



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
INGENIERÍA CIVIL CON MENCIÓN EN DIRECCIÓN DE
EMPRESAS DE LA CONSTRUCCIÓN**

**Desempeño Laboral y Satisfacción del Cliente de La Empresa
Ancor Sac, Huancayo, 2022**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

**Maestra en Ingeniería Civil con mención en Dirección de Empresas de
la Construcción**

AUTORA:

Cordova Zorrilla, Nataly Lucia (orcid.org/0000-0003-0979-0769)

ASESORES:

Dra. Sanchez Ramirez, Luz Graciela (orcid.org/0000-0002-2308-4281)

Dr. Flores Rivas, Victor Ricardo (orcid.org/0000-0002-0243-2267)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Dirección de Empresas de la Construcción

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA –PERÚ

2023

DEDICATORIA

Esta investigación se la dedico a mis 3 hijas Luciana, Valentina y Flavia; quienes son el motor de mi vida y la razón para seguir superándome profesionalmente.

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a la universidad César Vallejo y a mis asesores por darme la oportunidad de cumplir uno de mis sueños, obtener el grado de maestra.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE CONTENIDOS	4
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
I. INTRODUCCIÓN	2
II. MARCO TEÓRICO	12
III. METODOLOGIA	24
3.1. Tipo y diseño de investigación	24
3.2. Variables y operacionalización	25
3.3. Población, muestra y muestreo	26
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	27
3.5. Procedimientos	30
3.6. Método de análisis de datos	30
3.7. Aspectos éticos	31
IV. RESULTADOS	32
V. DISCUSIÓN	40
VI. CONCLUSIONES	46
VII. RECOMENDACIONES	47
REFERENCIAS	48
ANEXOS	55

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla1 <i>Ficha técnica del cuestionario sobre desempeño laboral</i>	28
Tabla2 <i>Ficha técnica del cuestionario sobre satisfacción del cliente</i>	29
Tabla3 <i>Nivel de las variables desempeño laboral y satisfacción del cliente</i>	32
Tabla4 <i>Nivel de la dimensión desempeño de tareas y la variable satisfacción del cliente</i>	33
Tabla5 <i>Nivel de la dimensión desempeño contextual y la variable satisfacción del cliente</i>	34
Tabla6 <i>Nivel de la dimensión comportamiento laboral contraproducente y la variable satisfacción del cliente</i>	35
Tabla7 <i>Prueba de Normalidad</i>	36
Tabla8 <i>Correlación entre desempeño laboral y satisfacción del cliente</i>	37
Tabla9 <i>Correlación entre desempeño de tareas y satisfacción del cliente</i>	37
Tabla10 <i>Correlación entre desempeño contextual y satisfacción del cliente</i>	38
Tabla11 <i>Correlación entre comportamiento laboral contraproducente y satisfacción del cliente</i>	39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura1 <i>Diseño no experimental transversal</i>	25
Figura2 <i>Porcentaje de las variables desempeño laboral y satisfacción del cliente</i>	32
Figura3 <i>Porcentaje de la dimensión desempeño de tareas y la variable satisfacción del cliente</i>	33
Figura4 <i>Porcentaje de la dimensión desempeño contextual y la variable satisfacción del cliente</i>	34
Figura5 <i>Porcentaje de la dimensión comportamiento laboral contraproducente y la variable satisfacción del cliente</i>	35

RESUMEN

Este apartado tiene por objetivo general determinar la relación entre el desempeño laboral y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022, fue desarrollado de acuerdo al tipo de investigación básica con diseño no experimental transversal de tipo descriptivo, correlacional donde se consideró como población a 150 clientes de la Empresa Anccor SAC de Huancayo y muestra a 108 clientes de la Empresa Anccor SAC de Huancayo, las mismas que fueron objeto de encuesta a través del instrumento cuestionarios ; los resultados de la encuesta a 108 clientes mostraron que, entre las variables de desempeño laboral, el 63% de los encuestados mostró un nivel alto, el 31,5% de los encuestados mostró un nivel medio y el 5,6% de los encuestados mantuvo un nivel bajo. Por otro lado, para la satisfacción del cliente, el 25,9% indicó un nivel alto, el 66,7% indicó un nivel medio y el 7,4% indicó un nivel bajo. Al contrastar la hipótesis se encontró una correlación positiva alta entre las variables Desempeño Laboral y Satisfacción del Cliente con un coeficiente de correlación (Rho) de 0.847 (84.7%) y un p-valor de 0.000, por debajo del nivel de significancia de 0.05 (5%). Como conclusión se puede determinar que existe una relación significativa entre el desempeño laboral y la satisfacción del cliente en el año 2022 para la empresa Anccor SAC en Huancayo.

Palabras clave: Desempeño laboral, valor percibido, satisfacción del cliente, confianza.

ABSTRACT

The general objective of this section is to determine the relationship between job performance and customer satisfaction in the company Anccor SAC, Huancayo, 2022, it was developed according to the type of basic research with a descriptive, correlational, cross-sectional non-experimental design where it was considered as population to 150 clients of the Anccor SAC Company of Huancayo and shows 108 clients of the Anccor SAC Company of Huancayo, the same ones that were surveyed through the questionnaire instrument; the results of the survey of 108 clients showed that, among the job performance variables, 63% of the respondents showed a high level, 31.5% of the respondents showed a medium level and 5.6% of the respondents kept a low level. On the other hand, for customer satisfaction, 25.9% indicated a high level, 66.7% indicated a medium level and 7.4% indicated a low level. When contrasting the hypothesis, a high positive correlation was found between the Labor Performance and Customer Satisfaction variables with a correlation coefficient (Rho) of 0.847 (84.7%) and a p-value of 0.000, below the significance level of 0.05 (5%). As a conclusion, it can be determined that there is a significant relationship between job performance and customer satisfaction in the year 2022 for the company Anccor SAC in Huancayo.

Keywords: Job performance, perceived value, customer satisfaction, trust.

I. INTRODUCCIÓN

El desempeño laboral es un indicador básico de la gestión de recursos humanos. Medir y analizar el desempeño es fundamental para una variedad de procesos organizacionales, como el reclutamiento, la compensación, las recompensas y el desarrollo profesional. Este factor contiene tres dimensiones principales: desempeño en las tareas asignadas, desempeño en situaciones específicas y proceder receptivo en el ambiente de labor (Ramos-Villagrasa et al., 2019). Por otro lado la satisfacción de los clientes está relacionado al placer o decepción que los clientes muestran respecto al servicio con relación a sus expectativas (Morocho & Burgos, 2018).

En el contexto mundial, la pandemia de Covid-19 Ha tenido un gran impacto en cada etapa de la existencia, en particular en el mercado laboral. Las semanas y meses iniciales de la pandemia crearon un desempleo exponencial en los Estados Unidos, que se está ajustando lentamente. Aunque la sociedad se está moviendo gradualmente hacia la normalidad, todavía existirán algunos cambios provocados por la epidemia, incluidos algunos cambios en el mercado laboral (CareerCast, 2023). El desempeño financiero de las instituciones bancarias paquistaníes está influenciado en gran medida por un factor interno clave: el desempeño laboral de los empleados. No se puede negar que el desempeño individual de los empleados es un elemento esencial para que cualquier empresa alcance un elevado grado de desempeño organizacional. Sin embargo, la industria bancaria paquistaní enfrenta el problema de la disminución del desempeño laboral de los empleados (Arshad et al., 2023). Por otro lado, la mayoría de las organizaciones han logrado un éxito notable en sus operaciones, no solo porque operan en un entorno favorable o porque pueden competir favorablemente con otras organizaciones, sino principalmente porque la administración de estas organizaciones adopta un enfoque diferente y ve la satisfacción del cliente como un construcción multidimensional; la adopción del comercio electrónico entre las empresas comerciales de Nigeria está creciendo, con clientes de Internet en Nigeria creciendo del 0,1% de la población en 2000 al 29,5% en junio de 2010, con potencial para un mayor crecimiento; los ingresos por compras en línea de Nigeria en 2011 aumentaron un 25% generando ganancias de 62,4 millones de nairas, significando

un aumento de 12,500 millones de nairas en comparación con 2010, y un 74% con ganancias equivalentes a 50,800 millones de nairas en 2015, y aumenta año tras año. Las compras en línea han cambiado la mentalidad tanto de los clientes como de los minoristas y varios factores han obstaculizado hasta ahora la adopción del comercio electrónico en Nigeria, incluidos el costo, la accesibilidad, la seguridad de los datos, la confiabilidad de la red, la privacidad y la confidencialidad, las amenazas, la autenticidad de los productos, los ingresos y la educación del ciudadano la misma que ha generado insatisfacción en sus clientes (Enemuo et al., 2023).

En Perú, según un informe proporcionado por el Organismo Regulador de la Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel), revela el nivel de satisfacción de los clientes con los servicios móviles, internet fijo, televisión de paga y telefonía fija, donde en el año 2020 se evidencio que el 38% de los clientes se mostraban insatisfechos, en el año 2021 el 50% de los clientes se mostraron insatisfechos y en el año 2022 el 49% de los clientes se sentían insatisfechos. Movistar fue la empresas que presentó mayor porcentaje de clientes insatisfechos (Osiptel, 2023). Para contrastar lo indicado se han presentado un aproximado de 1´659,404 de reclamos pertenecientes a la empresa Movistar de los cuales el 70% por motivos de un deficiente desempeño laboral de los trabajadores (El peruano, 2023).

En el contexto local la empresa Anccor, se especializa en ensayos y análisis técnicos, fue constituido el seis de octubre del año 2021 como una sociedad limitada cerrada registrada dentro de la Sociedad Mercantil y Comercial, dentro de la empresa cuentan con 20 trabajadores las mismas que no son suficientes para un aproximado de 500 clientes, recientemente, los clientes han expresado su descontento debido a los retrasos en la entrega del producto y los repetidos problemas de infraestructura y equipo, lo que resulta en su descontento. Es por ello que el propósito de esta encuesta fue analizar la relación entre el desempeño laboral y la satisfacción del consumidor.

Por consiguiente, a partir de estos principios se genera el **problema general**: ¿Cuál es la relación entre el desempeño laboral y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022?, mismamente se han plasmado los **problemas específicos**: PE1: ¿Cuál es la relación entre el desempeño de tareas y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022?, PE2: ¿Cuál

es la relación entre el desempeño contextual y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022? Y PE3: ¿Cuál es la relación entre el comportamiento laboral contraproducente y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022?

Asimismo, desde la perspectiva teórica, este estudio se **justifica teóricamente**, Por medio de estos resultados, se fortalecerán las teorías existentes, enfoques y conceptos con datos nuevos y actualizados a las variables desempeño laboral y satisfacción de los clientes; de la misma forma se **justificará en el contexto practico** dado que este estudio servirá como precedente para futuras investigaciones, servirá como guía o modelo para futuros investigadores que realicen un trabajo similar y finalmente **justificará metodológicamente**, en vista que la metodología aplicada será de guía a otros investigadores que realicen investigaciones similares a mayor profundidad.

Seguido se plasmó el **objetivo general**: Determinar la relación entre el desempeño laboral y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022, de igual forma los **objetivos específicos**: OE1: Delimitar la relación entre el desempeño de tareas y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022, OE2: Determinar la relación entre el desempeño contextual y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022 y OE3: Delimitar la relación entre el comportamiento laboral contraproducente y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022.

Por último, se ha plasmó la **hipótesis general**: Existe relación significativa entre el desempeño laboral y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022, seguido las **hipótesis específicas**: HE1: Existe relación significativa entre el desempeño de tareas y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022, HE2: Existe relación significativa entre el desempeño contextual y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022 y HE3: Existe relación significativa entre el comportamiento laboral contraproducente y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

En sección, se exploran los trabajos previos referidos al tema de investigación citando los **antecedentes nacionales**, Solange y Rut (2021) El objetivo principal del trabajo fue dedicado a examinar la manera en la que la satisfacción del cliente y las labores del día a día afectan al desempeño laboral y a la satisfacción del cliente. En el objetivo de conseguir este punto, se optó por un método de análisis cuantitativo, utilizando un diseño que se basa en la descripción y en la correlación. La muestra escogida para el análisis fue de cincuenta integrantes. De los cuales sus resultados fueron que existe un efecto directo positivo prolongado entre las dos variables, confirmando un Pearson 0.370, el nivel promedio de satisfacción laboral entre los clientes internos. Además, la satisfacción laboral tenía el mayor impacto en el desempeño laboral de los clientes internos.

Por su parte, Natalia (2019) en su artículo, El estudio se orientó a examinar el vínculo entre la contentura del trabajo y la performance en una compañía de monitoreo. Se usó un prototipo de correlación de tipo fundamental que involucró una recolección de datos en 180 personas. Las conclusiones obtenidas exhibieron una correlación importante entre la contentura del trabajo y la capacidad. Específicamente, se evidenció que la percepción de la contentura laboral más estrecho con el desempeño era la de la contentura con la importancia del trabajo. Por otro lado, la comodidad con los provechos económicos tuvo un vínculo más flojo con la performance.

En la misma línea, Cueva (2021) en su trabajo de posgrado, el propósito fue estudiar el vínculo entre la satisfacción y la labor profesional del personal de salud. Para llevar a cabo esto, se ejecutó una investigación no experimental con un enfoque de cuantía y en correlación. El material utilizado fue de 33 especialistas en medicina que respondieron un cuestionario a modo de instrumento para la recolección de información. Las conclusiones evidenciaron una correlación positiva importante de 0,817 entre la contentación y la labor profesional del personal de sanidad dentro del hospital. También, el grado de importancia de Pearson R fue de 0,000, esto indica que la relación entre desempeño y satisfacción de estos especialistas en la unidad analizada es de suma importancia.

Para Chuquillanqui (2021) el propósito del estudio para el posgrado fue hallar la correlación entre la comodidad y la capacidad laboral. El punto de vista utilizado en la investigación fue de tipo cuantitativo y no experimental. El conjunto de muestra fue de 68 integrantes. Las conclusiones obtenidas exhibieron que el 59% de los profesores con un volumen de trabajo considerable se encuentran entre contentos y muy contentos con la importancia de sus labores. Además, el 62 por ciento de los entrevistados mostraron estar muy contentos o satisfechos con las condiciones de labor. En cuanto a la percepción personal y/ o la aprobación del público, el 41% de los profesores se hallaron en una medida intermedia de agrado. Por otro lado, el cincuenta por ciento de los profesores con cargos de administración calificaron como muy satisfechos en términos con respecto a las ganancias económicas.

Por último, para Barrera (2021) El propósito de la investigación fue examinar el vínculo entre el trabajo bien hecho y la comodidad del cliente. Para llevar a cabo esto, se usó un prototipo no experimental de tipo fundamental con una perspectiva cuantitativa. La muestra del análisis fue de 115 empleados. Las conclusiones obtenidas mostraron que el cincuenta y seis por ciento de los entrevistados considera que la labor realizada está en una magnitud baja. Además, el setenta por ciento de los entrevistados piensan que la contentación de los clientes se encuentra en una magnitud baja. También muestran que las dimensiones de servicio al cliente, relación interpersonal y la actitud de trabajo están significativamente relacionados con la relación con los clientes.

Seguido se han indicado los **antecedentes internacionales**, Lovemore (2022) en su artículo analizó la influencia del desempeño en la satisfacción de los graduados, su tipo de fue de enfoque cuantitativo con una muestra de 430 graduados universitarios. Los resultados de la investigación exhibieron una correlación importante entre la percepción de calidad del servicio y la devoción de los estudiantes tienen una influencia positiva en la labor que realizan los alumnos. Y se evidenció que la comodidad de los alumnos no tiene un gran efecto en el desempeño del trabajo que realizan los alumnos.

Budur y Poturak (2021) en su artículo su objetivo fue estudiar la percepción del consumidor respecto a la capacidad de los empleados, además del desempeño

general, el estudio se orientó en el estudio de la devoción y contentamiento del cliente en el país Irak, a manos de los empleados. Su tipo de estudio cuantitativo bajo el nivel correlacional. Sus resultados del análisis demostraron que la percepción del cliente sobre la capacidad de los empleados tuvo un efecto positivo y significativo en la comodidad y lealtad del cliente, en tanto que la capacidad general de los empleados no exhibió ningún cambio. También, la satisfacción del cliente exhibió una interrelación positiva en referencia a la impresión que el consumidor tiene del desempeño de los empleados y la lealtad que tiene hacia estos.

