	5	5	3	5	28	2	5	4	11	54
11	2	2	2	2	2	3	13	3	3	5	4	2	2	19	2	5	5	12	44
12	3	4	4	4	4	4	23	5	5	5	5	5	4	29	4	4	4	12	64
13	5	3	3	5	5	3	24	5	5	3	3	5	5	26	5	3	5	13	63
14	3	5	4	3	5	4	24	5	4	5	3	5	4	26	5	4	5	14	64
15	1	5	5	5	5	4	25	5	5	4	5	5	5	29	4	5	5	14	68

Variable 2 : Satisfacción del Cliente

N°	Fiabilidad					Sub total	Seguridad					Sub total	Empatía					Sub total	TOTAL
	1	2	3	4	5		6	7	8	9	10		11	12	13	14	15		
1	3	3	3	4	2	15	4	4	4	4	4	20	3	3	2	3	3	14	49
2	4	4	4	5	3	20	5	5	5	5	5	25	5	4	3	4	4	20	65
3	3	3	5	5	5	21	3	5	4	2	5	19	5	5	5	5	5	25	65
4	5	4	4	5	4	22	5	4	5	5	5	24	5	4	5	5	5	24	70
5	3	3	4	3	4	17	3	4	3	3	3	16	4	5	5	5	5	24	57
6	3	4	4	4	4	19	4	3	3	3	3	16	4	3	4	4	5	20	55
7	3	4	4	4	3	18	3	4	3	5	3	18	4	2	4	3	5	18	54
8	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	74
9	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	74
10	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	74
11	4	3	5	4	3	19	4	4	4	4	3	19	4	4	4	5	5	22	60
12	3	4	3	4	3	17	3	3	4	3	3	16	3	4	5	5	3	20	53
13	3	5	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	59
14	3	1	4	2	3	13	4	4	5	4	3	20	2	3	4	3	5	17	50
15	3	2	1	3	3	12	3	2	3	3	2	13	1	1	2	3	2	9	34
16	3	2	1	3	1	10	3	2	3	1	5	14	3	3	3	2	3	14	38
17	3	3	4	3	3	16	3	2	3	3	4	15	4	3	4	3	3	17	48
18	2	3	3	2	2	12	3	5	2	3	2	15	2	5	4	3	4	18	45
19	3	3	4	3	2	15	3	3	4	3	4	17	3	3	4	3	2	15	47
20	3	4	4	3	2	16	4	3	5	5	4	21	5	4	4	3	3	19	56
21	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25	72
22	5	3	5	5	3	21	5	5	5	5	5	25	5	3	5	5	5	23	69
23	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	73
24	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	4	23	3	5	5	5	5	23	71
25	3	4	4	4	4	19	4	4	5	5	5	23	5	5	4	5	5	24	66
26	3	4	5	4	4	20	5	4	3	4	4	20	3	4	5	4	5	21	61
27	3	4	5	4	4	20	5	4	3	4	4	20	3	4	5	4	5	21	61
28	4	5	3	4	5	21	5	5	5	4	4	23	4	4	5	5	5	23	67
29	3	4	4	3	3	17	5	3	5	5	5	23	5	4	5	5	5	24	64
30	4	5	4	3	3	19	5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	3	20	63
31	3	4	4	4	3	18	4	3	4	2	3	16	3	3	3	4	4	17	51
32	5	5	5	5	4	24	4	4	2	2	2	14	4	4	4	4	4	20	58
33	5	5	5	3	3	21	3	3	5	5	5	21	5	5	5	5	5	25	67

