



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estrategias de satisfacción laboral y su influencia en la calidad de servicio en Full Metal Company, Lima, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Rivera Alfaro, Joao Daniel (ORCID: 0000-0003-4100-2072)

ASESOR:

Mgtr. Fernández Bedoya, Víctor Hugo (ORCID: 0000-0002-2464-6477)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación a mis padres porque sin ellos no estaría en este momento culminante de mi vida, también a mi novia quien colaboró enormemente con la finalización de esta investigación.

Agradecimiento

Le agradezco a todos aquellos que colaboraron con este trabajo de alguna manera, a la universidad privada Cesar Vallejo por su apoyo constante y a la empresa Full Metal Company sac, que permitió realizar esta investigación.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas.....	vi
Índice de gráficos y figuras.....	vii
Resumen	viii
Abstract.....	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	10
3.1 Tipo y diseño de investigación	10
3.2 Variables y operacionalización.....	10
3.3 Población, muestra y muestreo	11
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad..	12
3.5 Procedimientos	14
3.6 Método de análisis de datos.....	14
3.7 Aspectos éticos.....	14
IV. RESULTADOS	16
V. DISCUSIÓN.....	25
VI. CONCLUSIONES	29
VII. RECOMENDACIONES.....	31
REFERENCIAS	32
ANEXOS.....	

ANEXO 1 Matriz de operacionalización de variables	
ANEXO 2 Instrumento de recolección de datos (cuestionario	
ANEXO 3 Carta de autorización de la empresa	
ANEXO 4 Matriz Consistencia	
ANEXO 5 Resultados de fiabilidad: Coeficiente de Alfa de Cronbach general, dimensión e indicador	
ANEXO 6 Resultados de fiabilidad: Coeficiente de dos mitades de Guttman.....	
ANEXO 7 Resultados de fiabilidad: Coeficiente de Alfa de Cronbach general si se elimina algún elemento.....	
ANEXO 8 JUICIO DE EXPERTOS.....	
ANEXO 9 Resultado de validez: cálculo de la V. de Aiken	
ANEXO10 Resultado de validez: coeficientes de la V. de Aiken	
ANEXO11 Cálculo de la muestra	
ANEXO12 Resultados descriptivos item por item.....	
ANEXO13 Fichas de validación de expertos	
ANEXO14 Consentimiento informado	
ANEXO15 Reporte de originalidad (TURNITIN)	

Índice de tablas

Tabla 1: Tabla de interpretación de resultados del Alfa de Cronbach	13
Tabla 2: Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov	16
Tabla 3: Estadísticos descriptivos.....	17
Tabla 4: Prueba de hipótesis general.....	22
Tabla 5: Prueba de hipótesis específica 1	23
Tabla 6: Prueba de Hipótesis específica 2	23
Tabla 7: Prueba de hipótesis específica 3.....	24
Tabla 8: Prueba de hipótesis específica 4	24
Tabla 9: Resultados descriptivos item por item	52

Índice de gráficos y figuras

Figura 1: Detalle gráfico de hipótesis formuladas	4
Figura 2: Teoría de Locke	7
Figura 3: Marco de consistencia.....	12

Resumen

Investigación que tuvo como objetivo determinar la incidencia de la satisfacción laboral (y sus dimensiones estrategias de satisfacción con el trabajo, departamento, institución y cargo desempeñado) en la calidad de servicio en Full Metal Company SAC, en el año 2019. Estudio de enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel explicativo y descriptivo, diseño no experimental con corte transversal. Población infinita (clientes de la empresa en Cercado de Lima), muestra de 385 (muestreo probabilístico). La técnica empleada fue la encuesta en modalidad virtual. El instrumento consto de 32 ítems en total, validado cualitativamente y cuantitativamente, con el aval de 6 jueces expertos y el coeficiente V. de Aiken de 0.998; los resultados de confiabilidad arrojaron valores de 0,962 de alfa de Cronbach y 0,889 y 0,889 de dos mitades de Guttman. Se calcularon resultados de normalidad, estadísticos descriptivos generales e individuales, además de inferenciales. Se concluyó que la satisfacción laboral incide positiva y moderadamente en la calidad de servicio en la empresa Full Metal Company SAC, 2019 ($p. < 0,05$), al igual que sus dimensiones ($p. < 0,05$).

Palabras clave: Estrategias de satisfacción laboral, Calidad de servicio, Gestión de organizaciones.

Abstract

Research that had the objective of determining the incidence of work satisfaction (and its dimensions strategies of satisfaction with the work, department, institution and position held) in the quality of service in Full Metal Company SAC, in the year 2019. Study of quantitative approach, applied type, explanatory and descriptive level, non-experimental design with cross section. Infinite population (customers of the company in Cercado de Lima), sample of 385 (probability sampling). The technique used was a virtual survey. The instrument consisted of 32 items in total, validated qualitatively and quantitatively, with the endorsement of 6 expert judges and Aiken's V. coefficient of 0.998; the reliability results showed values of 0.962 of Cronbach's alpha and 0.889 and 0.889 of two Guttman halves. Normality results, general and individual descriptive statistics, and inferences were calculated. It was concluded that job satisfaction has a positive and moderate impact on service quality at Full Metal Company SAC, 2019 ($p. < 0.05$), as well as its dimensions ($p. < 0.05$).

Keywords: variable: Work satisfaction strategies, Quality of service, Management of organizations

I. INTRODUCCIÓN

Como **realidad problemática** observamos que en los tiempos actuales los clientes exigen por parte de las empresas un trato óptimo, sin embargo, las empresas lejos de preocuparse realmente en ello, solo les exige a sus trabajadores que brinden un servicio de calidad; sin preocuparse por los niveles de satisfacción que puedan tener dichos trabajadores en la empresa y razón por la cual la calidad del servicio pueda verse afectada.

Según la UNESCO, (2005) la salud mental puede afectar de manera negativa en los trabajadores, provocando estrés, angustia y dificultades para concentrar, al mismo tiempo señala que los grandes ejecutivos de las empresas y corporaciones perciben que este problema tiene una incidencia mínima en los trabajadores.

En el contexto internacional podemos observar que grandes potencias y países altamente industrializados presenta problemas con para poder llegar a lidiar con el nivel de satisfacción de los trabajadores, siendo, por ejemplo, los resultados del estudio proveniente de 'The Indeed Job Happiness Index 2016: Ranking the World for Employee Satisfaction', llevado a cabo con 35 países alrededor del mundo a través de más de diez millones de valoraciones aproximadamente. Que dejaron como resultado que países como Japón, Alemania, Francia, etc están en la cola del ranking.

En el Perú aún se tiene la creencia de que el trabajador tiene que dar el 100% de su desempeño todo el tiempo sin importar como la empresa le reconozca dicho esfuerzo, por la misma razón es que el índice de rotación de empleo en las empresas peruanas es muy alto y al mismo tiempo los trabajadores de distintos rubros andan en la busca de mejores lugares a los cuales brindar su talento y esfuerzo. No solo eso, sino que por la misma razón es que la calidad de servicio que perciben los clientes no siempre es la óptima.

En el distrito del Cercado de Lima, más específicamente en mercado ferretero de Malvinas, tenemos una gran cantidad de comercios y tiendas dedicadas a la venta al por mayor y menos de distintos tipos de materiales para construcción y derivados,

pero los mismos tienen problemas para controlar su gran rotación de personal, tal es el caso de la empresa Full Metal Company SAC

De acuerdo con Bernal (2010) los **problemas** son todos aquellos hechos o situaciones que se llegan a convertir en objeto de reflexión y por lo cual se considera que se debe hacer un estudio sobre ello.

En ese sentido, el **problema general** fue: ¿En qué medida influye las estrategias de satisfacción laboral en la calidad de servicio de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019?

En cuanto a los **problemas específicos**, estos fueron: ¿En qué medida influye la aplicación de estrategias de satisfacción laboral en la presencia con clientes en la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019?; ¿En qué medida influye aplicación de estrategias de satisfacción laboral en la responsabilidad con los clientes de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019?; ¿En qué medida influye la aplicación de estrategias de satisfacción laboral en el compromiso con los clientes en la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019?; y ¿En qué medida influye la aplicación de estrategias de satisfacción laboral en la excelencia con los clientes en la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019?

De acuerdo con Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2014) **la justificación** es el porqué de la investigación y al mismo tiempo expone sus razones, por medio de la misma se debe demostrar la importancia del estudio en cuestión, los tipos de justificación son teórica, metodológica y práctica.

En cuanto a la **justificación teórica**, esta investigación se justificó en el sentido de que, con el mismo se contribuye al incremento de conocimiento sobre las variables, dimensiones e indicadores investigados y nombrados en esta investigación; como al mismo tiempo también se incrementa la bibliografía para futuras investigaciones sobre mismas variables, etc.

En cuanto a la **justificación metodológica**, para lograr que los objetivos del proyecto investigación se concreten, se elaboró dos cuestionarios (instrumentos de medición) tanto para la variable 1 Estrategias de satisfacción laboral y la variable 2

Calidad de servicio. Los cuestionarios pasaron por el juicio de un experto para posteriormente ser tamizados por los niveles de confiabilidad y la validez, a través del uso de instrumentos de medición y procesamiento para conocer el nivel de relación existente entre las variables de la investigación.

En cuanto a la **justificación práctica**, esta investigación se justificó en el sentido de que la investigación será de gran importancia para la empresa Full Metal Company sac, dado que le beneficiará en el sentido de conocer los niveles de relación existentes entre las variables.

De acuerdo con Bernal (2010) los **objetivos** son los propósitos principales y las metas a alcanzar con la investigación, por la misma razón todo el trabajo y desarrollo de la investigación se orientarán a cumplir con los objetivos.

En ese sentido, el **objetivo general** fue: Identificar en qué medida las estrategias de satisfacción laboral influyen en la calidad de servicio de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019

En cuanto a los **objetivos específicos**, estas fueron: En cuanto a los objetivos específicas, estos fueron: Identificar en qué medida las estrategias de satisfacción laboral influyen en de la presencia con los clientes la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019; Identificar en qué medida las estrategias de satisfacción laboral influye en la responsabilidad con los clientes la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019; Identificar en qué medida las estrategias de satisfacción laboral influye en el compromiso con los clientes de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019; e Identificar en qué medida las estrategias de satisfacción laboral influye en la excelencia con los clientes la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019

De acuerdo con Bernal (2010) las **hipótesis** son una suposición o posible respuesta anticipada al problema de investigación y por esa misma razón es que el investigador debe tener como objetivo probar dicha hipótesis.

En ese sentido, la **hipótesis general** fue: Las estrategias de satisfacción laboral influyen significativamente en la calidad de servicio de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019

En cuanto a las **hipótesis específicas**, estas fueron: Las estrategias de satisfacción laboral influyen en la presencia con los clientes de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019; Las estrategias de satisfacción laboral influyen en la responsabilidad con los clientes de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019; Las estrategias de satisfacción laboral influye en el compromiso con los clientes de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019; y Las estrategias de satisfacción laboral influye en la excelencia con los clientes de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019.

Figura 1: Detalle gráfico de hipótesis formuladas



Fuente: autor.

Por último, se desarrolló un marco de consistencia, el cual se encuentra en el ANEXO 14.

II. MARCO TEÓRICO

Los principales **trabajos previos** para el estudio son

Fuentes (2012), en su tesis: “Satisfacción laboral y su influencia en la productividad (estudio realizado en la delegación de recursos humanos del organismo judicial en la ciudad de Quetzaltenango)” (Tesis pregrado). Busco dejar en claro la incidencia que presenta la satisfacción laboral en la productividad, el estudio que se realizó fue de diseño no experimental, la muestra que se utilizó fue de veinte trabajadores, y además se llegó a la conclusión, a través de la prueba Chi cuadrado de Pearson, en la cual se obtuvo 0.9 como resultado, se interpreta entonces que no existe ningún tipo de influencia entre las variables satisfacción laboral y la productividad.

Ríos (2014), en su tesis “Satisfacción Laboral y su influencia en el clima organizacional, del personal del área administrativa de empresa eléctrica Municipal, ubicada en la cabecera departamental de Huehuetenango”. (Tesis de grado). Presento un estudio con el objetivo de determinar la relación e influencia entre la satisfacción laboral y el clima organizacional de los trabajadores del área administrativa de una empresa eléctrica. El tipo de investigación fue descriptivo correlacional, y la muestra fue de veintiocho trabajadores. La investigación, a través de la prueba estadística chi cuadrado de Pearson, determino que: existe una relación muy estrecha entre los niveles de satisfacción laboral y el clima laboral obteniendo un resultado de 0.002 en la prueba de hipótesis.

Sosa, Sierra y Montoya (2012), realizaron la investigación “Influencia de la Satisfacción Laboral sobre la Atención al cliente en la Empresa Church’s Chicken”: Con el fin de demostrar que existía una relación e influencia entre la satisfacción laboral y la atención al cliente, se tomó como muestra a 110 clientes y se obtuvo un resultado de Chi cuadrado de Pearson de 0.001. fue una investigación cualitativa y se usaron técnicas de observación. Se concluyó que: Existe una relación entre las variables ya que los trabajadores aumentaron su calidad de atención al cliente cuando incrementó su satisfacción laboral.

