



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“El Servicio Delivery como base-incremento de la Productividad en McDonald’s,
Pershing 2019”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

Silva Bornás, Frank Joel (ORCID: 0000-0002-7428-550X)

ASESOR

Dr. Barrutia Barreto, Israel (ORCID: 0000-002-5728-0651)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión de Organizaciones

Callao – Perú

2019

DEDICATORIA:

Este trabajo está dedicado principalmente a mis padres por ser mi apoyo incondicional, a mi abuelo Federico Bornás y a toda mi familia en general.

AGRADECIMIENTO:

Quiero agradecer primero a Dios por iluminarme el camino hacia nuevas oportunidades y conocimientos. A mis Padres, por apoyarme moral y económicamente con lo que ha estado a su alcance, a mi abuelo Federico Bornás, quien me estuvo aconsejando para poder tener claro el aprovechar mi profesión, a Teresa Cruz, quien fue la Gerente de Negocios en McDonald's Pershing, por haber permitido desarrollar mis capacidades dentro del centro de labores. Y finalmente, a Marcela Díaz (Jefa de RR. HH en McDonald's) por orientarme y apoyarme en la presente investigación.

PÁGINA DEL JURADO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DEL DESARROLLO DEL
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
N°52-2019-UCV/DA-EP.ADM-FL-C

El presidente y los miembros del Jurado Evaluador designado con RESOLUCIÓN DIRECTORAL N°452-2019-UCV/DA-EP.ADM-FL-C, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN acuerdan:

PRIMERO. -

Aprobar por unanimidad (X)
Aprobar por mayoría ()
Desaprobar ()

El DESARROLLO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN presentado por el estudiante SILVA BORNAS FRANK, denominado: "EL SERVICIO DE DELIVERY COMO BASE - INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD EN MC DONALD'S, PERSHING 2019".

SEGUNDO. - Al culminar la sustentación, el estudiante SILVA BORNAS FRANK, obtuvo el siguiente calificativo:

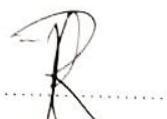
NÚMERO	LETRAS	CONDICIÓN
17	DIECISIETE	APROBADO

Presidente: Dr. BARRUTIA BARRETO, ISRAEL



Firma

Secretario: Mg. RAFAEL ARTURO LOPEZ LANDAURO



Firma

Vocal : Mg. ELIANA PEREZ RUIBAL REGALADO



Firma

Callao, viernes, 20 de diciembre del 2019.

CC - Archivo
Escuela Académico Profesional Interesados. Archivo.

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

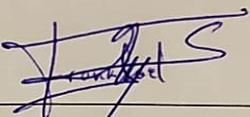
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Silva Bornás, Frank Joel, con DNI N° 72744238, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Académico Profesional de Administración, declaramos bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que toda la información en la presente tesis es auténtica.

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 de la Universidad César Vallejo.

Callao, diciembre del 2019



Silva Bornás, Frank Joel

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
PÁGINA DEL JURADO.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
ÍNDICE.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
I. Introducción.....	1
II. Método	9
2.1. Tipo de Investigación.....	9
2.2. Variables, Operacionalización.....	11
2.3. Población y Muestra	17
2.4. Técnicas e interpretación de recolección de datos, validez y confiabilidad	17
2.5. Método de análisis de datos.....	20
2.6. Aspectos éticos	21
III. Resultados.....	21
IV. Discusión	30
V. Conclusiones.....	33
VI. Recomendaciones	34
Referencias	35
Anexos.....	41

RESUMEN

El objetivo principal de la presente tesis fue determinar la influencia del Delivery en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019. La metodología empleada fue el "hipotético - deductivo", con un nivel "correlacional causal", un diseño "transversal - no experimental" y de tipo "aplicada". La población escogida para éste estudio fue de 56 Crew (colaboradores) de la cadena fast food McDonald's. Posteriormente al procesar los datos y realizar la respectiva interpretación, se halló la Correlación del Delivery en la Productividad con un resultado de 0.919 y con un nivel de significancia de 0.000, lo que indica que se acepta la hipótesis alterna H1. Finalmente, se concluyó que el Delivery si influye en la Productividad de tal manera que implementando este segmento se logra incrementar las transacciones en una empresa.

Palabras clave: Productividad, Delivery, Crew

ABSTRACT

The main objective of this thesis was to determine the influence of Delivery on McDonald's Productivity, Pershing 2019. The methodology used was the “hypothetical - deductive”, with a “causal correlational” level, a “transversal - non-experimental” design and type "applied". The population chosen for this study was 56 Crew (collaborators) of the McDonald's fast food chain. Subsequently, when processing the data and making the respective interpretation, the Delivery Correlation in Productivity was found with a result of 0.919 and with a significance level of 0.000, which indicates that the alternative hypothesis H1 is accepted. Finally, it was concluded that Delivery influences Productivity in such a way that implementing this segment increases transactions in a company.

Keywords: Productivity, Delivery, Crew

I. Introducción

1.1. Realidad Problemática

Según RPP Noticias (2019), nos informa que: La cadena de restaurantes Fast Food “McDonald’s” manifestó luego de 7 años un incremento del 6.5% de ventas en todo el mundo y dentro de su mercado interno (EE. UU) un 5.7%. Esta alza de ventas se debe al lanzamiento de nuevos menús al mercado, así como las remodelaciones tecnológicas para sus tiendas y los servicios a domicilio (Delivery) que también están implementando. Sin embargo, la cadena de restaurantes continúa creciendo actualmente, tanto así que llegó a competir con los desayunos de Starbucks Corp., y además de ellos seguirán invirtiendo en adherir nuevos Delivery para expandir aún más el volumen de sus ventas. (RPP Noticias, 2019, párr. 2, 3 y 5).

A nivel nacional, en una publicación del diario Gestión (2019), se detalla que, en los últimos años en el Perú, el mercado Fast Food y los Delivery han presentado un gran crecimiento tanto en las marcas locales como extranjeras, ya que según un reporte hecho por la consultora Euromonitor International a fines del año 2018, en el Perú se movió alrededor de US\$ 2,241.9 millones (6.4%). Pero, para el año 2023 el movimiento incrementará solo a US\$ 2,608.9 millones, no es una cifra tan alta, pero ello se debe a que sólo se estimó que el incremento al año sea de 3.1%. Además de ello, nos precisan que el poco crecimiento que tienen los Fast Food y Delivery, se debe a que la tendencia de comidas saludables no está siempre incluida en su menú. (Gestión, 2019, párr. 2, 3, 4, 5 y 6).

Adicionalmente, en un artículo web llamado PerúRetail (2019), nos estiman que más amas de casa están utilizando los aplicativos de Delivery, siendo el más utilizado “GLOVO”, la cual abarca un 47% del mercado, luego se encuentra Uber con un 17% y los siguientes son Rappi y Domicilios.com. Según Glovo es la más utilizada debido a la gran cantidad de anuncios que publica vía televisión y publica. (PerúRetail, 2019, párr. 3 y 4).

Sin embargo, la situación que se puede vivir o experimentar en los diferentes restaurantes de comida rápida como McDonald's puede variar según el tipo de colaboradores y gerentes con las que cuenta. En el restaurante de McDonald's - Pershing por ejemplo, una de las causas por las cuales su productividad aun no es estable mensualmente, se debe a la poca atención que se brinda a los motorizados y bicicleteros de los Deliverys, ya que al enfocarse más en la atención de clientes que ingresan al local, existe el descuido para el segmento de Delivery, y por ende, el servicio aún es poco eficiente en dicho local.

1.2. Trabajos Previos

a) Antecedentes Nacionales

Saavedra (2018), en la Universidad Privada del Norte, para optar el grado de licenciada, realizó la investigación titulada "Productividad operativa en la Gestión de venta por delivery de una empresa de Fast Food en Jesús María en el año 2018". Siendo su objetivo analizar la productividad por delivery en una empresa Fast Food. Siendo la población de 26172 pedidos y con una muestra de 8962, se concluyó que se puede llegar al objetivo de venta siempre y cuando se haga énfasis en las estrategias de venta por delivery.

Vergara, Lecaros, Bazán, Flores y Correa (2019), en la Universidad Tecnológica del Perú - Lima, para optar el grado de Maestría en Administración de Empresas, dieron título a su investigación de "Plataforma multilateral para Servicios de Belleza a Domicilio App Salón Express", por la cual, establecieron el objetivo de satisfacer la necesidad de sus clientes. Siendo su población de 5'489,207 y contando con una muestra de 384, concluyeron que, la propuesta planteada es factible por la alta preocupación del cuidado personal y también al alto impacto de alcance del internet en el mercado peruano.

Arroyo, Luna y Sauñe (2018), en la Universidad Esan – Lima, para optar el grado de Maestros, titularon sus tesis como "Plan de negocios para determinar la viabilidad del servicio de lavandería delivery mediante el uso de tecnología (app)". Siendo su objetivo, hallar viabilidad para implementar el servicio delivery en lavandería mediante una app móvil. Teniendo como población 89500 personas y su muestra de 400, se concluyó que es rentable la viabilidad y se solicita la implementación inmediata.

b) Antecedentes Internacionales

Otero, Bolívar y Rincón (2016) en la Pontificia Universidad Javeriana – Bogotá, realizaron un artículo de título “Comparación a través del picking en tienda de dos alternativas de entrega en un entorno de servicio a domicilio en supermercados. Área temática: logística en ciudad”. En donde nos detallan que existen muchas empresas que están optando por el comercio electrónico, ya que, por medio de un buen proceso logístico y las entregas a domicilio, las empresas del rubro están siendo más rentables.

Marlin Umer (2017), en su artículo *Delivery deadlines in same-day delivery* (Plazos de entrega en entrega el mismo día), nos informa que existen muchas empresas las cuales ofrecen un menor tiempo en la entrega de los pedidos, por ejemplo, en SDD se trabaja un modelo de negocio que refiere a que cuando un cliente solicita su pedido el mismo día se le entrega, y lo hacen con el fin de obtener ventaja competitiva. Además de ello, ellos analizan los plazos de entrega según la red que utilizan para poder realizar los delivery.