34	5	5	5	2	2	19	2	2	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25	63
35	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18	3	3	3	3	3	15	53
36	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	4	12	32
37	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	75
38	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	45
39	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	55
40	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	70
41	3	3	3	3	3	15	2	2	3	3	3	13	2	2	5	5	5	19	47
42	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	75
43	5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15	2	2	2	2	2	10	50
44	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	4	24	73
45	1	1	1	2	2	7	4	4	4	4	4	20	2	2	2	2	2	10	37
46	2	2	2	2	2	10	3	3	3	3	3	15	2	2	2	3	3	12	37
47	5	5	5	5	5	25	5	3	3	3	2	16	2	2	2	3	3	12	53
48	1	1	1	3	3	9	2	2	2	2	3	11	2	2	2	3	3	12	32
49	3	3	3	3	3	15	4	4	2	1	3	14	3	1	3	1	4	12	41
50	3	2	3	4	3	15	2	3	4	2	4	15	2	3	3	2	2	12	42
51	3	2	3	4	3	15	2	3	4	2	4	15	2	3	3	2	2	12	42
52	1	1	3	3	2	10	3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	4	18	46
53	2	2	2	3	3	12	3	1	2	3	1	10	4	2	3	4	4	17	39
54	3	3	3	3	3	15	5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15	55
55	4	4	4	4	2	18	3	3	3	1	1	11	1	1	2	2	2	8	37
56	1	2	2	2	2	9	1	1	2	2	2	8	1	1	1	2	2	7	24
57	2	2	1	1	1	7	2	2	2	1	1	8	2	2	2	1	1	8	23
58	1	1	1	2	2	7	2	3	2	3	2	12	3	2	3	2	3	13	32
59	2	2	2	3	3	12	3	3	3	3	3	15	2	2	2	2	2	10	37
60	2	2	2	3	3	12	3	3	3	3	3	15	2	2	2	2	2	10	37
61	4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	49
62	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	30
63	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	75
64	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	45
65	5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	60
66	5	5	5	5	5	25	3	3	3	5	5	19	5	5	5	5	5	25	69
67	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21	3	3	3	4	5	18	64
68	5	5	5	5	5	25	2	5	4	4	4	19	2	2	2	3	4	13	57
69	5	5	5	5	3	23	2	5	3	3	3	16	3	3	3	4	4	17	56
70	4	4	4	4	4	20	5	4	3	5	4	21	4	4	5	4	5	22	63
71	4	4	5	5	5	23	4	4	4	5	4	21	4	5	4	5	5	23	67

72	5	4	5	5	4	23	5	4	5	5	4	23	4	5	5	5	5	24	70
73	3	3	4	3	3	16	4	4	5	4	4	21	3	4	5	4	5	21	58
74	3	5	3	4	4	19	5	5	4	5	5	24	4	4	5	5	5	23	66
75	5	5	4	4	5	23	5	4	4	4	5	22	5	4	5	4	4	22	67
76	4	5	4	5	5	23	5	4	5	5	5	24	4	4	5	4	5	22	69
77	5	4	5	5	1	20	5	4	5	5	4	23	5	4	4	5	5	23	66
78	4	4	3	4	4	19	4	5	3	5	5	22	5	4	4	5	5	23	64
79	3	4	4	5	5	21	4	4	4	5	4	21	5	4	4	5	5	23	65
80	3	4	3	3	4	17	5	4	4	5	5	23	4	5	5	4	5	23	63
81	3	4	4	4	5	20	3	4	4	3	5	19	5	4	5	5	4	23	62
82	4	5	5	4	4	22	5	4	5	4	5	23	4	4	4	4	3	19	64
83	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25	3	4	4	5	3	19	67
84	4	5	5	4	5	23	4	5	4	4	5	22	4	5	4	4	3	20	65
85	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25	3	4	4	5	3	19	67
86	4	4	5	5	5	23	4	4	4	5	5	22	3	4	4	4	4	19	64
87	4	4	5	4	4	21	4	3	4	5	4	20	4	4	3	4	4	19	60
88	4	3	4	3	3	17	4	3	4	5	4	20	5	3	4	5	5	22	59
89	5	5	4	4	3	21	5	4	5	5	4	23	4	4	5	5	5	23	67
90	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	4	22	64
91	4	4	5	5	5	23	4	4	5	5	5	23	4	4	5	5	5	23	69
92	4	4	5	5	4	22	5	4	4	5	4	22	5	4	5	4	4	22	66
93	4	4	5	5	5	23	5	4	4	5	5	23	4	4	5	5	5	23	69
94	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	5	23	3	4	4	5	5	21	66
95	4	5	4	5	5	23	5	4	4	5	5	23	3	5	4	4	5	21	67
96	4	4	3	5	4	20	2	5	3	5	5	20	5	5	5	2	3	20	60
97	2	4	5	1	5	17	3	5	1	5	5	19	5	1	5	3	4	18	54
98	5	5	5	5	5	25	4	3	4	2	4	17	4	4	3	5	4	20	62
99	3	2	2	4	3	14	5	5	5	5	1	21	1	5	1	5	5	17	52
100	5	5	5	5	5	25	1	2	4	5	5	17	1	1	3	4	3	12	54
101	2	4	1	5	1	13	5	1	3	3	2	14	1	5	5	5	5	21	48
102	1	5	5	2	1	14	5	3	5	4	5	22	5	5	5	4	1	20	56
103	2	1	1	4	5	13	2	2	1	2	3	10	4	3	3	3	3	16	39
104	3	1	3	2	2	11	1	3	3	3	4	14	4	4	2	3	3	16	41
105	3	3	3	4	2	15	4	4	4	4	4	20	3	3	2	3	3	14	49
106	4	4	4	5	3	20	5	5	5	5	5	25	5	4	3	4	4	20	65
107	3	3	5	5	5	21	3	5	4	2	5	19	5	5	5	5	5	25	65
108	5	4	4	5	4	22	5	4	5	5	5	24	5	4	5	5	5	24	70
109	3	3	4	3	4	17	3	4	3	3	3	16	4	5	5	5	5	24	57