Umaña (México, 2015) realizó la investigación “Comunicación interna y Satisfacción Laboral” Con el objetivo de demostrar la influencia que existe entre la comunicación interna y la satisfacción laboral, la muestra fue de cincuenta trabajadores y se concluyó que: existe una relación entre las variables ya que los trabajadores demostraron mayor satisfacción laboral y mejor desempeño cuando la comunicación interna era eficiente, además se aplicó la prueba de rho de Spearman de 0.001.

Sánchez (2010), en su tesis “Clima organizacional y su relación con la satisfacción laboral del personal de salud de las Micro redes Cuñumbuque y Tabalosos – 2010”. (Tesis pregrado). Intentó demostrar la relación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral de los trabajadores. El tipo de investigación fue descriptivo correlacional, la muestra fue de sesenta y cuatro trabajadores. La conclusión fue que: existe una relación directa entre las variables, obteniendo como resultado de rho de Spearman de 0.003 lo cual comprueba la relación entre las variables.

Alfaro, Leyton, Meza y Sáenz (2012), en su investigación “Satisfacción laboral y su relación con algunas variables ocupacionales en tres municipalidades”. (Tesis pregrado). Se trató de analizar los posibles indicadores que demostraran la satisfacción laboral en una municipalidad de la provincia constitucional del Callao, y además de hacer lo mismo con dos municipalidades de Lima Metropolitana. El diseño fue no experimental, descriptivo y correlacional, con una muestra de trescientos cincuenta y dos trabajadores. Se concluyó que: no se pudieron encontrar diferencias notorias en el nivel de satisfacción laboral de los trabajadores.

Calderón (2015), en su tesis: “Factores que limitan la aplicación del reglamento de ley N° 29783 de seguridad y salud en el trabajo, para la satisfacción laboral de los trabajadores de las diferentes contratos y los trabajadores del Proyecto Especial Huallaga Central y Bajo Mayo, del Distrito de Tarapoto, año 2014”. (Tesis posgrado). Tuvo como misión explorar y determinar factores que no contribuyeran a la aplicación del reglamento. Se hizo uso del método descriptivo y la muestra fue de cuarenta y cinco trabajadores. Se llegó a concluir que: el no conocer la

reglamentación de la ley 29783 llega a afectar de manera negativa en los trabajadores lo cual se ve reflejado en una baja satisfacción laboral en la empresa.

UCEDA (2013), en su tesis: “Influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de la Victoria en la ciudad de Chiclayo”, (tesis para optar por el grado de licenciada en administración de empresas). Se buscó determinar la influencia que existe entre la satisfacción laboral y la satisfacción del cliente externo. Tomaron como muestra a trescientos veintitrés trabajadores de diez y siete y su prueba de hipótesis determinó un valor de 0,046. Se llegó a la conclusión de que la satisfacción laboral sí tiene una relación directa e influye en la satisfacción del cliente interno

Líneas debajo se detallan los principales **conceptos teóricos**, los cuales están representadas por las variables, dimensiones e indicadores del estudio.

En cuanto a las **teorías relacionadas al tema**, Según Locke (1976), definía la satisfacción laboral como un estado emocionalmente positivo que puede llegar a experimentar un trabajador o colaborador a través de las experiencias preconcebidas en su centro de trabajo. tal como se detalla en la Figura 2.

Figura 2: Teoría de Locke



Fuente: John Locke (1976)

En cuanto a estrategias de satisfacción laboral, Chiang (2007), indica que son estrategias para modificar la respuesta o nivel de respuesta que siente o percibe el trabajador por consecuencia de los factores que se puedan llegar a presentar en cada situación laboral en particular, pudiendo estar representados por niveles de respuesta expuestos por los trabajadores a la aplicación de estrategias para la satisfacción con el cargo desempeñado, con el trabajo, con el departamento o con la institución.

Por otro lado, la satisfacción con el trabajo es definida por Perugini y Vladislavljević (2019) como una emoción positiva o agradable que se da como resultado de las experiencias laborales.

En cuanto a la satisfacción con el departamento, Machado, Soares, Brites, Ferreira y Gouveia (2011) la definen como el estado emocional que llega a desarrollar, con el tiempo, una persona en un lugar específico de la empresa o lugar de trabajo donde se desempeñe.

Según Palacios-Marqués, García, Sánchez y Mari (2019), la satisfacción con la institución es un medidor de que tan conforme se siente el trabajador en el centro de trabajador, además de al mismo tiempo ser un grupo de actitudes que el trabajador adopta acorde al nivel satisfacción interna que tenga.

Wang, Wang, Zhang, y Ma (2020). Definen la satisfacción con el cargo desempeñado como el punto más alto en el bienestar y armonía que los trabajadores pueden llegar a percibir o experimentar dentro de la empresa o centro de trabajo.

Por otra parte, la calidad de servicio es definida por Juran (2012), dos conceptos diferentes, pero de similitud, existe un tipo de calidad que esta netamente orientada a los ingresos haciendo que el producto o servicio goce de características para satisfacer al cliente; mientras que el otro tipo de calidad se enfoca en los costos y su reducción de fallas y/o deficiencias.

Asimismo, en cuanto a la calidad de servicio, Tigani (2006) lo define como las características, actos e información que tienen como finalidad incrementar la capacidad de producir valor para el cliente, tomando en cuenta la presencia, la responsabilidad, el compromiso y la excelencia para el servicio.

Según Du, Zhang, y Hua (2015) la presencia con el cliente es definida como que tan fácilmente el cliente puede llegar a la tienda que desea, sin embargo, esta presencia puede ser digital como con un sitio web, como también con una tienda bien implementada y cerca del cliente.

En cuanto a la responsabilidad con el cliente, Mohammed y Rashid (2018), indican que es el deber que tiene cada trabajador para con el cliente de brindar un servicio óptimo a los clientes para fines positivos de la empresa para que labora dicho empleado.

Según Gong, Gao, Koh, Sutcliffe y Cullen (2019), el compromiso con el cliente es definido como la capacidad de relacionarse y empatizar con ellos de la manera más eficiente y rápida posible para así asegurar un servicio de calidad para los mismos.

En cuanto a la excelencia de servicio Bhattacharya, Hsu, Li y Liu (2018), indican que es el nivel de percepción que los clientes pueden llegar a detectar, y que el mismo sea superior a las expectativas previas y además que, el servicio sea de mejor calidad que el de los demás competidores.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

El enfoque **fue cuantitativo**, de acuerdo con Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2014), este tipo de enfoque se caracteriza por ser utilizado para poder probar las hipótesis, a través del análisis estadístico, de los trabajos de investigación haciendo uso de la recolección de datos. El objetivo es probar teorías.

El tipo **fue aplicada**, según Bernal (2010), este tipo de investigación se caracteriza en que el problema nace de la practica social y los resultados de esa investigación pueden aplicarse

El nivel **fue explicativo**, según Ñaupás, Mejía, Novoa y Villagómez (2019), este nivel de investigación se caracteriza por servir para la realización de investigaciones explicativas, además de que sirve para poder tomar decisiones dentro de la empresa, tanto de manera correctiva como de manera incentiva.

El diseño es **fue no experimental**, según Bernal (2010), este diseño de investigación se caracteriza por llevarse a cabo mediante diseños, estos son conjuntos de procedimientos con los cuales se manipulan las variables independientes y se mide el efecto de la misma sobre las variables dependientes.

El corte **fue transversal**, según Fernández (2019), esta clase de corte de investigación se caracteriza por analizar distintos datos de las variables en un periodo de tiempo y una muestra definida.

3.2 Variables y operacionalización

Debido a que el estudio es de nivel explicativo, se presenta una variable independiente (x) y una variable dependiente (y)

La variable independiente (x) es: Estrategias de satisfacción laboral, en cuanto a sus dimensiones, estas son: estrategias para la satisfacción con el trabajo, estrategias de satisfacción con el departamento, estrategias para la satisfacción con la institución y estrategias para la satisfacción con el cargo desempeñado.

Cabe resaltar que la variable independiente es cualitativa, por lo que será cuantificada a través de la escala Likert de cinco opciones, y medida ordinal.

La variable dependiente (y) es: Calidad de servicio, en cuanto a sus dimensiones, estos son: Presencia, responsabilidad, compromiso y excelencia de servicio.

Cabe resaltar que la variable dependiente es cualitativa, por lo que será cuantificada a través de la escala Likert de cinco opciones, y medida ordinal.

Se confeccionó una matriz de operacionalización de variables, la cual se encuentra en el ANEXO 3.

3.3 Población, muestra y muestreo

Según Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2014), **la población** es la totalidad de elementos a los que se les aplica un estudio o investigación, además estos elementos cuentan con características determinadas.

En esta investigación se consideró como población a los pobladores de Lima metropolitana entre los 20 y 40 años, asisten y compran a la empresa Full Metal Company.

Los **criterios de inclusión**: todos los clientes de la empresa Full Metal Company sac en el año 2019

Los **criterios de exclusión**: Son todos los **sujetos que no son** clientes de la empresa Full Metal Company sac en el año 2019

En cuanto a **la muestra**, Bernal (2010), la define como el subconjunto que se extrae de la población a la cual se le aplicará un estudio o investigación, esta parte de la población tiene características determinadas por el investigador para así poder recolectar datos de mayor veracidad o confiabilidad.

Tamaño de muestra

n = 384.16

La fórmula del cálculo de la muestra esta explicada y detallada en el ANEXO 13

En la presente investigación se empleó el **muestreo probabilístico**, razón por la cual la muestra de la investigación será seleccionada a razón de conveniencia del investigador.

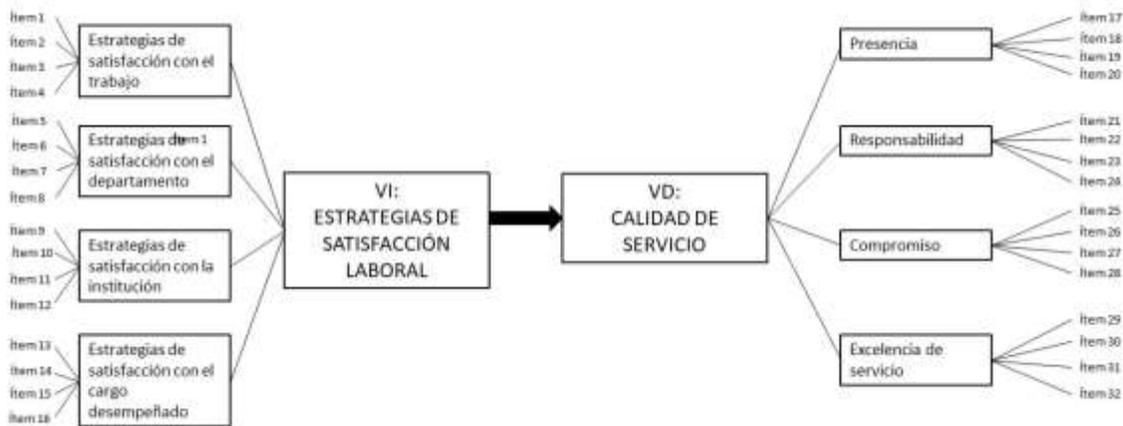
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Según Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2014), **el cuestionario** reside en un grupo de preguntas con respecto a las variables a medir que presenta la investigación, además debe tener relación con los problemas e hipótesis planteados en la investigación.

La técnica que se aplicó para la recolección de datos de la presente investigación fue **la encuesta**, de la mano con el cuestionario, el cual consta de 32 preguntas, el cual facilitará la recolección de data. En el ANEXO 4 se presenta el cuestionario.

Se presenta el marco de consistencia.

Figura 3: Marco de consistencia



fuerite: Cuestionario

El cuestionario fue evaluado por el juicio de 6 expertos (anexo “10”), además fue evaluado por los criterios de pertinencia, relevancia y claridad. Se aplicó, además la V. de AiKen (Anexo “12”), y se tuvo como resultado lo descrito en la tabla 1.

La prueba estadística de confiabilidad fue dada a través de la prueba de alfa de Cronbach y dos mitades de Guttman. Para la valoración de dichos coeficientes, se utilizó la propuesta por Cháves-Barboza y Rodríguez-Miranda (2018).

Tabla 1: Tabla de interpretación de resultados del Alfa de Cronbach

Intervalo al que pertenece el Coeficiente Alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
[0; 0,5[Inaceptable
[0,5; 0,6[Pobre
[0,6; 0,7[Débil
[0,7; 0,8[Aceptable
[0,8; 0,9[Bueno
[0,9; 1[Excelente

Fuente: Cháves-Barboza y Rodríguez-Miranda (2018).

A través del software de análisis estadístico spss el resultado de **alfa de Cronbach** para el total de ítems fue de 0,962 lo cual según Cháves-Barboza y Rodríguez-Miranda, es aceptable. Se llegó a concluir también la prueba de alfa de Cronbach para la variable independiente “Estrategias de satisfacción laboral” con un valor de 0,930 que es aceptable y un valor de 0,941 para la variable dependiente “calidad de servicio”. Un análisis de mayor rigor determinó el resultado del alfa de Cronbach para cada dimensión, teniendo en cuenta los valores obtenidos para la variable independiente “estrategias de satisfacción laboral” 0,905; 0,921; 0,904 y 0,921(Estrategias de satisfacción con el trabajo, estrategias de satisfacción con el departamento, estrategias de satisfacción con la institución y estrategias de satisfacción con el cargo desempeñado) y 0,908; 0,911; 0,912 y 0,919 (Presencia, responsabilidad, compromiso y excelencia de servicio) de la variable dependiente “calidad de servicio”. El cálculo estadístico se puede verificar en el ANEXO 5

Se consideró pertinente realizar la prueba de **dos mitades de Guttman**, a fin de obtener una segunda opinión de confiabilidad, obteniendo el valor de 0,889 (aceptable), lo cual se encuentra detallado en el ANEXO 6

3.5 Procedimientos

La data se obtuvo encuestando a los clientes de la empresa Full Metal Company sac. Con el permiso que la empresa concedió y se puede comprobar en el ANEXO 5. Los encuestados fueron informados acerca del objetivo de la investigación y como prueba de ello es que firmaron el consentimiento informado.