Koo et al. (2019) su finalidad fue desvelar los intrincados vínculos entre incentivos emocionales, incentivos materiales, el análisis se orientó en la comodidad laboral, la fatiga, el amor, el trabajo y la transformación que hubo en el ámbito laboral de la República de Corea, su tipo de estudio fue cuantitativo de los cuales emplearon la técnica de la encuesta a 307 participantes. Sus resultados del estudio de regresión múltiple evidenciaron que los incentivos emocionales, materiales y sus características son fundamentales para el amor romántico, el trabajo y la intención de cambio. Los descubrimientos de la antología de estudio de la mediación evidenciaron que la contentura del trabajo y la fatiga tienen un rol de total o parcial dentro del ámbito.

Akdere y Egan (2020) su propósito fue examinar el lazo de la contentura del trabajo y la capacidad, su tipo de estudio fue cuantitativo con una muestra de 5349 participantes en Estados Unidos. Por consecuencia, sus resultados fueron que los descubrimientos de esta investigación brindan un sustento significativamente más grande para una troca que generalmente se rechaza, el desempeño y el sustento y las prácticas se relaciona con los recursos. Estos se encuentran alineados con el contenido del trabajador y los provechos del cliente que exhiben la meta fundamental de la compañía.

Finalmente, Setyadi et al. (2022) el autor del escrito se concibió como objetivo principal examinar el vínculo entre el desempeño de los empleados y la lealtad del cliente, cuyo elemento esencial se localiza en la calidad del servicio y la contentura del cliente. El punto de vista de la investigación fue el de un estudio

cuantitativo y se ejecutó con una muestra de doscientos diez clientes. Obtuvo como resultados, que la definición económica de la capacidad de los empleados tiene una influencia positiva y grande en la calidad del servicio que cumple los requisitos de ser apto. El trabajo que realizan los empleados no tiene una gran influencia y directamente en la comodidad del cliente.

Seguido se han resuelto las teorías y enfoques conceptuales de la variable **desempeño laboral**, sobre la cual existe la Teoría de Bernadin y Beatty, desarrollada en 1984, estableciendo el desempeño laboral como ejecutar las exploraciones derivadas en un tiempo determinado, pudiéndose pedir en base a factores de cantidad, calidad, costo, eficacia, necesidad de supervisión, tiempo e impacto interpersonal. Además, existe la Teoría de Murphy, desarrollada en 1989, donde comprende al desempeño laboral como la conjugación de cuatro dimensiones, distinguiendo la conducta de hacer perder el tiempo, ejecutar las actividades diarias, solicitud de apoyo al equipo y las conductas destructivas como robo y violencia (Warr y Nielsen, 2018).

En adición, existe la Teoría de Campbell, generando en 1990, observándose al desempeño como la acción y no como los resultados, centrado en el análisis; aparte afirma que los procedimientos, conocimientos, habilidades y la estimulación resultan elementos fundamentales para establecer una determinada dirección, generando ocho mecanismos, siendo estos la habilidad para las funciones no especificadas en las secciones, rendimiento de la actividad de la comunicación oral y escrita, habilidades específicas para el puesto laboral, manifestación de esfuerzo, proporcionar el rendimiento de pares y equipo, mantener la disciplina personal, el liderazgo y las decisiones administrativas (Markos y Sandhya, 2010).

Estas hipótesis se crearon con el fin de atender la necesidad de examinar la capacidad de manera integral, siendo valorados como los cimientos de la evaluación del trabajo debido a su carácter multidimensional. Su objetivo es entender y medir cada uno de los componentes esenciales que tiene importancia en la performance, de esta forma, se podrá desarrollar un plan de acción enfocado en el logro de los objetivos de la empresa, y el comportamiento de los empleados y su efecto sobre los resultados. Además, existe la Teoría de Bartram, generada en

2005, brindó una estructura del desempeño laboral, aparte de presentarse aquellas competencias estrechamente vinculadas con las destrezas, capacidades y habilidades que el colaborador requiere para desempeñar adecuadamente sus actividades diarias de manera eficiente, teniendo como factores la interacción, emprendimiento, análisis, creación, apoyo, liderazgo, adaptación y finalmente ejecución y organización (Wu et al. 2019).

Después, se ha hecho el desarrollo de los conceptos relacionados con la magnitud de la dificultad de las tareas, según Warr y Nielsen (2018), esta se define como la capacidad de alcanzar metas y generar respuestas de alta calidad, teniendo un mínimo de talento humano, recursos económicos y físicos, logrando con ello beneficiar a todos al permitir que las personas logren desarrollar su potencial, como resultado, se mejora el nivel de calidad de vida. Asimismo, se describe como el logro efectivo de las metas establecidas por una organización, independientemente de que los recursos estén siendo utilizados de manera óptima (Namrita y Bhawana, 2019).

Asimismo, establece que existen distintos elementos primordiales, donde el vínculo conduciría a la medición de lo que se considera como productivo, lo cual se da cuando las personas creen tengan vinculados íntimamente el sistema para gestionar la calidad, donde se puede mejorar el nivel o estándar de la organización, incluyendo la identificación de defectos en los procesos, pudiendo buscar optimizar los procesos; consecuentemente, la razón de que la productividad actual tenga conceptos distintos es que está relacionado al desarrollo, evolución, eficacia, administración de recursos y del producto final (Markos y Sandhya, 2010).

Por consiguiente, para medir efectivamente el desempeño de las tareas, se utilizan varias técnicas y herramientas, estos incluyen análisis de rendimiento y optimización de procesos. Además, el monitoreo continuo del desempeño a través de indicadores clave de desempeño es fundamental para realizar ajustes y tomar decisiones informadas, al mejorar la capacidad de ejecutar tareas de manera efectiva, se puede aumentar la productividad, reducir los costos y maximizar la calidad de los resultados. Para lograrlo, es necesario contar con un enfoque sistemático y utilizar métodos como el análisis de procesos, la automatización, el

entrenamiento y desarrollo del personal, de la misma manera que la utilización de herramientas y tecnologías apropiadas. El monitoreo constante del desempeño y la adaptación a los cambios del entorno son esenciales para mantener una ventaja competitiva y alcanzar el éxito a largo plazo (Hagel et al., 2021).

En la misma senda se han progresado los enfoques conceptuales de la dimensión desempeño contextual, según Warr y Nielsen (2018), viene a ser el desempeño que genera un logro o resultado de los colaboradores o toda la organización, manifestándose al describir, realizar y generar algo material e inmaterial, donde se cumple basándose en actitudes, conocimientos, habilidades y motivaciones. En adición, lo establece como la conducta de todos los colaboradores para buscar las metas establecidas, creando una estrategia personal para lograr aquellas metas, resultando un continuo proceso para comunicar y aclarar todas las expectativas de desempeño del colaborador, posteriormente capacitarlos y generarlos la retroalimentación, permitiéndoles garantizar que se toma cada medida esperada, permitiendo analizar cada factor que predomina en el desempeño, lo cual dependería de la satisfacción laboral (Wu et al. 2019).

Además, ese desempeño logra complementarse con los comportamientos que ayudan a mejorar el ambiente social, psicológico y organizacional donde es desempeñado cada labor, permitiendo la contribución a alcanzar las metas organizacionales, resultando estas manifestaciones en comportamientos que logran sustentar el entorno psicológico y social donde se desarrolla cada tarea; los entornos sociales y psicológicos más amplios en las organizaciones debiendo hacer funcionar este núcleo, junto a la tecnología para apoyar el rendimiento (Markos y Sandhya, 2010).

Por otro lado, el desempeño situacional es crítico para el éxito de una organización porque va más allá de simplemente realizar las tareas asignadas. Los empleados que demuestran un alto desempeño situacional contribuyen a un clima laboral positivo que fomenta la colaboración y el trabajo en equipo, y están dispuestos a asumir responsabilidades adicionales cuando sea necesario. Además, este tipo de desempeño está fuertemente asociado con la satisfacción y el compromiso laboral, lo que a su vez puede repercutir de manera positiva en las

labores y los provechos de la organización. Por lo tanto, es importante evaluar y promover el desempeño situacional como parte integral de la gestión del desempeño laboral (Edeh et al., 2023).

Igualmente se han generado enfoques de conceptos acerca de la dimensión comportamiento laboral contraproducente, de acuerdo con Carpenter (2021) son conductas negativas o disruptivas exhibidos por los empleados en el ambiente de trabajo y van más allá del bajo desempeño en las tareas asignadas. Estos comportamientos impactan negativamente en el funcionamiento y eficacia de la organización y en las relaciones interpersonales adentro de los equipos de labor, los comportamientos laborales situacionalmente contraproducentes pueden manifestarse en una variedad de formas, incluido el sabotaje, el ausentismo escolar, los chismes o la falta de cooperación (Pletzer, 2021).

Desde una perspectiva técnica, los comportamientos laborales situacionalmente contraproducentes se evalúan identificando y midiendo dimensiones específicas, como la interrupción organizacional, el incumplimiento, la disminución de la colaboración y el comportamiento agresivo. El sabotaje organizacional implica actos deliberados de dañar a la organización o a los colegas, como ocultar información relevante o difundir rumores falsos. El incumplimiento es una violación de las políticas o procedimientos establecidos. La colaboración reducida se manifiesta como una falta de voluntad para trabajar en equipo o compartir conocimientos, mientras que el comportamiento agresivo sugiere una actitud hostil, intimidatoria o de confrontación (Chen et al., 2020).

El comportamiento laboral situacionalmente contraproducente es perjudicial para una organización, ya que afecta la moral del equipo, provoca conflictos interpersonales, reduce la productividad y daña la eficacia general de la empresa. Por lo tanto, es necesario abordar dichos comportamientos con medidas de gestión adecuadas, como implementar políticas claras, promover una cultura organizacional saludable, identificar señales de alerta temprana e implementar estrategias de intervención y corrección. Además, es importante crear un ambiente de trabajo positivo que promueva la cooperación, el respeto y la comunicación efectiva para reducir el comportamiento autodestructivo (Markos y Sandhya, 2010).

Asimismo, se desarrollaron teorías y enfoques de variables **satisfacción del cliente**, para Segoro y Limakrisna (2020) es el grado en que una empresa o proveedor de productos o servicios cumple o supera las expectativas y necesidades del cliente. Es una métrica esencial para evaluar la calidad y el éxito de la relación dentro una organización y sus clientes. Desde una perspectiva técnica, la satisfacción del cliente se mide a través de la recopilación sistemática de datos, encuestas y análisis de comentarios destinados a evaluar los niveles de satisfacción en áreas clave por ejemplo, calidad del producto, servicio al cliente, la puntualidad en la entrega y la resolución de problemas (Otto et al., 2019).

Para lograr altos niveles de satisfacción del cliente, las organizaciones deben enfocarse en aspectos como la gestión de la calidad, el servicio personalizado, los elementos clave de la gestión de calidad en las relaciones con los clientes son la comunicación efectiva, la empatía y la resolución oportuna de problemas. La gestión de la calidad significa el apego a los estándares y normas establecidos, además de centrarse en la mejora continua de los procesos y la eliminación de defectos o errores. La personalización del servicio significa brindar una experiencia única y satisfactoria, adaptando el servicio a las necesidades individuales de cada cliente. Además, la comunicación efectiva y las respuestas rápidas y eficientes a las inquietudes o problemas de los clientes son elementos clave para generar satisfacción y confianza (Mai, 2021).

La complacencia del cliente tiene un rol importante dentro del éxito y la perdurabilidad de un negocio, ya que los clientes complacidos tienen mayores posibilidades de volver a comprar, recomendar la marca y desarrollar relaciones comerciales de largo plazo. Además, la contentura del cliente tiene una influencia directa en la imagen y la reputación de la compañía. Por lo tanto, las organizaciones deben adoptar un enfoque centrado en el cliente, priorizar sus expectativas y necesidades, además es fundamental una búsqueda constante de mejora y excelencia en la entrega de productos y servicios. La satisfacción del cliente se evalúa no solo por el cumplimiento de los requisitos, sino también por la percepción general de calidad del cliente, el valor agregado y la experiencia brindada (Canchari et al. 2017).

Luego, se han generado los enfoques de concepto relacionados con la variable de calidad funcional que se estima, de acuerdo con Lia y Shang (2020). Esta magnitud representa la percepción que los clientes tienen de la capacidad que tiene un producto o servicio de atender las necesidades y características específicas que tienen. Es un concepto técnico utilizado para medir el nivel de desempeño y utilidad que un producto o servicio proporciona a los clientes. Además, se basa en aspectos como la eficacia, la eficiencia, la usabilidad y la confiabilidad de un producto o servicio (Yoo, 2020).

Por otro lado, se evalúa a través de varias métricas y métodos, como pruebas de usabilidad, encuestas de satisfacción del cliente, análisis de datos de rendimiento y evaluación comparativa con los estándares establecidos. La eficiencia está relacionada con la capacidad de lograr resultados oportunos y utilizar los recursos de manera adecuada usabilidad se refiere a la comodidad de utilización y comprensión de un producto o servicio, mientras que la confiabilidad se refiere a la consistencia y confiabilidad del desempeño a lo largo del tiempo (Wang et al., 2020).

Asimismo, es un componente esencial para conseguir la victoria y la competencia en la empresa, ya que tiene una influencia directa en la comodidad del cliente, la lealtad a la marca y la reputación en el mercado. Los clientes buscan productos o servicios que satisfagan con eficacia y eficiencia sus expectativas y necesidades. Por lo tanto, las organizaciones deben esforzarse por garantizar un alto nivel de calidad funcional percibida mediante la mejora continua de productos o servicios, la optimización de procesos, la adopción de tecnologías innovadoras y la escucha activa de las peticiones y necesidades de los usuarios (Martín, 2000).

En la misma se han indicado los conceptos referidos a la dimensión calidad técnica percibida, que viene a ser la evaluación subjetiva que hacen los clientes o la percepción de calidad técnica se refiere a la opinión que los clientes tienen acerca de las características y propiedades técnicas de los productos o servicios. Se centra en la percepción de la calidad a partir de una perspectiva técnica, considerando características como la fiabilidad, la precisión, la capacidad de respuesta y las innovaciones tecnológicas. Esta magnitud se apoya en la comodidad del cliente

respecto a la calidad del servicio y a la técnica superioridad de un producto o servicio (Li y Shang, 2020).

La evaluación de la calidad técnica percibida implica el uso de métodos y métricas técnicas, como pruebas de rendimiento, análisis de datos, comparación con estándares y especificaciones técnicas, la duración se refiere a la capacidad que tiene un objeto o servicio para seguir funcionando en el transcurso del tiempo, soportando el desgaste. Por otro lado, la fiabilidad se refiere a la estabilidad y la habilidad de no tener errores o inconsistencias. Por otra parte, la precisión tiene a ver con la exactitud y la habilidad de conseguir las metas y particularidades deseadas. Estos componentes son valorados a través de las opiniones y crudos de los usuarios (Thuan-Quoc et al., 2020).

La percepción de calidad que tiene el cliente es fundamental para la comodidad del usuario y para ser competitiva en la industria, dado que los clientes buscan productos o servicios que ofrezcan una calidad técnica superior y cumplan o superen sus expectativas en términos de rendimiento y características técnicas. Por lo tanto, las organizaciones deben centrarse en mejorar y mantener altos estándares de calidad técnica percibida a través del enfoque en el estudio e investigación, la utilización de herramientas avanzadas, la permanente evolución de los procedimientos y la consideración de las críticas y sugerencias de los usuarios, se aspira a aumentar la calidad percibida de la técnica (Susanti et al., 2020).

Además, se han indicado los conceptos relacionados a la dimensión valor percibido, que viene a ser un concepto técnico utilizado en marketing y gestión empresarial para comprender cómo perciben los clientes la relación entre los beneficios y los sacrificios financieros asociados a una oferta. El valor estimado se basa en la percepción del cliente sobre la relación entre los provechos alcanzados y los fondos invertidos. Además, implica el análisis de diferentes aspectos como la calidad, la innovación, la comodidad, la personalización, la reputación de marca y la relación calidad-precio de un producto o servicio. Asimismo, es la excelencia y conformidad con los requisitos de un producto o servicio (Tuncer et al., 2021).