110	3	4	4	4	4	19	4	3	3	3	3	16	4	3	4	4	5	20	55
111	3	4	4	4	3	18	3	4	3	5	3	18	4	2	4	3	5	18	54
112	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	74
113	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	74
114	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	74
115	4	3	5	4	3	19	4	4	4	4	3	19	4	4	4	5	5	22	60
116	3	4	3	4	3	17	3	3	4	3	3	16	3	4	5	5	3	20	53
117	3	5	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	59
118	3	1	4	2	3	13	4	4	5	4	3	20	2	3	4	3	5	17	50
119	3	2	1	3	3	12	3	2	3	3	2	13	1	1	2	3	2	9	34
120	3	2	1	3	1	10	3	2	3	1	5	14	3	3	3	2	3	14	38
121	3	3	4	3	3	16	3	2	3	3	4	15	4	3	4	3	3	17	48
122	2	3	3	2	2	12	3	5	2	3	2	15	2	5	4	3	4	18	45
123	3	3	4	3	2	15	3	3	4	3	4	17	3	3	4	3	2	15	47
124	3	4	4	3	2	16	4	3	5	5	4	21	5	4	4	3	3	19	56
125	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25	72
126	5	3	5	5	3	21	5	5	5	5	5	25	5	3	5	5	5	23	69
127	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	73
128	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	4	23	3	5	5	5	5	23	71
129	3	4	4	4	4	19	4	4	5	5	5	23	5	5	4	5	5	24	66
130	3	4	5	4	4	20	5	4	3	4	4	20	3	4	5	4	5	21	61
131	3	4	5	4	4	20	5	4	3	4	4	20	3	4	5	4	5	21	61
132	4	5	3	4	5	21	5	5	5	4	4	23	4	4	5	5	5	23	67
133	3	4	4	3	3	17	5	3	5	5	5	23	5	4	5	5	5	24	64
134	4	5	4	3	3	19	5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	3	20	63
135	3	4	4	4	3	18	4	3	4	2	3	16	3	3	3	4	4	17	51
136	5	5	5	5	4	24	4	4	2	2	2	14	4	4	4	4	4	20	58
137	5	5	5	3	3	21	3	3	5	5	5	21	5	5	5	5	5	25	67
138	5	5	5	2	2	19	2	2	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25	63
139	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18	3	3	3	3	3	15	53
140	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	4	12	32
141	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	75
142	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	45
143	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	55
144	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	70
145	3	3	3	3	3	15	2	2	3	3	3	13	2	2	5	5	5	19	47
146	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	75
147	5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15	2	2	2	2	2	10	50