3.6 Método de análisis de datos

Se realizó la **prueba de normalidad**, de Kolmogorov-Smirnov, y se obtuvo una significación asintótica (bilateral) 0.000 para la variable independiente “estrategias de satisfacción laboral” y 0.000 para la variable dependiente “calidad de servicio”

Se detallaron datos **descriptivos generales**, los cuales muestran media, rango, valor máximo, etc.

Se detalló los datos **descriptivos por ítem (tablas de frecuencia)**, en el ANEXO 14.

Se realizó la **prueba de hipótesis**, mediante la prueba estadística chi cuadrado de Pearson (debido a que son variables cualitativas y se busca determinar asociación entre variables – influencia/incidencia/efecto de una sobre otra), el resultado fue que la significación asintótica fue menor a 0,050 por lo cual se comprueba la hipótesis existe asociación entre las variables “estrategias de satisfacción laboral” y “calidad de servicio”

3.7 Aspectos éticos

Se empleó en esta investigación el programa estadístico SPSS en su versión 26 y en el idioma español.

El autor asegura que en esta investigación no se realizó o incurrió en algún tipo de plagio o copia, en cuanto a las referencias y citado de fuentes información, se siguió el manual American Psychological Association.

El autor también asegura que, la información o data recopilada y procesada tuvo solamente fines académicos, así mismo se veló por el anonimato de las personas encuestadas.

Los encuestados fueron informados acerca del objetivo de la investigación y como prueba de ello es que firmaron el consentimiento informado, el cual se puede visualizar en el ANEXO 16.

Se afirma que la información recopilada y procesada es resultado de las encuestas por parte del autor en el campo.

IV. RESULTADOS

En cuanto a los resultados, se aplicó la **prueba de normalidad**, la cual de acuerdo con Bernal (2010) se utiliza para llegar a conocer la frecuencia de distribución de datos las variables y su significación asintótica bilateral. La tabla 2 da los resultados de dicha prueba que se realizada mediante la prueba Kolmogórov-Smirnov.

Tabla 2: Prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov

Prueba de Kolmogórov-Smirnov para una muestra			
		(V1) Variable independiente: Estrategias de satisfacción laboral	(V2) Variable dependiente: Calidad de servicio
N		385	385
Parámetros normales ^{a,b}	Media	4.03	4.37
	Desv. Desviación	0.730	0.780
Máximas diferencias extremas	Absoluto	0.373	0.271
	Positivo	0.316	0.209
	Negativo	-0.373	-0.271
Estadístico de prueba		0.373	0.271
Sig. asintótica(bilateral)		,000 ^c	,000 ^c

Según la tabla 2, los resultados de la prueba KS dieron como resultado 0,000 y 0,000 para las variables “estrategias de satisfacción laboral” y “calidad de servicio” respectivamente, lo cual permite concluir que sus frecuencias son no normal.

los estadísticos descriptivos generales están más ampliamente explicados en el anexo 14

A continuación, podemos observar los promedios de las respuestas, varianza, desviación estándar, etc. Por cada pregunta, dimensión y variable.

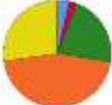
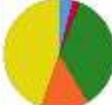
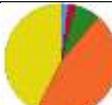
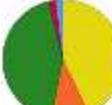
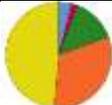
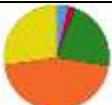
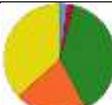
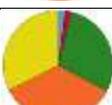
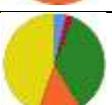
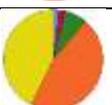
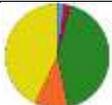
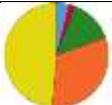
Tabla 3: Estadísticos descriptivos

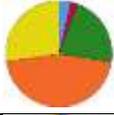
	Estadísticos descriptivos							
	N Estadístico	Rango Estadístico	Mínimo Estadístico	Máximo Estadístico	Media Estadístico	Desv. Error	Desv. Desviación Estadístico	Varianza Estadístico
1.- La motivación laboral es importante para desarrollar satisfacción con el trabajo	385	4	1	5	3.90	0.048	0.946	0.894
2.- La satisfacción con el trabajo es resultado de una naturaleza de trabajo positiva	385	4	1	5	3.88	0.051	1.000	0.999
3.- La satisfacción de cada trabajador puede ser modificada en la medida en que varíe el salario	385	4	1	5	3.94	0.048	0.933	0.871
4.- Los incentivos por parte de la empresa crean satisfacción con el trabajo	385	4	1	5	3.94	0.057	1.110	1.233
5.- La satisfacción en el departamento de trabajo se incrementa cuando se trabaja en equipo	385	4	1	5	4.26	0.042	0.825	0.681
6.- La comunicación es importante para la satisfacción en el departamento de trabajo	385	4	1	5	3.90	0.054	1.054	1.110
7.- La satisfacción en el departamento mejorará si el clima laboral es óptimo	385	4	1	5	4.19	0.051	1.006	1.011
8.- La actualización de equipos tecnológicos modificara positivamente la satisfacción con el departamento de trabajo	385	4	1	5	3.90	0.048	0.946	0.894

9.- La satisfacción con la institución es resultado de las condiciones laborales	385	4	1	5	3.88	0.051	1.000	0.999
10.- Tener un departamento de bienestar modifica positivamente la satisfacción con la institución	385	4	1	5	3.94	0.048	0.933	0.871
11.- La reputación de la empresa motiva a todo trabajador a seguir en la institución	385	4	1	5	3.94	0.057	1.110	1.233
12.- La reputación de una institución genera satisfacción con la empresa.	385	4	1	5	4.26	0.042	0.825	0.681
13.- La satisfacción con el cargo desempeñado varía en torno a la relación con los jefes	385	4	1	5	3.90	0.054	1.054	1.110
14.- Cuando se logran resultados individuales, la satisfacción con el cargo incrementa	385	4	1	5	4.19	0.051	1.006	1.011
15.- La satisfacción con el puesto de trabajo es influido por los horarios de trabajo	385	4	1	5	3.90	0.048	0.946	0.894
16.- La satisfacción con el cargo varía dependiendo de las funciones que se realicen	385	4	1	5	3.88	0.051	1.000	0.999
17.- La infraestructura de la empresa, le añade presencia a la empresa	385	4	1	5	4.34	0.049	0.960	0.921
18.- La presencia de la empresa se ve modificada por los horarios de atención	385	4	1	5	4.07	0.048	0.949	0.901
19.- La empresa demuestra presencia el tiempo de atención	385	4	1	5	4.27	0.051	1.010	1.021
20.- La empresa demuestra presencia siempre que sus vendedores están en su puesto	385	4	1	5	4.23	0.053	1.035	1.071
21.- La empresa muestra responsabilidad con el nivel de conocimiento de su personal	385	4	1	5	4.06	0.053	1.044	1.090
22.- La comunicación es parte esencial de la responsabilidad de la empresa	385	4	1	5	4.37	0.051	1.002	1.004

23.- La empresa demuestra responsabilidad con el respeto de sus vendedores	385	4	1	5	4.20	0.051	0.998	0.995
24.- La empresa expresa responsabilidad con el nivel de empatía de sus trabajadores	385	4	1	5	4.34	0.049	0.960	0.921
25.- A través de las capacitaciones al personal la empresa demuestra su compromiso con los trabajadores y los clientes.	385	4	1	5	4.07	0.048	0.949	0.901
26.- El trato de los vendedores demuestra el compromiso de la empresa con el cumplimiento de sus objetivos empresariales.	385	4	1	5	4.27	0.051	1.010	1.021
27.- La empresa muestra su compromiso con la resolución de problemas que se presenten	385	4	1	5	4.23	0.053	1.035	1.071
28.- La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes	385	4	1	5	4.06	0.053	1.044	1.090
29.- Un pedido sin errores es resultado de un servicio de excelencia	385	4	1	5	4.37	0.051	1.002	1.004
30.- Contar con el material requerido demuestra la excelencia de servicio por parte de la empresa	385	4	1	5	4.20	0.051	0.998	0.995
31.- Un despacho rápido y veloz demuestra excelencia en el servicio brindado	385	4	1	5	4.20	0.051	0.998	0.995
32.- La excelencia de servicio se muestra mediante los resultados de la atención hacia el cliente.	385	4	1	5	4.20	0.051	0.998	0.995
(D1) Dimensión 1: Estrategias de satisfacción con el trabajo	385	3	2	5	3.99	0.037	0.718	0.516
(D2) Dimensión 2: Estrategias de satisfacción con el departamento	385	3	2	5	4.14	0.037	0.731	0.534
(D3) Dimensión 3: Estrategias de satisfacción con la institución.	385	3	2	5	4.08	0.034	0.676	0.457

(D4) Dimensión 4: Estrategias de satisfacción con el cargo desempeñado.	385	4	1	5	4.05	0.041	0.812	0.659
(D5) Dimensión 5: Presencia.	385	4	1	5	4.36	0.044	0.868	0.753
(D6) Dimensión 6: Responsabilidad.	385	3	2	5	4.49	0.035	0.696	0.485
(D7) Dimensión 7: Compromiso.	385	4	1	5	4.26	0.042	0.826	0.682
(D8) Dimensión 8: Excelencia de servicio.	385	4	1	5	4.36	0.043	0.845	0.714
(V1) Variable independiente: Estrategias de satisfacción laboral	385	4	1	5	4.03	0.037	0.730	0.533
(V2) Variable dependiente: Calidad de servicio	385	4	1	5	4.37	0.040	0.780	0.608
N válido (por lista)	385							

Item 1.- El 45,19% de la muestra total respondió de acuerdo	
Item 2.- El 36.62% de la muestra total respondió totalmente de acuerdo	
Item 3.- El 34.80% de la muestra total respondió de acuerdo	
Item 4.- El 44,67% de la muestra total respondió totalmente de acuerdo	
Item 5.- El 46,23% de la muestra total respondió de acuerdo	
Item 6.- El 42,85% de muestra la total respondió totalmente de acuerdo y la misma cantidad de porcentaje respondió que ni de acuerdo ni en desacuerdo	
Item 7.- El 49,19% de la muestra total respondió totalmente de acuerdo	
Item 8.- El 45,19% de la muestra total respondió de acuerdo	
Item 9.- El 38,44% de la muestra total respondió ni de acuerdo en desacuerdo	
Item 10.- El 34,80% de la muestra total respondió de acuerdo	
Item 11.- El 44.67% de la muestra total respondió de acuerdo	
Item 12.- El 46.23% de muestra total respondió de acuerdo	
Item 13.- El 42.85% de la muestra total respondió totalmente de acuerdo	
Item 14.- El 48,67% de la muestra total respondió totalmente de acuerdo	

Item 15.- El 45,19% de la muestra total respondió de acuerdo	
Item 16.- El 38,44% de la muestra total respondió ni de acuerdo ni desacuerdo	

Celeste: totalmente en desacuerdo

Rojo: en desacuerdo

Verde: ni de acuerdo ni en desacuerdo

Naranja: de acuerdo

Amarrillo: Totalmente de acuerdo

Tabla 4: Prueba de hipótesis general

Prueba de hipótesis: Chi cuadrado de Pearson para la hipótesis general “Las estrategias de satisfacción laboral influyen significativamente en la calidad de servicio de la empresa Full Metal Company SAC”

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	890,844a	16	0,000
Razón de verosimilitud	304,170	16	0,000
Asociación lineal por lineal	213,203	1	0,000
N de casos válidos	385		

De acuerdo con la tabla 4, existe **asociación** estadística significativa entre la variable independiente “Estrategias de satisfacción laboral” y la variable dependiente “calidad de servicio”, esto es debido a los resultados que se evidenciaron en la investigación, la significación asintótica bilateral fue de 0,000 (menor a 0,05). El valor que se obtuvo de Chi cuadrado de Pearson fue de 890,844. Al evidenciar asociación entre las variables; es correcto decir que existe influencia de la variable independiente frente a la variable dependiente.