Garnica y Miño (2019) en la Universidad de Guayaquil - Ecuador, realizaron una investigación titulada “Análisis de la factibilidad para implementar el Servicio a domicilio de lavadora y lubricación de Vehículos de la PYME Garnica”. Siendo su objetivo, analizar la disponibilidad de recursos para implementar el servicio de lubricación y lavado a domicilio. Con una población de 300 personas y una muestra de 169, llegaron a la conclusión que, existe una alta aceptación por parte de sus clientes en implementar el servicio a domicilio y que esto traerá consigo beneficios propios.

Vásquez C., y Hernández R., (2015) en la Universidad de Medellín, realizaron una tesis titulada “Pasos para implementar un servicio a domicilio para las pequeñas empresas del sector de comidas rápidas”. Siendo su objetivo diseñar un manual para implementar el delivery, concluyeron que se debe garantizar la calidad en el servicio a domicilio, ya que, de no hacerlo, las ventas de las pequeñas empresas podrían disminuir sus ventas por no satisfacer la necesidad de sus clientes.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Concepto de las Variables

Variable Delivery

Klaric nos detalla que el Delivery, es cuando se brinda un producto o servicio hasta la puerta del hogar, si bien es cierto antes el cliente solo hacia sus compras de manera presencial en una determinada tienda, pero ahora es la empresa quien va hacia ellos. El motivo del por qué se implementa el Delivery, es porque produce una sensación de un servicio personalizado en la comodidad del hogar, ya que los clientes se sienten bien cuando existe algo que se adapta a sus actividades y/o necesidades según el momento que el cliente lo requiera. (Klaric, 2018, párr. 1,2 y 3).

Con un enfoque logístico, Brenes, en su libro mediante la siguiente figura nos define el Delivery de la siguiente manera:

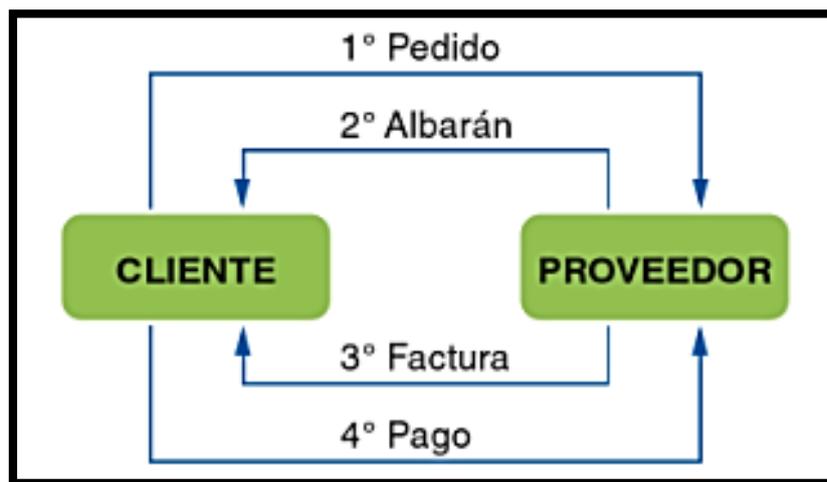


Figura 01: Flujo compra-venta

Entonces, podríamos decir que el Delivery es un proceso de Compra-Venta que inicia desde que el cliente realiza un pedido al proveedor y luego éste hace la ruta para entregar el pedido. Posteriormente, el pago es realizado en el momento que el cliente recibe el dinero y luego se le genera un comprobante de pago por parte del proveedor. (Brenes, 2015, p. 100).

Retos en Supply Chain nos dice que el Delivery, es vital para gestionar una cadena de suministro, ya que cuando se entrega el bien o servicio se culmina el proceso comercial y luego esto lleva a la otra parte a realizar el pago por lo adquirido. Existen 2 tipos de Delivery:

- ✓ Entrega Indirecta: Es cuando un distribuidor intermediario es implicado, y éste es quien entrega el producto al cliente.
- ✓ Entrega Directa: Es cuando la mercancía es entregada en manos del cliente final. (Supply Chain, 2015, párr. 1 y 2).

La periodista Pijúan en “Fundación innovación barkinter”, nos dice que el Delivery es un intermediario entre comercios o restaurantes con los clientes finales. Además, nos explica que la relación entre ellos puede ser de 3 tipos:

- ✓ B2B: De empresa a empresa.
- ✓ B2C: De Empresa a consumidor.
- ✓ B2B2C: De empresa a empresa para el consumidor.

Lo que un usuario o cliente busca es ahorrar tiempo y obtener ofertas o promociones. En España el N° de clientes incrementó de 1.28 millones en el año 2016 a 3.24 millones el 2018. (Pijúan, 2019, Revolución del Delivery, párr. 1 y 6).

Variable Productividad

La productividad es el uso coherente de recursos, la optimización de costos y el tiempo de los equipos de trabajo, pero todo ello sin que afecte a la calidad de servicio. Además, tanto la productividad como la calidad del servicio deben estar sincronizadas, por ello, al reducir recursos, éste no debe afectar a la calidad del servicio o producto porque afectaría al cliente. Y finalmente, la implementación de la tecnología también es otro factor que ayuda al desarrollo de la variable, porque aumenta la calidad del producto sin incluso incrementar el precio. (Caldas e Hidalgo, 2019, p. 66).

La Productividad es comprendida por 4 componentes:

- Innovación: Consiste en la implementación de nuevas tecnologías, productos o servicios para poder mejorar la productividad, ya que no es bueno quedarse siempre en la zona de confort. Si una organización no se adapta a las nuevas tendencias, no será competente.

- Educación: Se enfoca en el desarrollo de nuevos conocimientos y habilidades, lo cual refiere a la capacitación del personal laboralmente, ya que ellos son los que en base a constantes capacitaciones desarrollan nuevas habilidades.
- Eficiencia: Es el uso eficaz de los recursos.
- Infraestructura física e institucional: En la revista el autor se basa en el bien y servicio que apoya a la economía del país (Perú). Pero en el caso de organizaciones privadas, se entiende como al bien físico que tiene una empresa para poder operar. (Loayza, 2016, p. 1).

La productividad, por tanto, es la creación y mejora de los bienes y servicios, y para medirla es necesario saber la cantidad de producción que se utilizó junto con la salida que se empleó. Sin embargo, a nivel país, para que pueda haber calidad de vida, estos deben tener elevadas salidas, ya que en una nación la productividad se puede medir utilizando los mismos parámetros que se utilizan en una compañía, pero generalmente se usa la fórmula Producto Bruto Interno por Hora Trabajada. (Nemur, L. 2016, p. 2).

María nos dice que la Productividad mide la eficiencia y que además está relacionada con la cantidad de factores empleados. Así mismo, para la autora existen diferentes formas de medir la Productividad, pero ella considera 2 fórmulas:

- $Productividad = Producción\ Obtenida / Factores\ productivos\ empleados.$
- $Productividad\ global = Valor\ de\ la\ producción\ obtenida / Coste\ de\ los\ factores\ empleados.$ (Valle, 2019, pág. 51)

Se define como productividad en el artículo 153-I, a la optimización del recurso humano, materiales, financieros o tecnológicos, entre otros, para promover los fines de la organización. (Ediciones fiscales, 2019, secc. 3).

1.4. Formulación del Problema

- **General**

- ¿Existe influencia del Delivery en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019?

- **Específicas**

- ¿Existe influencia de la Calidad de Atención al Cliente en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019?
- ¿Existe influencia de las Garantías en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019?
- ¿Existe influencia entre la Calidad del Producto con la Productividad en McDonald's, Pershing 2019?

1.5. Justificación

De acuerdo con Contenlab debido a que actualmente existe la tecnología para conectar a usuarios con los restaurantes Fast Food, el delivery como negocio se incrementó de forma importante. Por ejemplo, en el 2014, una empresa en EE. UU la cual ofrece comida por Delivery, ingresó a la Bolsa de Valores en 2014 valorizada por US\$1 000 millones. Sin embargo, actualmente se extendieron a 900 ciudades del país. (Contenlab, 2017, párr. 1).

Actualmente las apps de delivery están transformando y optimizando la manera de realizar compras o pedidos, por ello, aparecieron Glovo y Uber Eats los cuales rápidamente se hicieron populares y se volvieron la mejor alternativa de comida por delivery. José Bernal (Country Manager de Rappi), estima que en promedio los negocios aumentan sus ventas hasta un 20% mensual quienes realizan repartos con Glovo. (Comercio, 2019, párr. 1 y 4).

De esta manera, el presente trabajo permitiría mostrar a muchas empresas y/o estudiantes que cada segmento en una empresa como el Delivery en McDonald's es importante para poder mejorar la Productividad, que, aunque la cadena de Fast Foot presente ciertas complicaciones en algunos restaurantes, se sigue trabajando constantemente en brindar la mejor satisfacción para el cliente, para que el producto llegue en buen tiempo y en buen estado.

Actualmente, no existen muchos estudios que se hallan enfocado en el Delivery y menos referido a una cadena grande de FAST FOOT como McDonald's en el Perú. Por lo tanto, ésta investigación es de gran importancia porque dará a conocer la influencia positiva que tiene el Delivery en cuanto al incremento de la Productividad.

Finalmente, a través del cuestionario que se aplicará a los Crews (Colaboradores) se dará a conocer el grado de influencia que tiene el Delivery en la Productividad en cuanto a sus dimensiones e indicadores.

1.6. Hipótesis

General

Existe influencia del Delivery en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019

Específicas

Existe influencia de la Calidad de Atención al Cliente en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019

Existe influencia de las Garantías en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019

Existe influencia de la Calidad del Producto en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019

1.7. Objetivos

General

Determinar la influencia del Delivery en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019

Específicas

Determinar la influencia de la Calidad de Atención al Cliente en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019

Determinar la influencia de las Garantías en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019

Determinar la influencia de la Calidad del Producto en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019

II. Método

2.1. Tipo de Investigación

Éste estudio es “Aplicada”, ya que, al recoger la información o datos necesarios se realizará algunas recomendaciones, las cuales serán posibles soluciones para la empresa.

En los estudios de tipo aplicada se establecen problemas las cuales requieren soluciones inmediatas. Además, éste tipo de estudio puede aportar hechos nuevos. (Baena, 2019, p. 11).