148	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	4	24	73
149	1	1	1	2	2	7	4	4	4	4	4	20	2	2	2	2	2	10	37
150	2	2	2	2	2	10	3	3	3	3	3	15	2	2	2	3	3	12	37
151	5	5	5	5	5	25	5	3	3	3	2	16	2	2	2	3	3	12	53
152	1	1	1	3	3	9	2	2	2	2	3	11	2	2	2	3	3	12	32
153	3	3	3	3	3	15	4	4	2	1	3	14	3	1	3	1	4	12	41
154	3	2	3	4	3	15	2	3	4	2	4	15	2	3	3	2	2	12	42
155	3	2	3	4	3	15	2	3	4	2	4	15	2	3	3	2	2	12	42
156	1	1	3	3	2	10	3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	4	18	46
157	2	2	2	3	3	12	3	1	2	3	1	10	4	2	3	4	4	17	39
158	3	3	3	3	3	15	5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15	55
159	4	4	4	4	2	18	3	3	3	1	1	11	1	1	2	2	2	8	37
160	1	2	2	2	2	9	1	1	2	2	2	8	1	1	1	2	2	7	24
161	2	2	1	1	1	7	2	2	2	1	1	8	2	2	2	1	1	8	23
162	1	1	1	2	2	7	2	3	2	3	2	12	3	2	3	2	3	13	32
163	2	2	2	3	3	12	3	3	3	3	3	15	2	2	2	2	2	10	37
164	2	2	2	3	3	12	3	3	3	3	3	15	2	2	2	2	2	10	37
165	4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	49
166	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	30
167	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	75
168	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	45
169	5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	60
170	5	5	5	5	5	25	3	3	3	5	5	19	5	5	5	5	5	25	69
171	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21	3	3	3	4	5	18	64
172	5	5	5	5	5	25	2	5	4	4	4	19	2	2	2	3	4	13	57
173	5	5	5	5	3	23	2	5	3	3	3	16	3	3	3	4	4	17	56
174	4	4	4	4	4	20	5	4	3	5	4	21	4	4	5	4	5	22	63
175	4	4	5	5	5	23	4	4	4	5	4	21	4	5	4	5	5	23	67
176	5	4	5	5	4	23	5	4	5	5	4	23	4	5	5	5	5	24	70
177	3	3	4	3	3	16	4	4	5	4	4	21	3	4	5	4	5	21	58
178	3	5	3	4	4	19	5	5	4	5	5	24	4	4	5	5	5	23	66
179	5	5	4	4	5	23	5	4	4	4	5	22	5	4	5	4	4	22	67
180	4	5	4	5	5	23	5	4	5	5	5	24	4	4	5	4	5	22	69
181	5	4	5	5	1	20	5	4	5	5	4	23	5	4	4	5	5	23	66
182	4	4	3	4	4	19	4	5	3	5	5	22	5	4	4	5	5	23	64
183	3	4	4	5	5	21	4	4	4	5	4	21	5	4	4	5	5	23	65
184	3	4	3	3	4	17	5	4	4	5	5	23	4	5	5	4	5	23	63
185	3	4	4	4	5	20	3	4	4	3	5	19	5	4	5	5	4	23	62