El valor percibido es una variable fundamental que tiene en cuenta los sufragios de los consumidores, ya que influye en su disposición a pagar y lealtad a una marca o empresa. Las organizaciones deben buscar continuamente mejorar y comunicar el valor percibido de sus productos o servicios a través de estrategias como la diferenciación, la personalización, la manera en que se comunique los provechos y la habilidad de adecuarse a las demandantes necesidades del consumidor son aspectos fundamentales. Puede variar según el segmento de clientes y sus preferencias individuales, por lo que es importante comprender y abordar las necesidades específicas de cada grupo objetivo. Además, administrar el valor percibido implica equilibrar los beneficios y los costos de las ofertas para garantizar que los clientes tengan una experiencia valiosa y satisfactoria (Kusumawati y Rahayu, 2020).

Asimismo, se han indicado los conceptos referidos a la dimensión confianza, la cual viene a ser la probabilidad de que una proposición o decisión, encubierta o abierta, sea correcta dada la evidencia, una cantidad crítica en decisiones secuenciales complejas (Canchari et al. 2017). En este orden de ideas, según Dos Santos (2016), esta seguridad se fundamenta en una puntuación totalmente positiva, esto genera la mayor seguridad en el replay de la prestación. En la misma línea, Martín (2000), lo define como una influencia directa, positiva y significativa sobre la intención de recomendar el servicio.

Asimismo, la seguridad en la percepción de clientela está ligada a la fiabilidad y certeza del producto que tienen los clientes de que una empresa o proveedor de productos o servicios cumplirá o superará sus expectativas. Es un término técnico que cubre las percepciones de los clientes sobre la capacidad y la confiabilidad de una empresa para proporcionar de manera constante un producto o servicio de calidad que satisfaga sus necesidades, la confianza en la satisfacción del cliente se construye a través de diferentes elementos como la reputación de la marca juega un papel vital, ya que los clientes confían en las empresas con una sólida reputación de calidad, servicio al cliente y cumplimiento de sus promesas, la experiencia previa de un cliente con una empresa también afecta la confianza, ya que las experiencias positivas generan confianza en futuras interacciones, la comunicación efectiva juega un papel vital en la transmisión de información clara y

transparente sobre productos o servicios, políticas de la empresa y resolución de problemas (Islam et al., 2021).

Finalmente se han indicado los conceptos referidos a la dimensión expectativas, que son las creencias y expectativas que tienen los clientes sobre los productos, servicios o experiencias que reciben de una empresa. Asimismo, se basan en las necesidades, los deseos, la experiencia pasada, el asesoramiento y las comunicaciones de la empresa. Las expectativas implícitas son expectativas que los clientes normalmente asumen o esperan con base en criterios de calidad o experiencia previa (Berrin, 2021).

Por otro lado, las expectativas explícitas son aquellas que el cliente comunica directamente a la empresa a través de una solicitud, contrato o acuerdo específico. Las empresas deben saber y comprender lo que esperan sus clientes, establecer expectativas realistas y luego esforzarse por superarlas. Esto implica comunicarse de manera clara y transparente con los clientes, asumir compromisos realistas y cumplirlos. Además, las organizaciones pueden usar herramientas como encuestas, análisis de comentarios y seguimiento de quejas para identificar y abordar las expectativas no cumplidas o los desajustes entre las expectativas y la realidad (Meirovich et al., 2020).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

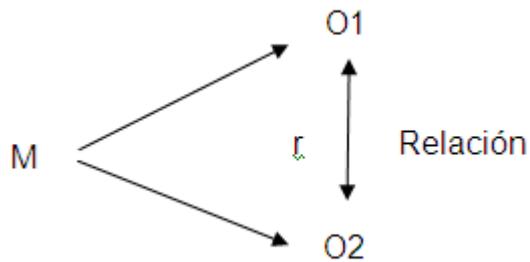
El tipo de estudio bajo la cual se desarrolló la investigación fue básico en vista que se buscaran nuevas teorías, conceptos y enfoques sin un propósito inmediato (Chalmers y Cowdell, 2021).

Asimismo, el enfoque bajo la cual se desarrolló el estudio será cuantitativo, ya que este tipo de investigación se enfoca en la medición de variables y el uso de métodos estadísticos para analizar datos y descubrir patrones, relaciones y tendencias (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). Asimismo, se trabajará bajo el nivel correlacional ya que se rige en la recopilación de datos sobre una variable de interés en una muestra de población a través de técnicas como encuestas, observaciones o análisis de registros existentes, estos datos se analizan mediante análisis estadístico para determinar si existen relaciones cuantificables entre las variables y en qué medida (Seeram, 2019).

3.1.2. Diseño de investigación

Conforme al estudio se trabajó bajo el diseño no experimental, dado que es un tipo de estudio en el que el investigador no introduce ninguna manipulación deliberada de variables. En lugar de ello, se centra en la observación y descripción de fenómenos tal como se presentan naturalmente en su contexto (Ellaway y Hecker, 2022). También será de tipo transversal, pues implica la recopilación de datos en un momento determinado, con el objetivo de examinar y describir características o variables de interés en una población o muestra, no se realiza un seguimiento de los participantes a lo largo del tiempo (Cvetkovic-Vega et al., 2021). Por último, se empleará la investigación descriptiva, debido a que implica el acopio y estudio de datos para proporcionar una descripción detallada y precisa de variables o fenómenos en un contexto específico y busca responder preguntas sobre quién, qué, cuándo y dónde, sin enfocarse en establecer relaciones causales (Skidmore, 2022).

Figura1
Diseño no experimental transversal



Nota: Elaboración propia

Dónde:

M= 108 clientes

O1= Desempeño laboral

O2= Satisfacción del cliente

r= Relación

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Desempeño Laboral

- **Definición conceptual de la variable desempeño laboral.** - Viene a ser la capacidad y eficacia de un individuo para realizar tareas y responsabilidades en un entorno de trabajo, esta variable se enfoca en evaluar la calidad y cantidad de los logros del empleado, si cumplen con las metas, estándares y expectativas establecidas por la organización. El desempeño laboral se puede medir mediante indicadores como la productividad, la calidad del trabajo, la puntualidad, la iniciativa, la capacidad de trabajar en equipo y la capacidad de adaptarse al cambio y enfrentar los desafíos (Namrita y Bhawana, 2019).
- **Definición operacional de la variable desempeño laboral:** Se evaluará a través del análisis en tres dimensiones: desempeño de tareas, desempeño situacional y comportamientos laborales contraproducentes. Se utilizará un cuestionario de 18 preguntas, y se utilizarán escalas tipo Likert para obtener las respuestas.

Variable 2: Satisfacción Del Cliente

- **Definición conceptual de la variable satisfacción del cliente:** Esta variable hace referencia al grado en que una empresa o producto satisface las expectativas y necesidades del cliente. Representa el nivel en el que los clientes sienten que se han cumplido sus deseos y requisitos, lo que da como resultado la satisfacción con la calidad del producto, el servicio prestado y la experiencia de compra en general (Susanti et al., 2020).
- **Definición operacional de la variable satisfacción del cliente:** Esta variable será evaluada por varias dimensiones como la calidad funcional percibida, la calidad técnica percibida, el valor percibido, la confianza y la expectativa. Para la recogida de información se utilizará un cuestionario de 21 preguntas.

La operacionalización es definida como un cuadro de doble entrada donde se desglosa las variables a efectos de determinar cómo será analizado y medido, también en la misma se indican los instrumentos a aplicarse y los niveles y rango a considerarse (Espinoza, 2019). Respecto a la operacionalización ver **anexo 02**.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

La población en investigación comprende a todos los individuos, objetos o eventos que cumplen con los criterios establecidos para incluirse en el estudio. Por consiguiente, es el universo total que se desea estudiar y del cual se obtendrán conclusiones (Shukla, 2020).

Por lo que, el presente estudio tuvo una población de 150 clientes de la Empresa Ancor SAC de Huancayo.

3.3.2. Muestra

Para Burkhard y Lynae (2022) la muestra en investigación es un subconjunto de la población que se elige para estudiarse. Ya que es una porción representativa

que permite obtener información sobre las características y propiedades de interés de la población total.

Se seleccionó una muestra de 108 clientes de la Empresa Anccor SAC de Huancayo.

3.3.3. Muestreo

El procedimiento de recolección de muestras se define por garantizar que cada uno de los componentes de la población tenga una ocasión equitativa y conocida de ser escogido para formar parte de la muestra. Esto implica que cada elemento está sujeto a una probabilidad de ser seleccionado en la muestra, que se basa en normas estadísticamente exactas (Burkhard y Lynae, 2022). Para calcular la magnitud de la muestra, se utilizarán los principios del muestreo aleatorio simple, esto nos dará la cantidad precisa de individuos para representar de manera notable a la población objetivo. (Ver Anexo 04)

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas

Las habilidades de investigación son los instrumentos utilizados por los científicos para conseguir, examinar y comprender la información durante la fase de investigación. Por ello, se empleará la encuesta, ya que se define como una técnica de investigación que utiliza un cuestionario estructurado para obtener datos de una muestra seleccionada de participantes. Esta técnica permite recolectar información precisa y sistemática sobre actitudes, opiniones, comportamientos u otros aspectos relevantes para el estudio (Clarke, 2020).

3.4.2. Instrumentos

Esto significa elegir y plantear las preguntas con cuidado, evitando sesgos o ambigüedades en la redacción. Además, se deben considerar aspectos como la organización y disposición de las interrogantes, la extensión del cuestionario, si se incluyen instrucciones claras y la confidencialidad de las respuestas (Hollin et al., 2020).

El cuestionario de labor individual que se usará en este estudio es el mismo que creó Ramos-Villagrasa et al. (2019), y se compone de dieciocho ítems que miden las siguientes características: la labor que se hace, la labor que se contextualiza y el comportamiento que es erróneo. El instrumento en cuestión ha sido reconocido y usado previamente por los mencionados autores.

Tabla1

Ficha técnica del cuestionario sobre desempeño laboral

Cuestionario de desempeño laboral individual	
Autor:	Ramos-Villagrasa et al. (2019)
Año:	2019
Procedencia:	Países Bajos
Tiempo de aplicación:	10 a 15 minutos
Modo de aplicación:	Individual
Objetivo:	Medir la variable desempeño laboral
Dimensiones que mide:	<ul style="list-style-type: none"> • Desempeño de tareas • Desempeño contextual • Comportamiento laboral contraproducente
Escala, nivel y rango:	Ordinal Casi nunca: 0 Algunas veces: 1 Regularmente: 2 A menudo: 3 Siempre: 4 Alto: 55-90 Medio: 37-54 Bajo: 18-36
Confiabilidad:	$\alpha=0,820$

Nota: Elaboración propia

Para medir la variable satisfacción del cliente se empleará un cuestionario de autoría de Mejías-Acosta y Manrique-Chirkova (2011) quienes validaron y aplicaron en la Habana – Cuba, un cuestionario de 21 ítems de opciones politómicas, la misma se describe en la ficha técnica del instrumento.

Tabla 2***Ficha técnica del cuestionario sobre satisfacción del cliente***

Cuestionario de satisfacción del cliente	
Autor:	Mejías- Acosta y Manrique-Chirkova (2011)
Año:	2011
Procedencia:	La Habana - Cuba
Tiempo de aplicación:	10 a 15 minutos
Modo de aplicación:	Individual
Objetivo:	Medir la variable satisfacción del cliente
Dimensiones que mide:	* Calidad funcional percibida * Calidad técnica percibida * Valor percibido * Confianza * Expectativas
Escala, nivel y rango:	Ordinal Nunca: 1 Casi nunca: 2 A veces: 3 Casi siempre: 4 Siempre: 5 Alto: 70 - 95 Medio: 45 - 69 Bajo: 19 - 44 $\alpha = 0,935$

Nota: Elaboración propia

La fiabilidad de un cuestionario de investigación se centra en la calidad de sus mediciones exactas y apropiadas para la variable o constructo que se pretende examinar. En otras palabras, se trata de ver si el cuestionario puede realmente determinar lo que se espera que determine. Para determinar la fiabilidad del cuestionario, es necesario ejecutar diversos procedimientos, como es la comprobación del contenido, el análisis de la factorial, la correlación con otros instrumentos que están aprobados y la verificación de la consistencia de las preguntas. Estos enfoques facilitan la certeza de que el cuestionario sea un instrumento confiable y provechoso para conseguir información precisa y valiosa en la investigación (Sürücü y Maslakçi, 2020).

La coherencia interna es una medida de fiabilidad que comprueba la coherencia de las respuestas dentro del propio cuestionario. Se utiliza para evaluar si todas las preguntas de un cuestionario miden consistentemente la misma estructura. Una manera común de determinar la estabilidad interna es a través del parámetro alfa de Cronbach, que proporciona una estimación de la homogeneidad de las preguntas y la fiabilidad global del cuestionario (Sürücü y Maslakçi, 2020).

3.5. Procedimientos

El estudio se centrará en examinar la correlación entre la labor y la satisfacción del cliente que tiene la compañía Anccor SAC, ubicada en la ciudad de Huancayo. Esta resolución se apoya en la importancia de entender la manera en la que la performance del empleado tiene influencia en la satisfacción del cliente, esto es, la empresa.

Se llevará a cabo un proceso de diseño y adaptación de instrumentos de medición adecuados para evaluar tanto el desempeño laboral como la satisfacción del cliente. Estos instrumentos se someterán a pruebas piloto para evaluar su confiabilidad y se realizará una evaluación de validez mediante el criterio de expertos en el campo. Una vez que se haya comprobado la fiabilidad y validez de los instrumentos, se empezará a conseguir las autorizaciones que se necesitan para realizar el estudio por parte de la compañía.

Se seleccionará un ejemplar que muestre los trabajadores y usuarios de la compañía. Para conseguir los datos necesarios, se utilizarán cuestionarios, entrevistas o se estudiarán los registros de dentro de la empresa, de acuerdo a las particularidades de las variables que se quieran investigar. La información recolectada será sometida a un estudio mediante métodos estadísticos que tienen como objetivo describir y probar hipótesis, estos métodos incluyen el análisis de números, relaciones y pruebas de hipótesis, utilizando software especializado como SPSS.

El análisis de la información recolectada dará como resultado una información importante sobre la correlación entre el desempeño laboral y la satisfacción del cliente en la compañía Anccor SAC. Estos resultados serán interpretados y presentados en informes de investigación, que servirán como base para identificar áreas de mejora y desarrollar estrategias que promuevan un mejor desempeño laboral y una mayor satisfacción del cliente en la empresa.

3.6. Método de análisis de datos

Para la operación y estudio de los datos obtenidos a través de las herramientas de recolección, se utilizarán el programa estadístico SPSS 26, el cual

estará configurado en su versión en español. Los datos recopilados en formato Excel serán importados y tabulados en una base de datos dentro del programa. A continuación, se llevarán a cabo análisis descriptivos utilizando el SPSS 26, que incluirán la generación de tablas de frecuencia, tabulaciones cruzadas y gráficos de porcentajes.

3.7. Aspectos éticos

El análisis que se realizará se acata los lineamientos definidos en el instructivo del colegio Cesar Vallejo, y se atenderá la 7ma versión de las reglas APA. Estas pautas se implementarán para asegurar la originalidad del trabajo y prevenir cualquier forma de plagio.