Por consiguiente, se valida la hipótesis:

Las estrategias de satisfacción laboral influyen significativamente en la calidad de servicio de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019,

Tabla 5: Prueba de hipótesis específica 1

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	910, 252a	16	0.000
Razón de verosimilitud	300.021	16	0.000
Asociación lineal por lineal	203.309	1	0.000
N de casos válidos	385		

De acuerdo con la tabla 5, se comprueba que; Las estrategias de satisfacción laboral influyen en la presencia con los clientes de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019, esto se validó a través de la prueba de Chi cuadrado de Pearson obteniendo una significación asintótica bilateral = 0.000

Tabla 6: Prueba de Hipótesis específica 2

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	458, 793 ^a	8	0.000
Razón de verosimilitud	213.240	8	0.000
Asociación lineal por lineal	196.435	1	0.000
N de casos válidos	385		

De acuerdo con la tabla 6, se comprueba que; Las estrategias de satisfacción laboral influyen en la responsabilidad con los clientes de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019, esto se validó a través de la prueba de Chi cuadrado de Pearson obteniendo una significación asintótica bilateral = 0.000

Tabla 7: Prueba de hipótesis específica 3

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	916,664 ^a	16	0.000
Razón de verosimilitud	328.095	16	0.000
Asociación lineal por lineal	192.905	1	0.000
N de casos válidos	385		

De acuerdo con la tabla 7, se comprueba que; Las estrategias de satisfacción laboral influye en el compromiso con los clientes de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019, esto se validó a través de la prueba de Chi cuadrado de Pearson obteniendo una significación asintótica bilateral = 0.000

Tabla 8: Prueba de hipótesis específica 4

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	834,139 ^a	16	0.000
Razón de verosimilitud	222.923	16	0.000
Asociación lineal por lineal	138.102	1	0.000
N de casos válidos	385		

De acuerdo con la tabla 8, se comprueba que; Las estrategias de satisfacción laboral influye en la excelencia con los clientes de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019, esto se validó a través de la prueba de Chi cuadrado de Pearson obteniendo una significación asintótica bilateral = 0.000.

V. DISCUSIÓN

Discusión con antecedente:

En cuanto al trabajo presentado por Fuentes (2012), se encontró ciertos objetivos previamente planteados por el investigador fueron similares a los formulados en esta investigación, ya que ambas buscaron determinar la influencia de la “satisfacción laboral” sobre otra variable, “productividad” en el caso anterior y “calidad de servicio” para esta investigación pero en diferente contexto, ya que el investigador citado realizó su estudio en torno a la delegación de recursos humanos del organismo judicial en la ciudad de Quetzaltenango, y esta investigación utilizó como contexto a los clientes de una empresa en el cercado de Lima. En cuanto a los resultados, Fuentes (2012) utilizó la prueba de chi-cuadrado de Pearson, obteniendo el resultado de significación bilateral de 0,9. Se puede concluir que los resultados obtenidos en esta investigación son más determinantes, por cuanto los resultados de significación bilateral son menores a los obtenidos por Fuentes (2012), es posible que los resultados obtenidos en un contexto distinto (una empresa comercializadora ubicada en el Cercado de Lima), tiendan a presentar valores más determinantes a los del contexto evaluado por Fuentes (2012), lo cual podría ser validado mediante otra investigación a futuro.

En lo que respecta al trabajo que presentó Ríos (2014), se pudo notar que ciertos objetivos que se presentaron por el investigador, llegaron a ser similares a los que se formuló en esta investigación, puesto que ambas tuvieron como objetivo encontrar o determinar la influencia de la “satisfacción laboral” sobre otra variable, “clima laboral” en la investigación posterior y “calidad de servicio” para esta investigación, pero ambas investigaciones se realizaron en contextos diferentes, ya que el investigador anteriormente citado realizó su estudio en torno al personal del área administrativa de empresa eléctrica Municipal, ubicada en la cabecera departamental de Huehuetenango (México), y esta investigación se realizó en torno a los clientes de una empresa en el Cercado de Lima. En cuanto a la muestra, el investigador realizó su investigación en torno a 28 trabajadores de una empresa, mientras que la muestra en esta investigación fue de 385 personas. En lo que

respecta a los resultados, Ríos (2014) utilizó la prueba de Chi-cuadrado de Pearson, y obtuvo como significación bilateral el coeficiente de 0.002; Se concluye que ambos resultados tienden a ser similares, aunque la diferencia de contexto en la muestra puede reflejar la pequeña diferencia que existe entre los resultados al compararlo con esta investigación. Los resultados pueden ser validados en el futuro con alguna otra investigación en el futuro

En cuanto al estudio realizado por Sosa, Sierra y Montoya (2012), se analizó que esta investigación fue de enfoque cualitativo, toda vez que este demuestra que existe relación entre las variables “satisfacción laboral” y “atención al cliente”; al respecto, este estudio complementa lo planteado por dichos autores, ya que analiza una de las variables, además con otro enfoque (cuantitativo). En dicha investigación se tomo como muestra para el estudio a 110 clientes de un restaurante mientras que en la presente investigación se entrevisto a 385 personas, además se obtuvo un resultado de Rho Spearman de 0,001. Llegando a las mismas conclusiones solo que en relación con otra variable la cual en esta investigación fue “calidad de servicio”

Por otro lado tenemos la investigación de Umaña (2015), en la cual podemos observar ciertas similitudes con los objetivos de esta investigación ya que ambos buscaron la relación entre la variable “satisfacción laboral” y en el caso del investigador “comunicación interna” y en esta investigación “calidad de servicio”, aunque ambas investigaciones se realizaron en contextos diferentes, en cuanto a la muestra, el investigador realizó su estudio en torno a 50 trabajadores de un restaurante gourmet y esta investigación se realizó en torno a 385 clientes de una empresa comercializadora. En lo que refiere a los resultados, Umaña (2015) utilizó la prueba de rho de Spearman y obtuvo como significación bilateral el resultado de 0.001. Aunque hay diferencia en el tipo de prueba estadística, los resultados son similares, aunque con diferentes interpretaciones en cada caso.

Con respecto al trabajo de Sánchez (2010), se puede observar que los objetivos son ligeramente similares ya que comparten la variable “satisfacción laboral”, siendo está relacionada con “clima organizacional” y en esta investigación “calidad de

servicio”, aunque los estudios se realizaron en entornos diferentes. El personal de salud de las Micro redes Cuñumbuque y Tabalosos en el caso del investigador y una empresa comercializadora en Cercado de Lima, en el caso de esta investigación. En cuanto a la muestra, fue de sesenta y cuatro trabajadores mientras que en esta investigación la muestra fue de 385 personas. En los resultados, Sánchez (2010) se tiene como resultado de rho de spearman 0.003 lo cual nos da un resultado similar a esta investigación ya que existe relación entre las variables.

En cuanto al trabajo de Alfaro, Leyton, Meza y Sáenz (2012), tomaron un enfoque cuantitativo el cual asemeja al de esta investigación, además de que demuestra la relación entre las variables “satisfacción laboral” con “algunas variables ocupacionales en tres municipalidades”. La muestra fue de trescientos cincuenta y dos trabajadores para el caso de los investigadores, y en esta investigación se la muestra fue de 385 clientes de una empresa comercializadora. El resultado de correlación fue de 0.64. Se concluyó que no había diferencias en el nivel de satisfacción de los trabajadores, por lo que contrasta de cierta manera con esta investigación; esto es debido tal vez a que las muestras fueron diferentes, así como las variables dependientes siendo “calidad de servicio” en esta investigación.

Respecto al trabajo de Calderón (2015), tomó un enfoque cuantitativo, lo cual demuestra similitud con esta investigación, sin embargo, demuestra la relación entre la “satisfacción laboral” y “Factores que limitan la aplicación del reglamento de ley N° 29783 de seguridad y salud en el trabajo”, mientras que en esta investigación se buscó la influencia de la primera variable con la “calidad de servicio”. En cuanto a la muestra, el investigador realizó su estudio en torno a cuarenta y cinco trabajadores y en esta investigación se realizó el estudio en torno a 385 clientes. El contexto fue diferente también ya que el investigador realizó su estudio con los trabajadores de las diferentes contrataciones y los trabajadores del Proyecto Especial Huallaga Central y Bajo Mayo, del Distrito de Tarapoto mientras que esta investigación se realizó en una empresa comercializadora en Cercado de Lima. Los resultados fueron similares y en el futuro se puede probar con otra investigación.

En tanto al trabajo de Uceda (2013), el investigador realizó su estudio con un enfoque cuantitativo, lo cual indica similitudes con esta investigación. Sin embargo, el investigador intentó encontrar el nivel de influencia de la “satisfacción laboral” con la “satisfacción del cliente externo” mientras que esta investigación busca el mismo nivel de influencia, pero con la variable “calidad de servicio”. El contexto del investigador fue las pollerías del distrito de la Victoria en la ciudad de Chiclayo lo cual es similar con esta investigación, puesto que en esta investigación también se realizó en torno a una empresa solo que en una locación distinta. La investigación se realizó a trescientos veintitrés trabajadores y en la presente investigación por otro lado se tomó una muestra muy cercana siendo de trescientos ochenta y cinco clientes. Los resultados fueron similares pues el investigador concluyó que, (con un resultado de Chi cuadrado de Pearson de 0.046) si existe influencia entre sus variables, lo mismo se puede validar o contrastar a través del tiempo con futuras investigaciones.

Discusión con la teoría:

En lo que respecta a la teoría revisada a lo largo de esta investigación, la variable independiente “Satisfacción laboral” fue constituida por cuatro dimensiones “satisfacción con el trabajo”, “satisfacción con el departamento”, “satisfacción con la institución” y “satisfacción con el cargo desempeñado” según Chiang (2007). Los promedios de respuesta obtenidos en esta investigación fueron altos (satisfacción con el trabajo = 4,01, satisfacción con el departamento = 4,16, satisfacción con la institución = 4.14 y satisfacción con el cargo desempeñado = 4,58), en la escala de Likert donde 5 fue totalmente de acuerdo y 1 fue totalmente en desacuerdo lo cual comprobaría el análisis descriptivo general realizado por Chiang. Así mismo el presente estudio confirma la posición del autor teórico en relación a las dimensiones que constituyen la variable “satisfacción laboral”

En cuanto a la teoría revisada sobre la variable dependiente “Calidad de servicio” fue construido por cuatro dimensiones “presencia”, “responsabilidad”, “Compromiso” y “excelencia de servicio” según Tigani (2006). El análisis descriptivo general que se realizó en esta investigación, guarda relación con la teoría, ya que

el promedio de respuesta de los encuestados fue alto (presencia = 4,58, responsabilidad = 4,14, compromiso = 4,16 y excelencia de servicio = 4,01), en la escala de Likert donde 5 fue totalmente de acuerdo y 1 fue totalmente en desacuerdo. De esa manera, esta investigación confirma la posición del autor teórico con relación a la variable dependiente “calidad de servicio”

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo con Lam (2016), define a las conclusiones como generalizaciones que llegan por los resultados, así mismo, representan los aportes de la investigación. Líneas abajo se detallan las conclusiones a las que se llegó en esta investigación.

1. Las estrategias de satisfacción laboral influyen significativamente en la calidad de servicio de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019, lo cual fue validado a través de la prueba de Chi cuadrado de Pearson obteniendo una significación asintótica bilateral = 0.000
2. H1 Las estrategias de satisfacción laboral influyen en la presencia con los clientes de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019, esto se validó a través de la prueba de Chi cuadrado de Pearson obteniendo una significación asintótica bilateral = 0.000
3. H2 Las estrategias de satisfacción laboral influyen en la responsabilidad con los clientes de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019, esto se validó a través de la prueba de Chi cuadrado de Pearson obteniendo una significación asintótica bilateral = 0.000
4. H3 Las estrategias de satisfacción laboral influye en el compromiso con los clientes de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019, esto se validó a través de la prueba de Chi cuadrado de Pearson obteniendo una significación asintótica bilateral = 0.000
5. H4 Las estrategias de satisfacción laboral influye en la excelencia con los clientes de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año

2019, esto se validó a través de la prueba de Chi cuadrado de Pearson obteniendo una significación asintótica bilateral = 0.000.

VII. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones de investigación son definidas por Fernandez (2019), como referencias que están dirigidas a brindar una guía en base a los resultados obtenidos en una investigación, además de estar dirigidas a mejorar los métodos de estudio en futuras investigaciones. en ese sentido, a continuación, se numeran las recomendaciones fruto en esta investigación.

A la empresa Full Metal Company sac donde se realizó la investigación, se le hace la recomendación de hacer reformas en la satisfacción laboral por medio de estrategias, debido a que con la presente investigación se logró determinar que existe influencia en gran manera entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio, además de que en el curso de esta investigación se implementaron algunas estrategias y tuvieron un efecto positivo en la calidad percibida por los clientes.

A empresas similares, se les hace la recomendación también hacer reformas en la satisfacción laboral percibida, ya que los resultados obtenidos por la prueba estadística Chi cuadrado de Pearson, pueden ser inferenciados, lo que es decir que se aplica a varios contextos, por lo tanto, se presente alguna realidad problemática superior a la presentada, estas pueden ser solucionadas con esta propuesta.

A investigadores del campo de investigación de gestión de organizaciones y otros estudiantes de pregrado y postgrado, se les hace la recomendación de se pone a disposición toda la información recopilada en el presente estudio, recopilación teórica, implicancias prácticas solucionadas, y modelos empleados, con el fin de que pueda ser su uso para futuras investigaciones, así mismo se recomienda el estudio de las variables utilizadas con el fin de lograr una mayor cantidad de discusiones.