186	4	5	5	4	4	22	5	4	5	4	5	23	4	4	4	4	3	19	64
187	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25	3	4	4	5	3	19	67
188	4	5	5	4	5	23	4	5	4	4	5	22	4	5	4	4	3	20	65
189	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25	3	4	4	5	3	19	67
190	4	4	5	5	5	23	4	4	4	5	5	22	3	4	4	4	4	19	64
191	4	4	5	4	4	21	4	3	4	5	4	20	4	4	3	4	4	19	60
192	4	3	4	3	3	17	4	3	4	5	4	20	5	3	4	5	5	22	59
193	5	5	4	4	3	21	5	4	5	5	4	23	4	4	5	5	5	23	67
194	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	4	22	64
195	4	4	5	5	5	23	4	4	5	5	5	23	4	4	5	5	5	23	69
196	4	4	5	5	4	22	5	4	4	5	4	22	5	4	5	4	4	22	66
197	4	4	5	5	5	23	5	4	4	5	5	23	4	4	5	5	5	23	69
198	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	5	23	3	4	4	5	5	21	66
199	4	5	4	5	5	23	5	4	4	5	5	23	3	5	4	4	5	21	67
200	4	4	3	5	4	20	2	5	3	5	5	20	5	5	5	2	3	20	60
201	2	4	5	1	5	17	3	5	1	5	5	19	5	1	5	3	4	18	54
202	5	5	5	5	5	25	4	3	4	2	4	17	4	4	3	5	4	20	62
203	3	2	2	4	3	14	5	5	5	5	1	21	1	5	1	5	5	17	52
204	5	5	5	5	5	25	1	2	4	5	5	17	1	1	3	4	3	12	54
205	2	4	1	5	1	13	5	1	3	3	2	14	1	5	5	5	5	21	48
206	1	5	5	2	1	14	5	3	5	4	5	22	5	5	5	4	1	20	56
207	2	1	1	4	5	13	2	2	1	2	3	10	4	3	3	3	3	16	39
208	3	1	3	2	2	11	1	3	3	3	4	14	4	4	2	3	3	16	41
209	3	3	3	4	2	15	4	4	4	4	4	20	3	3	2	3	3	14	49
210	4	4	4	5	3	20	5	5	5	5	5	25	5	4	3	4	4	20	65
211	3	3	5	5	5	21	3	5	4	2	5	19	5	5	5	5	5	25	65
212	5	4	4	5	4	22	5	4	5	5	5	24	5	4	5	5	5	24	70
213	3	3	4	3	4	17	3	4	3	3	3	16	4	5	5	5	5	24	57
214	3	4	4	4	4	19	4	3	3	3	3	16	4	3	4	4	5	20	55
215	3	4	4	4	3	18	3	4	3	5	3	18	4	2	4	3	5	18	54
216	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	74
217	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	74
218	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	74
219	4	3	5	4	3	19	4	4	4	4	3	19	4	4	4	5	5	22	60
220	3	4	3	4	3	17	3	3	4	3	3	16	3	4	5	5	3	20	53
221	3	5	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	59
222	3	1	4	2	3	13	4	4	5	4	3	20	2	3	4	3	5	17	50
223	3	2	1	3	3	12	3	2	3	3	2	13	1	1	2	3	2	9	34

224	3	2	1	3	1	10	3	2	3	1	5	14	3	3	3	2	3	14	38
225	3	3	4	3	3	16	3	2	3	3	4	15	4	3	4	3	3	17	48
226	2	3	3	2	2	12	3	5	2	3	2	15	2	5	4	3	4	18	45
227	3	3	4	3	2	15	3	3	4	3	4	17	3	3	4	3	2	15	47
228	3	4	4	3	2	16	4	3	5	5	4	21	5	4	4	3	3	19	56
229	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25	72
230	5	3	5	5	3	21	5	5	5	5	5	25	5	3	5	5	5	23	69
231	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	73
232	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	4	23	3	5	5	5	5	23	71
233	3	4	4	4	4	19	4	4	5	5	5	23	5	5	4	5	5	24	66
234	3	4	5	4	4	20	5	4	3	4	4	20	3	4	5	4	5	21	61
235	3	4	5	4	4	20	5	4	3	4	4	20	3	4	5	4	5	21	61
236	4	5	3	4	5	21	5	5	5	4	4	23	4	4	5	5	5	23	67
237	3	4	4	3	3	17	5	3	5	5	5	23	5	4	5	5	5	24	64
238	4	5	4	3	3	19	5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	3	20	63
239	3	4	4	4	3	18	4	3	4	2	3	16	3	3	3	4	4	17	51
240	5	5	5	5	4	24	4	4	2	2	2	14	4	4	4	4	4	20	58
241	5	5	5	3	3	21	3	3	5	5	5	21	5	5	5	5	5	25	67
242	5	5	5	2	2	19	2	2	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25	63
243	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18	3	3	3	3	3	15	53
244	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	4	12	32
245	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	75
246	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	45
247	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	55
248	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	70
249	3	3	3	3	3	15	2	2	3	3	3	13	2	2	5	5	5	19	47
250	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	75
251	5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15	2	2	2	2	2	10	50
252	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	4	24	73
253	1	1	1	2	2	7	4	4	4	4	4	20	2	2	2	2	2	10	37
254	2	2	2	2	2	10	3	3	3	3	3	15	2	2	2	3	3	12	37
255	5	5	5	5	5	25	5	3	3	3	2	16	2	2	2	3	3	12	53
256	1	1	1	3	3	9	2	2	2	2	3	11	2	2	2	3	3	12	32
257	3	3	3	3	3	15	4	4	2	1	3	14	3	1	3	1	4	12	41
258	3	2	3	4	3	15	2	3	4	2	4	15	2	3	3	2	2	12	42
259	3	2	3	4	3	15	2	3	4	2	4	15	2	3	3	2	2	12	42
260	1	1	3	3	2	10	3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	4	18	46
261	2	2	2	3	3	12	3	1	2	3	1	10	4	2	3	4	4	17	39