Respetar y proteger los derechos de los participantes será una prioridad fundamental dentro del marco ético de esta investigación. Se preservará la lealtad y la Privacidad de la información personal y laboral de todos los integrantes, garantizando su anonimato en todos los documentos y consecuencias. También, se recabará la autorización unánime de todos los integrantes para que los incluyan en la investigación, explicando claramente los objetivos y beneficios del estudio, así como los posibles riesgos y salvaguardias para su protección. El principio de igualdad se pondrá en práctica para garantizar una selección equitativa y no excluyente de los asistentes, evitando cualquier forma de sesgo o favoritismo. Todos los participantes se seleccionarán de manera aleatoria y representativa, de forma que los resultados obtenidos reflejen la diversidad y características de la población objetivo. Asimismo, se asegurará el principio de autenticidad durante el procedimiento de recolección y estudio de información. Se utilizarán métodos y técnicas fiables y validados para recopilar información precisa y objetiva. Los datos se tratarán de forma confiable, asegurando su integridad y evitando cualquier manipulación inapropiada que pueda sesgar los resultados.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

Tabla3

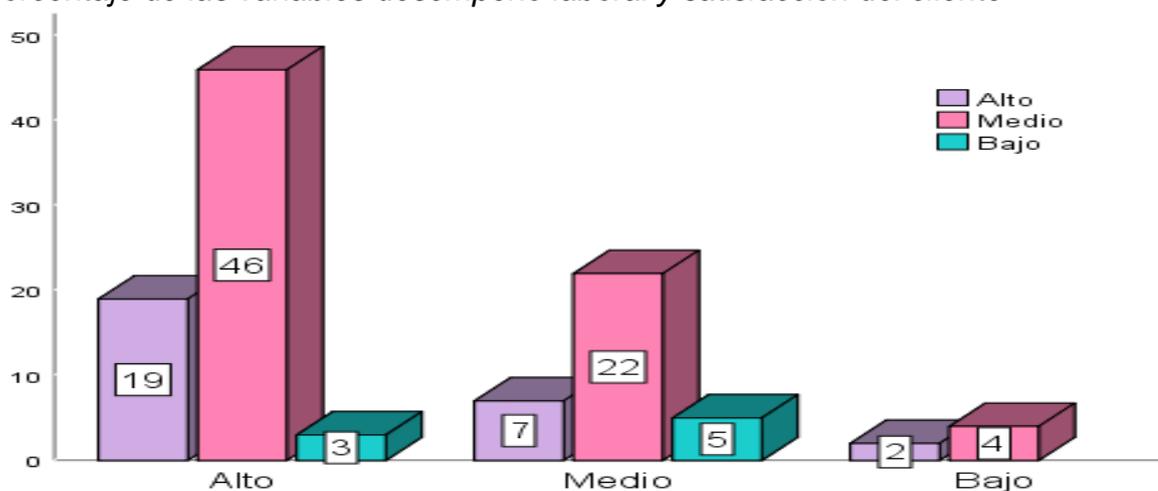
Nivel de las variables desempeño laboral y satisfacción del cliente

			Satisfacción del Cliente			
			Alto	Medio	Bajo	Total
Desempeño laboral	Alto	Recuento	19	46	3	68
		% del total	17.6%	42.6%	2.8%	62.96%
	Medio	Recuento	7	22	5	34
		% del total	6.5%	20.4%	4.6%	31.48%
	Bajo	Recuento	2	4	0	6
		% del total	1.9%	3.7%	0.0%	5.56%
Total	Recuento	28	72	8	108	
	% del total	25.9%	66.7%	7.4%	100.00%	

Nota: Elaboración propia

Figura2

Porcentaje de las variables desempeño laboral y satisfacción del cliente



Nota: Elaboración propia

Conforme a lo que se exhibió en la tabla 3 y la figura 2, es posible notar que luego de que 108 clientes quisieran participar en la encuesta, el 63% de ellos mostraron un alto nivel de desempeño en el trabajo, en tanto que el 31,5% exhibió un nivel medio y únicamente el 5,6% exhibió un nivel bajo. En cuanto a la comodidad del cliente, el 25,9% dijo que era alta, el 66,7% dijo que era media y el 7,4% dijo que era baja. En consecuencia, es posible sacar una conclusión sobre la calidad del trabajo, que fue valorada como alta, y esto tuvo una influencia en la

comodidad del cliente, que se encontraba en un nivel medio en la compañía Anccor SAC, Huancayo, durante el año 2022.

Tabla4

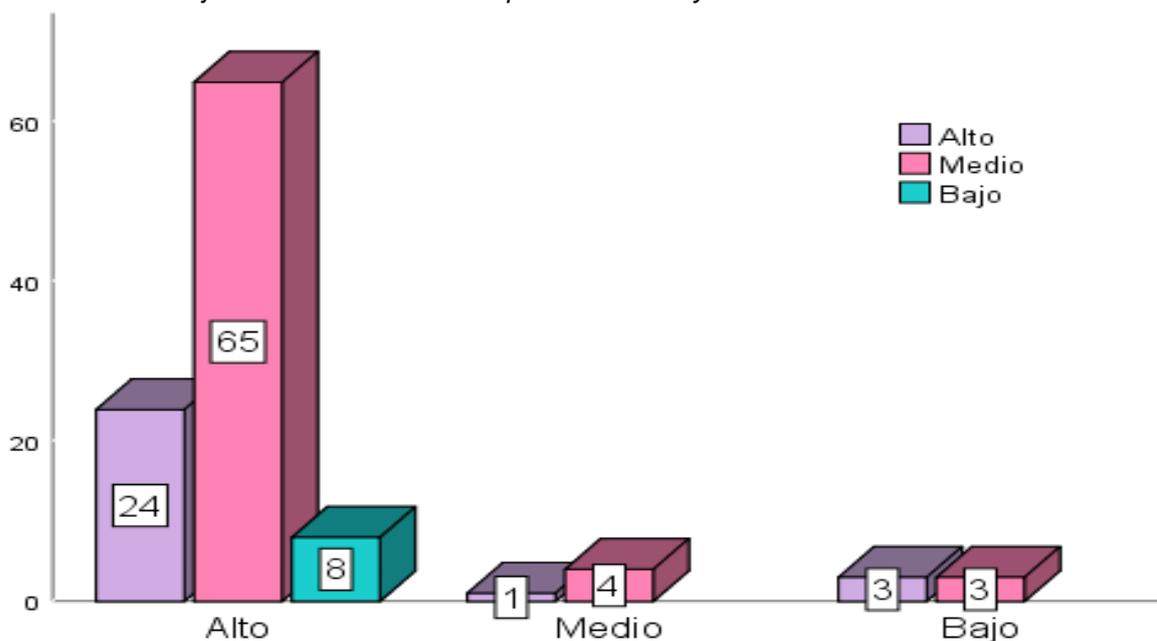
Nivel de la dimensión desempeño de tareas y la variable satisfacción del cliente

			Satisfacción del Cliente			
			Alto	Medio	Bajo	Total
Desempeño de tareas	Alto	Recuento	24	65	8	97
		% del total	22.2%	60.2%	7.4%	89.81%
	Medio	Recuento	1	4	0	5
		% del total	0.9%	3.7%	0.0%	4.63%
	Bajo	Recuento	3	3	0	6
		% del total	2.8%	2.8%	0.0%	5.56%
Total	Recuento	28	72	8	108	
	% del total	25.9%	66.7%	7.4%	100.00%	

Nota: Elaboración propia

Figura3

Porcentaje de la dimensión desempeño de tareas y la variable satisfacción del cliente



Nota: Elaboración propia

Conforme a lo que se exhibió en la tabla 4 y la figura 3, se evidenció que, en el ámbito de desempeño de labores, el 89,8 por ciento de los entrevistados mostraron una alta capacidad, el 4,6 por ciento una capacidad media y el 5,6 por ciento una capacidad baja en relación a la satisfacción del cliente, donde el 25,9 por ciento exhibió una alta capacidad, el 66,7 por ciento una capacidad media y el 7,4 por ciento una capacidad baja. En consecuencia, es posible sacar una

conclusión sobre la capacidad para realizar tareas, y esto tuvo una influencia en la satisfacción del cliente, que se encontraba en un nivel medio en la compañía Ancor SAC, Huancayo, durante el año 2022.

Tabla5

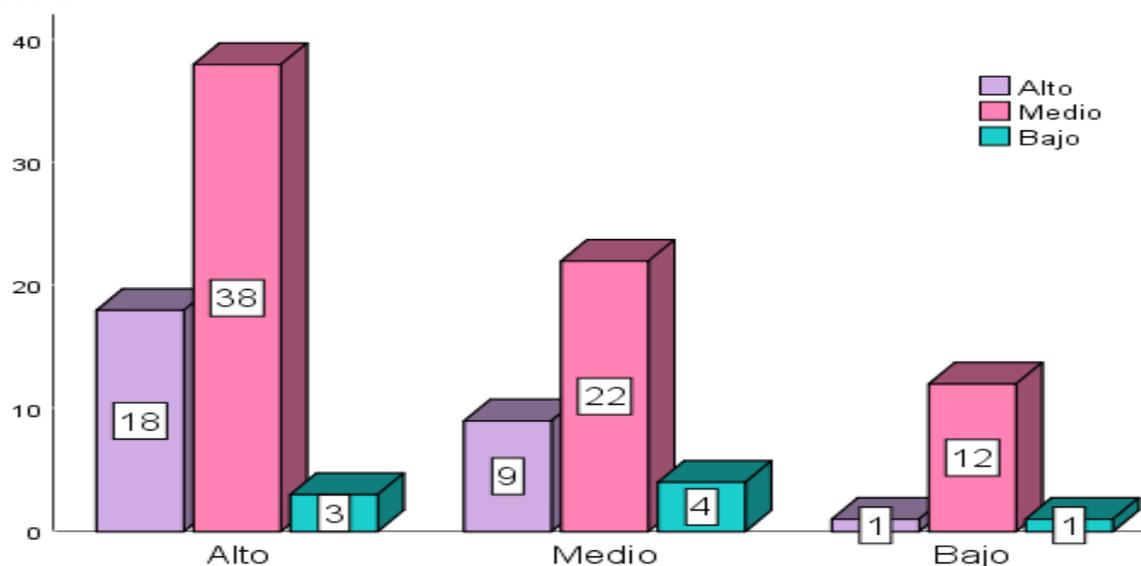
Nivel de la dimensión desempeño contextual y la variable satisfacción del cliente

			Satisfacción del Cliente			
			Alto	Medio	Bajo	Total
Desempeño contextual	Alto	Recuento	18	38	3	59
		% del total	16.7%	35.2%	2.8%	54.63%
	Medio	Recuento	9	22	4	35
		% del total	8.3%	20.4%	3.7%	32.41%
	Bajo	Recuento	1	12	1	14
		% del total	0.9%	11.1%	0.9%	12.96%
Total	Recuento	28	72	8	108	
	% del total	25.9%	66.7%	7.4%	100.00%	

Nota: Elaboración propia

Figura4

Porcentaje de la dimensión desempeño contextual y la variable satisfacción del cliente



Nota: Elaboración propia

Conforme a lo que se exhibió en la tabla 5 y la figura 4, los resultados evidenciaron que, en el ámbito de desempeño en contexto, el 54,6% de los entrevistados mostraron una conducta alta, el 32,4% una conducta media y el 13

una conducta baja en relación a la satisfacción del cliente, donde el 25,9% exhibió una conducta alta, el 66,7% conservó una conducta media y el 7,4% mostró una conducta baja. En conclusión, es posible afirmar que la performance del contexto fue valorada como alta, esto tuvo una influencia en la comodidad del cliente, que se encontraba en una magnitud intermedia en la compañía Ancor SAC, Huancayo, durante el año 2022.

Tabla6

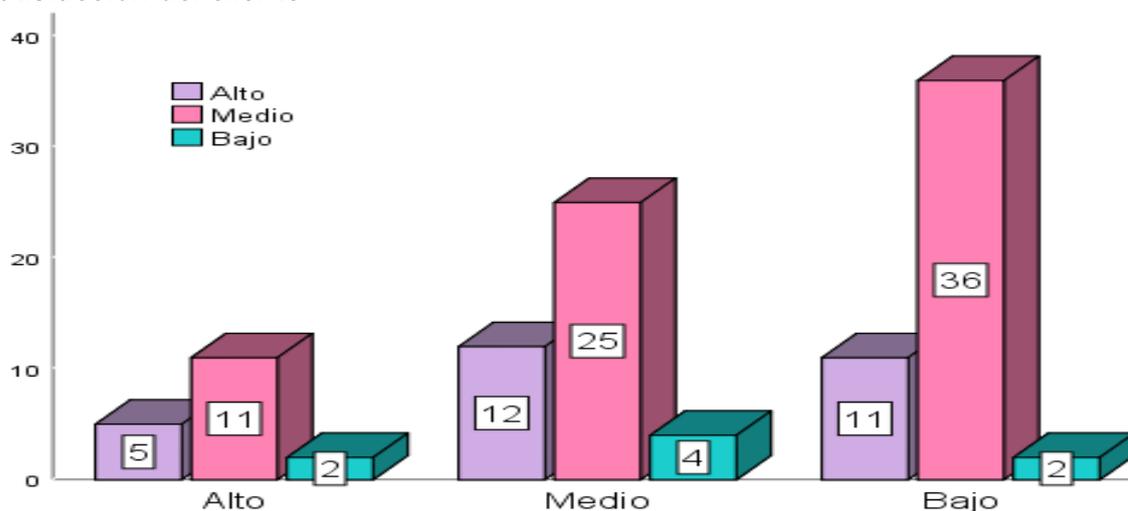
Nivel de la dimensión comportamiento laboral contraproducente y la variable satisfacción del cliente

			Satisfacción del cliente			
			Alto	Medio	Bajo	Total
Desempeño laboral contraproducente	Alto	Recuento	5	11	2	18
		% del total	46%	10.20%	1.90%	16.70%
	Medio	Recuento	12	25	4	41
		% del total	11.10%	23.10%	3.70%	38.00%
	Bajo	Recuento	11	36	2	49
		% del total	10.20%	33.30%	1.90%	45.40%
Total		Recuento	28	72	8	108
		% del total	25.90%	66.70%	7.40%	100.00%

Nota: Elaboración propia

Figura5

Porcentaje de la dimensión comportamiento laboral contraproducente y la variable satisfacción del cliente



Nota: Elaboración propia

Conforme a lo que se exhibió en la tabla 6 y la figura 5, se evidencia que, en la esfera de comportamiento laboral nocivo, el 16,1 por ciento de los integrantes exhibió una conducta alta, en tanto que el 38 por ciento una conducta media y el

45,4 por ciento una conducta baja en relación a la satisfacción del cliente. Por otro lado, en cuanto a la comodidad del cliente, el 25,9% de los entrevistados mostraron una alta satisfacción, el 66,7% mostraron una media y el 7,4% mostraron una baja. Concluyendo que el comportamiento laboral contraproducente fue bajo como consecuencia la satisfacción del cliente fue media en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022.

4.2. Prueba de hipótesis

Tabla7

Prueba de Normalidad

	Kolmogorov - Smirnova		
	Estadístico	gl	Sig.
Desempeño laboral	0,391	108	0,000
Satisfacción del Cliente	0,373	108	0,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

En base a los resultados que se pueden ver en la tabla 7, se optó por ejecutar la prueba de la normalidad de Kolmogorov-Smirnov debido a que la colectividad tiene 108 informaciones. Asimismo, durante la selección de la estadística que comprobará las hipótesis planteadas, se tendrá en cuenta esta siguiente norma.

Regla:

Si $p >$ (mayor) a 0.05 distribución normal.

Si $p \leq$ (igual o menor) a 0.05 distribución no normal.

Luego de llevar a cabo la media, se evidencia que las dos variables tienen importancia por debajo de la cifra de $p < 0,000 < 0,05$. Esto sugiere que los números no se encuentran distribuidos de manera normal. De modo que, se optó por elegir la correlación Rho de Spearman a fin de examinar las hipótesis.

Prueba de hipótesis general

HG: Existe relación significativa entre el desempeño laboral y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022.

H0: No existe relación significativa entre el desempeño laboral y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022.

Tabla8

Correlación entre desempeño laboral y satisfacción del cliente

			Desempeño laboral	Satisfacción del Cliente
Rho de Spearman	Desempeño laboral	Coeficiente de correlación	1,000	,847
		Sig. (bilateral)		,000
		N	108	108
	Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación	,847	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	108	108

Nota: Elaboración propia

Se detectó una fuerte correlación de tipo positivo entre las variables de desempeño del trabajo y de satisfacción del cliente, los dos tuvieron un grado de correlación de 0,847 (84,7%) y un valor de $p < 0,05$ (5%). Esto implica que se comprende la hipótesis general y se rechaza la hipótesis nula. Esto indica un vínculo significativo entre la labor realizada y la comodidad del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022.

Prueba de hipótesis específica 1

He1: Existe relación significativa entre el desempeño de tareas y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022.

H01: No existe relación significativa entre el desempeño de tareas y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022.