- Diseño de Investigación

Se aplicó “No Experimental”, por lo que no se alterarán los fenómenos, más sólo se observará tal cual se desarrollen naturalmente y “Transversal”, dado que, los datos serán recogidos en un tiempo y lugar determinado.

No Experimental

Es la que evita alterar o controlar las variables de forma intencional. (Hernández, Fernández y Baptista, 2016, p. 149).

Transversal

Es cuando la información es recolectada en un momento y en un tiempo único. El objetivo: explicar las variables y posteriormente incluir la interrelación y análisis. (Hernández, Fernández y Baptista, 2016, p. 151).

- Enfoque de Investigación

Siendo el Cuantitativo elegido para ésta investigación para poder interpretar los resultados numéricos, se define de la siguiente manera:

La Inv. Cuantitativa es la representación de un conjunto de varios procesos, en donde se determinan variables, planteamiento del problema, objetivos, hipótesis e interpretación de la misma. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, pág. 4 y5)

- **Nivel de Investigación**

Se planteó un nivel “Correlacional – Causal”, porque en esta investigación se hallará la relación y la causa - efecto entre las variables (Delivery y Productividad).

Es una descripción de relación entre dos o más variables en un solo momento, por lo general, es causa – efecto. (Hernández, Fernández y Baptista, 2016, p. 154).

- **Método de Investigación**

Se planteó como método Hipotético– Deductivo, por lo que, se plantearán Hipótesis las cuales serán alternativas de solución y serán deducidas.

El Hipotético- deductivo hace referencia al planteamiento de la hipótesis para describir dicho fenómeno. (Método Hipótetico – Deductivo, 2019, párr. 1).

- **Escala de medición**

Se empleó la “Ordinal” con E. de Likert para poder medir la frecuencia de las respuestas de nuestra muestra, de tal manera que sus resultados serán interpretados, pero de forma ordenada.

En la Ordinal las variables representan una categoría en un orden lógico, la cual permite observar si una categoría es mayor que la otra. (SPSS FREE, 2019, párr. 3).

La Escala Ordinal está comprendida con un mínimo de 3 valores y a diferencia de la Nominal es que en la Ordinal se adiciona la relación de “mayor o menos que”. (Dagnino, 2014, pág. 110).

La E. de Likert nos permite conocer el comportamiento y grado de conformidad de las personas, de tal manera que, nos ayudará a que nuestras personas encuestadas maten su opinión. (Llauradó, 2014, párr. 1)

2.2. Variables, Operacionalización

2.2.1. Variables

En éste estudio se cuenta con dos variables: La variable independiente X (Delivery) y la dependiente Y (Productividad), las cuales se definirán a continuación:

Variable “X”: Delivery

La periodista Pijúan en “Fundación innovación barkinter”, nos dice que el Delivery es un intermediario entre comercios o restaurantes con los clientes finales. Además, nos explica que la relación entre ellos puede ser de 3 tipos:

- B2B: De empresa a empresa.
- B2C: De Empresa a consumidor.
- B2B2C: De empresa a empresa para el consumidor.

Lo que un usuario o cliente busca es ahorrar tiempo y obtener ofertas o promociones. En España el N° de clientes incrementó de 1.28 millones en el año 2016 a 3.24 millones el 2018. (Pijúan, 2019, Revolución del Delivery, párr. 1 y 6).

Dimensiones de la variable:

a) Calidad de Atención al Cliente

Definido así, al conocimiento de las necesidades del cliente y a la flexibilidad que uno debe tener con cada uno de ellos. La Atención al cliente es un valor el cual cada empresa debe cuidar y desarrollar para diferenciarse de la competencia.

- Indicadores:
 - ✓ Contacto

Es la forma de atraer al cliente empleando habilidades de marketing.

- ✓ Entrega del pedido

Es la confirmación de que el pedido del cliente fue realizado.

- ✓ Servicio Post Venta

Es la comprobación de la satisfacción según encuestas o en otros casos usan un buzón de sugerencias. (Gregorio y Ormeño, 2019, p. 8)

b) Calidad del Producto

La calidad total es definida como el resultado de la suma: “Calidad de un bien/servicio” y la “satisfacción” que se provoca al cliente. Si bien es cierto, cuando una organización satisface las necesidades del cliente representa calidad.

- Indicadores:
 - ✓ Calidad Objetiva

Mide las características que tiene un producto, pero de forma objetiva, también se le llama Calidad Técnica.

- ✓ Calidad Percibida

Es la percepción subjetiva del cliente sobre el bien que se le brinda, en si cumple o no con lo esperado (Gregorio y Ormeño, 2019, p. 40)

c) Garantías

Es un compromiso temporal por el cual, la empresa otorga gratuitamente en caso exista una disconformidad del producto por parte del cliente. Y existen 2 tipos, pero una de ellas es:

La Garantía Legal: Es la que usualmente los consumidores por ley tienen derecho, se enfoca en el reclamo en relación al servicio o producto, puede haber Rebaja del precio, devolución, reparación, resolución de algún contrato si es que lo hubiera. (Gregorio y Ormeño, 2019, p. 10).

- Indicadores:
 - ✓ Seguridad

Es la tranquilidad y relación directa que ofrece la empresa al comprador por el producto pedido.

- ✓ Responsabilidad

La empresa realiza una reparación o reposición si en caso existe disconformidad del servicio o producto brindado. (Gregorio y Ormeño, 2019, p. 9).

Variable “Y”: Productividad

La productividad es el uso coherente de recursos, la optimización de costos y el tiempo de los equipos de trabajo, pero todo ello sin que afecte a la calidad de servicio. Además, tanto la productividad como la calidad del servicio deben estar sincronizadas, por ello, al reducir recursos, éste no debe afectar a la calidad del servicio o producto porque afectaría al cliente. Y finalmente, la implementación de la tecnología también es otro factor que ayuda al desarrollo de la variable, porque aumenta la calidad del producto sin incluso incrementar el precio. (Caldas e Hidalgo, 2019, p. 66).

Dimensiones de la variable:

d) Eficiencia

Es la dependencia de la rapidez en cuanto a realizar ciertas funciones y el tiempo. Entonces, se puede medir en cantidad por tiempo.

- Indicadores:
 - ✓ Eficiencia del Tiempo

Es la diferencia entre el tiempo real de la operación y el tiempo estimado o que está estructurado.

- ✓ Rendimiento

Efectividad para poder alcanzar los objetivos de producción. (Peláez, 2017, p. 347).

e) Tecnología

La tecnología es la inversión e investigación hacia nuevos procesos y productos, las cuales serán sustitutos [...], además la tecnología permite realizar producciones globales, por ende, son las que a su vez permiten la decisión de seguir financiando en su desarrollo para obtener eficiencia y eficacia. (Antúnez y Ramírez, 2017, p. 7 y 8).

- Indicadores:
 - ✓ Productos

El producto/servicio es una satisfacción de necesidad que está dirigida hacia los clientes o consumidores, la cual con el paso del tiempo serán sustituidas unos a otros. (Días y León, 2019, p. 275).

✓ Procedimientos:

Los procedimientos son estándares, y a su vez ayudaran a lograr la optimización de resultados y tiempos. (Días y León, 2019, p. 339).

f) Innovación

Es la atención que se le debe dar al cliente respecto a sus cambios o necesidades, todo ello para poder emplear nuevas mejoras o usos. (Días y León, 2019, p. 278).

- Indicadores:

- ✓ Innovación Tecnológica:

Consiste en desarrollar cambios en nuevos productos y procesos

- ✓ Innovación Social

Está proyectada a satisfacer las necesidades de la sociedad

- ✓ Innovación en Métodos de Gestión

Se enfoca en realizar nuevos métodos de gestión en la parte interna de la empresa. (financieros, organizativos). (Asensio y Vásquez, 2019, p. 14)

2.2.2. Operacionalización

HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Importancia del Clima Laboral en los Crew y su influencia en la Calidad de Servicio, McDonald's – Pershing 2019	VARIABLE INDEPENDIENTE: Delivery	<p>La periodista Pijuán en “Fundación innovación barkinter”, nos dice que el Delivery es un intermediario entre comercios o restaurantes con los clientes finales. Además, nos explica que la relación entre ellos puede ser de 3 tipos:</p> <p>B2B (Business to business): De empresa a empresa.</p> <p>B2C (Business to consumer): De Empresa a consumidor.</p> <p>B2B2C (Business to business to consumer): De empresa a empresa para el consumidor.</p> <p>Lo que un usuario o cliente busca es ahorrar tiempo y obtener ofertas o promociones. En España el N° de clientes incrementó de 1.28 millones en el año 2016 a 3.24 millones el 2018. (Pijúan, 2019, Revolución del Delivery, párr. 1 y 6).</p>	Calidad de Atención al Cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Contacto • Entrega del pedido • Servicio Post Venta 	Ordinal
			Calidad del Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad Objetiva • Calidad Percibida 	Ordinal
			Garantías	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad • Responsabilidad 	Ordinal

Elaboración Propia

HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Importancia del Clima Laboral en los Crew y su influencia en la Calidad de Servicio, McDonald's – Pershing 2019	VARIABLE DEPENDIENTE: PRODUCTIVIDAD	La productividad es el uso coherente de recursos, la optimización de costos y el tiempo de los equipos de trabajo, pero todo ello sin que afecte a la calidad de servicio. Además, tanto la productividad como la calidad del servicio deben estar sincronizadas, por ello, al reducir recursos, éste no debe afectar a la calidad del servicio o producto porque afectaría al cliente. Y finalmente, la implementación de la tecnología también es otro factor que ayuda al desarrollo de la variable, porque aumenta la calidad del producto sin incluso incrementar el precio. (Caldas e Hidalgo, 2019, p. 66).	Eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia del Tiempo • Rendimiento 	Ordinal
			Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> • Productos • Procedimientos 	Ordinal
			Innovación	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación Tecnológica • Innovación Social • Innovación en Métodos de Gestión 	Ordinal

Elaboración Propia

2.3. Población y Muestra

La población y muestra será de 56 personas (Crew) dado que es una cantidad pequeña de estudio. Esto quiere decir que, las 56 personas a estudiar es todo el personal que labora en la cadena McDonald's ubicada en Pershing (Magdalena). Y finalmente, el tipo de muestra seleccionado fue la Probabilística Aleatoria simple, porque todas las unidades de la población, tuvieron altos índices de ser escogidos como muestra.