262	3	3	3	3	3	15	5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15	55
263	4	4	4	4	2	18	3	3	3	1	1	11	1	1	2	2	2	8	37
264	1	2	2	2	2	9	1	1	2	2	2	8	1	1	1	2	2	7	24
265	2	2	1	1	1	7	2	2	2	1	1	8	2	2	2	1	1	8	23
266	1	1	1	2	2	7	2	3	2	3	2	12	3	2	3	2	3	13	32
267	2	2	2	3	3	12	3	3	3	3	3	15	2	2	2	2	2	10	37
268	2	2	2	3	3	12	3	3	3	3	3	15	2	2	2	2	2	10	37
269	4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	49
270	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	30
271	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	75
272	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	45
273	5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	60
274	5	5	5	5	5	25	3	3	3	5	5	19	5	5	5	5	5	25	69
275	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21	3	3	3	4	5	18	64
276	5	5	5	5	5	25	2	5	4	4	4	19	2	2	2	3	4	13	57
277	5	5	5	5	3	23	2	5	3	3	3	16	3	3	3	4	4	17	56
278	4	4	4	4	4	20	5	4	3	5	4	21	4	4	5	4	5	22	63
279	4	4	5	5	5	23	4	4	4	5	4	21	4	5	4	5	5	23	67
280	5	4	5	5	4	23	5	4	5	5	4	23	4	5	5	5	5	24	70
281	3	3	4	3	3	16	4	4	5	4	4	21	3	4	5	4	5	21	58
282	3	5	3	4	4	19	5	5	4	5	5	24	4	4	5	5	5	23	66
283	5	5	4	4	5	23	5	4	4	4	5	22	5	4	5	4	4	22	67
284	4	5	4	5	5	23	5	4	5	5	5	24	4	4	5	4	5	22	69
285	5	4	5	5	1	20	5	4	5	5	4	23	5	4	4	5	5	23	66
286	4	4	3	4	4	19	4	5	3	5	5	22	5	4	4	5	5	23	64
287	3	4	4	5	5	21	4	4	4	5	4	21	5	4	4	5	5	23	65
288	3	4	3	3	4	17	5	4	4	5	5	23	4	5	5	4	5	23	63
289	3	4	4	4	5	20	3	4	4	3	5	19	5	4	5	5	4	23	62
290	4	5	5	4	4	22	5	4	5	4	5	23	4	4	4	4	3	19	64
291	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25	3	4	4	5	3	19	67
292	4	5	5	4	5	23	4	5	4	4	5	22	4	5	4	4	3	20	65
293	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25	3	4	4	5	3	19	67
294	4	4	5	5	5	23	4	4	4	5	5	22	3	4	4	4	4	19	64
295	4	4	5	4	4	21	4	3	4	5	4	20	4	4	3	4	4	19	60
296	4	3	4	3	3	17	4	3	4	5	4	20	5	3	4	5	5	22	59
297	5	5	4	4	3	21	5	4	5	5	4	23	4	4	5	5	5	23	67
298	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	4	22	64
299	4	4	5	5	5	23	4	4	5	5	5	23	4	4	5	5	5	23	69