Tabla9

Correlación entre desempeño de tareas y satisfacción del cliente

			Desempeño laboral	Satisfacción del Cliente
Rho de Spearman	Desempeño de tareas	Coeficiente de correlación	1,000	,711
		Sig. (bilateral)		,000
		N	108	108
	Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación	,711	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	108	108

Nota: Elaboración propia

Se halló una correlación positiva alta entre la magnitud del desempeño de las tareas y la comodidad del cliente, con un valor de Rho de 0,711 (71,1%) y un $p < 0,000 < 0,05$ (5%). Esto implica que se cumple la hipótesis específica 1 y se rechaza la hipótesis nula. Confirmando una relación significativa entre el desempeño de tareas y la satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022.

Prueba de hipótesis específica 2

He2: Existe relación significativa entre el desempeño contextual y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022.

H02: No existe relación significativa entre el desempeño contextual y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022.

Tabla10

Correlación entre desempeño contextual y satisfacción del cliente

			Desempeño contextual	Satisfacción del Cliente
Rho de Spearman	Desempeño contextual	Coefficiente de correlación	1,000	,876
		Sig. (bilateral)		,000
		N	108	108
	Satisfacción del Cliente	Coefficiente de correlación	,876	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	108	108

Fuente: Elaboración propia

Se ha hallado una correlación positiva alta entre la magnitud del desempeño en el contexto y la comodidad del cliente, con un valor de Rho de 0,876 (87,6%) y un $p < 0,000$ (5%). Lo anterior lleva a admitir la hipótesis particular 2 y a menospreciar la hipótesis nula. Confirmando la existencia de una relación significativa entre el desempeño contextual y la satisfacción del cliente. en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022.

Prueba de hipótesis específica 3

He3: Existe relación significativa entre el comportamiento laboral contraproducente y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022.

H03: No existe relación significativa entre el comportamiento laboral contraproducente y satisfacción del cliente en la empresa Ancor SAC, Huancayo, 2022.

Tabla 11

Correlación entre comportamiento laboral contraproducente y satisfacción del cliente

			Desempeño laboral	Satisfacción del Cliente
Rho de Spearman	Comportamiento laboral contraproducente	Coefficiente de correlación	1,000	,727
		Sig. (bilateral)		,000
		N	108	108
	Satisfacción del Cliente	Coefficiente de correlación	,727	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	108	108

Fuente: Elaboración propia

Se ha hallado una correlación positiva alta entre la magnitud del comportamiento laboral nocivo y la satisfacción del cliente, con un valor de Rho de 0,727 (72,7%) y una p=de 0,000<0,05 (5%). Esto implica admitir el planteamiento específico 3 y dejar de lado la hipótesis nula. Demostrando que hay una correlación importante entre el comportamiento laboral contraproducente y satisfacción del cliente en la empresa Ancor SAC, Huancayo, 2022.

V. DISCUSIÓN

En esta sección se debatió los resultados, considerando los principios de la investigación y el propósito general. La muestra de 108 clientes exhibió que el 63% tiene una alta capacidad para realizar su labor, en tanto que el 31,5% exhibió una capacidad intermedia y el 5,6% tiene una capacidad baja. En relación a la comodidad del cliente, el 25,9% dijo que era alta, el 66,7% dijo que era media y el 7,4% dijo que era baja. En oposición a las hipótesis, se halló una alta correlación positiva entre la labor y la satisfacción del cliente, con un valor de Rho de 0,847 (84,7%) y un $p < 0,000$ (5%). Esto implica poder llegar a la conclusión de que hay una correlación significativamente entre el desempeño en el trabajo y la satisfacción del cliente que tiene la empresa Anccor SAC, ubicada en Huancayo, durante el año 2023. Concuera con los resultados de Solange y Rut (2021) quienes concluyen que existe un efecto directo positivo prolongado entre las dos variables, confirmando un Pearson 0.370, el nivel promedio de satisfacción laboral entre los clientes internos. También, se evidenció que la comodidad laboral tuvo el mayor efecto sobre la capacidad laboral de los empleados de adentro.

Esto coincide con las conclusiones de Natalia (2019), quien también señaló que existe una relación notable entre la satisfacción laboral y el rendimiento en el trabajo. En su estudio, se encontró que la satisfacción laboral y su percepción de la importancia del trabajo estaban fuertemente relacionadas con el desempeño. Sin embargo, se observó que la satisfacción en cuanto a las relaciones laborales tenía una correlación más débil con el rendimiento, especialmente en términos de aspectos económicos.

Lo mostrado anteriormente guarda relación con la teoría propuesta por Bernadin y Beatty en 1984 presenta el rendimiento en el trabajo como la realización de tareas asignadas dentro de un período establecido, la cual este desempeño puede ser evaluado teniendo en cuenta elementos como la cantidad, calidad, coste, eficiencia, requerimiento de supervisión, temporalidad e influencia en las relaciones interpersonales. Aunado a lo expresado en la teoría de la satisfacción de los clientes, de acuerdo con las investigaciones de Segoro y Limakrisna (2020), se mide con el nivel en el cual una empresa o proveedor de productos y servicios

cumple o incluso excede las expectativas y necesidades del cliente. Esta evaluación se convierte en un indicador esencial para evaluar la calidad y el éxito de la relación entre una organización y sus clientes. Desde una perspectiva técnica, medir la satisfacción del cliente implica la recopilación sistemática de datos, realización de encuestas y análisis de comentarios. Estos enfoques tienen como objetivo evaluar los niveles de satisfacción en áreas clave, tales como la calidad del producto, el servicio al cliente, la puntualidad en las entregas y la habilidad para resolver problemas

Sumado a ello, tendremos como definición de la variable desempeño laboral que abarca la manera en que un empleado realiza sus labores y responsabilidades en el ámbito laboral, valorando su eficacia y eficiencia. Es una evaluación de cómo una persona alcanza sus metas y estándares de trabajo, contribuyendo al logro de los objetivos de la organización. El desempeño laboral engloba tanto la calidad como la cantidad de trabajo realizado, y también considera cómo el empleado demuestra las habilidades, competencias y actitudes necesarias para su rol. Este concepto se centra en medir tanto resultados concretos y visibles como las habilidades interpersonales, el comportamiento y la capacidad para resolver problemas (Namrita y Bhawana, 2019).

Mientras que, en el caso de la variable satisfacción laboral, la misma fue entendida por las empresas, la cual deben dirigir su atención hacia aspectos como la gestión de la calidad y la prestación de servicios personalizados. En términos de relaciones con los clientes, la gestión de calidad se centra en la adhesión a estándares y normativas establecidos, así como en la constante mejora de los procesos y la corrección de defectos. Brindar un servicio personalizado implica crear una experiencia singular y satisfactoria que se adapte a las necesidades individuales de cada cliente. Asimismo, la comunicación eficaz y la pronta resolución de problemas son esenciales para fomentar satisfacción y confianza entre los clientes (Mai, 2021).

También se debatió la información relacionada al objetivo específico 1, donde se observaron que, en la variable de desempeño de tareas, el 89,8 por ciento de los participantes mostraron una conducta alta, el 4,6 por ciento una conducta

media y el 5,6 por ciento una conducta baja en relación a la satisfacción del cliente, donde el 25,9 por ciento de los clientes exhibieron una conducta alta, el 66,7 por ciento una conducta media y el 7,4 por ciento una conducta baja. De manera similar, al hacer una comparación de la hipótesis, se halló una alta correlación positiva entre la variable desempeño de las tareas y la satisfacción del cliente, los datos arrojaron una correlación de $Rho=0,711$ (71,1%) y un nivel de significancia de $p=0,000<0,05$ (5%).

Estos hallazgos respaldan la conclusión de que en el contexto de Ancor SAC en Huancayo durante el año 2022, existe una conexión importante entre la ejecución de tareas y la satisfacción del cliente. Esta idea también encuentra eco en los resultados de Cueva (2021), donde se investigó la satisfacción de los profesionales de la salud en relación a sus responsabilidades en una unidad específica. En este análisis, se identificó una correlación de 0,817 entre esta variable y el rendimiento laboral del personal de salud en la unidad. La significancia de este hallazgo fue destacada con un nivel de 0,000. Estos resultados indican de manera enfática que existe una asociación concreta y considerable entre la naturaleza de las tareas desempeñadas y el grado de confort que los profesionales de la salud experimentan dentro del entorno hospitalario.

Estos descubrimientos asimismo concuerdan con los resultados de la investigación que hizo Chuquillanqui (2021), el cual finalizó que el 59% de los profesores que tienen cargos administrativos elevados se encuentran entre contentos y muy contentos con la importancia del trabajo. También, el 62 por ciento de los entrevistados están muy contentos/ansiosos con las condiciones de labor, y el 41 por ciento se encuentra en una medida común de agrado personal y/u aprobación de la comunidad. Por otro lado, el cincuenta por ciento de los docentes con cargos de administración están valorados entre contentos y muy contentos en términos de provechos económicos.

Por este motivo se definió el desempeño de tareas implica llevar a cabo de manera efectiva y competente las responsabilidades y labores relacionadas con un puesto de trabajo específico en una organización. Esto implica ejecutar las tareas asignadas de manera eficiente y conforme a los estándares y expectativas

establecidos. La calidad y cantidad del trabajo realizado, así como la capacidad para cumplir con las actividades en el plazo previsto, son aspectos englobados en el desempeño de tareas. Este aspecto es fundamental en la evaluación del rendimiento de los empleados y tiene un impacto directo en el logro de los objetivos de la organización (Hagel et al., 2021).

La discusión de los resultados con respecto al objetivo Específico 2 encontró que el 54,6 % de los participantes calificaron el desempeño como alto, el 32,4 % como promedio y el 13 % como alto y bajo en satisfacción con los clientes en términos de contexto. En cuanto a la satisfacción del cliente, el 25,9% la calificó alta, el 66,7% media y el 7,4% baja. Además, al comparar las hipótesis, existe una alta correlación positiva entre el parámetro eficiencia del contexto y la variable satisfacción del cliente con el valor Rho de 0,876 (87,6%) y el nivel de significancia $p=0,000<0,05$ (5%).

Estos resultados muestran una relación significativa entre las métricas contextuales y la satisfacción del cliente en Ancor SAC, Huancayo en 2022. Estos hallazgos también son consistentes con los resultados del estudio de Barrera (2021), que mostró que el 56% de los encuestados consideraba baja la productividad laboral y el 70% de los encuestados dijo que el nivel de satisfacción laboral era bajo. a bajo nivel. También muestran que las dimensiones de servicio al cliente, relación interpersonal y la actitud de trabajo están significativamente relacionados con la relación con los clientes. Además concuerda con los resultados de Lovemore (2022) quien concluye que la percepción de calidad del servicio y la lealtad de los alumnos tienen una influencia positiva en la labor que realizan los alumnos. Y se evidenció que la comodidad de los alumnos no tiene un gran efecto en el desempeño del trabajo que realizan los alumnos.

La cual podemos reforzar los resultados, según Edeh et al. (2023) que menciona que trasciende la simple ejecución de tareas, resulta esencial para el triunfo organizativo. Empleados de alto desempeño situacional contribuyen a cultivar un entorno laboral positivo, donde la colaboración y el trabajo en equipo florecen. Además de cumplir sus tareas, están dispuestos a asumir responsabilidades adicionales. Este tipo de desempeño se vincula fuertemente con

la satisfacción y el compromiso laboral, fenómenos con potencial positivo para el rendimiento global de la organización. De ahí la relevancia de evaluar y fomentar el desempeño situacional como parte fundamental de la administración de la productividad en el trabajo.

La discusión de los resultados relacionados con el objetivo específico 3 mostró que, en cuanto al comportamiento contraproducente en el lugar de trabajo, el 16,1% de los participantes reportaron un alto nivel de satisfacción, mientras que el 38% dijo que se observó un alto nivel de satisfacción promedio y el 45,4% piensa que el cliente la satisfacción es baja. En cuanto a la satisfacción del cliente, el 25,9% la calificó alta, el 66,7% media y el 7,4% baja. De igual forma, la comparación de las hipótesis muestra que existe una alta correlación positiva entre el parámetro conducta contraproducente en el trabajo y la variable satisfacción del cliente con un valor Rho de 0,727 (72,7%) y un nivel de significación $p=0,000<0,05$ (5). %).

Estos resultados muestran que existe una relación significativa entre el comportamiento laboral improductivo y la satisfacción del cliente en Anccor SAC, Huancayo en el año 2022. Estos hallazgos son consistentes con los resultados de un estudio anterior realizado por Budur y Poturak (2021), quienes concluyeron que las percepciones de los clientes sobre las habilidades de los empleados tuvieron un impacto positivo y significativo en la comodidad y lealtad del cliente, mientras que las habilidades generales del personal no cambiaron significativamente. También se observó una relación positiva entre la satisfacción del cliente y las percepciones de los clientes sobre la productividad y la lealtad de los empleados. Además, estos resultados están de acuerdo con los resultados de Koo et al. (2019) quienes concluyen que los incentivos emocionales, materiales y sus características son fundamentales para el amor romántico, el trabajo y la intención de cambio. Los descubrimientos de la antología de estudio de la mediación evidenciaron que la contentura del trabajo y la fatiga tienen un rol de total o parcial dentro del ámbito.

De igual forma, la idea del comportamiento laboral contraproducente se refuerza mediante el concepto dado por Carpenter (2021) la cual menciona que conductas negativas o perturbadoras que los empleados exhiben en el entorno laboral, extendiéndose más allá de un desempeño deficiente en sus tareas

asignadas. Dichas conductas afectan adversamente el funcionamiento y la eficacia organizacional, así como las relaciones interpersonales dentro de los equipos laborales. Los comportamientos laborales contraproducentes situacionales pueden presentarse de variadas formas, como el sabotaje, la ausencia sin justificación, la propagación de rumores o la falta de cooperación.

VI. CONCLUSIONES

Primera: Se concluyó que los resultados indican que el 63% de los clientes piensan que su desempeño es alto, el 31,5% piensan que es medio y el 5,6% piensan que es bajo. En cuanto a la comodidad del cliente, el 25,9% dijo que era alta, el 66,7% dijo que era media y el 7,4% dijo que era baja. Concluyendo que el desempeño laboral fue alto como consecuencia la satisfacción del cliente fue media en la empresa Ancor SAC, Huancayo, 2023.

Segunda: Se concluyó que de acuerdo con los resultados de la dimensión desempeño de tareas, el 89,8% de los encuestados indicó un nivel alto, el 4,6% indicó un nivel medio y el 5,6% indicó un nivel bajo. En cuanto a la satisfacción del cliente, el 25,9% de los encuestados indicó un nivel alto, el 66,7% indicó un nivel medio y el 7,4% indicó un nivel bajo. Concluyendo que el desempeño de tareas fue alto como consecuencia la satisfacción del cliente fue media en la empresa Ancor SAC, Huancayo, 2023.

Tercera: Se concluyó que los resultados de la evaluación de la dimensión desempeño situacional mostraron que el 54,6% de los participantes mostró un nivel alto, el 32,4% de los participantes mostró un nivel medio y el 13% de los participantes mostró un nivel bajo. En cuanto a la satisfacción del cliente, el 25,9% de los encuestados indicó un nivel alto, el 66,7% indicó un nivel medio y el 7,4% indicó un nivel bajo. Concluyendo que el desempeño contextual fue alto como consecuencia la satisfacción del cliente fue media en la empresa Ancor SAC, Huancayo, 2023.

Cuarta: Se concluyó que los resultados de la dimensión comportamiento laboral contra productivo muestran que el 16,1% de los encuestados indicó un nivel alto, el 38% de los encuestados indicó un nivel medio y el 45,4% de los encuestados mantuvo un nivel bajo. Por otro lado, en cuanto a la satisfacción del cliente, el 25,9% de los encuestados indicó un nivel alto, el 66,7% indicó un nivel medio y el 7,4% indicó un nivel bajo. Concluyendo que el comportamiento laboral contraproducente fue bajo como consecuencia la satisfacción del cliente fue media en la empresa Ancor SAC, Huancayo, 2023.

VII. RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda a las empresas colaboradoras de Anccor SAC que manifiesten sus inquietudes o reclamos sobre su desempeño laboral y ambiente de trabajo. De esta manera, estos problemas pueden ser resueltos, aumentando así la eficiencia y el desarrollo del campo de trabajo respectivo.