- Población

Son los elementos que tienen las características necesarias para poder estudiarlas. (Ventura, 2017, párr. 3).

- Muestra

Viene a ser una pequeña parte de la población, llamadas también unidades de análisis. (Ventura, 2017, párr. 2).

Es el N° de sujetos los cuales son representantes de toda una población, de tal forma que su análisis permite generalizar conclusiones con un alto grado de certeza. (Otzen y Manterola, 2017, pág. 227)

- Tipo de muestra

- Probabilística Aleatoria Simple

“Se caracteriza por seleccionar unidades de muestreo simples de tal manera que cada una de estas unidades de la población tiene la misma probabilidad de formar parte de la muestra” (Portell y Vives, 2019, p. 37).

2.4. Técnicas e interpretación de recolección de datos, validez y confiabilidad

- Técnica

Se eligió a la “Encuesta” porque estará dirigida a los Crew de Pershing, con el fin de recaudar información.

Se define como encuesta a la técnica utilizada para extraer cierta información a través de una interrogación a los individuos. (López y Fachelli, 2016, p. 8).

- **Instrumento de recolección de datos**

El “Cuestionario” fue seleccionado como instrumento, el mismo que está constituido por 14 interrogantes. De las cuales, fueron elaboradas según las dimensiones e indicadores de las variables propuestas.

López y Fachelli lo definen como un instrumento para recoger información de las personas entrevistadas desde que se le formulan determinadas preguntas. (López y Fachelli, 2016, p. 18).

- **Validez**

Se da a entender como validez, a la capacidad que tiene un instrumento (cuestionario) para evaluar lo que fue diseñado en distintos aspectos. (Argimon, y Jimenez, 2019, p. 234).

La herramienta que se empleó para la tesis ha sido juzgada expertos de la Universidad César Vallejo - Callao, los cuales son:

VALIDADOR	GRADO	APRECIACIÓN
Lessner Augusto León Espinoza	Dr.	Indica que es Aplicable el instrumento
Israel Barrutia Barreto	Dr.	Indica que es Aplicable el instrumento
Rafael López Landauro	Mg.	Indica que es Aplicable el instrumento

- Confiabilidad

Se considera confiable los resultados de un estudio cuando tienen un alto grado de validez, es decir, cuando no existen desviaciones. (Villasis, Márquez, Zurita, Miranda y Escamilla, 2018, p. 416)

Tabla 6. Criterios de fiabilidad

Coeficiente	Criterio
Coeficiente alfa >.9	Es excelente
Coeficiente alfa >.8	Es bueno
Coeficiente alfa >.7	Es aceptable
Coeficiente alfa >.6	Es cuestionable
Coeficiente alfa >.5	Es pobre
Coeficiente alfa <.5	Es inaceptable

Fuente: elaborado por la Facultad de Estadística de la Universidad Santo Tomás.

La Confiabilidad en este caso realizó con el “Alfa de Cronbach”, la cual, fue obtenida del programa estadístico SPSS, contando con 56 Crew como muestra en la empresa McDonald’s.

Table 1: Cuadro estadístico de fiabilidad de las variables y dimensiones

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	56	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	56	100,0

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

Table 2: Estadística de Fiabilidad de la variable independiente (Delivery)

Alfa de Cronbach	N de elementos
,927	7

Tabla 2: Para la variable independiente, se aprecia un resultado de 0.927, indicando un grado estadístico Excelente con relación a sus ítems, por lo tanto, el instrumento respecto a la variable independiente es fiable.

Table 3: Estadística de fiabilidad de la variable dependiente (Productividad)

Alfa de Cronbach	N de elementos
,902	7

Tabla 3: Para la variable dependiente, se aprecia un resultado de 0.902, indicando un grado estadístico Excelente con relación a sus ítems, por lo tanto, el instrumento respecto a la variable dependiente es fiable.

Table 4: Estadística de fiabilidad de las variables (Delivery y Productividad)

Alfa de Cronbach	N de elementos
,960	14

Tabla 4: Para las variables independiente y dependiente, se aprecia un resultado de 0.960, indicando un grado estadístico Excelente con relación a sus 14 ítems respectivos, por lo tanto, el instrumento es fiable.

2.5. Método de análisis de datos

En cuanto a la verificación de confiabilidad del instrumento realizado con “Alfa de Cronbach”, se utilizó el sistema estadístico SPSS 23; y el juicio de expertos para poder validar el instrumento.

El SPSS es un soporte estadístico de análisis para analistas e investigadores en las que ofrece varias herramientas innovadoras de administración. (Filhorse, 2019, párr. 1).

2.6. Aspectos éticos

En éste estudio se tuvo en cuenta lo siguiente:

- ✓ Respuestas anónimas: La identidad de los encuestados fue respetada y sus respuestas no se emplearon de manera indebida para otro propósito.
- ✓ Valor social: Las personas partícipes en el estudio, estuvieron a disposición de formar parte de la dinámica, por lo tanto, no fueron obligados ni expuestos ante ningún peligro.
- ✓ Autenticidad científica: Todas las teorías y/o definiciones cuentan con sus citas respectivas. Todos los datos definidos no han sido sometidos a manipulación alguna de manera que altere la base o idea del autor.

III. Resultados

3.1. Prueba de Correlación

Table 5: Interpretación del coeficiente de correlación de Pearson

Coeficiente	Tipo de correlación
-1.00	Correlación negativa perfecta.
-0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.75	Correlación negativa considerable.
-0.50	Correlación negativa media.
-0.25	Correlación negativa débil.
-0.10	Correlación negativa muy débil.
0.00	No existe correlación alguna entre variables.
+0.10	Correlación positiva muy débil.
+0.25	Correlación positiva débil.
+0.50	Correlación positiva media.
+0.75	Correlación positiva considerable.
+0.90	Correlación positiva muy fuerte.
+1.00	Correlación positiva perfecta.

- **Hipótesis general**

HG: Existe una influencia significativa del Delivery en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019

H1: Existe influencia entre el Delivery y la Productividad de McDonald's, Pershing 2019

H0: NO existe influencia del Delivery en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019

Se considera que:

Sig. < 0.05, se rechaza la H_0 .

Sig. > 0.05, no se rechaza la H_0

Table 6: Correlaciones de variables de Hipótesis Generales

		Delivery (Agrupada)	Productividad (Agrupada)
Delivery (Agrupada)	Correlación de Pearson	1	,919**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	56	56
Productividad (Agrupada)	Correlación de Pearson	,919**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	56	56

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

Interpretación: Se concluye que, la correlación entre el Delivery y la Productividad según la muestra estadística de Pearson es positiva muy fuerte por el valor de 0,919. Finalmente, se obtuvo: 0,000 de Sig., lo cual es < 0,05 por lo que se refuta H_0 y se aprueba H_1 , por lo tanto, se demostró que la HG planteada es verdadera.

Table 7: Resumen del modelo – Regresión Lineal y R^2 , Delivery y Productividad

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,919 ^a	,844	,841	,428

Interpretación: En la tabla 07 encontramos a R que es la Correlación de Pearson (91.9%) y a R2 lo cual significa que el 84.4% de la variación de la Productividad se encuentra explicada por la eficiente implementación y/o gestión del Delivery en la empresa McDonald's, Pershing 2019.

Table 8: Prueba de Anova, Delivery y Productividad

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	53,485	1	53,485	292,570	,000 ^b
	Residuo	9,872	54	,183		
	Total	63,357	55			

a. Variable dependiente: Productividad (Agrupada)

b. Predictores: (Constante), Delivery (Agrupada)

Interpretación: La prueba de Anova alcanzó un nivel de Significancia de $0.000 < 0.05$, lo cual indica que se refuta la H0 y aprobamos la H1, por lo tanto, se ha demostrado la HG es verdadera.

Table 9: Coeficientes según las variables Delivery y Productividad

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.	
	B	Desv. Error	Beta			
1	(Constante)	,694	,224	3,102	,003	
	Delivery (Agrupada)	,881	,052	,919	17,105	,000

a. Variable dependiente: Productividad (Agrupada)

Interpretación: Según la tabla se obtuvo un nivel de significancia de $0.000 < 0.05$, lo cual indica que se refuta la H0 aprobando H1, por lo tanto, se ha demostrado la HG es verdadera.

- **Hipótesis específica 1**

HG: Existe una influencia significativa del Delivery en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019

H1: Existe influencia entre la Calidad de atención al Cliente y la Productividad de McDonald's, Pershing 2019

H0: NO existe influencia entre la Calidad de atención al Cliente y la Productividad de McDonald's, Pershing 2019

Table 10: Correlación de la Calidad de Atención al Cliente (Hipótesis específica 1) y la variable Productividad

		Calidad de Atención al Cliente (Agrupada)	Productividad (Agrupada)
Calidad de Atención al Cliente (Agrupada)	Correlación de Pearson	1	,945**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	56	56
Productividad (Agrupada)	Correlación de Pearson	,945**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	56	56

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

Interpretación: Según tabla, la correlación entre la Calidad de Atención al Cliente y la Productividad según la muestra estadística de Pearson es positiva muy fuerte por el valor de 0,945. Finalmente, se obtuvo: 0,000 de Sig., lo cual es <0,05 por lo que se refuta Ho y se aprueba H1, por lo tanto, se demostró que la HG planteada es verdadera.

Table 11: Resumen del modelo – Regresión Lineal y R², Calidad de Atención al Cliente (Hipótesis específica 1) y la variable Productividad

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,945 ^a	,893	,891	,355

a. Predictores: (Constante), Calidad de Atención al Cliente (Agrupada)

Interpretación: En la tabla 11 encontramos a R que es la Correlación de Pearson (94.5%) y a R2 lo cual significa que el 89.3% de la variación de la Productividad se encuentra explicada por la eficiente implementación y/o gestión de la Calidad de Atención al Cliente en la empresa McDonald's, Pershing 2019.