300	4	4	5	5	4	22	5	4	4	5	4	22	5	4	5	4	4	22	66
301	4	4	5	5	5	23	5	4	4	5	5	23	4	4	5	5	5	23	69
302	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	5	23	3	4	4	5	5	21	66
303	4	5	4	5	5	23	5	4	4	5	5	23	3	5	4	4	5	21	67
304	4	4	3	5	4	20	2	5	3	5	5	20	5	5	5	2	3	20	60
305	2	4	5	1	5	17	3	5	1	5	5	19	5	1	5	3	4	18	54
306	5	5	5	5	5	25	4	3	4	2	4	17	4	4	3	5	4	20	62
307	3	2	2	4	3	14	5	5	5	5	1	21	1	5	1	5	5	17	52
308	5	5	5	5	5	25	1	2	4	5	5	17	1	1	3	4	3	12	54
309	2	4	1	5	1	13	5	1	3	3	2	14	1	5	5	5	5	21	48
310	1	5	5	2	1	14	5	3	5	4	5	22	5	5	5	4	1	20	56
311	2	1	1	4	5	13	2	2	1	2	3	10	4	3	3	3	3	16	39
312	3	1	3	2	2	11	1	3	3	3	4	14	4	4	2	3	3	16	41
313	3	3	3	4	2	15	4	4	4	4	4	20	3	3	2	3	3	14	49
314	4	4	4	5	3	20	5	5	5	5	5	25	5	4	3	4	4	20	65
315	3	3	5	5	5	21	3	5	4	2	5	19	5	5	5	5	5	25	65
316	5	4	4	5	4	22	5	4	5	5	5	24	5	4	5	5	5	24	70
317	3	3	4	3	4	17	3	4	3	3	3	16	4	5	5	5	5	24	57
318	3	4	4	4	4	19	4	3	3	3	3	16	4	3	4	4	5	20	55
319	3	4	4	4	3	18	3	4	3	5	3	18	4	2	4	3	5	18	54
320	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	74
321	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	74
322	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	74
323	4	3	5	4	3	19	4	4	4	4	3	19	4	4	4	5	5	22	60
324	3	4	3	4	3	17	3	3	4	3	3	16	3	4	5	5	3	20	53
325	3	5	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	59
326	3	1	4	2	3	13	4	4	5	4	3	20	2	3	4	3	5	17	50
327	3	2	1	3	3	12	3	2	3	3	2	13	1	1	2	3	2	9	34
328	3	2	1	3	1	10	3	2	3	1	5	14	3	3	3	2	3	14	38
329	3	3	4	3	3	16	3	2	3	3	4	15	4	3	4	3	3	17	48
330	2	3	3	2	2	12	3	5	2	3	2	15	2	5	4	3	4	18	45
331	3	3	4	3	2	15	3	3	4	3	4	17	3	3	4	3	2	15	47
332	3	4	4	3	2	16	4	3	5	5	4	21	5	4	4	3	3	19	56
333	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25	72
334	5	3	5	5	3	21	5	5	5	5	5	25	5	3	5	5	5	23	69
335	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	73
336	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	4	23	3	5	5	5	5	23	71
337	3	4	4	4	4	19	4	4	5	5	5	23	5	5	4	5	5	24	66