Segunda: Se recomiendan a las empresas realizar encuestas periódicas para evaluar las percepciones de los clientes y, en particular, las actitudes hacia el desempeño del personal de operaciones de Anccor SAC. Dado que estas opiniones no son estáticas y cambiarán con el tiempo, comprenderlas nos permitirá identificar áreas de mejora y desarrollar estrategias adicionales. De esta manera, podemos mejorar la cooperación, la iniciativa y la responsabilidad de nuestros equipos de trabajo y, en última instancia, mejorar nuestra relación con nuestros clientes.

Tercera: Se recomienda a la empresa Anccor SAC fortalezca sus iniciativas para promover el trabajo en equipo e involucrar a los empleados de las diferentes áreas en actividades conjuntas. Además, se recomienda diseñar un plan de ventas interno orientado a aumentar la satisfacción del cliente. Estas acciones mejorarán la colaboración interna y brindarán una experiencia más satisfactoria a nuestros clientes.

Cuarta: Se recomienda crear un entorno en el que los empleados reconozcan la importancia de su comportamiento en la satisfacción del cliente y se sientan motivados a contribuir positivamente a la experiencia del cliente.

REFERENCIAS

- Akdere, M., & Egan, T. (2020). Transformational leadership and human resource development: Linking employee learning, job satisfaction, and organizational performance. *Human Resource Development Quarterly*, XXXI(4), 393-421.
- Arshad, M. A., Arshad, D., & Zakaria, N. (2023). Mediating role of wellbeing among organizational virtuousness, emotional intelligence and job performance in post-pandemic COVID-19. *Front. Psychol*, XIV, 1-17. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1105895>
- Barrera, G. (2021). *Desempeño laboral del personal administrativo y satisfacción de los usuarios en el Hospital Santa Gema de Yurimaguas, Loreto, 2020*. [Tesis de Maestría], Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima, Perú.
- Berrin, E. (2021). Determinants of customer satisfaction in chatbot use: evidence from a banking application in Turkey. *International Journal of Bank Marketing*, XXXIX(2).
- Boada, N. (2019). Satisfacción laboral y su relación con el desempeño laboral en una Pyme de servicios de seguridad en el Perú. *Journal of Economics, Finance and International Business*, III(1), 75-103.
- Budur , T., & Poturak, M. (2021). Employee performance and customer loyalty: mediation effect of customer satisfaction. *Middle East Journal of Management*, VIII(5), 453-474.
- Burkhard, P., & Lynae, R. (2022). Hypnotizability Norms may not be Representative of the General Population: Potential Sample and Self-Selection Bias Considerations. *International Journal of Clinical and Experimental Hypnosis*, LXX(1), 49-67.
- CareerCast. (30 de june de 2023). *Jobs Rated 2021: Essential Jobs Poised to Stay Strong Post-Pandemic*. CareeCast: <https://www.careercast.com/jobs-rated/post-pandemic-2021-jobs-report>

- Carpenter, N., Whitman, D., & Amrhein, R. (2021). Unit-Level Counterproductive Work Behavior (CWB): A Conceptual Review and Quantitative Summary. *Journal of Management*, XLVII(6), 1498–1527.
- Chalmers, J., & Cowdell, F. (2021). What are quantitative and qualitative research methods? A brief introduction. *Dermatological Nursing*, XX(2), 45-48.
- Chen, H., Richard, O., Boncoeur, O., & Ford, D. (2020). Work engagement, emotional exhaustion, and counterproductive work behavior. *Journal of Business Research*, CXIV, 30-41.
- Chikazhe, L., Makanyeza, C., & Kakava, Z. (2022). The effect of perceived service quality, satisfaction and loyalty on perceived job performance: perceptions of university graduates. *Journal of Marketing for Higher Education*, XXXII(1), 1-18.
- Chuquillanqui, I. (2021). *Satisfacción y desempeño laboral de los docentes con carga administrativa de la Universidad Continental Sede Huancayo*. [Tesis de Maestría], Universidad Continental, Huancayo, Perú.
- Clarke, R. (2020). The Challenges Involved in Establishing a Research Technique. *Australasian Journal of Information Systems*, XXIV.
- Cueva, M. (2021). *Satisfacción y desempeño laboral del personal de Salud - SERUMS de la Unidad Ejecutora de Salud Santa Cruz*. [Tesis de Maestría], Universidad César Vallejo, Chiclayo, Perú.
- Cvetkovic-Vega, A., Maguiña, J. L., Soto, A., Lama-Valdivia, J., & Correa López, L. E. (2021). Cross-sectional studies. *Journal of the Faculty of Human Medicine*, XXI(1), 179-185.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25176/rfmh.v21i1.3069>
- Dos Santos, M. A. (4 de Mayo de 2016). Calidad y satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén. *Revista de la educación superior*, 17.
<http://www.scielo.org.mx/pdf/resu/v45n178/0185-2760-resu-45-178-00079.pdf>

- Edeh, F., Zayed, N., Darwish, S., Nitsenko, V., Hanechko, I., & Islam, A. (2023). Impression Management and Employee Contextual Performance in Service Organizations (Enterprises). *Emerging Science Journal*, VII(2).
- El peruano. (4 de abril de 2023). *Osiptel: más del 70 % de los reclamos presentados por los usuarios en el 2022 correspondieron a Movistar*. El peruano: [https://www.elperuano.pe/noticia/209239-osiptel-mas-del-70-de-los-reclamos-presentados-por-los-usuarios-en-el-2022-correspondieron-a-movistar#:~:text=Sin%20embargo%2C%20es%20Movistar%20la,el%202021%20\(157%20378\)](https://www.elperuano.pe/noticia/209239-osiptel-mas-del-70-de-los-reclamos-presentados-por-los-usuarios-en-el-2022-correspondieron-a-movistar#:~:text=Sin%20embargo%2C%20es%20Movistar%20la,el%202021%20(157%20378).).
- Ellaway, R. H., & Hecker, K. G. (2022). What role does basic research have in an applied field? *Advances in Health Sciences Education*, XXVII, 289–292.
- Enemuo, J. I., Onyejiaku, C. C., & Udoh, B. E. (2023). Service Quality and Customer Satisfaction of Online Retail Stores in Enugu, Nigeria. *International Journal of Business Systems and Economics*, XIV(1), 24-34. <https://doi.org/2726452731413>
- Espinoza, E. (2019). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. Segunda parte. *Conrado*, XV(69).
- Hagel, J., Gelbrich, K., & Orsingher, C. (2021). Emotional support from a digital assistant in technology-mediated services: Effects on customer satisfaction and behavioral persistence. *International Journal of Research in Marketing*, XXXVIII(1), 176-193.
- Hollin, I., Craig, B., Beusterien, K., Vass, C., DiSantos, R., & Peay, H. (2020). Reporting Formative Qualitative Research to Support the Development of Quantitative Preference Study Protocols and Corresponding Survey Instruments: Guidelines for Authors and Reviewers. *The Patient - Patient-Centered Outcomes Research*, XIII(121–136).
- Islam, T., Islam, R., Pitafi, A., Xiaobei, L., Rehmani, M., Irfan, M., & Mubarak, M. (2021). The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: The

- mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust. *Sustainable Production and Consumption*, XXV, 123-135.
- Koo, B., Yu, J., Chua, B., Lee, S., & Han, H. (2019). Relationships among Emotional and Material Rewards, Job Satisfaction, Burnout, Affective Commitment, Job Performance, and Turnover Intention in the Hotel Industry. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, XXI(4), 371-401.
- Kusumawati, A., & Rahayu, K. (2020). The effect of experience quality on customer perceived value and customer satisfaction and its impact on customer loyalty. *The TQM Journal*, XXXII(6), 1525-1540.
- Li, Y., & Shang, H. (2020). Service quality, perceived value, and citizens' continuous-use intention regarding e-government: Empirical evidence from China. *Information & Management*, LVII(3).
- Mai, S. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, VIII(3), 585–593.
- Markos, S., & Sandhya, M. (2010). Employee Engagement: The Key to Improving Performance . *International Journal of Business and Management*, 5(12), 89-96. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/77045834/6332-libre.pdf?1640167805=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEmployee_Engagement_The_Key_to_Improving.pdf&Expires=1682107372&Signature=C2DsFNSIcDQ379UFbDsrnVAH1VqF1vsiEdDR93ahahLYgxBsJ2hZ42r10
- Meirovich, G., Jeon , M., & Coleman , L. (2020). Interaction of normative and predictive expectations in customer satisfaction and emotions. *Journal of Marketing Analytics*, VIII, 69–84.
- Mejías-Acosta, A. A., & Manrique-Chirkova, S. (2011). Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: una aproximación mediante el análisis de factores. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el*

Caribe, España y Portugal, XXXII(1), 43-47.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360433575007>

Morocho, T. C., & Burgos, S. V. (2018). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A., 2018. *Revista Valor Agregado*, V(1), 22-39.
<https://doi.org/10.17162/riva.v5i1.1279>

Namrita, K., & Bhawana, B. (2019). Contextual and Task Performance: Do Demographic and Organizational variables matter? *Rajagiri Management Journal*, XIII(2).

Osiptel. (14 de febrero de 2023). *Estudio sobre el nivel de satisfacción del usuario de telecomunicaciones 2022*. Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones:
<https://repositorio.osiptel.gob.pe/bitstream/handle/20.500.12630/831/Presentacion-Estudio-Satisfaccion-2022v2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Otto, A., Szymanski, D., & Varadarajan, R. (2019). Customer satisfaction and firm performance: insights from over a quarter century of empirical research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, XLVIII(543–564).

Plasencia, S., & Salirrosas, R. (2021). *La satisfacción laboral y su influencia en el desempeño laboral del cliente interno de Arenera Jaén SAC en la sucursal de Trujillo 2021*. [Tesis de Titulación], Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú.

Pletzer, J. L. (2021). Why older employees engage in less counterproductive work behavior and in more organizational citizenship behavior: Examining the role of the HEXACO personality traits. *Personality and Individual Differences*, CLXXIII.

Ramos-Villagrasa, P. J., Barrada, J. R., Fernández-del-Río, E., & Koopmans, L. (2019). Assessing Job Performance Using Brief Self-report Scales: The Case of the Individual Work Performance Questionnaire. *Journal of Work and Organizational Psychology*, XXXV(3), 195-205.
<https://doi.org/10.5093/jwop2019a21>

- Rey Martín, C. (2000). *La satisfacción del usuario: un concepto en alza*. Barcelona.
<https://revistas.um.es/analesdoc/article/download/2451/2441/11741>
- Saavedra, L. B. (2019). *Plan de gestión del talento humano para mejorar el desempeño laboral en la Estación Experimental Agraria Vista Florida – Lambayeque, 2019*. [Tesis de posgrado], Universidad Cesar Vallejo, Chiclayo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/36790>
- Seclén-Palacin, J., & Darras, C. (2005). Satisfacción de usuarios de los servicios de salud: Factores sociodemográficos y de accesibilidad asociados. Perú, 2000. *Anales de la Facultad de Medicina*, LXVI(2), 127-141.
<http://www.scielo.org.pe/pdf/afm/v66n2/a07v66n2.pdf>
- Seeram, E. (2019). An Overview of Correlational Research. *Short Report*, XCI(2), 176-179.
- Segoro, W., & Limakrisna, N. (2020). Model of Customer Satisfaction and Loyalty. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, XXV(1).
- Setyadi , B., Helmi, S., & Hidayat, A. (2022). The Influence Of Employee Performance On Customer Loyalty Is Mediated By Service Quality And Customer Satisfaction. *Journal of Positive School Psychology*, VI(9).
- Shukla, S. (June de 2020). *Concept of population and sample*. Retrieved 27 de Abril de 2023, from Researchgate:
https://www.researchgate.net/publication/346426707_CONCEPT_OF_POPULATION_AND_SAMPLE
- Skidmore, S. (22 de February de 2022). *Non-Experimental vs. Experimental Research- Description and Examples*. Retrieved 27 de Abril de 2023, from Study: <https://study.com/learn/lesson/non-experimental-vs-experimental-research-design-methods-examples.html>
- Sürücü, L., & Maslakçı, A. (2020). Validity and reliability in quantitative research. *Business & Management Studies: An International Journal*, VIII(3).

- Susanti, V., Sumarwan, U., Simanjuntak, M., & Yusuf, E. (2020). The Rational Factors of Perceived Quality and Perceived Value as the Drivers of Customer Satisfaction and Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, XXVI(4).
- Thuan-Quoc, T., Mahirah, D., Salter, C., Charles, A., Dunleavy, G., Nazeha, N., . . . Coche, J. (2020). Associations of perceived indoor environmental quality with stress in the workplace. *Aire interior*, XXX(6), 1166-1177.
- Tuncer, I., Unusan, C., & Cobanoglu, C. (2021). Service Quality, Perceived Value and Customer Satisfaction on Behavioral Intention in Restaurants: An Integrated Structural Model. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, XXII(4), 447-475.
- Wang, J., Tao, J., & Chu, M. (2020). Behind the label: Chinese consumers' trust in food certification and the effect of perceived quality on purchase intention. *Food Control*, CVIII.
- Warr, P., & Nielsen, K. (2018). Wellbeing and Work Performance. *NOBASCHOLAR*, 1-22. https://www.researchgate.net/profile/Karina-Nielsen-2/publication/322854455_Wellbeing_and_Work_Performance/links/5a72da67aca2720bc0da7757/Wellbeing-and-Work-Performance.pdf
- Wu, G., Hu, Z., & Zheng, J. (2019). Role Stress, Job Burnout, and Job Performance in Construction Project Managers: The Moderating Role of Career Calling. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 16(13). <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/ijerph16132394>
- Yoo, J. (2020). The Effects of Perceived Quality of Augmented Reality in Mobile Commerce—An Application of the Information Systems Success Model. *Informatics*, VII(2).

ANEXOS

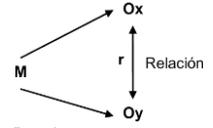
Anexo 01: Matriz de consistencia

TÍTULO: Desempeño laboral y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022

Autora: Nataly Lucía Córdova Zorrilla

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores			
Problema general ¿Cuál es la relación entre el desempeño laboral y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022?	Objetivo general Determinar la relación entre el desempeño laboral y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022.	Hipótesis general Existe relación significativa entre el desempeño laboral y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022.	X: Desempeño laboral			
Problemas específicos PE1: ¿Cuál es la relación entre el desempeño de tareas y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022? PE2: ¿Cuál es la relación entre el desempeño contextual y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022? PE3: ¿Cuál es la relación entre el comportamiento laboral contraproducente y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022?	Objetivos específicos OE1: Delimitar la relación entre el desempeño de tareas y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022. OE2: Determinar la relación entre el desempeño contextual y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022. OE3: Delimitar la relación entre el comportamiento laboral contraproducente y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022.	Hipótesis específicas HE1: Existe relación significativa entre el desempeño de tareas y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022. HE2: Existe relación significativa entre el desempeño contextual y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022. HE3: Existe relación significativa entre el comportamiento laboral contraproducente y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022.	Dimensión	Indicadores	Ítem	Escala/Nivel y rango
			X1. Desempeño de tareas	X1.1. Organización X1.2. Logro de resultados X1.3. Fijación de prioridades X1.4. Eficiente X1.5. Gestión de tiempo X1.6. Iniciativa	1, 2, 3, 4, 5 y 6	Ordinal Casi nunca: 0 Algunas veces: 1 Regularmente: 2 A menudo: 3 Siempre: 4
			X2. Desempeño contextual	X2.1. Asumir desafíos X2.2. Actualización permanente X2.3. Competencia laboral X2.4. Creatividad X2.5. Responsabilidad X2.6. Búsqueda de retos X2.7. Participación activa	7, 8, 9, 10, 11, 12 y 13	Alto:55-90 Medio:37-54 Bajo:18-36
			X3. Comportamiento laboral contraproducente	X3.1. Quejas X3.2. Empeorar los problemas X3.3. Aspectos negativos X3.4. Mala influencia X3.5. Mala reputación	14, 15, 16, 17 y 18	
			Y: Satisfacción del cliente			
			Dimensión	Indicadores	Ítem	Escala/nivel y rango
			Y1. Calidad funcional percibida	Y1.1. Consultas satisfactorias Y1.2. Solución de quejas Y1.3. Conocimiento de necesidad de los clientes Y1.4. Seguridad del servicio Y1.5. Servicio satisfactorio	1, 2, 3, 4 y 5	Ordinal Nunca: 1 Casi nunca: 2 A veces: 3 Casi siempre: 4 Siempre: 5
			Y2. Calidad técnica percibida	Y2.1. Mejoras en el servicio Y2.2. Servicios automatizados Y2.3. Expectativas satisfechas	6, 7 y 8	Alto:70-95 Medio:45-69 Bajo:19-44
			Y3. Valor percibido	Y3.1. Confianza por la empresa Y3.2. Tarifas acordes Y3.3. Problemas inconvenientes Y3.4. Permanencia	9, 10, 11 y 12	

Y4. Confianza	Y4.1. Confianza a la empresa Y4.2. Recomendaciones Y4.3. Cerca de ideales Y4.4. Preocupación por los clientes	13, 14, 15 y 16
Y5. Expectativas	Y5.1. Adaptación a necesidades Y5.2. Información clara Y5.3. Conocimiento	17, 18 y 19

Tipo y diseño	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Método de análisis de datos
Tipo de investigación: Básica Nivel de la investigación: correlacional Diseño: No experimental transversal de tipo descriptivo, correlacional  <p>Donde: M= 108 clientes O1= Desempeño laboral O2= Satisfacción laboral Rho= Relación</p>	Población: 150 clientes de la Empresa Anccor SAC de Huancayo. Muestra: 108 clientes de la Empresa Anccor SAC de Huancayo Muestreo: Probabilístico de tipo aleatorio simple.	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario	El análisis y procesamiento de datos se realizará a través del programa estadístico SPSS 26 versión traducida al idioma Español, con la que se realizará el análisis de los datos recopilados a través de los instrumentos de recolección de datos, las cuales se tabularán en la base de datos en Excel, posteriormente se exportaron al SPSS, de las que se extraerán las figuras, tablas y la prueba estadística, para la prueba de hipótesis se ejecutará conforme a la prueba de normalidad.