Table 12: Prueba de Anova, Calidad de Atención al Cliente (Hipótesis específica 1) y la variable Productividad

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	56,565	1	56,565	449,689	,000 ^b
	Residuo	6,792	54	,126		
	Total	63,357	55			

a. Variable dependiente: Productividad (Agrupada)

b. Predictores: (Constante), Calidad de Atención al Cliente (Agrupada)

Interpretación: La prueba de Anova alcanzó un nivel de Significancia de $0.000 < 0.05$, lo cual indica que se refuta la H0 y aprobamos la H1, por lo tanto, se ha demostrado la HG es verdadera.

Table 13: Coeficientes según la Calidad de Atención al Cliente (Hipótesis específica 1) y la variable Productividad

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.	
	B	Desv. Error	Beta			
(Constante)	,434	,193		2,253	,028	
1	Calidad de Atención al Cliente (Agrupada)	,887	,042	,945	21,206	,000

a. Variable dependiente: Productividad (Agrupada)

Interpretación: Según tabla, se obtuvo un nivel de significancia de $0.000 < 0.05$, lo cual indica que se refuta la H0 y aprobamos H1, por lo tanto, se ha demostrado la HG es verdadera.

- **Hipótesis específica 2**

HG: Existe una influencia significativa del Delivery en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019

H1: Existe influencia entre la Calidad del producto y la Productividad de McDonald's, Pershing 2019

H0: NO existe influencia entre la Calidad del producto y la Productividad de McDonald's, Pershing 2019

Table 14: Correlación de la Calidad del Producto (Hipótesis específica 2) y la variable Productividad

		Calidad del Producto (Agrupada)	Productividad (Agrupada)
Calidad del Producto (Agrupada)	Correlación de Pearson	1	,825**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	56	56
Productividad (Agrupada)	Correlación de Pearson	,825**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	56	56

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

Interpretación: Según tabla, la correlación entre la Calidad del Producto y la Productividad según la muestra estadística de Pearson es positiva considerable por el valor de 0,825. Finalmente, se obtuvo: 0,000 de Sig., lo cual es $<0,05$ por lo que se refuta H_0 y se aprueba H_1 , por lo tanto, se demostró que la HG planteada es verdadera.

Table 15: Resumen del modelo – Regresión Lineal y R^2 , Calidad del Producto (Hipótesis específica 2) y la variable Productividad

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,825 ^a	,680	,674	,613

a. Predictores: (Constante), Calidad del Producto (Agrupada)

Interpretación: En la tabla 15 encontramos a R que es la Correlación de Pearson (82.5%) y a R2 lo cual significa que el 68.0% de la variación de la Productividad se encuentra explicada por la eficiente implementación y/o gestión de la Calidad del Producto en la empresa McDonald's, Pershing 2019.

Table 16: Prueba de Anova, Calidad del producto (Hipótesis específica 2) y la variable Productividad

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	43,096	1	43,096	114,856	,000 ^b
	Residuo	20,262	54	,375		
	Total	63,357	55			

a. Variable dependiente: Productividad (Agrupada)

b. Predictores: (Constante), Calidad del Producto (Agrupada)

Interpretación: La prueba de Anova alcanzó un nivel de Significancia de $0.000 < 0.05$, lo cual indica que se refuta la H0 y aprobamos la H1, por lo tanto, se ha demostrado la HG es verdadera.

Table 17: Coeficientes según la Calidad del producto (Hipótesis específica 2) y la variable Productividad

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.	
	B	Desv. Error	Beta			
1	(Constante)	,692	,355		1,950	,056
	Calidad del Producto (Agrupada)	,836	,078	,825	10,717	,000

a. Variable dependiente: Productividad (Agrupada)

Interpretación: Según tabla, se obtuvo un nivel de significancia de $0.000 < 0.05$, lo cual indica que se refuta la H0 y aprobamos H1, por lo tanto, se ha demostrado la HG es verdadera.

- **Hipótesis específica 3**

HG: Existe una influencia significativa de Garantías en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019

H1: Existe influencia entre Garantías y la Productividad de McDonald's, Pershing 2019

H0: NO existe influencia entre Garantías y la Productividad de McDonald's, Pershing 2019

Table 18: Correlación de las Garantías (Hipótesis específica 3) y la variable Productividad

		Garantías (Agrupada)	Productividad (Agrupada)
Garantías (Agrupada)	Correlación de Pearson	1	,801**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	56	56
Productividad (Agrupada)	Correlación de Pearson	,801**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	56	56

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

Interpretación: Según tabla, la correlación entre Garantías y la Productividad según la muestra estadística de Pearson es positiva considerable por el valor de 0,801. Finalmente, se obtuvo: 0,000 de Sig., lo cual es $< 0,05$ por lo que se refuta H_0 y se aprueba H_1 , por lo tanto, se demostró que la HG planteada es verdadera.

Table 19: Resumen del modelo – Regresión Lineal y R^2 , Garantías (Hipótesis específica 3) y la variable Productividad

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,801 ^a	,641	,634	,649

a. Predictores: (Constante), Garantías (Agrupada)

Interpretación: En la tabla 19 encontramos a R que es la Correlación de Pearson (80.1%) y a R^2 lo cual significa que el 64.1% de la variación de la Productividad se encuentra explicada por la eficiente implementación y/o gestión de las Garantías en la empresa McDonald's, Pershing 2019.

Table 20: Prueba de Anova, Garantías (Hipótesis específica 3) y la variable Productividad

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	40,601	1	40,601	96,343	,000 ^b
	Residuo	22,757	54	,421		
	Total	63,357	55			

a. Variable dependiente: Productividad (Agrupada)

b. Predictores: (Constante), Garantías (Agrupada)

Interpretación: La prueba de Anova alcanzó un nivel de Significancia de $0.000 < 0.05$, lo cual indica que se refuta la H0 y aprobamos la H1, por lo tanto, se ha demostrado la HG es verdadera.

Table 21: Coeficientes según las Garantías (Hipótesis específica 3) y la variable Productividad

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.	
	B	Desv. Error	Beta			
1	(Constante)	1,972	,261	7,541	,000	
	Garantías (Agrupada)	,695	,071	,801	9,815	,000

a. Variable dependiente: Productividad (Agrupada)

Interpretación: Según tabla, se obtuvo un nivel de significancia de $0.000 < 0.05$, lo cual indica que se refuta la H0 y aprobamos H1, por lo tanto, se ha demostrado la HG es verdadera.

IV. Discusión

4.1. Discusión – Hipótesis general

Planteando como objetivo principal determinar la influencia del Delivery en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019. Así mismo, se concluyó que, la correlación entre el Delivery y la Productividad según muestra estadística de Pearson da positiva muy fuerte con 0,919. Finalmente, se obtuvo: 0,000 de Sig., lo cual fue $< 0,05$ por lo que se refuta H_0 y se aprueba H_1 , por lo tanto, se demostró que la HG planteada es verdadera.

Así mismo, la periodista Pijúan en “Fundación innovación barkinter”, nos dice que el Delivery es un intermediario entre comercios o restaurantes con los clientes finales. Además, nos explica que la relación entre ellos puede ser de 3 tipos:

- ✓ B2B: De empresa a empresa.
- ✓ B2C: De Empresa a consumidor.
- ✓ B2B2C: De empresa a empresa para el consumidor.

Lo que un usuario o cliente busca es ahorrar tiempo y obtener ofertas o promociones. En España el N° de clientes incrementó de 1.28 millones en el año 2016 a 3.24 millones el 2018. (Pijúan, 2019, Revolución del Delivery, párr. 1 y 6).

Entonces, teniendo en cuenta la correlación muy fuerte de las variables delivery y productividad presentadas en ésta tesis y el aporte que nos brinda la periodista Pijúan en donde detalla que el delivery produjo un incremento de clientes del año 2016 al 2018, se concluye que, ambas variables tienen relación e influyen el uno al otro.

4.2. Discusión – Hipótesis Específica 1

El 1er Objetivo E. fue, determinar la influencia de la Calidad de Atención al Cliente en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019. Así mismo, se concluyó que, la correlación entre la Calidad de Atención al Cliente y la Productividad según Pearson es positiva muy fuerte por el valor de 0,945. Finalmente, se obtuvo: 0,000 de Sig., lo cual es $< 0,05$ por lo que se refuta H_0 y se aprueba H_1 , por lo tanto, se demostró que la HG planteada es verdadera

De esta manera, Gregorio y Ormeño nos definen que la Calidad de Atención al Cliente es el conocimiento de las necesidades del cliente, así como la flexibilidad que uno debe tener con cada uno de ellos. La atención al cliente es un valor el cual cada empresa debe cuidar y desarrollar para diferenciarse de la competencia. (Gregorio y Ormeño, 2019, p. 8)

Entonces, teniendo en cuenta los resultados de correlación muy fuerte entre la calidad de atención al cliente y la productividad presentadas en ésta tesis y el aporte que nos brindan los autores Gregorio y Ormeño en donde nos dicen que la atención al cliente es un valor por el cual cada empresa debe cuidar y desarrollar para diferenciarse del resto, se concluye que, ser productivo implica tener una buena calidad de atención, quiere decir que si tienen relación.

4.3. Discusión – Hipótesis Específica 2

El 2do objetivo específico fue determinar cómo influye las Garantías en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019. Así mismo, se concluyó que, la correlación entre la Calidad del Producto y la Productividad según Pearson es positiva considerable con 0,825. Finalmente, se obtuvo: 0,000 de Sig., lo cual es $<0,05$ por lo que se refuta H_0 y se aprueba H_1 , por lo tanto, se demostró que la HG planteada es verdadera.

De esta manera, la calidad total es definida como el resultado de la suma entre Calidad de un bien/servicio y la satisfacción que se provoca en un cliente. Si bien es cierto, satisfacer las necesidades del cliente es la mejor calidad que tiene una organización. (Gregorio y Ormeño, 2019, p. 40).

Entonces, teniendo en cuenta los resultados de correlación muy fuerte entre la calidad del producto y la productividad presentadas en ésta tesis y el aporte que nos brindan los autores Gregorio y Ormeño en donde nos detallan que, satisfacer a un cliente es la mayor calidad de una organización; de esta forma, se concluye que, ser productivo implica tener productos de calidad, quiere decir que si tienen relación.