REFERENCIAS

- Alfaro, R., Leyton, S., Meza, A. y Sáenz I. (2012) “*Satisfacción laboral y su relación con algunas variables ocupacionales en tres municipalidades*”. (Perú).
- Alles, M. (2008). Dirección estratégica de recursos humanos gestión por competencias. (2da ed.). Buenos Aires, Argentina, Ediciones grafica Granica.
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación. (3ra ed.). Bogota, Colombia: Pearson Educativa de Colombia Ltda.
- Bhattacharya, D., Hsu, S.-C., Li, W.-H., & Liu, C.-T. (2018). A Combined Firm’s Decision to Hire the Target’s Financial Advisor after Acquisition: Does “Service Excellence” Pay Off? Finance Research Letters. doi:10.1016/j.frl.2018.08.004
- Calderón, E. (2015), “*Factores que limitan la aplicación del reglamento de ley N° 29783 de seguridad y salud en el trabajo, para la satisfacción laboral de los trabajadores de las diferentes contratos y los trabajadores del Proyecto Especial Huallaga Central y Bajo Mayo, del Distrito de Tarapoto, año 2014*”. (Tesis posgrado).
- Chiang, M., Salazar, C., Nuñez, A. (2007). Clima organizacional y satisfacción laboral en un establecimiento de salud estatal: tipo 1. Theoria, 2(16), pág. 61-67. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/299/29916206.pdf>
- Du, J., Zhang, J., & Hua, G. (2015). Pricing and inventory management in the presence of strategic customers with risk preference and decreasing value. International Journal of Production Economics, 164, 160–166. doi:10.1016/j.ijpe.2015.02.013
- Fuentes, S. (2012), “*Satisfacción laboral y su influencia en la productividad (estudio realizado en la delegación de recursos humanos del organismo judicial en la ciudad de Quetzaltenango)*” (Tesis pregrado).

- Gong, M., Gao, Y., Koh, L., Sutcliffe, C., & Cullen, J. (2019). The Role of Customer Awareness in Promoting Firm Sustainability and Sustainable Supply Chain Management. *International Journal of Production Economics*. doi:10.1016/j.ijpe.2019.01.033
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ta ed.). México D.F., México: McGraw-Hill.
- Juran, J. M. (2012). Joseph M. Juran. *Business Theory: High-impact Strategies-What You Need to Know: Definitions, Adoptions, Impact, Benefits, Maturity, Vendors*, 119.
- Kwak, H., Anderson, R. E., Leigh, T. W., & Bonifield, S. D. (2019). Impact of salesperson macro-adaptive selling strategy on job performance and satisfaction. *Journal of Business Research*, 94, 42–55. doi:10.1016/j.jbusres.2018.09.015
- Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. Book Chapter in *Handbook of industrial and organizational psychology* (1990).
- Machado, M. de L., Soares, V. M., Brites, R., Ferreira, J. B., & Gouveia, O. M. R. (2011). A Look to Academics Job Satisfaction and Motivation in Portuguese Higher Education Institutions. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 29, 1715–1724. doi:10.1016/j.sbspro.2011.11.417
- Mohammed, A., & Rashid, B. (2018). A conceptual model of corporate social responsibility dimensions, brand image, and customer satisfaction in Malaysian hotel industry. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(2), 358–364. doi:10.1016/j.kjss.2018.04.001
- Palacios-Marqués, D., García, M. G., Sánchez, M. M., & Mari, M. P. A. (2019). Social entrepreneurship and organizational performance: A study of the mediating role of distinctive competencies in marketing. *Journal of Business Research*. doi:10.1016/j.jbusres.2019.02.004

- Perugini, C., & Vladisavljević, M. (2019). Gender inequality and the gender-job satisfaction paradox in Europe. *Labour Economics*. doi:10.1016/j.labeco.2019.06.006
- Ríos, F. (2014), *“Satisfacción Laboral y su influencia en el clima organizacional, del personal del área administrativa de empresa eléctrica Municipal, ubicada en la cabecera departamental de Huehuetenango”*. (Tesis de grado).
- Sanchez, K. (2010), en su tesis *“Clima organizacional y su relación con la satisfacción laboral del personal de salud de las Microrredes Cuñumbuque y Tabalosos”*
- Sosa, D. Sierra, L & Montoya, O.(2012), realizaron la investigación *“Influencia de la Satisfacción Laboral sobre la Atención al cliente en la Empresa Church’s Chicken” Estados Unidos*
- Uceda, I. (2013), *“Influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de la Victoria en la ciudad de Chiclayo”*, (tesis para optar por el grado de licenciada en administración de empresas).
- Umaña, C (2015) realizó la investigación *“Comunicación interna y Satisfacción Laboral” México*
- Wang, W., Wang, Y., Zhang, Y., & Ma, J. (2020). Spillover of workplace IT satisfaction onto job satisfaction: The roles of job fit and professional fit. *International Journal of Information Management*, 50, 341–352. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2019.08.011f

ANEXOS

ANEXO 1 Matriz de operacionalización de variables

“ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN LABORAL Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN FULL METAL COMPANY, LIMA, 2019”

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS PRINCIPAL	VARIABLES	DISEÑO METODOLOGICO
¿En qué medida influye las estrategias de satisfacción laboral en la calidad de servicio de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019?	Identificar en qué medida las estrategias de satisfacción laboral influyen en la calidad de servicio de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019	Las estrategias de satisfacción laboral influyen significativamente en la calidad de servicio de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019	<p>Variable Independiente</p> <p>Estrategias de satisfacción laboral</p> <p>Dimensiones:</p> <p>a) Estrategias de satisfacción con el trabajo</p> <p>b) Estrategias de satisfacción con el departamento</p> <p>c) Estrategias de satisfacción con la institución</p> <p>d) Estrategias de satisfacción con el cargo desempeñado</p> <p>Variable Dependiente</p> <p>Calidad de servicio</p> <p>a) Presencia</p> <p>b) Responsabilidad</p> <p>c) Compromiso</p> <p>d) Excelencia de servicio</p>	<p>Tipo de estudio</p> <p>Descriptivo – Aplicada y de enfoque cuantitativo.</p> <p>Diseño: No experimental de corte transversal.</p> <p>Área de estudio: Biblioteca UCV</p> <p>Población y muestra</p> <p>Clientes (384) personas.</p> <p>Instrumento: Encuesta</p> <p>Técnica: Entrevista</p> <p>Valoración estadística</p> <p>Paquete estadístico SSPS 26 (versión en español)</p>
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICOS		
1) 1.¿En qué medida influyen las estrategias de satisfacción laboral en la presencia con clientes en la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019?	1) Identificar en que medida las estrategias de satisfacción laboral influyen en de la presencia con los clientes la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019?	1) Las estrategias de satisfacción laboral influyen en la presencia con los clientes de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019		
2) 2.¿En qué medida influyen las estrategias de satisfacción laboral en la responsabilidad con los clientes de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019?	2) ¿Identificar en qué medida las estrategias de satisfacción laboral influyen en la responsabilidad con los clientes la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019?	2) Las estrategias de satisfacción laboral influyen en la responsabilidad con los clientes de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019		
3) 3.¿En qué medida influyen las estrategias de satisfacción laboral en el compromiso con los clientes en la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019?	3) ¿Identificar en qué medida las estrategias de satisfacción laboral influyen en el compromiso con los clientes de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019?	3) Las estrategias de satisfacción laboral influyen en el compromiso con los clientes de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019		
4) 4.¿En qué medida influyen las estrategias de satisfacción laboral en la excelencia con los clientes en la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019?	4) Identificar en que medida las estrategias de satisfacción laboral influyen en la excelencia con los clientes la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019?	4) Las estrategias de satisfacción laboral influyen en la excelencia con los clientes de la empresa Full Metal Company SAC en el distrito de Lima año 2019		

ANEXO 2 Instrumento de recolección de datos (cuestionario)

	1	2	3	4	5
(VI) Variable Independiente: Estrategias de satisfacción laboral					
(D1) Dimensión 1: Estrategias de satisfacción con el trabajo					
1.- La motivación laboral es importante para desarrollar satisfacción con el trabajo					
2.- La satisfacción con el trabajo es resultado de una naturaleza de trabajo positiva					
3.- La satisfacción de cada trabajador puede ser modificada en la medida en que varíe el salario					
4.- Los incentivos por parte de la empresa crean satisfacción con el trabajo					
(D2) Dimensión 2: Estrategias de satisfacción con el departamento					
5.- La satisfacción en el departamento de trabajo se incrementa cuando se trabaja en equipo					
6.- La comunicación es importante para la satisfacción en el departamento de trabajo					
7.- La satisfacción en el departamento mejorará si el clima laboral es óptimo					
8.- La actualización de equipos tecnológicos modificara positivamente la satisfacción con el departamento de trabajo					
(D3) Dimensión 3: Estrategias de satisfacción con la institución					
9.- La satisfacción con la institución es resultado de la condiciones laborales					
10.- Tener un departamento de bienestar modifica positivamente la satisfacción con la institución					
11.- La reputación de la empresa motiva a todo trabajador a seguir en la institución					
12.- La reputación de una institución genera satisfacción con la empresa.					
(D4) Dimensión 4: Estrategias de satisfacción con el cargo desempeñado					
13.- La satisfacción con el cargo desempeñado varía en tomo a la relación con los jefes					
14.- Cuando se logran resultados individuales, la satisfacción con el cargo incrementa					
15.- La satisfacción con el puesto de trabajo es influido por los horarios de trabajo					
16.- La satisfacción con el cargo varía dependiendo de las funciones que se realicen					
(VD) Variable Dependiente: Calidad de servicio					
(D1) Dimensión 1: Presencia					
17.- La infraestructura de la empresa, le añade presencia a la empresa					
18.- La presencia de la empresa se ve modificada por los horarios de atención					
19.- La empresa demuestra presencia el tiempo de atención					
20.- La empresa demuestra presencia siempre que sus vendedores están en su puesto					
(D2) Dimensión 2: Responsabilidad					
21.- La empresa muestra responsabilidad con el nivel de conocimiento de su personal					
22.- La comunicación es parte esencial de la responsabilidad de la empresa					
23.- La empresa demuestra responsabilidad con el respeto de sus vendedores					
24.- La empresa expresa responsabilidad con el nivel de empatía de sus trabajadores					
(D3) Dimensión 3: Compromiso					
25.- A través de las capacitaciones al personal la empresa demuestra su compromiso con los trabajadores y los clientes.					
26.- El trato de los vendedores demuestra el compromiso de la empresa con el cumplimiento de sus objetivos empresariales.					
27.- La empresa muestra su compromiso con la resolución de problemas que se presenten					
28.- La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes					
(D4) Dimensión 4: Excelencia de servicio					
29.- Un pedido sin errores es resultado de un servicio de excelencia					
30.- Contar con el material requerido demuestra la excelencia de servicio por parte de la empresa					
31.- Un despacho rápido y veloz demuestra excelencia en el servicio brindado					
32.- La excelencia de servicio se muestra mediante los resultados de la atención hacia el cliente.					

ANEXO 3 Carta de autorización de la empresa

FULL METALCOMPANY S.A.C

AV. ARGENTINA 451 LIMA
CERCADO DE LIMA, LIMA, PERÚ

JULIO 13 DEL 2020

LIMA, CERCADO DE LIMA

CONSTANCIA DE AUTORIDAD

Por el presente documento se rectifica que Joao Daniel Rivera Alfaro identificado con número de DNI 72699299 siendo actual voluntario dentro de nuestra empresa, cuenta con autorización para realizar cualquier labor de investigación en las instalaciones con motivos académicos.

Permiso que le viene siendo otorgado desde inicios de Agosto del año 2019 hasta la fecha actual.

Se extiende la siguiente constancia a la solicitud del interesado y para los fines que le convenga.


AARÓN ANDREASCAMOÁ ROCA
GERENTE GENERAL
FULL METAL COMPANY S.A.C.
Aarón Andreadscamoa
Gerente Administrativo

Anexo 4 Matriz Consistencia

Matriz de consistencia							
Variable Independiente	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Variable dependiente	Variable	Definición conceptual	Definición operacional
	Estrategias de satisfacción laboral	En cuanto a estrategias de satisfacción laboral, Chiang (2007), indica que son estrategias para modificar la respuesta o nivel de respuesta que siente o percibe el trabajador por consecuencia de los factores que se puedan llegar a presentar en cada situación laboral en particular, pudiendo estar representados por niveles de respuesta expuestos por los trabajadores a la aplicación de estrategias para la satisfacción con el cargo desempeñado, con el trabajo, con el departamento o con la institución.	Se elaboró un cuestionario de conocimientos tipo Likert con 16 enunciados y cada uno de los indicadores están relacionadas con las dimensiones: estrategias para la satisfacción con el cargo desempeñado, con el trabajo, con el departamento o con la institución.		Calidad de servicio	En cuanto a la calidad de servicio, Tigani (2006) lo define como las características, actos e información que tienen como finalidad incrementar la capacidad de producir valor para el cliente, tomando en cuenta la presencia, la responsabilidad, el compromiso y la excelencia para el servicio.	Se elaboró un cuestionario de conocimientos tipo Likert con 16 enunciados y cada uno de los indicadores están relacionadas con las dimensiones: la presencia, la responsabilidad, el compromiso y la excelencia para el servicio.