Nota: Elaboración propia

Anexo 02: Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de medición	Nivel y rango
X: Desempeño o laboral	Viene a ser la capacidad y eficacia de un individuo para realizar tareas y responsabilidades en un entorno de trabajo, esta variable se enfoca en evaluar la calidad y cantidad de los resultados obtenidos por los empleados en relación con las metas, estándares y expectativas establecidas por la organización. El desempeño laboral se puede medir a través de indicadores como la productividad, la calidad del trabajo, la puntualidad, la iniciativa, la capacidad de trabajar en equipo y la capacidad de adaptación al cambio y los desafíos (Namrita y Bhawana, 2019).	Será evaluada mediante el análisis de sus dimensiones: Desempeño de tareas, desempeño contextual y comportamiento laboral contraproducentes, los cuales será por medio de un cuestionario de 18 preguntas por medio de una escala Likert.	X1. Desempeño de tareas	X1.1. Organización X1.2. Logro de resultados X1.3. Fijación de prioridades X1.4. Eficiente X1.5. Gestión de tiempo X1.6. Iniciativa	1, 2, 3, 4, 5 y 6	Ordinal Casi nunca: 0 Algunas veces: 1 Regularmente: 2 A menudo: 3 Siempre: 4	Alto:55-90 Medio:37-54 Bajo:18-36
			X2. Desempeño contextual	X2.1. Asumir desafíos X2.2. Actualización permanente X2.3. Competencia laboral X2.4. Creatividad X2.5. Responsabilidad X2.6. Búsqueda de retos X2.7. Participación activa	7, 8, 9, 10, 11, 12 y 13		
			X3. Comportamiento laboral contraproducente	X3.1. Quejas X3.2. Empeorar los problemas X3.3. Aspectos negativos X3.4. Mala influencia X3.5. Mala reputación	14, 15, 16, 17 y 18		
Y: Satisfacción del cliente	Viene a ser el nivel de cumplimiento de las expectativas y necesidades de los clientes por parte de una empresa o producto. Esta variable representa el grado en el cual los clientes perciben que se han cumplido sus deseos y demandas, y se sienten satisfechos con la calidad del producto, el servicio ofrecido y la experiencia general de compra (Susanti et al., 2020).	Esta variable se evaluará bajo dimensiones: Calidad funcional percibida, calidad técnica percibida, valor percibido, confianza y expectativas mediante un cuestionario de 21 preguntas.	Y1. Calidad funcional percibida	Y1.1. Consultas satisfactorias Y1.2. Solución de quejas Y1.3. Conocimiento de necesidad de los clientes Y1.4. Seguridad del servicio Y1.5. Servicio satisfactorio	1, 2, 3, 4 y 5	Ordinal Nunca: 1 Casi nunca: 2 A veces: 3 Casi siempre: 4 Siempre: 5	Alto:70-95 Medio:45-69 Bajo:19-44
			Y2. Calidad técnica percibida	Y2.1. Mejoras en el servicio Y2.2. Servicios automatizados Y2.3. Expectativas satisfechas	6, 7 y 8		
			Y3. Valor percibido	Y3.1. Confianza por la empresa Y3.2. Tarifas acordes Y3.3. Problemas o inconvenientes Y3.4. Permanencia	9, 10, 11 y 12		
			Y4. Confianza	Y4.1. Confianza a la empresa Y4.2. Recomendaciones Y4.3. Cerca de ideales Y4.4. Preocupación por los clientes	13, 14, 15 y 16		
			Y5. Expectativas	Y5.1. Adaptación a necesidades Y5.2. Información clara Y5.3. Conocimiento	17, 18 y 19		

Nota: Elaboración propia

ANEXO 03

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: Desempeño Laboral y Satisfacción del Cliente de La Empresa Anccor Sac, Huancayo, 2022

Investigadora: ING. NATALY LUCIA CORDOVA ZORRILLA

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Desempeño Laboral y Satisfacción del Cliente de La Empresa Anccor Sac, Huancayo, 2022”, cuyo objetivo es Determinar la relación entre el desempeño laboral y satisfacción del cliente en la empresa Anccor SAC, Huancayo, 2022. Esta investigación es desarrollada por una estudiante de posgrado del programa Académico De Maestría En Ingeniería Civil Con Mención En Dirección De Empresas De La Construcción, de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la empresa ANCCOR SAC.

El estudio se centrará en examinar la correlación entre la labor y la satisfacción del cliente que tiene la empresa Anccor SAC, ubicada en la ciudad de Huancayo. Esta resolución se apoya en la importancia de entender la manera en la que la performance del empleado tiene influencia en la satisfacción del cliente, esto es, la empresa.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta donde se recogerán datos personales y algunas preguntas de la investigación titulada: “Desempeño Laboral y Satisfacción del Cliente de La Empresa Anccor Sac, Huancayo, 2022”
2. Esta encuesta tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se le enviará un enlace o se le entregará una hoja con el cuestionario en la empresa ANCCOR SAC. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónima.

*Obligatorio a partir de los 18 años

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (Principio de no maleficia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le pueden generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará al a empresa al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactarse con la Investigadora CORDOVA ZORRILLA NATALY LUCIA email: natycordova04@gmail.com y Docente asesor Dra. SÁNCHEZ RAMÍREZ LUZ GRACIELA email: lgsanchezr@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombres y apellidos:

Fecha y hora:

ANEXO 04



AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20608578189
ANCCOR S.A.C.	
Nombre del Titular o Representante legal:	CARLOS ARTURO ANCCASI ROJAS
Nombres y Apellidos	DNI:
CARLOS ARTURO ANCCASI ROJAS	25813921

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [X], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
DESEMPEÑO LABORAL Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA ANCCOR SAC, HUANCAYO, 2022	
Nombre del Programa Académico:	
MAESTRÍA EN INGENIERIA CIVIL CON MENCIÓN EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE LA CONSTRUCCIÓN	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
NATALY LUCIA CORDOVA ZORRILLA	43265242

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Huancayo, 02 de junio del 2023



Firma: 
(Representante legal de la Institución)

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal " f " Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

ANEXO 05

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado Dr. Rejas De la Peña, Aldo Fernando

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVEZ DE JUICIO DE EXPERTOS

Me es grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo hacer conocimiento que, siendo estudiante de la Universidad Cesar Vallejo y escuela de posgrado del: programa académico de maestría en dirección de empresas de la construcción, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para desarrollar la investigación para optar el grado de maestro en Ingeniería Civil.

La investigación se titula: “Desempeño Laboral y Satisfacción del Cliente de La Empresa Anccor Sac, Huancayo, 2022”, y siendo imprescindible contar con los docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de finanzas, costos y presupuestos.

El expediente de validación cuenta con la siguiente documentación:

- Carta de presentación
- Definiciones conceptuales de las variables, dimensiones e indicadores
- Matriz de consistencia
- Matriz de operacionalización de las variables
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente



Firma
Nataly Lucia Córdova Zorrilla
D.N.I.: 43265242

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DESEMPEÑO LABORAL

N°	DIMENSIONES / ITEMS	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Desempeño de tareas	Si	No	Si	No	Si	No	
1	He percibido que los trabajadores de la empresa Anccor SAC son organizados y cumplen sus funciones a tiempo	X		X		X		
2	Los trabajadores de la empresa Anccor SAC han cumplido con los resultados que necesitaba	X		X		X		
3	Los trabajadores de la empresa Anccor SAC tienen a capacidad de establecer prioridades	X		X		X		
4	Los trabajadores de la empresa Anccor SAC desarrollan sus labores de manera eficiente	X		X		X		
5	Los trabajadores de la empresa Anccor SAC gestionan eficientemente su tiempo	X		X		X		
6	Los trabajadores de la empresa Anccor SAC tienen iniciativa propia en el desarrollo de sus funciones	X		X		X		
	X2. Desempeño contextual	Si	No	Si	No	Si	No	
7	Los trabajadores de la empresa Anccor SAC asumen tareas desafiantes cuando se encuentran disponibles	X		X		X		
8	Los trabajadores de la empresa Anccor SAC mantienen actualizado sus conocimientos respecto a su puesto laboral	X		X		X		
9	Los trabajadores de la empresa Anccor SAC se capacitan permanentemente para mantener al día sus competencias laborales	X		X		X		
10	Los trabajadores de la empresa Anccor SAC muestran soluciones creativas a nuevos problemas	X		X		X		
11	Los trabajadores de la empresa Anccor SAC asumen responsabilidades adicionales	X		X		X		
12	Los trabajadores de la empresa Anccor SAC buscan continuamente nuevos retos en su puesto	X		X		X		

13	Los trabajadores de la empresa Anccor SAC participan activamente en reuniones y/o consultas con los clientes	X		X		X	
	X3. Comportamiento laboral contraproducente	Si	No	Si	No	Si	No
14	Los trabajadores de la empresa Anccor SAC manifiestan asuntos laborales poco importantes de su trabajo	X		X		X	
15	Los trabajadores de la empresa Anccor SAC empeoran los problemas originados en su trabajo	X		X		X	
16	Los trabajadores de la empresa Anccor SAC se centran en los aspectos negativos en lugar de interesarse por los aspectos positivos	X		X		X	
17	Los trabajadores de la empresa Anccor SAC hablan con sus compañeros sobre los aspectos negativos de su trabajo	X		X		X	
18	Los trabajadores de la empresa Anccor SAC hablan con personas ajenas a su trabajo sobre aspectos negativos de su trabajo	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si tiene suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. : Aldo Fernando Rejas De la Peña **DNI:** 43246299

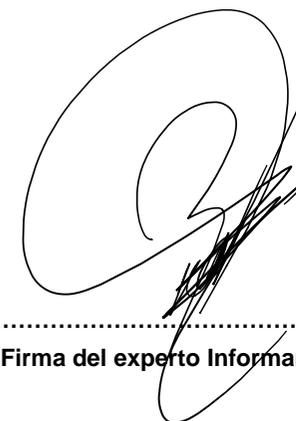
Especialidad del validador:

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

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para presentar el componente o dimensión específica del constructo.

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el anunciado 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.

REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
REJAS DE LA PEÑA, ALDO FERNANDO DNI 43246299	DOCTOR EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD Fecha de diploma: 11/07/22 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 01/10/2016 Fecha egreso: 27/01/2022	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. <i>PERU</i>
REJAS DE LA PEÑA, ALDO FERNANDO DNI 43246299	LICENCIADO EN ADMINISTRACION Y CIENCIAS POLICIALES Fecha de diploma: 09/06/17 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	ESCUELA DE OFICIALES DE LA POLICÍA NACIONAL DEL PERÚ <i>PERU</i>
REJAS DE LA PEÑA, ALDO FERNANDO DNI 43246299	BACHILLER EN ADMINISTRACION Y CIENCIAS POLICIALES Fecha de diploma: 23/12/15 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 01/04/1996 Fecha egreso: 01/01/1999	ESCUELA DE OFICIALES DE LA POLICÍA NACIONAL DEL PERÚ <i>PERU</i>
REJAS DE LA PEÑA, ALDO FERNANDO DNI 43246299	MAGISTER EN PSICOLOGIA EDUCATIVA Fecha de diploma: 28/09/15 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>
REJAS DE LA PEÑA, ALDO FERNANDO DNI 43246299	LICENCIADO EN EDUCACION SECUNDARIA FORMACION LABORAL : ADMINISTRACION Y CONTABILIDAD Fecha de diploma: 04/05/2006 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD PRIVADA DE SAN PEDRO <i>PERU</i>

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Y1. Calidad funcional percibida	Si	No	Si	No	Si	No	
1	El personal de la Empresa Anccor SAC han solucionado satisfactoriamente tus consultas	X		X		X		
2	Los trabajadores de la Empresa Anccor SAC han solucionado satisfactoriamente tus quejas	X		X		X		
3	Los trabajadores de la Empresa Anccor SAC conocen tus intereses y necesidades como cliente	X		X		X		
4	Te sientes seguro con el servicio que te brinda la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
5	La Empresa Anccor SAC presta un servicio satisfactorio en comparación con otras empresas	X		X		X		
6	Y2. Calidad técnica percibida	Si	No	Si	No	Si	No	
6	Uste ha percibió las mejoras en el servicio ofrecido por parte de la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
7	La calidad de los servicios automatizados (teléfono, redes sociales, correo electrónico, WhatsApp) son buenos en la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
8	Sus Expectativas son satisfechas con los servicios prestados por la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
	Y3. Valor percibido	Si	No	Si	No	Si	No	
9	Usted tiene confianza en la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
10	La calidad de los servicios prestados en la Empresa Anccor SAC son buenos y las tarifas acorde con sus posibilidades	X		X		X		
11	Ha tenido problemas o inconvenientes con los servicios brindados por la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
12	Si otra empresa le ofrece los mismos servicios, prefieres permanecer con la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
	Y4. Confianza	Si	No	Si	No	Si	No	
13	Con la Empresa Anccor SAC sabes que no tendrás problemas o inconvenientes por los servicios prestados	X		X		X		

14	Usted recomendaría a la Empresa Anccor SAC a otras empresas o personas	X		X		X	
15	Los servicios prestados por la Empresa Anccor SAC están cerca de sus ideales	X		X		X	
16	La Empresa Anccor SAC se preocupa por las necesidades de sus clientes	X		X		X	
	Y5. Expectativas	Si	No	Si	No	Si	No
17	El servicio que ofrece la Empresa Anccor SAC se adapta a tus necesidades como cliente	X		X		X	
18	El persona de la Empresa Anccor SAC es claro en las explicaciones o información brindada	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si tiene suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador Mg: Hítalo César Gutiérrez Romero DNI: 10390523

Especialidad del validador: Magister en Administración Estratégica de Empresas – MBA

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

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para presentar el componente o dimensión específica del constructo.

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el anunciado 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.