4.4. Discusión – Hipótesis Específica 3

El 3er objetivo específico fue determinar la influencia de la Calidad del Producto en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019. Así mismo, se concluyó que, la correlación entre Garantías y la Productividad según Pearson es positiva considerable con 0,801. Finalmente, se obtuvo: 0,000 de Sig., lo cual es $<0,05$ por lo que se refuta H_0 y se aprueba H_1 , por lo tanto, se demostró que la HG planteada es verdadera.

De esta manera, Gregorio y Ormeño nos definen que, las Garantías es un compromiso temporal por el cual, la empresa otorga gratuitamente en caso exista una disconformidad del producto por parte del cliente. Y existen 2 tipos, pero una de ellas es:

La Garantía Legal: Es la que usualmente los consumidores por ley tienen derecho, se enfoca en el reclamo en relación al servicio o producto, puede haber Rebaja del precio, devolución, reparación, resolución de algún contrato si es que lo hubiera. (Gregorio y Ormeño, 2019, p. 10).

Entonces, teniendo en cuenta los resultados de correlación muy fuerte entre las garantías y la productividad presentadas en ésta tesis y el aporte que nos brindan los autores Gregorio y Ormeño en donde nos detallan que, en caso exista disconformidad por parte del cliente, se le debe ofrecer algún tipo de reparación por derecho; de esta forma concluye que, ser productivo implica satisfacer la disconformidad del cliente, quiere decir que si tienen relación.

V. Conclusiones

- Se concluye que, si existe una correlación directa entre el Delivery y la Productividad según muestra estadística de Pearson con 0,919. Finalmente, arrojó 0,000 de Sig., lo cual es $<0,05$, entonces se refuta H_0 y se aprueba H_1 , por lo tanto, se demostró que la HG planteada es verdadera. Entonces, implementar un segmento en la empresa como Delivery, ayuda a incrementar las ventas y transacciones de los clientes, además que aumenta la cartera de clientes optimizándoles el tiempo.
- Se halló que, si existe una correlación directa entre la Calidad de Atención al Cliente y la Productividad según la muestra estadística de Pearson por el valor de 0,945. Finalmente, se obtuvo: 0,000 de Sig., lo cual es $< 0,05$ por lo que se refuta H_0 y se aprueba H_1 , por lo tanto, se demostró que la HG planteada es verdadera. Entonces, desarrollar calidad en la atención del cliente crea una mayor satisfacción.
- Se halló que, si existe una correlación directa entre la Calidad del Producto y la Productividad según la muestra estadística de Pearson por el valor de 0,825. Finalmente, se obtuvo: 0,000 de Sig., lo cual es $< 0,05$ por lo que se refuta H_0 y se aprueba H_1 , por lo tanto, se demostró que la HG planteada es verdadera. Entonces, brindar productos de calidad para aumentar la satisfacción del cliente es importante para generar más ingresos.
- Se halló que, si existe una correlación directa entre Garantías y la Productividad según la muestra estadística de Pearson por el valor de 0,801 de correlación. Finalmente, se obtuvo: 0,000 de Sig., lo cual es $< 0,05$ por lo que se refuta H_0 y se aprueba H_1 , por lo tanto, se demostró que la HG planteada es verdadera. Entonces, hacer valer el derecho del cliente es un pilar fundamental para poder hacer que el cliente se sienta seguro donde compra y por ende genere fidelidad por su parte.

VI. Recomendaciones

- Como recomendación general a todas las empresas, es importante tener en cuenta que se tienen que asumir riesgos experimentando ampliar los segmentos dentro del área, ¿para qué?, para poder generar más ingresos y no solo de manera directa con el cliente o esperando que el cliente los busque, sino que, como empresa, buscar también al cliente, ofreciéndole un servicio personalizado a la puerta de su hogar, facilitándole el ahorro de dinero y tiempo.
- Desarrollar más estrategias de motivación para los colaboradores, ya que, por lo general, tienen trato directo con el cliente y depende de la atención y amabilidad que ellos tengan para que el cliente se sienta cómodamente atendido.
- Llevar a cabo un mejor plan para que se pueda tener a la cantidad de Crew (colaboradores) necesarios en operación, y de ésta manera no se descuide el segmento del Delivery, ya que como se sabe, es un segmento que incrementa las transacciones y por ende es una de las bases para aumentar la Productividad
- Respetar y dar a conocer el derecho del cliente brindándole un producto nuevo o adicional, por recibir algún producto en mal estado o por haberlo estropeado a causa del mismo, causará un efecto de seguridad y confianza por su compra.

VII. Referencias

- RRP Noticias (2019, 26 de julio). McDonald's registra su mayor incremento en ventas desde el 2012. RRP Noticias. Recuperado de: <https://rpp.pe/economia/economia/mcdonalds-delivery-fast-food-rappi-glovo-comida-rapida-mcdonalds-registra-su-mayor-incremento-en-ventas-desde-el-2012-conoce-las-razones-noticia-1211095>
- Ochoa V. (2019, 11 de agosto). Se desaceleraría crecimiento de mercado de fast food y delivery. Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/se-desaceleraria-crecimiento-de-mercado-de-fast-food-y-delivery-noticia/>
- Perú Retail (2019, 14 de mayo). Perú: Cada vez más amas de casa utilizan aplicativos delivery. Perú Retail. Recuperado de: <https://www.peru-retail.com/peru-amas-casa-aplicativos-delivery/>
- Saavedra Paola, (2018). Productividad operativa en la gestión de venta por delivery de una empresa de Fast Food en Jesús María en el año 2018. (Tesis de Licenciatura) Universidad Privada del Norte, Perú.
- Vergara Helina, Lecaros José, Bazán Jossie, Flores Lissete y Correa María (2019). Plataforma multilateral para Servicios de Belleza a Domicilio App Salón Express. (Tesis de Maestría en Administración de Empresas). Universidad Tecnológica del Perú.
- Arroyo Karla, Luna Rosario & Sauñe Mithsuo (2018). Plan de negocios para determinar la viabilidad del servicio de lavandería delivery mediante el uso de tecnología (app). (Tesis de Maestría en Administración). Universidad de Esan, Perú.
- Otero-Caicedo, Ricardo; Bolívar, Stevenson & Rincón-García, Nicolás (2016). Comparación a través del picking en tienda de dos alternativas de entrega en un entorno de servicio a domicilio en supermercados. Área temática: Logística en ciudad. Cuadernos de Contabilidad, 17(44), 575-594. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-14722016000200010&lang=es
- Umer Marlin (2017). Delivery deadlines in same-day delivery, ISSN 1865-0368, Bremen, Vol. 10, Iss. 3, pp.1-15. Recovered from: https://www.econstor.eu/bitstream/10419/182048/1/10.23773-2017_03.pdf

- Garnica Lidia, Miño María (2019). Análisis de la Factibilidad para implementar el Servicio a domicilio de lavadora y lubricación de Vehículos de la PYME Garnica. (Tesis de Ingeniería en Gestión Empresarial). Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- Vásquez C., & Hernández R., (2015). Pasos para implementar un servicio a domicilio para las pequeñas empresas del sector de comidas rápidas. (Tesis de Especialización en Alta Gerencia). Universidad de Medellín, Colombia.
- Klarić J. (2018, marzo 26). Todo lo que tienes que saber acerca de los servicios a domicilio. Jürgen Klarić. Recuperado de: <https://blog.jurgenklaric.com/todo-lo-que-tienes-que-saber-acerca-de-los-servicios-domicilio/>
- Brenes P. (2015). Técnicas de almacén. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=1O7JCQAAQBAJ&pg=PA101&dq=entrega+a+domicilio+2015&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiTiK6c75X1AhXHEbkGHSKC BQAQ6AEIJzAA#v=onepage&q=entrega%20a%20domicilio%202015&f=false>
- Retos en Supply Chain (2015, 12 de marzo). Delivery: significado de un paso crucial en la cadena de suministro. EAE Business School. Recuperado de: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/delivery-significado-de-un-paso-crucial-en-la-cadena-de-suministro/>
- Pijuán A. (2019, 13 febrero). Emprender en delivery: el impacto en el PIB de las plataformas digitales supera los 643 millones. Fundación innovación barkinter. Recuperado de: <https://www.fundacionbankinter.org/blog/noticia/emprender-en-delivery-el-impacto-en-el-pib-de-las-plataformas-digitales-supera-los-643-millones#>
- Valle, M. (2019). *Economía 4º ESO*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=J8-UDwAAQBAJ&pg=PA51&dq=que+es+la+productividad+2019&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj-NDx86bmAhUpwFkKHY9GBewQ6AEIMTAB#v=onepage&q&f=false>

- Ediciones Fiscales (2019). *Agenda Laboral*. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=L5-DDwAAQBAJ&pg=PT58&dq=que+es+la+productividad+2019&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj-NDx86bmAhUpwFkKHY9GBewQ6AEIOTAC#v=onepage&q=que%20es%20la%20productividad%202019&f=false>
- Caldas B. (2019). Empresa e iniciativa emprendedora 360. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=aa2ZDwAAQBAJ&pg=PA66&dq=productividad+definicion+2019&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwilj9KHIPXkAhW3H7kGHR4IDcgQ6AEIQjAE#v=onepage&q=productividad%20definicion%202019&f=false>
- Loayza N. (junio 2016). La productividad como clave del crecimiento y el desarrollo en el Perú. Recuperado de: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Estudios-Economicos/31/ree-31-loayza.pdf>
- Nemur, L. (2016). *Productividad: Consejos y Atajos de Productividad para Personas Ocupadas*. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=sh0aDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=productividad+definiciones&ots=LLNfkLw3m6&sig=9Z0FDsPuy03Mr863bxtkaiWJZ4#v=onepage&q=productividad%20definiciones&f=false>
- Contelab (2017). Tecnología y Big Data aplicada a la gastronomía. Recuperado de:
<https://archivo.elcomercio.pe/especial/50-ideas-de-negocios/noticias/tecnologia-y-big-data-aplicada-gastronomia-noticia-1992570>
- Comercio (2019). Ganancias y empleo en la era de las apps de delivery: ¿cómo ganan los repartidores? Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/ganancias-glovo-rappi-uber-eats-app-delivery-ganan-repartidores-noticia-620017-noticia/?ref=ecr>
- Gregorio, L. & Ormeño, J. (2019). *FPB - Preparación de pedidos y venta de productos*. Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=O4mXDwAAQBAJ&pg=PA40&dq=calidad+de+un+producto+2019&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj50oH8_5XlAhWCHbkGHarIA_wQ6AEIKDAA#v=onepage&q=calidad%20de%20un%20producto%202019&f=false