ANEXO 5 Resultados de fiabilidad: Coeficiente de Alfa de Cronbach general, dimensión e indicador

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,962	32

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
(D1) Dimensión 1: Estrategias de satisfacción con el trabajo	29,74	19,090	,850	,905
(D2) Dimensión 2: Estrategias de satisfacción con el departamento	29,60	20,278	,628	,921
(D3) Dimensión 3: Estrategias de satisfacción con la institución.	29,65	19,306	,872	,904
(D4) Dimensión 4: Estrategias de satisfacción con el cargo desempeñado.	29,68	19,692	,637	,921
(D5) Dimensión 5: Presencia.	29,37	18,280	,796	,908

(D6) Dimensión 6: Responsabilidad.	29,24	19,716	,767	,911
(D7) Dimensión 7: Compromiso.	29,47	18,875	,750	,912
(D8) Dimensión 8: Excelencia de servicio.	29,38	19,209	,677	,919

ANEXO 6 Resultados de fiabilidad: Coeficiente de dos mitades de Guttman

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Parte 1	Valor	,930
		N de elementos	16 ^a
	Parte 2	Valor	,941
		N de elementos	16 ^b
N total de elementos		32	
Correlación entre formularios			,801
Coeficiente	de Longitud igual		,889
Spearman-Brown	Longitud desigual		,889
Coeficiente de dos mitades de Guttman			,889

ANEXO 7 Resultados de fiabilidad: Coeficiente de Alfa de Cronbach general si se elimina algún elemento

ANEXO 8 Juicio de expertos

<u>Experto</u>	<u>Aplicabilidad</u>
1.- Ena Cuba	Aplicable
2.- Gloria Jiménez	Aplicable
3.- Jesus Barca	Aplicable
4. Mariano López	Aplicable
5. Teodoro Carranza	Aplicable
6. Víctor Fernández	Aplicable

ANEXO 9 Resultado de validez: cálculo de la V. de Aiken

La validez fue obtenida de cada ítem mediante la aplicación del coeficiente del V. de Aiken utilizando la siguiente fórmula:

$$V = \frac{S}{(n(c-1))}$$

Siendo:

S = Sumatoria de si

si = Valor asignado por el juez.

n = Número de jueces.

c = Número de valores de la escala de valoración.

ÍTEM	V. de AiKen
1.- La motivación laboral es importante para desarrollar satisfacción con el trabajo	1.00
2.- La satisfacción con el trabajo es resultado de una naturaleza de trabajo positiva	1.00
3.- La satisfacción de cada trabajador puede ser modificada en la medida en que varíe el salario	1.00
4.- Los incentivos por parte de la empresa crean satisfacción con el trabajo	1.00
5.- La satisfacción en el departamento de trabajo se incrementa cuando se trabaja en equipo	1.00
6.- La comunicación es importante para la satisfacción en el departamento de trabajo	1.00
7.- La satisfacción en el departamento mejorará si el clima laboral es óptimo	1.00
8.- La actualización de equipos tecnológicos modificara positivamente la satisfacción con el departamento de trabajo	1.00
9.- La satisfacción con la institución es resultado de las condiciones laborales	0.94
10.- Tener un departamento de bienestar modifica positivamente la satisfacción con la institución	1.00
11.- La reputación de la empresa motiva a todo trabajador a seguir en la institución	1.00
12.- La reputación de una institución genera satisfacción con la empresa.	1.00

13.- La satisfacción con el cargo desempeñado varía en torno a la relación con los jefes	1.00
14.- Cuando se logran resultados individuales, la satisfacción con el cargo incrementa	1.00
15.- La satisfacción con el puesto de trabajo es influido por los horarios de trabajo	1.00
16.- La satisfacción con el cargo varía dependiendo de las funciones que se realicen	1.00
17.- La infraestructura de la empresa, le añade presencia a la empresa	1.00
18.- La presencia de la empresa se ve modificada por los horarios de atención	1.00
19.- La empresa demuestra presencia el tiempo de atención	1.00
20.- La empresa demuestra presencia siempre que sus vendedores están en su puesto	1.00
21.- La empresa muestra responsabilidad con el nivel de conocimiento de su personal	1.00
22.- La comunicación es parte esencial de la responsabilidad de la empresa	1.00
23.- La empresa demuestra responsabilidad con el respeto de sus vendedores	1.00
24.- La empresa expresa responsabilidad con el nivel de empatía de sus trabajadores	1.00
25.- A través de las capacitaciones al personal la empresa demuestra su compromiso con los trabajadores y los clientes.	1.00

26.- El trato de los vendedores demuestra el compromiso de la empresa con el cumplimiento de sus objetivos empresariales.	1.00
27.- La empresa muestra su compromiso con la resolución de problemas que se presenten	1.00
28.- La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes	1.00
29.- Un pedido sin errores es resultado de un servicio de excelencia	1.00
30.- Contar con el material requerido demuestra la excelencia de servicio por parte de la empresa	1.00
31.- Un despacho rápido y veloz demuestra excelencia en el servicio brindado	1.00
32.- La excelencia de servicio se muestra mediante los resultados de la atención hacia el cliente.	1.00
TOTAL	0.998

ANEXO10 Resultado de validez: coeficientes de la V. de Aiken

Item	CLARIDAD									PERTINENCIA							RELEVANCIA							V. AIKEN GENERAL		
	J1	J2	J3	J4	J5	J6	S	V. AIKEN	J1	J2	J3	J4	J5	J6	S	V. AIKEN	J1	J2	J3	J4	J5	J6	S		V. AIKEN	
1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
2	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
3	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
4	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
5	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
6	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
7	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
8	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
9	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	0	5	0.83333	0.94	1.00	
10	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
11	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
12	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
13	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
14	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
15	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
16	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
17	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
18	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
19	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
20	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
21	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
22	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
23	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
24	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
25	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
26	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
27	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
28	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
29	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
30	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
31	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
32	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1.00	
																									V. DE AIKEN TOTAL	0.998

ANEXO11 Cálculo de la muestra

Considerando el universo infinito

Fórmula de cálculo

$$n = (Z^2 \times p \times q) / e$$

donde:

Z = Nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de a Z)

p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1 – p Nota:
Cuando no hay indicación de la población que posee o nó el atributo, se asume
50% para q

e = Error de estimación máximo aceptado

n = Tamaño de la muestra

ANEXO12 Resultados descriptivos ítem por ítem

Los resultados descriptivos ítem por ítem, se aprecian en la Tabla 6, donde se detalla la alternativa más respondida para cada una de las preguntas del cuestionario. Cabe señalar que, en la gráfica, el color amarillo representa “totalmente de acuerdo”, el color naranja “de acuerdo”, el color verde “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, el color rojo “en desacuerdo” y color celeste “totalmente en desacuerdo”.

Tabla 9: Resultados descriptivos ítem por ítem

1.- La motivación laboral es importante para desarrollar satisfacción con el trabajo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	14	3.6	3.6	3.6
	En desacuerdo	8	2.1	2.1	5.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	84	21.8	21.8	27.5
	De acuerdo	174	45.2	45.2	72.7
	Totalmente de acuerdo	105	27.3	27.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 45% de los encuestados (174) respondieron que estaban de acuerdo con que la motivación laboral es importante para el desarrollo de la satisfacción con el trabajo.

2.- La satisfacción con el trabajo es resultado de una naturaleza de trabajo positiva					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	2.1	2.1	2.1
	En desacuerdo	7	1.8	1.8	3.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	148	38.4	38.4	42.3
	De acuerdo	81	21.0	21.0	63.4
	Totalmente de acuerdo	141	36.6	36.6	100.0

Total	385	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

El 38.4% de los encuestados (148) respondió que estaban ni en desacuerdo ni de acuerdo con que la satisfacción con el trabajo es resultado de una naturaleza de trabajo positiva.

3.- La satisfacción de cada trabajador puede ser modificada en la medida en que varíe el salario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	2.1	2.1	2.1
	En desacuerdo	7	1.8	1.8	3.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	111	28.8	28.8	32.7
	De acuerdo	134	34.8	34.8	67.5
	Totalmente de acuerdo	125	32.5	32.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 34.8% de los encuestados (134) respondió que estaban de acuerdo con que la satisfacción de cada trabajador puede ser modificada en la medida en que varíe el salario.

4.- Los incentivos por parte de la empresa crean satisfacción con el trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	15	3.9	3.9	3.9
	En desacuerdo	8	2.1	2.1	6.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	136	35.3	35.3	41.3
	De acuerdo	54	14.0	14.0	55.3
	Totalmente de acuerdo	172	44.7	44.7	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 44.7% de los encuestados (172) respondió que estaban totalmente de acuerdo con que los incentivos por parte de la empresa crean satisfacción con el trabajo.

5.- La satisfacción en el departamento de trabajo se incrementa cuando se trabaja en equipo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	1.8	1.8	1.8
	En desacuerdo	8	2.1	2.1	3.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28	7.3	7.3	11.2
	De acuerdo	178	46.2	46.2	57.4
	Totalmente de acuerdo	164	42.6	42.6	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 46.2% de los encuestados (178) respondió que estaban de acuerdo con que la satisfacción en el departamento de trabajo se incrementa cuando se trabaja en equipo.

6.- La comunicación es importante para la satisfacción en el departamento de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	2.1	2.1	2.1
	En desacuerdo	7	1.8	1.8	3.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	165	42.9	42.9	46.8
	De acuerdo	40	10.4	10.4	57.1
	Totalmente de acuerdo	165	42.9	42.9	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 42.9% de los encuestados (148) respondió que estaban ni en desacuerdo ni de acuerdo con que la comunicación es importante para la satisfacción en el departamento de trabajo.

7.- La satisfacción en el departamento mejorará si el clima laboral es óptimo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	--	------------	------------	-------------------	----------------------

Válido	Totalmente en desacuerdo	15	3.9	3.9	3.9
	En desacuerdo	7	1.8	1.8	5.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	53	13.8	13.8	19.5
	De acuerdo	123	31.9	31.9	51.4
	Totalmente de acuerdo	187	48.6	48.6	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 48.6% de los encuestados (187) respondió que estaban totalmente de acuerdo con que la satisfacción en el departamento mejorará si el clima laboral es óptimo.

8.- La actualización de equipos tecnológicos modificara positivamente la satisfacción con el departamento de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	14	3.6	3.6	3.6
	En desacuerdo	8	2.1	2.1	5.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	84	21.8	21.8	27.5
	De acuerdo	174	45.2	45.2	72.7
	Totalmente de acuerdo	105	27.3	27.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 45.2% de los encuestados (174) respondió que estaban de acuerdo con La actualización de equipos tecnológicos modificara positivamente la satisfacción con el departamento de trabajo.

9.- La satisfacción con la institución es resultado de las condiciones laborales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	2.1	2.1	2.1
	En desacuerdo	7	1.8	1.8	3.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	148	38.4	38.4	42.3
	De acuerdo	81	21.0	21.0	63.4

Totalmente de acuerdo	141	36.6	36.6	100.0
Total	385	100.0	100.0	

El 38.4% de los encuestados (148) respondió que estaban ni en desacuerdo ni de acuerdo con que La satisfacción con la institución es resultado de las condiciones laborales.

10.- Tener un departamento de bienestar modifica positivamente la satisfacción con la institución

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	2.1	2.1	2.1
	En desacuerdo	7	1.8	1.8	3.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	111	28.8	28.8	32.7
	De acuerdo	134	34.8	34.8	67.5
	Totalmente de acuerdo	125	32.5	32.5	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 34.8% de los encuestados (134) respondió que estaban de acuerdo con tener un departamento de bienestar modifica positivamente la satisfacción con la institución.

11.- La reputación de la empresa motiva a todo trabajador a seguir en la institución

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	15	3.9	3.9	3.9
	En desacuerdo	8	2.1	2.1	6.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	136	35.3	35.3	41.3
	De acuerdo	54	14.0	14.0	55.3
	Totalmente de acuerdo	172	44.7	44.7	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 44.7% de los encuestados (172) respondió que estaban totalmente de acuerdo con que la reputación de la empresa motiva a todo trabajador a seguir en la institución.

12.- La reputación de una institución genera satisfacción con la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	1.8	1.8	1.8
	En desacuerdo	8	2.1	2.1	3.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28	7.3	7.3	11.2
	De acuerdo	178	46.2	46.2	57.4
	Totalmente de acuerdo	164	42.6	42.6	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 46.2% de los encuestados (178) respondió que estaban de acuerdo con que la reputación de una institución genera satisfacción con la empresa.

13.- La satisfacción con el cargo desempeñado varía en torno a la relación con los jefes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	2.1	2.1	2.1
	En desacuerdo	7	1.8	1.8	3.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	165	42.9	42.9	46.8
	De acuerdo	40	10.4	10.4	57.1
	Totalmente de acuerdo	165	42.9	42.9	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 42.9% de los encuestados (165) respondió que estaban totalmente de acuerdo con que la satisfacción con el cargo desempeñado varía en torno a la relación con los jefes.

14.- Cuando se logran resultados individuales, la satisfacción con el cargo incrementa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	--	------------	------------	-------------------	----------------------

Válido	Totalmente en desacuerdo	15	3.9	3.9	3.9
	En desacuerdo	7	1.8	1.8	5.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	53	13.8	13.8	19.5
	De acuerdo	123	31.9	31.9	51.4
	Totalmente de acuerdo	187	48.6	48.6	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 48.6% de los encuestados (187) respondió que estaban totalmente de acuerdo con que cuando se logran resultados individuales, la satisfacción con el cargo incrementa.

15.- La satisfacción con el puesto de trabajo es influido por los horarios de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	14	3.6	3.6	3.6
	En desacuerdo	8	2.1	2.1	5.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	84	21.8	21.8	27.5
	De acuerdo	174	45.2	45.2	72.7
	Totalmente de acuerdo	105	27.3	27.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 45.2% de los encuestados (178) respondió que estaban de acuerdo con que la satisfacción con el puesto de trabajo es influido por los horarios de trabajo.

16.- La satisfacción con el cargo varía dependiendo de las funciones que se realicen

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	2.1	2.1	2.1
	En desacuerdo	7	1.8	1.8	3.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	148	38.4	38.4	42.3
	De acuerdo	81	21.0	21.0	63.4

Totalmente de acuerdo	141	36.6	36.6	100.0
Total	385	100.0	100.0	

El 38.4% de los encuestados (148) respondió que estaban ni en desacuerdo ni de acuerdo con que la satisfacción con el cargo varía dependiendo de las funciones que se realicen.