*Ing. Hítalo Gutiérrez Romero
CIP: 124713*

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Y1. Calidad funcional percibida	Si	No	Si	No	Si	No	
1	El personal de la Empresa Anccor SAC han solucionado satisfactoriamente tus consultas	X		X		X		
2	Los trabajadores de la Empresa Anccor SAC han solucionado satisfactoriamente tus quejas	X		X		X		
3	Los trabajadores de la Empresa Anccor SAC conocen tus intereses y necesidades como cliente	X		X		X		
4	Te sientes seguro con el servicio que te brinda la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
5	La Empresa Anccor SAC presta un servicio satisfactorio en comparación con otras empresas	X		X		X		
6	Y2. Calidad técnica percibida	Si	No	Si	No	Si	No	
6	Uste ha percibió las mejoras en el servicio ofrecido por parte de la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
7	La calidad de los servicios automatizados (teléfono, redes sociales, correo electrónico, WhatsApp) son buenos en la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
8	Sus Expectativas son satisfechas con los servicios prestados por la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
	Y3. Valor percibido	Si	No	Si	No	Si	No	
9	Usted tiene confianza en la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
10	La calidad de los servicios prestados en la Empresa Anccor SAC son buenos y las tarifas acorde con sus posibilidades	X		X		X		
11	Ha tenido problemas o inconvenientes con los servicios brindados por la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
12	Si otra empresa le ofrece los mismos servicios, prefieres permanecer con la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
	Y4. Confianza	Si	No	Si	No	Si	No	
13	Con la Empresa Anccor SAC sabes que no tendrás problemas o inconvenientes por los servicios prestados	X		X		X		

14	Usted recomendaría a la Empresa Anccor SAC a otras empresas o personas	X		X		X	
15	Los servicios prestados por la Empresa Anccor SAC están cerca de sus ideales	X		X		X	
16	La Empresa Anccor SAC se preocupa por las necesidades de sus clientes	X		X		X	
	Y5. Expectativas	Si	No	Si	No	Si	No
17	El servicio que ofrece la Empresa Anccor SAC se adapta a tus necesidades como cliente	X		X		X	
18	El persona de la Empresa Anccor SAC es claro en las explicaciones o información brindada	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si tiene suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador Mg: Hítalo César Gutiérrez Romero DNI: 10390523

Especialidad del validador: Magister en Administración Estratégica de Empresas – MBA

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

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para presentar el componente o dimensión específica del constructo.

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el anunciado 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.

*Ing. Hítalo Gutiérrez Romero
CIP: 124713*

**REGISTRO NACIONAL DE
GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES**

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
GUTIERREZ ROMERO, HITALO CESAR DNI 10390523	MAGISTER EN ADMINISTRACION ESTRATEGICA DE EMPRESAS Fecha de diploma: 24/03/2010 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ <i>PERU</i>
GUTIERREZ ROMERO, HITALO CESAR DNI 10390523	BACHILLER EN INGENIERIA INDUSTRIAL Fecha de diploma: 29/09/1997 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA ASOCIACIÓN CIVIL <i>PERU</i>
GUTIERREZ ROMERO, HITALO CESAR DNI 10390523	INGENIERO INDUSTRIAL Fecha de diploma: 23/11/2010 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA ASOCIACIÓN CIVIL <i>PERU</i>
GUTIERREZ ROMERO, HITALO CESAR DNI 10390523	MAGISTER EN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Fecha de diploma: 02/07/2014 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD ESAN <i>PERU</i>

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Y1. Calidad funcional percibida	Si	No	Si	No	Si	No	
1	El personal de la Empresa Anccor SAC han solucionado satisfactoriamente tus consultas	X		X		X		
2	Los trabajadores de la Empresa Anccor SAC han solucionado satisfactoriamente tus quejas	X		X		X		
3	Los trabajadores de la Empresa Anccor SAC conocen tus intereses y necesidades como cliente	X		X		X		
4	Te sientes seguro con el servicio que te brinda la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
5	La Empresa Anccor SAC presta un servicio satisfactorio en comparación con otras empresas	X		X		X		
6	Y2. Calidad técnica percibida	Si	No	Si	No	Si	No	
6	Uste ha percibió las mejoras en el servicio ofrecido por parte de la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
7	La calidad de los servicios automatizados (teléfono, redes sociales, correo electrónico, WhatsApp) son buenos en la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
8	Sus Expectativas son satisfechas con los servicios prestados por la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
	Y3. Valor percibido	Si	No	Si	No	Si	No	
9	Usted tiene confianza en la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
10	La calidad de los servicios prestados en la Empresa Anccor SAC son buenos y las tarifas acorde con sus posibilidades	X		X		X		
11	Ha tenido problemas o inconvenientes con los servicios brindados por la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
12	Si otra empresa le ofrece los mismos servicios, prefieres permanecer con la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
	Y4. Confianza	Si	No	Si	No	Si	No	
13	Con la Empresa Anccor SAC sabes que no tendrás problemas o inconvenientes por los servicios prestados	X		X		X		

14	Usted recomendaría a la Empresa Anccor SAC a otras empresas o personas	X		X		X	
15	Los servicios prestados por la Empresa Anccor SAC están cerca de sus ideales	X		X		X	
16	La Empresa Anccor SAC se preocupa por las necesidades de sus clientes	X		X		X	
	Y5. Expectativas	Si	No	Si	No	Si	No
17	El servicio que ofrece la Empresa Anccor SAC se adapta a tus necesidades como cliente	X		X		X	
18	El persona de la Empresa Anccor SAC es claro en las explicaciones o información brindada	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si tiene suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr: José Luis Benites Zúñiga **DNI:** 42414842

Especialidad del validador: **Dr. en Gestion Publica y Gobernabilidad**

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

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para presentar el componente o dimensión específica del constructo.

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el anunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

JOSE LUIS BENITES ZUÑIGA
INGENIERO CIVIL
Reg. CIP Nº 126759

.....
Firma del experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Y1. Calidad funcional percibida	Si	No	Si	No	Si	No	
1	El personal de la Empresa Anccor SAC han solucionado satisfactoriamente tus consultas	X		X		X		
2	Los trabajadores de la Empresa Anccor SAC han solucionado satisfactoriamente tus quejas	X		X		X		
3	Los trabajadores de la Empresa Anccor SAC conocen tus intereses y necesidades como cliente	X		X		X		
4	Te sientes seguro con el servicio que te brinda la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
5	La Empresa Anccor SAC presta un servicio satisfactorio en comparación con otras empresas	X		X		X		
6	Y2. Calidad técnica percibida	Si	No	Si	No	Si	No	
6	Uste ha percibió las mejoras en el servicio ofrecido por parte de la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
7	La calidad de los servicios automatizados (teléfono, redes sociales, correo electrónico, WhatsApp) son buenos en la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
8	Sus Expectativas son satisfechas con los servicios prestados por la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
	Y3. Valor percibido	Si	No	Si	No	Si	No	
9	Usted tiene confianza en la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
10	La calidad de los servicios prestados en la Empresa Anccor SAC son buenos y las tarifas acorde con sus posibilidades	X		X		X		
11	Ha tenido problemas o inconvenientes con los servicios brindados por la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
12	Si otra empresa le ofrece los mismos servicios, prefieres permanecer con la Empresa Anccor SAC	X		X		X		
	Y4. Confianza	Si	No	Si	No	Si	No	

13	Con la Empresa Anccor SAC sabes que no tendrás problemas o inconvenientes por los servicios prestados	X		X		X	
14	Usted recomendaría a la Empresa Anccor SAC a otras empresas o personas	X		X		X	
15	Los servicios prestados por la Empresa Anccor SAC están cerca de sus ideales	X		X		X	
16	La Empresa Anccor SAC se preocupa por las necesidades de sus clientes	X		X		X	
	Y5. Expectativas	Si	No	Si	No	Si	No
17	El servicio que ofrece la Empresa Anccor SAC se adapta a tus necesidades como cliente	X		X		X	
18	El persona de la Empresa Anccor SAC es claro en las explicaciones o información brindada	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si tiene suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr: José Luis Benites Zúñiga **DNI:** 42414842

Especialidad del validador: **Dr. en Gestion Publica y Gobernabilidad**

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

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para presentar el componente o dimensión específica del constructo.

³ **Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el anunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

JOSE LUIS BENITES ZUÑIGA
INGENIERO CIVIL
Reg. CIP N° 126769

.....
Firma del experto Informante.

REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
BENITES ZUÑIGA, JOSE LUIS DNI 42414842	<p>DOCTOR EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD</p> <p>Fecha de diploma: 10/11/21 Modalidad de estudios: PRESENCIAL</p> <p>Fecha matrícula: 03/08/2018 Fecha egreso: 08/08/2021</p>	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. <i>PERU</i>
BENITES ZUÑIGA, JOSE LUIS DNI 42414842	<p>MAESTRO EN INGENIERÍA CIVIL CON MENCIÓN EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE LA CONSTRUCCIÓN</p> <p>Fecha de diploma: 11/05/18 Modalidad de estudios: PRESENCIAL</p> <p>Fecha matrícula: 26/09/2015 Fecha egreso: 10/06/2017</p>	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>
BENITES ZUÑIGA, JOSE LUIS DNI 42414842	<p>MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA</p> <p>Fecha de diploma: 29/12/17 Modalidad de estudios: PRESENCIAL</p> <p>Fecha matrícula: 11/04/2015 Fecha egreso: 12/02/2017</p>	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>
BENITES ZUÑIGA, JOSE LUIS DNI 42414842	<p>BACHILLER EN INGENIERIA CIVIL</p> <p>Fecha de diploma: 18/08/2010 Modalidad de estudios: -</p> <p>Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)</p>	UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES <i>PERU</i>

EXAMEN CRAI DE Concytec

INICIO | GUÍA CALIFICACIÓN | RENACYT | NATALY LUCIA CORDOVA ZORRILLA | Manual de uso | Cerrar Sesión

Datos Generales	Experiencia Laboral	Formación Académica	Idiomas	Líneas de Investigación	Proyectos (I+D+i)	Tecnológica y/o Industrial	Producción Científica	Distinciones y premios
-----------------	---------------------	---------------------	---------	-------------------------	-------------------	----------------------------	-----------------------	------------------------

NOVEDADES

- El Curso de Conducta Responsable en Investigación **CRAI no** es requisito para la calificación RENACYT. El URL es <https://vinculate.concytec.gob.pe/conducta-responsable-en-investigacion>.

PERFIL

NATALY LUCIA CORDOVA ZORRILLA



Calificación, Clasificación y Registro de Investigadores

Solicitar Incorporación

Conducta Responsable en Investigación

Fecha: 09/08/2023

Seleccionar archivo Sin archivos seleccionados

Agregar foto **Eliminar foto** ?

Resumen
ingeniera civil, me dedico a ejecutar obras y soy docente de universidad, especialista en mecanica de suelos y geotecnia

Anexo 07: Calculo muestral

$$n = \frac{N}{1 + \frac{(d^2)(N-1)}{z^2 \alpha / 2 pq}}$$

Donde:

N = Tamaño de la población

Z= Nivel de confianza

p = Probabilidad de éxito, o proporción esperada.

q = Probabilidad de fracaso

d = Precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

$$n = \frac{150}{1 + \frac{(0.05^2)(158-1)}{(1.96^2)(0.95)}} = 108$$

n = 108 clientes

Anexo 08

MUEST	X1. Desempeño de tareas						X2. Desempeño contextual						X3. Comportamiento laboral contraproducente						Y1. Calidad funcional percibida					Y2. Calidad técnica percibida				Y3. Valor percibido				Y4. Confianza			Y5. Expectativas			X1	X2	X3	Y1	Y2	Y3	Y4	X5	X	Y
	P01	P02	P03	P04	P04	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19										
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2	2	0	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	3	12	14	6	17	9	12	10	7	32	55		
2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	0	1	0	2	0	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	23	24	3	12	7	12	12	9	50	52		
3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	2	3	0	1	0	3	0	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	23	21	4	20	9	12	12	9	48	62			
4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	1	3	0	3	0	1	0	4	2	4	4	3	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	22	19	4	17	12	4	4	3	45	40			
5	4	4	4	4	4	2	3	2	3	3	4	3	4	0	2	0	2	0	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	22	22	4	16	9	12	12	9	48	58			
6	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	0	3	0	3	0	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	23	28	6	15	9	12	12	9	57	57			
7	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	0	1	0	3	0	2	2	2	2	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	21	28	4	12	12	8	8	6	53	46			
8	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	0	1	0	2	0	4	4	4	4	4	3	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	22	28	3	19	3	7	5	3	53	37			
9	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	0	1	0	4	0	4	4	4	4	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	22	28	5	20	6	11	9	6	56	52			
10	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	0	1	0	3	0	4	3	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21	28	4	11	6	8	8	6	53	39			
11	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	0	1	1	1	0	1	4	4	4	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	23	28	3	16	9	4	4	3	54	36				
12	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	0	2	1	1	0	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	22	28	4	11	9	12	12	9	54	53			
13	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	0	2	1	1	0	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	22	28	4	17	9	12	12	9	54	59			
14	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	0	3	1	1	0	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	23	28	5	12	7	12	12	9	56	52			
15	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	0	1	1	1	0	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	23	28	3	20	9	12	12	9	54	62			
16	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	0	3	1	1	0	4	2	4	4	3	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	22	28	5	17	12	4	4	3	55	40				
17	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	0	2	1	1	0	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	22	28	4	16	9	12	12	7	54	56			
18	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	0	3	1	1	0	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	23	28	5	15	9	12	12	9	56	57			
19	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	0	0	1	1	0	2	2	2	2	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	21	28	2	12	12	8	8	9	51	49			
20	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	0	0	1	1	0	4	4	4	4	3	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	22	28	2	19	3	7	5	3	52	37				
21	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	0	0	1	1	0	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	23	28	2	20	6	11	9	9	53	55			
22	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	0	0	2	2	0	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	22	28	4	17	9	12	12	9	54	59			
23	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	0	3	2	0	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	23	28	8	12	7	12	12	6	59	49		
24	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	0	3	3	0	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	23	28	10	20	9	12	12	3	61	56			
25	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	0	3	2	0	4	2	4	4	3	4	4	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	22	28	9	17	12	4	4	6	59	43		
26	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	0	3	2	0	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	22	28	7	16	9	12	12	6	57	55	
27	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	0	3	3	0	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	23	28	8	15	9	12	12	3	59	51			
28	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	2	0	4	3	0	2	2	2	2	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	3	3	21	28	9	12	12	8	8	9	58	49			
29	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	0	4	2	0	4	4	4	4	3	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	3	22	28	8	19	3	7	5	9	58	43			
30	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	0	2	2	0	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	22	28	6	17	9	12	12	9	56	59			
31	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	0	3	2	0	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	23	28	7	12	7	12	12	9	58	52			
32	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	0	3	3	0	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	23	28	8	20	9	12	12	3	59	56			
33	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	0	3	2	0	4	2	4	4	3	4	4	4	1	1	1	1	1	1	3	1	3	22	28	7	17	12	4	4	7	57	44		
34	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	0	3	2	0	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	22	28	7	16	9	12	12	9	57	58			
35	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	0	3	3	0	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	23	28	8	15	9	12	12	9	59	57			
36	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	2	0	1	3	0	2	2	2	2	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	1	1	21	28	6	12	12	8	8	3	55	43			
37	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	0	1	2	0	4	4	4	4	3	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3	3	22	28	5	19	3	7	5	9	55	43		
38	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	0	1	4	0	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	23	28	7	20	6	11	9	9	58	55			
39	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	0	1	2	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	22	28	7	17	9	12	12	6	57	56		
40	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	0	1	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	1	1	23	28	8	12	7	12	12	3	59	46			
41	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	0	1	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	23	28	8	20	9	12	12	6	59	59		
42	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	0	1	2	4	4	2	4	4	3	4																							



ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN INGENIERÍA CIVIL CON MENCIÓN EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE LA CONSTRUCCIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, SANCHEZ RAMIREZ LUZ GRACIELA, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN INGENIERÍA CIVIL CON MENCIÓN EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE LA CONSTRUCCIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Desempeño Laboral y Satisfacción del Cliente de La Empresa Ancor Sac, Huancayo, 2022", cuyo autor es CORDOVA ZORRILLA NATALY LUCIA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 21.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 02 de Agosto del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
SANCHEZ RAMIREZ LUZ GRACIELA DNI: 32771174 ORCID: 0000-0002-2308-4281	Firmado electrónicamente por: LGSANCHEZR el 04- 08-2023 09:34:52

Código documento Trilce: TRI - 0636174