Pelaez, L. (2017). *UF2017 - Manejo y mantenimiento de equipos de aplicación de fertilizantes*. Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=ObBWDwAAQBAJ&pg=PA347&dq=DEFINICION+DE+EFICIENCIA+2017&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj3w8-oIJblAhW9H7kGHXFSD0IQ6AEIKDAA#v=onepage&q=DEFINICION%20DE%20EFICIENCIA%202017&f=false>

Antúnez, A. y Ramírez, A. (mayo, 2017). La empresa de alta tecnología. Una visión desde la ciencia, la tecnología y la innovación desde el derecho. *Revista Kairos*. Recuperado de: <http://www.revistakairos.org/wp-content/uploads/AntunezKairos39.pdf>

Días, E. y León, M. (2019). *Gestión administrativa y comercial en restauración*. Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=w3qSDwAAQBAJ&pg=PA276&dq=nuevos+productos+en+el+mercado+2019&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwinyvjqmJflAhXFLLkGHcUGDD0Q6AEIKDAA#v=onepage&q=nuevos%20productos%20en%20el%20mercado%202019&f=false>

Asensio del Arco, E. y Vásquez, B. (2019). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=e-iPDwAAQBAJ&pg=PA21&dq=innovacion+en+empresa+2019&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjmWqWWho5flAhWzF7kGHbktAMgQ6AEIKDAA#v=onepage&q=innovaci%C3%B3n&f=false>

UPAEP ONLINE (2019). Diseños no experimentales (sampieri) [Diapositivas]. México.

Baena, M. (2019). *Metodología de la Investigación*. Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=6aCEBgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=tipo+de+investigaci%C3%B3n+aplicada+2019&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi3u5z_gYHmAhXGxIkKHU-CDlMQ6AEIXDAH#v=onepage&q&f=false

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*.

Recuperado de: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

- Brokerly, D. (2019). Descubriendo los Demonios de tu Mente. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=qvyjDwAAQBAJ&pg=PT102&dq=hipotetico+deductivo+2019&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjaovuijYHmAhUNnlkKHejuCRwQ6AEIODAC#v=onepage&q=hipotetico%20deductivo%202019&f=false>
- Ventura, J. (junio 2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. Recuperado de: <http://www.revsaludpublica.sld.cu/index.php/spu/article/view/906/948>
- Otzen, T. & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestro sobre una población a estudio. Rev. de investigación, 35(1):227-232. Recuperado de: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Llauradó, O. (2014). La escala de Likert: qué es y cómo utilizarla. Recuperado de: <https://www.netquest.com/blog/es/la-escala-de-likert-que-es-y-como-utilizarla>
- Dagnino, J. (2014). Tipos de datos y escalas de medida. Rev. de investigación, 43: 109-111. Recuperado de: <http://revistachilenadeanestesia.cl/PII/revchilanestv43n02.06.pdf>
- Portell, M. & Vives, J. (2019). *Investigación en Psicología y Logopedia: Introducción a los diseños experimentales, cuasi-experimentales y ex post facto*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=2UWuDwAAQBAJ&pg=PA37&dq=aleatorio+simple+2019&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiIuselpoHmAhWlxFkKHefvDHgQ6AEIODAC#v=onepage&q=aleatorio%20simple%202019&f=false>
- López, P. & Fachelli, S. (2016). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA. Recuperado de: https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Argimon, J. & Jimenez, J. (2019). *Métodos de Investigación Clínica y Epidemiológica*. Recuperado: <https://books.google.com.pe/books?id=ogCiDwAAQBAJ&pg=PA231&dq=validez+en+investigacion+2019&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiM8NDB5ZDmAhVQpFkKHXCwCiMQ6AEIMTAB#v=onepage&q=validez%20en%20investigacion%202019&f=false>
- SPSS FREE (2015). Escalas de medida. Recuperado de: <http://www.spssfree.com/curso-de-spss/analisis-descriptivo/escalas-de-medida.html>

- Filehorse (2019). IBM SPSS Statistics (64-bit). Recuperado de:
<https://www.filehorse.com/es/descargar-ibm-spss-statistics-64/>
- Betancourt, A & Caviedes, I. (2018). Metodología de correlación estadística de un sistema integrado de gestión de la calidad en el sector salud. *SIGNOS*, 10(2), 119-139. DOI:
<https://doi.org/10.15332/s2145-1389.2018.0002.07>
- Universidad Santo Tomás (30 de abril, 2018). “Metodología de correlación estadística de un sistema integrado de gestión de la calidad en el sector salud”. Recuperado de:
<https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/signos/rt/printerFriendly/4681/html>
- Villasis, M., Márquez, H., Zurita, J., Miranda, G., & Escamilla, A. (2018). El protocolo de investigación VII. Validez y confiabilidad de las mediciones. 65(4):414-421. DOI:
<http://www.scielo.org.mx/pdf/ram/v65n4/2448-9190-ram-65-04-414.pdf>

VIII. Anexos

Anexos 01: Cuestionarios



Instrumento de Medición

Datos específicos	
5	Siempre
4	Casi Siempre
3	A veces
2	Casi Nunca
1	Nunca

CUESTIONARIO

Estimado(a) colaborador(a)

El presente instrumento tiene como objetivo “Determinar la influencia del Delivery en la Productividad de McDonald’s, Pershing 2019”. Por ello se le solicita que responda todos los siguientes enunciados con veracidad.

Agradeciéndole de antemano su colaboración.

INSTRUCCIONES:

- Marque con un X la respuesta que crea usted la correcta
- Por favor escoger solo una opción en cada pregunta

VARIABLE: Delivery					
DIMENSIÓN 1: Calidad de Atención al Cliente	1	2	3	4	5
1. ¿Considera que McDonald’s atrae al cliente empleando habilidades, promociones o estrategias?					
2. ¿Corroborar con el motorizado de delivery que el pedido fue entregado?					
3. ¿Considera según encuestas que el cliente queda satisfecho con el pedido?					
DIMENSIÓN 2: Calidad del Producto					
4. ¿El cliente queda satisfecho con la calidad real del Producto?					
5. ¿Notas que el cliente tiene buenas expectativas cuando sale un nuevo producto en McDonald’s?					
DIMENSIÓN 3: Garantías					
6. ¿Considera que le brindas seguridad al cliente con el tipo de atención que le brindas?					
7. ¿McDonald’s brinda productos de cortesía o reposición para completar la satisfacción del cliente cuando está disconforme?					

Instrumento de Medición

Datos específicos	
5	Siempre
4	Casi Siempre
3	A veces
2	Casi Nunca
1	Nunca

CUESTIONARIO

Estimado(a) colaborador(a)

El presente instrumento tiene como objetivo “Determinar la influencia del Delivery en la Productividad de McDonald’s, Pershing 2019”. Por ello se le solicita que responda todos los siguientes enunciados con veracidad.

Agradeciéndole de antemano su colaboración.

INSTRUCCIONES:

- Marque con un X la respuesta que crea usted la correcta
- Por favor escoger solo una opción en cada pregunta

VARIABLE:					
DIMENSIÓN 1: Eficiencia	1	2	3	4	5
8. ¿Cumple con realizar los tiempos de atención y producción propuestos o planeados por la empresa?					
9. ¿Cumple con las tablas de producción propuestos según el volumen de transacciones?					
DIMENSIÓN 2: Tecnología					
10. ¿Considera usted que McDonald’s actualmente cuenta con tecnología para poder producir con eficacia y eficiencia?					
11. ¿Considera usted que los procedimientos actualmente de McDonald’s lo ayudan a optimizar su trabajo?					
DIMENSIÓN 3: Innovación					
12. ¿Considera usted que McDonald’s implementa nueva Tecnología para mejorar los procesos de producción?					
13. ¿McDonald’s realiza capacitaciones para poder mejorar o implementar nuevos procedimientos de atención al cliente?					
14. ¿Considera usted que McDonald’s capacita a los Gerentes para llevar a cabo nuevos procesos de gestión dentro del local?					

Anexo 02: Validación del instrumento

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: PRODUCTIVIDAD

N°	DIMENSIONES / ÍTEMES	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Eficiencia								
<i>Eficiencia del Tiempo</i>								
1	¿Usted cumple con realizar los tiempos de atención planeados por la empresa?	Y		Y		Y		
Rendimiento								
2	¿Usted cumple con las tablas de producción propuestas según el volumen de transacciones?	Y		Y		Y		
Tecnología								
<i>Productos</i>								
4	¿Considera usted que, McDonald's actualmente cuenta con tecnología para poder producir?	Y		Y		Y		
<i>Procedimientos</i>								
5	¿Considera usted que los procedimientos actualmente de McDonald's lo ayudan a optimizar su trabajo?	Y		Y		Y		
Innovación								
<i>Innovación Tecnológica</i>								
6	¿Considera usted que, McDonald's implementa nueva Tecnología para mejorar los procesos de producción?	Y		Y		Y		
<i>Innovación Social</i>								
7	¿McDonald's realiza capacitaciones para poder mejorar e implementar nuevos procedimientos de atención al cliente?	Y		Y		Y		
<i>Innovación en Métodos de Gestión</i>								
	¿Considera usted que McDonald's capacita a los Gerentes para llevar a cabo nuevos procesos de gestión dentro del local?	Y		Y		Y		

Opinión de aplicabilidad: Aplicable | Aplicable después de corregir | No aplicable |