17.- La infraestructura de la empresa, le añade presencia a la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	1.8	1.8	1.8
	En desacuerdo	8	2.1	2.1	3.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	68	17.7	17.7	21.6
	De acuerdo	68	17.7	17.7	39.2
	Totalmente de acuerdo	234	60.8	60.8	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 60.8% de los encuestados (234) respondió que estaban totalmente de acuerdo con que la infraestructura de la empresa, le añade presencia a la empresa.

18.- La presencia de la empresa se ve modificada por los horarios de atención

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	1.8	1.8	1.8
	En desacuerdo	8	2.1	2.1	3.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	94	24.4	24.4	28.3
	De acuerdo	117	30.4	30.4	58.7
	Totalmente de acuerdo	159	41.3	41.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 41.3% de los encuestados (159) respondió que estaban totalmente de acuerdo con que la presencia de la empresa se ve modificada por los horarios de atención.

19.- La empresa demuestra presencia el tiempo de atención

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	1.8	1.8	1.8
	En desacuerdo	16	4.2	4.2	6.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	68	17.7	17.7	23.6
	De acuerdo	69	17.9	17.9	41.6
	Totalmente de acuerdo	225	58.4	58.4	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 58.4% de los encuestados (225) respondió que estaban totalmente de acuerdo que la empresa demuestra presencia el tiempo de atención.

**20.- La empresa demuestra presencia siempre que sus vendedores
están en su puesto**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	13	3.4	3.4	3.4
	En desacuerdo	8	2.1	2.1	5.5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	70	18.2	18.2	23.6
	De acuerdo	82	21.3	21.3	44.9
	Totalmente de acuerdo	212	55.1	55.1	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 55.1% de los encuestados (212) respondió que estaban totalmente de acuerdo que la empresa demuestra presencia siempre que sus vendedores están en su puesto.

**21.- La empresa muestra responsabilidad con el nivel de
conocimiento de su personal**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	16	4.2	4.2	4.2

En desacuerdo	7	1.8	1.8	6.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	82	21.3	21.3	27.3
De acuerdo	114	29.6	29.6	56.9
Totalmente de acuerdo	166	43.1	43.1	100.0
Total	385	100.0	100.0	

El 43.1% de los encuestados (166) respondió que estaban totalmente de acuerdo que la empresa muestra responsabilidad con el nivel de conocimiento de su personal.

22.- La comunicación es parte esencial de la responsabilidad de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	2.1	2.1	2.1
	En desacuerdo	15	3.9	3.9	6.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	55	14.3	14.3	20.3
	De acuerdo	56	14.5	14.5	34.8
	Totalmente de acuerdo	251	65.2	65.2	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 65.2% de los encuestados (251) respondió que estaban totalmente de acuerdo que la comunicación es parte esencial de la responsabilidad de la empresa.

23.- La empresa demuestra responsabilidad con el respeto de sus vendedores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	1.8	1.8	1.8
	En desacuerdo	8	2.1	2.1	3.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	94	24.4	24.4	28.3
	De acuerdo	67	17.4	17.4	45.7
	Totalmente de acuerdo	209	54.3	54.3	100.0

Total	385	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

El 54.3% de los encuestados (209) respondió que estaban totalmente de acuerdo que la empresa demuestra responsabilidad con el respeto de sus vendedores.

24.- La empresa expresa responsabilidad con el nivel de empatía de sus trabajadores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	1.8	1.8	1.8
	En desacuerdo	8	2.1	2.1	3.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	68	17.7	17.7	21.6
	De acuerdo	68	17.7	17.7	39.2
	Totalmente de acuerdo	234	60.8	60.8	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 60.8% de los encuestados (234) respondió que estaban totalmente de acuerdo que la empresa expresa responsabilidad con el nivel de empatía de sus trabajadores.

25.- A través de las capacitaciones al personal la empresa demuestra su compromiso con los trabajadores y los clientes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	1.8	1.8	1.8
	En desacuerdo	8	2.1	2.1	3.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	94	24.4	24.4	28.3
	De acuerdo	117	30.4	30.4	58.7
	Totalmente de acuerdo	159	41.3	41.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 41.3% de los encuestados (159) respondió que estaban totalmente de acuerdo que a través de las capacitaciones al personal la empresa demuestra su compromiso con los trabajadores y los clientes.

26.- El trato de los vendedores demuestra el compromiso de la empresa con el cumplimiento de sus objetivos empresariales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	1.8	1.8	1.8
	En desacuerdo	16	4.2	4.2	6.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	68	17.7	17.7	23.6
	De acuerdo	69	17.9	17.9	41.6
	Totalmente de acuerdo	225	58.4	58.4	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 58.4% de los encuestados (225) respondió que estaban totalmente de acuerdo que el trato de los vendedores demuestra el compromiso de la empresa con el cumplimiento de sus objetivos empresariales.

27.- La empresa muestra su compromiso con la resolución de problemas que se presenten

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	13	3.4	3.4	3.4
	En desacuerdo	8	2.1	2.1	5.5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	70	18.2	18.2	23.6
	De acuerdo	82	21.3	21.3	44.9
	Totalmente de acuerdo	212	55.1	55.1	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 55.1% de los encuestados (212) respondió que estaban totalmente de acuerdo que la empresa muestra su compromiso con la resolución de problemas que se presenten.

28.- La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	16	4.2	4.2	4.2
	En desacuerdo	7	1.8	1.8	6.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	82	21.3	21.3	27.3
	De acuerdo	114	29.6	29.6	56.9
	Totalmente de acuerdo	166	43.1	43.1	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 43.1% de los encuestados (166) respondió que estaban totalmente de acuerdo que la seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes.

29.- Un pedido sin errores es resultado de un servicio de excelencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	2.1	2.1	2.1
	En desacuerdo	15	3.9	3.9	6.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	55	14.3	14.3	20.3
	De acuerdo	56	14.5	14.5	34.8
	Totalmente de acuerdo	251	65.2	65.2	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 65.2% de los encuestados (251) respondió que estaban totalmente de acuerdo que un pedido sin errores es resultado de un servicio de excelencia.

30.- Contar con el material requerido demuestra la excelencia de servicio por parte de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	1.8	1.8	1.8
	En desacuerdo	8	2.1	2.1	3.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	94	24.4	24.4	28.3
	De acuerdo	67	17.4	17.4	45.7

Totalmente de acuerdo	209	54.3	54.3	100.0
Total	385	100.0	100.0	

El 54.3% de los encuestados (209) respondió que estaban totalmente de acuerdo que contar con el material requerido demuestra la excelencia de servicio por parte de la empresa.

31.- Un despacho rápido y veloz demuestra excelencia en el servicio brindado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	1.8	1.8	1.8
	En desacuerdo	8	2.1	2.1	3.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	94	24.4	24.4	28.3
	De acuerdo	67	17.4	17.4	45.7
	Totalmente de acuerdo	209	54.3	54.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 54.3% de los encuestados (209) respondió que estaban totalmente de acuerdo que un despacho rápido y veloz demuestra excelencia en el servicio brindado.

32.- La excelencia de servicio se muestra mediante los resultados de la atención hacia el cliente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	1.8	1.8	1.8
	En desacuerdo	8	2.1	2.1	3.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	94	24.4	24.4	28.3
	De acuerdo	67	17.4	17.4	45.7
	Totalmente de acuerdo	209	54.3	54.3	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

El 54.3% de los encuestados (209) respondió que estaban totalmente de acuerdo que la excelencia de servicio se muestra mediante los resultados de la atención hacia el cliente.

ANEXO13 Fichas de validación de expertos



CARTA DE PRESENTACIÓN

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración la UCV filial Lima – Campus Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recolectaré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré por el título profesional de Licenciado en Administración.

El título de la investigación es: "Aplicación de estrategias de satisfacción laboral y su influencia en la calidad de servicio en Full Metal Company Lima 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de (gestión de las organizaciones), docencia universitaria y actividades de investigación demostrada en la Facultad de Ciencias Empresariales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

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

Atentamente.



Firma

D.N.I: 726 99299



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS
VARIABLES ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN LABORAL Y CALIDAD DE SERVICIO**

N°	Estado	Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
VARIABLE INDEPENDIENTE / VARIABLE 1: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN LABORAL									
DIMENSIÓN 1: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON EL TRABAJO			Si	No	Si	No	Si	No	
1	Likert 5	La motivación laboral es importante para desarrollar satisfacción con el trabajo	✓		✓		✓		
2	Likert 5	La satisfacción con el trabajo es resultado de una naturaleza de trabajo positiva percibida por el trabajador	✓		✓		✓		
3	Likert 5	La satisfacción de cada trabajador puede ser modificada en la medida en que varíe el salario	✓		✓		✓		
4	Likert 5	Los incentivos por parte de la empresa crean satisfacción con el trabajo	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON EL DEPARTAMENTO			Si	No	Si	No	Si	No	
5	Likert 5	La satisfacción en el departamento de trabajo puede ser incrementada en gran medida cuando se trabaja en equipo	✓		✓		✓		
6	Likert 5	La comunicación es importante para la satisfacción en el departamento de trabajo	✓		✓		✓		
7	Likert 5	La satisfacción en el departamento mejorará si el clima laboral es percibido como óptimo	✓		✓		✓		
8		La actualización de equipos tecnológicos modificará positivamente la satisfacción con el departamento de trabajo	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON LA INSTITUCIÓN			Si	No	Si	No	Si	No	
9	Likert 5	La satisfacción con la institución puede ser influenciada por las condiciones laborales	✓		✓		✓		
10	Likert 5	Tener un departamento de bienestar modifica positivamente la satisfacción con la institución	✓		✓		✓		
11	Likert 5	La reputación de la empresa motiva a todo trabajador a seguir en la institución	✓		✓		✓		
12		La reputación de una institución genera satisfacción con la empresa.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 4: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON EL CARGO DESEMPEÑADO			Si	No	Si	No	Si	No	
13	Likert 5	La satisfacción con el cargo desempeñado varía en torno a la relación con los jefes	✓		✓		✓		
14	Likert 5	Cuando se logran resultados individuales, la satisfacción con el cargo incrementa	✓		✓		✓		
15	Likert 5	La satisfacción con el puesto de trabajo es influido por los horarios de trabajo	✓		✓		✓		
16		La satisfacción con el cargo varía dependiendo de las funciones que se realizan	✓		✓		✓		
VARIABLE DEPENDIENTE / VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO									
DIMENSIÓN 1: PRESENCIA			Si	No	Si	No	Si	No	
17	Likert 5	La infraestructura de la empresa, le añade presencia a la empresa	✓		✓		✓		
18	Likert 5	La presencia de la empresa se ve modificada por los horarios de atención	✓		✓		✓		



19	Likert 5	La empresa demuestra presencia definiendo tiempos de atención claros y acorde a las necesidades de los clientes	✓		✓		✓			
20		La empresa demuestra presencia siempre que sus vendedores están en su puesto y sean vistos por los clientes	✓		✓		✓			
DIMENSIÓN 1: RESPONSABILIDAD			Si	No	Si	No	Si	No		
21	Likert 5	La empresa muestra responsabilidad con el nivel de conocimiento de su personal	✓		✓		✓			
22	Likert 5	La comunicación es parte esencial de la responsabilidad de la empresa	✓		✓		✓			
23	Likert 5	La empresa demuestra responsabilidad con el respeto de sus vendedores	✓		✓		✓			
24		La empresa expresa responsabilidad con el nivel de empatía de sus trabajadores	✓		✓		✓			
DIMENSIÓN 1: COMPROMISO			Si	No	Si	No	Si	No		
25	Likert 5	A través de las capacitaciones al personal la empresa demuestra su compromiso con los trabajadores y los clientes.	✓		✓		✓			
26	Likert 5	El trato de los vendedores demuestra el compromiso de la empresa con el cumplimiento de sus objetivos empresariales.	✓		✓		✓			
27	Likert 5	La empresa muestra su compromiso con la resolución de problemas que se presenten	✓		✓		✓			
28		La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes	✓		✓		✓			
DIMENSIÓN 1: EXCELENCIA DE SERVICIO			Si	No	Si	No	Si	No		
29	Likert 5	Un pedido sin errores es resultado de un servicio de excelencia	✓		✓		✓			
30	Likert 5	Contar con el material requerido demuestra la excelencia de servicio por parte de la empresa	✓		✓		✓			
31	Likert 5	Un despacho rápido y veloz demuestra excelencia en el servicio brindado	✓		✓		✓			
32		La excelencia de servicio se muestra mediante los resultados de la atención hacia el cliente.	✓		✓		✓			

Observaciones:

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: ENA CUSA MAURI

DNI: 08182084

Especialidad del validador: ABOGADA

*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

19 de noviembre del 2019

CARTA DE PRESENTACIÓN

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración la UCV filial Lima – Campus Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recolectaré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré por el título profesional de Licenciado en Administración.