338	3	4	5	4	4	20	5	4	3	4	4	20	3	4	5	4	5	21	61
339	3	4	5	4	4	20	5	4	3	4	4	20	3	4	5	4	5	21	61
340	4	5	3	4	5	21	5	5	5	4	4	23	4	4	5	5	5	23	67
341	3	4	4	3	3	17	5	3	5	5	5	23	5	4	5	5	5	24	64
342	4	5	4	3	3	19	5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	3	20	63
343	3	4	4	4	3	18	4	3	4	2	3	16	3	3	3	4	4	17	51
344	5	5	5	5	4	24	4	4	2	2	2	14	4	4	4	4	4	20	58
345	5	5	5	3	3	21	3	3	5	5	5	21	5	5	5	5	5	25	67
346	5	5	5	2	2	19	2	2	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25	63
347	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18	3	3	3	3	3	15	53
348	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	4	12	32
349	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	75
350	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	45
351	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	55
352	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	70
353	3	3	3	3	3	15	2	2	3	3	3	13	2	2	5	5	5	19	47
354	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	75
355	5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15	2	2	2	2	2	10	50
356	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	4	24	73
357	1	1	1	2	2	7	4	4	4	4	4	20	2	2	2	2	2	10	37
358	2	2	2	2	2	10	3	3	3	3	3	15	2	2	2	3	3	12	37
359	5	5	5	5	5	25	5	3	3	3	2	16	2	2	2	3	3	12	53
360	1	1	1	3	3	9	2	2	2	2	3	11	2	2	2	3	3	12	32
361	3	3	3	3	3	15	4	4	2	1	3	14	3	1	3	1	4	12	41
362	3	2	3	4	3	15	2	3	4	2	4	15	2	3	3	2	2	12	42
363	3	2	3	4	3	15	2	3	4	2	4	15	2	3	3	2	2	12	42
364	1	1	3	3	2	10	3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	4	18	46
365	2	2	2	3	3	12	3	1	2	3	1	10	4	2	3	4	4	17	39
366	3	3	3	3	3	15	5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15	55
367	4	4	4	4	2	18	3	3	3	1	1	11	1	1	2	2	2	8	37
368	1	2	2	2	2	9	1	1	2	2	2	8	1	1	1	2	2	7	24
369	2	2	1	1	1	7	2	2	2	1	1	8	2	2	2	1	1	8	23
370	1	1	1	2	2	7	2	3	2	3	2	12	3	2	3	2	3	13	32
371	2	2	2	3	3	12	3	3	3	3	3	15	2	2	2	2	2	10	37
372	2	2	2	3	3	12	3	3	3	3	3	15	2	2	2	2	2	10	37
373	4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	49
374	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	30
375	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	75

376	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	45
377	5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	60
378	5	5	5	5	5	25	3	3	3	5	5	19	5	5	5	5	5	25	69
379	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21	3	3	3	4	5	18	64
380	5	5	5	5	5	25	2	5	4	4	4	19	2	2	2	3	4	13	57
381	5	5	5	5	3	23	2	5	3	3	3	16	3	3	3	4	4	17	56
382	4	4	4	4	4	20	5	4	3	5	4	21	4	4	5	4	5	22	63
383	4	4	5	5	5	23	4	4	4	5	4	21	4	5	4	5	5	23	67
384	5	4	5	5	4	23	5	4	5	5	4	23	4	5	5	5	5	24	70

Anexo 6: Propuesta de valor

El presente trabajo contribuirá a la propuesta de valor de la pollería Roy Chicken porque realiza el estudio de la relación del desempeño laboral y la satisfacción del cliente.

El desempeño laboral es el rendimiento laboral de cada trabajador para realizar las funciones brindadas por la identidad donde labora, comprende el comportamiento de los trabajadores al ocupar un puesto, demostrando sus conocimientos y experiencias.

Un cliente satisfecho lo demuestra regresando nuevamente y recomendando a otras personas, ya que se sintió satisfecho en la calidad del producto que se ofreció, la buena atención que se le brindó y precios justos.

En la actualidad es de suma importancia mantener al equipo de trabajo bien capacitado, donde ayudara a mejorar la productividad, ser más creativos, actualizarse de nuevas tendencias gastronómicas ligadas a la pollería teniendo como los siguientes resultados:

- Conocimiento de los productos: Los trabajadores tienen que tener conocimiento y estar bien capacitados que ingredientes lleva cada platillo, así como también saber de tipos de vinos y sus sabores que se vende en la pollería.
- Servicio de calidad: Los trabajadores capacitados estarán preparados para brindar un buen servicio a todo tipo de clientes, como también serán capaces de poder resolver problemas que se presenten en el momento.
- Creatividad e innovación: Contando con los trabajadores ya capacitados y mantenerlo actualizado en el rubro gastronómico el trabajador lograra innovar nuevos platos y además logran ser más creativos marcando la diferencia a los de la competencia.
- Incremento de ventas: Una vez ya poniendo en práctica lo que se capacitó al trabajador se obtendrá un incremento de productividad laboral, donde se incrementaran las ventas contando con la visita de más clientes.