Apellidos y nombres del juez validador: Rafael López Landuro DNI N°: 08273208

Especialidad del validador: FECHA: 19/11/19

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

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

Firma del Experto Informante.
Especialidad

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: DELIVERY

N°	DIMENSIONES / ÍTEMS	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Calidad de Atención al Cliente								
<i>Contacto</i>								
1	¿Considera que McDonald's atrae al cliente empleando estrategias de promoción?	Y		Y		Y		
<i>Entrega del pedido</i>								
2	¿Corroborar con el motorizado de delivery que el pedido fue entregado?	Y		Y		Y		
<i>Servicio Post Venta</i>								
3	¿Considera según encuestas que el cliente queda satisfecho con el pedido?	Y	No	Y	No	Y	No	
Calidad del Producto								
<i>Calidad Objetiva</i>								
4	¿El cliente queda satisfecho con la calidad real del Producto?	Y		Y		Y		
<i>Calidad Percibida</i>								
5	¿Consideras que el cliente tiene buenas expectativas al salir un nuevo producto de McDonald's?	Y		Y		Y		
Garantías								
<i>Seguridad</i>								
6	¿Considera que le brinda seguridad al cliente con el tipo de atención que le brinda?	Y		Y		Y		
<i>Responsabilidad</i>								
7	¿McDonald's brinda productos de cortesía para completar la satisfacción del cliente cuando está disconforme?	Y		Y		Y		

Opinión de aplicabilidad: Aplicable | Aplicable después de corregir | No aplicable |

Apellidos y nombres del juez validador: Rafael López Landuro DNI N°: 08273208

Especialidad del validador: FECHA: 19/11/2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

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

Firma del Experto Informante.
Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: PRODUCTIVIDAD

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Eficiencia								
<i>Eficiencia del Tiempo</i>								
1	¿Usted cumple con realizar los tiempos de atención planteados por la empresa?	Y		Y		Y		
<i>Rendimiento</i>								
2	¿Usted cumple con las tablas de producción propuestas según el volumen de transacciones?	Y		Y		Y		
Tecnología								
<i>Productos</i>								
4	¿Considera usted que, McDonald's actualmente cuenta con tecnología para poder producir?	Y		Y		Y		
<i>Procedimientos</i>								
5	¿Considera usted que los procedimientos actualmente de McDonald's lo ayudan a optimizar su trabajo?	Y		Y		Y		
Innovación								
<i>Innovación Tecnológica</i>								
6	¿Considera usted que, McDonald's implementa nueva Tecnología para mejorar los procesos de producción?	Y		Y		Y		
<i>Innovación Social</i>								
7	¿McDonald's realiza capacitaciones para poder mejorar e implementar nuevos procedimientos de atención al cliente?	Y		Y		Y		
<i>Innovación en Métodos de Gestión</i>								
	¿Considera usted que McDonald's capacita a los Gerentes para llevar a cabo nuevos procesos de gestión dentro del local?	Y		Y		Y		

 Opinión de aplicabilidad: Aplicable | Aplicable después de corregir | No aplicable |

 Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Lessner Augusto León Espinoza

 DNI N°: 07725496

Especialidad del validador:

 FECHA: 13/11/19

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

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


 Firma del Experto Informante.
 Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: DELIVERY

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Calidad de Atención al Cliente								
<i>Contacto</i>								
1	¿Considera que McDonald's atrae al cliente empleando estrategias de promoción?	Y		Y		Y		
<i>Entrega del pedido</i>								
2	¿Corroboró con el motorizado de delivery que el pedido fue entregado?	Y		Y		Y		
<i>Servicio Post-Venta</i>								
3	¿Considera según encuestas que el cliente queda satisfecho con el pedido?	Y	No	Y	No	Y	No	
Calidad del Producto								
<i>Calidad Objetiva</i>								
4	¿El cliente queda satisfecho con la calidad real del Producto?	Y		Y		Y		
<i>Calidad Percibida</i>								
5	¿Consideras que el cliente tiene buenas expectativas al salir un nuevo producto de McDonald's?	Y		Y		Y		
Garantías								
<i>Seguridad</i>								
6	¿Considera que le brinda seguridad al cliente con el tipo de atención que le brinda?	Y		Y		Y		
<i>Responsabilidad</i>								
7	¿McDonald's brinda productos de cortesía para compensar la satisfacción del cliente cuando está disconforme?	Y		Y		Y		

 Opinión de aplicabilidad: Aplicable | Aplicable después de corregir | No aplicable |

 Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Lessner Augusto León Espinoza

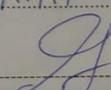
 DNI N°: 07725496

Especialidad del validador:

 FECHA: 13/11/19

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

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


 Firma del Experto Informante.
 Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: PRODUCTIVIDAD

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Eficiencia							
	<i>Eficiencia del Tiempo</i>							
1	¿Usted cumple con realizar los tiempos de atención planeados por la empresa?							
	Rendimiento							
2	¿Usted cumple con las tablas de producción propuestos según el volumen de transacciones?							
	Tecnología							
	<i>Productos</i>							
4	¿Considera usted que, McDonald's actualmente cuenta con tecnología para poder producir?							
	<i>Procedimientos</i>							
5	¿Considera usted que los procedimientos actualmente de McDonald's lo ayudan a optimizar su trabajo?							
	Innovación							
	<i>Innovación Tecnológica</i>							
6	¿Considera usted que, McDonald's implementa nueva Tecnología para mejorar los procesos de producción?							
	<i>Innovación Social</i>							
7	¿McDonald's realiza capacitaciones para poder mejorar e implementar nuevos procedimientos de atención al cliente?							
	<i>Innovación en Métodos de Gestión</i>							
	¿Considera usted que McDonald's capacita a los Gerentes para llevar a cabo nuevos procesos de gestión dentro del local?							

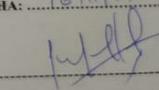
Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Bonnie Barreto Israel
 Dr. Administración

DNI N°: 10614088

FECHA: 16/11/19

Especialidad del validador:



Firma del Experto Informante.
Especialidad

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: DELIVERY

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Calidad de Atención al Cliente							
	<i>Contacto</i>							
1	¿Considera que McDonald's atrae al cliente empleando estrategias de promoción?							
	<i>Entrega del pedido</i>							
2	¿Corroborar con el motorizado de delivery que el pedido fue entregado?							
	<i>Servicio Post Venta</i>							
3	¿Considera según encuestas que el cliente queda satisfecho con el pedido?							
	Calidad del Producto							
	<i>Calidad Objetiva</i>							
4	¿El cliente queda satisfecho con la calidad real del Producto?							
	<i>Calidad Percibida</i>							
5	¿Consideras que el cliente tiene buenas expectativas al salir un nuevo producto de McDonald's?							
	Garantías							
	<i>Seguridad</i>							
6	¿Considera que le brinda seguridad al cliente con el tipo de atención que le brinda?							
	<i>Responsabilidad</i>							
7	¿McDonald's brinda productos de cortesía para completar la satisfacción del cliente cuando está disconforme?							

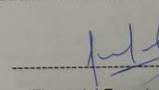
Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Bonnie Barreto Israel
 Dr. Administración

DNI N°: 10614088

FECHA: 16/11/19

Especialidad del validador:



Firma del Experto Informante.
Especialidad

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Anexo 03: Matriz de Consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones/ Indicadores	Metodología
<p><u>Problema General</u></p> <p>¿Existe influencia del Delivery en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019?</p>	<p><u>Objetivo General</u></p> <p>Determinar la influencia del Delivery en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019</p>	<p><u>Hipótesis General</u></p> <p>Existe influencia del Delivery en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019</p>	<p>Variable X: Delivery</p>	<p><u>Calidad de Atención al Cliente</u> Contacto Entrega del pedido Servicio Post Venta</p>	<p><u>Diseño de investigación</u> No experimental- Transversal</p>
<p><u>Problemas Específicos</u></p> <p>¿Existe influencia de la Calidad de Atención al Cliente en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019?</p> <p>¿Existe influencia de las Garantías en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019?</p> <p>¿Existe influencia entre la Calidad del Producto con la Productividad en McDonald's, Pershing 2019?</p>	<p><u>Objetivos Específicos</u></p> <p>Determinar la influencia de la Calidad de Atención al Cliente en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019</p> <p>Determinar la influencia de las Garantías en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019</p> <p>Determinar la influencia de la Calidad del Producto en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019</p>	<p><u>Hipótesis Específicas</u></p> <p>Existe influencia de la Calidad de Atención al Cliente en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019</p> <p>Existe influencia de las Garantías en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019</p> <p>Existe influencia de la Calidad del Producto en la Productividad de McDonald's, Pershing 2019</p>		<p>Variable Y: Productividad</p>	

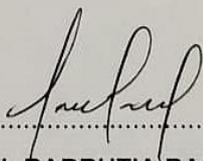
ACTA DE ORIGINALIDAD

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02
		Versión : 09
		Fecha : 19-02-2020
		Página : 1 de 1

Yo, **DR. ISRAEL BARRUTIA BARRETO**, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de **Administración** de la Universidad César Vallejo Filial Callao, revisor de la tesis titulada: **“EL SERVICIO DELIVERY COMO BASE-INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD EN MCDONALD’S, PERSHING 2019”**, del estudiante **SILVA BORNÁS FRANK JOEL**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **21%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó 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.

Callao, 19 de febrero de 2020



DR. ISRAEL BARRUTIA BARRETO

DNI: 10614088

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

TURNITIN

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

-El Servicio Delivery como base-incremento de la Productividad en McDonald's, Peshing 2019-

ILMIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR
Silva Bonas, Frank Joel (ORCID: 0000-0002-7428-550X)

ANF-SOR
Dr. Barratía Barreto, Israel (ORCID: 0000-0002-5728-0651)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
Gestión de Organizaciones

Callao - Peru
2019

[Handwritten Signature]

Resumen de coincidencias X

21 %

1		14 %
2		2 %
3		1 %
4		1 %
5		<1 %
6		<1 %
7		<1 %
8		<1 %
9		<1 %
10		<1 %
11		<1 %

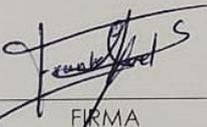
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 19-02-2020 Página : 1 de 1
--	---	---

YO, **SILVA BORNÁS FRANK JOEL**, identificado con DNI N° **72744238**, egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo Filial Callao, autorizo (X) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi tesis titulada **“EL SERVICIO DELIVERY COMO BASE-INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD EN MCDONALD'S, PERSHING 2019”**; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....


FIRMA

DNI: 72744238

FECHA: Callao, 19 de Febrero del 2020

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

SILVA BORNÁS FRANK JOEL

INFORME TÍTULADO:

EL SERVICIO DELIVERY COMO BASE-INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD EN MCDONALD'S, PERSHING 2019

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 14 /12/ 2019

NOTA O MENCIÓN: 17



Mg. Rafael Lopez Landauro