El título de la investigación es: "Aplicación de estrategias de satisfacción laboral y su influencia en la calidad de servicio en Full Metal Company Lima 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de (gestión de las organizaciones), docencia universitaria y actividades de investigación demostrada en la Facultad de Ciencias Empresariales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

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

Atentamente,



Firma

D.N.I: 72699299



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS
VARIABLES ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN LABORAL Y CALIDAD DE SERVICIO**

N°	Escala	Ítems	Pertinencia ^a		Relevancia ^b		Claridad ^c		Sugerencias
VARIABLE INDEPENDIENTE / VARIABLE 1: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN LABORAL									
DIMENSIÓN 1: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON EL TRABAJO			Si	No	Si	No	Si	No	
1	Likert 5	La motivación laboral es importante para desarrollar satisfacción con el trabajo	X		X		X		
2	Likert 5	La satisfacción con el trabajo es resultado de una naturaleza de trabajo positiva percibida por el trabajador	X		X		X		
3	Likert 5	La satisfacción de cada trabajador puede ser modificada en la medida en que varíe el salario	X		X		X		
4	Likert 5	Los incentivos por parte de la empresa crean satisfacción con el trabajo	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON EL DEPARTAMENTO			Si	No	Si	No	Si	No	
5	Likert 5	La satisfacción en el departamento de trabajo puede ser incrementada en gran medida cuando se trabaja en equipo	X		X		X		
6	Likert 5	La comunicación es importante para la satisfacción en el departamento de trabajo	X		X		X		
7	Likert 5	La satisfacción en el departamento mejorará si el clima laboral es percibido como óptimo	X		X		X		
8		La actualización de equipos tecnológicos modificara positivamente la satisfacción con el departamento de trabajo	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON LA INSTITUCIÓN			Si	No	Si	No	Si	No	
9	Likert 5	La satisfacción con la institución puede ser influenciada por las condiciones laborales	X		X		X		
10	Likert 5	Tener un departamento de bienestar modifica positivamente la satisfacción con la institución	X		X		X		
11	Likert 5	La reputación de la empresa motiva a todo trabajador a seguir en la institución	X		X		X		
12		La reputación de una institución genera satisfacción con la empresa	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON EL CARGO DESEMPEÑADO			Si	No	Si	No	Si	No	
13	Likert 5	La satisfacción con el cargo desempeñado varía en torno a la relación con los jefes	X		X		X		
14	Likert 5	Cuando se logran resultados individuales, la satisfacción con el cargo incrementa	X		X		X		
15	Likert 5	La satisfacción con el puesto de trabajo es influido por los horarios de trabajo	X		X		X		
16		La satisfacción con el cargo varía dependiendo de las funciones que se realicen	X		X		X		
VARIABLE DEPENDIENTE / VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO									
DIMENSIÓN 1: PRESENCIA			Si	No	Si	No	Si	No	
17	Likert 5	La infraestructura de la empresa, le añade presencia a la empresa	X		X		X		
18	Likert 5	La presencia de la empresa se ve modificada por los horarios de atención	X		X		X		

CARTA DE PRESENTACIÓN

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración la UCV filial Lima – Campus Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recolectaré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré por el título profesional de Licenciado en Administración.

El título de la investigación es: "Aplicación de estrategias de satisfacción laboral y su influencia en la calidad de servicio en Full Metal Company Lima 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de (gestión de las organizaciones), docencia universitaria y actividades de investigación demostrada en la Facultad de Ciencias Empresariales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

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

Atentamente.



Firma

D.N.I: 726 99299



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS
VARIABLES ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN LABORAL Y CALIDAD DE SERVICIO**

N°	Escala	Ítems	Pertinencia ¹	Relevancia ²	Claridad ³	Sugerencias
VARIABLE INDEPENDIENTE / VARIABLE 1: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN LABORAL						
DIMENSIÓN 1: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON EL TRABAJO			Si	No	Si	No
1	Likert 5	La motivación laboral es importante para desarrollar satisfacción con el trabajo	/	/	/	
2	Likert 5	La satisfacción con el trabajo es resultado de una naturaleza de trabajo positiva percibida por el trabajador	/	/	/	
3	Likert 5	La satisfacción de cada trabajador puede ser modificada en la medida en que varíe el salario	/	/	/	
4	Likert 5	Los incentivos por parte de la empresa crean satisfacción con el trabajo	/	/	/	
DIMENSIÓN 2: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON EL DEPARTAMENTO			Si	No	Si	No
5	Likert 5	La satisfacción en el departamento de trabajo puede ser incrementada en gran medida cuando se trabaja en equipo	/	/		
6	Likert 5	La comunicación es importante para la satisfacción en el departamento de trabajo	/	/		
7	Likert 5	La satisfacción en el departamento mejorará si el clima laboral es percibido como óptimo	/	/		
8		La actualización de equipos tecnológicos modificara positivamente la satisfacción con el departamento de trabajo	/	/		
DIMENSIÓN 3: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON LA INSTITUCION			Si	No	Si	No
9	Likert 5	La satisfacción con la institución puede ser influenciada por las condiciones laborales	/	/	/	
10	Likert 5	Tener un departamento de bienestar modifica positivamente la satisfacción con la institución	/	/	/	
11	Likert 5	La reputación de la empresa motiva a todo trabajador a seguir en la institución	/	/	/	
12		La reputación de una institución genera satisfacción con la empresa.	/	/	/	
DIMENSIÓN 4: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON EL CARGO DESEMPEÑADO			Si	No	Si	No
13	Likert 5	La satisfacción con el cargo desempeñado varia en torno a la relación con los jefes	/	/	/	
14	Likert 5	Cuando se logran resultados individuales, la satisfacción con el cargo incrementa	/	/	/	
15	Likert 5	La satisfacción con el puesto de trabajo es influido por los horarios de trabajo	/	/	/	
16		La satisfacción con el cargo varia dependiendo de las funciones que se realicen	/	/	/	
VARIABLE DEPENDIENTE / VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO						
DIMENSIÓN 1: PRESENCIA			Si	No	Si	No
17	Likert 5	La infraestructura de la empresa, le añade presencia a la empresa	/	/	/	
18	Likert 5	La presencia de la empresa se ve modificada por los horarios de atención	/	/	/	



19	Likert 5	La empresa demuestra presencia definiendo tiempos de atención claros y acorde a las necesidades de los clientes	/		/		/	
20		La empresa demuestra presencia siempre que sus vendedores están en su puesto y sean vistos por los clientes	/		/		/	
DIMENSIÓN 1: RESPONSABILIDAD			Si	No	Si	No	Si	No
21	Likert 5	La empresa muestra responsabilidad con el nivel de conocimiento de su personal	/		/		/	
22	Likert 5	La comunicación es parte esencial de la responsabilidad de la empresa	/		/		/	
23	Likert 5	La empresa demuestra responsabilidad con el respeto de sus vendedores	/		/		/	
24		La empresa expresa responsabilidad con el nivel de empatía de sus trabajadores	/		/		/	
DIMENSIÓN 1: COMPROMISO			Si	No	Si	No	Si	No
25	Likert 5	A través de las capacitaciones al personal la empresa demuestra su compromiso con los trabajadores y los clientes	/		/		/	
26	Likert 5	El trato de los vendedores demuestra el compromiso de la empresa con el cumplimiento de sus objetivos empresariales	/		/		/	
27	Likert 5	La empresa muestra su compromiso con la resolución de problemas que se presenten	/		/		/	
28		La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes	/		/		/	
DIMENSIÓN 1: EXCELENCIA DE SERVICIO			Si	No	Si	No	Si	No
29	Likert 5	Un pedido sin errores es resultado de un servicio de excelencia	/		/		/	
30	Likert 5	Contar con el material requerido demuestra la excelencia de servicio por parte de la empresa	/		/		/	
31	Likert 5	Un despacho rápido y veloz demuestra excelencia en el servicio brindado	/		/		/	
32		La excelencia de servicio se muestra mediante los resultados de la atención hacia el cliente.	/		/		/	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg. BARCA BARRIENTOS JESÚS ENRIQUEDNI: 46176175Especialidad del validador: MBA

- 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



....de noviembre del 2019

CARTA DE PRESENTACIÓN

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración la UCV filial Lima – Campus Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recolectaré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré por el título profesional de Licenciado en Administración.

El título de la investigación es: "Aplicación de estrategias de satisfacción laboral y su influencia en la calidad de servicio en Full Metal Company Lima 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de (gestión de las organizaciones), docencia universitaria y actividades de investigación demostrada en la Facultad de Ciencias Empresariales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

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

Atentamente.



Firma

D.N.I: 726 99299

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS
VARIABLES ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN LABORAL Y CALIDAD DE SERVICIO**

N°	Escala	Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
VARIABLE INDEPENDIENTE / VARIABLE 1: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN LABORAL									
DIMENSIÓN 1: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON EL TRABAJO			Si	No	Si	No	Si	No	
1	Likert 5	La motivación laboral es importante para desarrollar satisfacción con el trabajo	/		/		/		
2	Likert 5	La satisfacción con el trabajo es resultado de una naturaleza de trabajo positiva percibida por el trabajador	/		/		/		
3	Likert 5	La satisfacción de cada trabajador puede ser modificada en la medida en que varíe el salario	/		/		/		
4	Likert 5	Los incentivos por parte de la empresa crean satisfacción con el trabajo	/		/		/		
DIMENSIÓN 2: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON EL DEPARTAMENTO			Si	No	Si	No	Si	No	
5	Likert 5	La satisfacción en el departamento de trabajo puede ser incrementada en gran medida cuando se trabaja en equipo	/		/		/		
6	Likert 5	La comunicación es importante para la satisfacción en el departamento de trabajo	/		/		/		
7	Likert 5	La satisfacción en el departamento mejorará si el clima laboral es percibido como óptimo	/		/		/		
8		La actualización de equipos tecnológicos modificara positivamente la satisfacción con el departamento de trabajo	/		/		/		
DIMENSIÓN 3: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON LA INSTITUCIÓN			Si	No	Si	No	Si	No	
9	Likert 5	La satisfacción con la institución puede ser influenciada por las condiciones laborales	/		/		/		
10	Likert 5	Tener un departamento de bienestar modifica positivamente la satisfacción con la institución	/		/		/		
11	Likert 5	La reputación de la empresa motiva a todo trabajador a seguir en la institución	/		/		/		
12		La reputación de una institución genera satisfacción con la empresa.	/		/		/		
DIMENSIÓN 4: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON EL CARGO DESEMPEÑADO			Si	No	Si	No	Si	No	
13	Likert 5	La satisfacción con el cargo desempeñado varía en torno a la relación con los jefes	/		/		/		
14	Likert 5	Cuando se logran resultados individuales, la satisfacción con el cargo incrementa	/		/		/		
15	Likert 5	La satisfacción con el puesto de trabajo es influido por los horarios de trabajo	/		/		/		
16		La satisfacción con el cargo varía dependiendo de las funciones que se realicen	/		/		/		
VARIABLE DEPENDIENTE / VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO									
DIMENSIÓN 1: PRESENCIA			Si	No	Si	No	Si	No	
17	Likert 5	La infraestructura de la empresa, le añade presencia a la empresa	/		/		/		
18	Likert 5	La presencia de la empresa se ve modificada por los horarios de atención	/		/		/		



19	Likert 5	La empresa demuestra presencia definiendo tiempos de atención claros y acorde a las necesidades de los clientes	/		/		/	
20		La empresa demuestra presencia siempre que sus vendedores están en su puesto y sean vistos por los clientes	/		/		/	
DIMENSIÓN 1: RESPONSABILIDAD			Si	No	Si	No	Si	No
21	Likert 5	La empresa muestra responsabilidad con el nivel de conocimiento de su personal	/		/		/	
22	Likert 5	La comunicación es parte esencial de la responsabilidad de la empresa	/		/		/	
23	Likert 5	La empresa demuestra responsabilidad con el respeto de sus vendedores	/		/		/	
24		La empresa expresa responsabilidad con el nivel de empatía de sus trabajadores	/		/		/	
DIMENSIÓN 1: COMPROMISO			Si	No	Si	No	Si	No
25	Likert 5	A través de las capacitaciones al personal la empresa demuestra su compromiso con los trabajadores y los clientes.	/		/		/	
26	Likert 5	El trato de los vendedores demuestra el compromiso de la empresa con el cumplimiento de sus objetivos empresariales.	/		/		/	
27	Likert 5	La empresa muestra su compromiso con la resolución de problemas que se presenten	/		/		/	
28		La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes	/		/		/	
DIMENSIÓN 1: EXCELENCIA DE SERVICIO			Si	No	Si	No	Si	No
29	Likert 5	Un pedido sin errores es resultado de un servicio de excelencia	/		/		/	
30	Likert 5	Contar con el material requenado demuestra la excelencia de servicio por parte de la empresa	/		/		/	
31	Likert 5	Un despacho rápido y veloz demuestra excelencia en el servicio brindado	/		/		/	
32		La excelencia de servicio se muestra mediante los resultados de la atención hacia el cliente.	/		/		/	

Observaciones:Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []Apellidos y nombres del juez validador Dr. (Mg): **Lopez Ruiz Mariano Adolfo**DNI: **09869021**Especialidad del validador: **ADMINISTRADOR / RRHH**

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

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

....de noviembre del 2019

CARTA DE PRESENTACIÓN

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración la UCV filial Lima – Campus Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recolectaré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré por el título profesional de Licenciado en Administración.

El título de la investigación es: "Aplicación de estrategias de satisfacción laboral y su influencia en la calidad de servicio en Full Metal Company Lima 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de (gestión de las organizaciones), docencia universitaria y actividades de investigación demostrada en la Facultad de Ciencias Empresariales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

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

Atentamente.



Firma

D.N.I: 726 99299



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS
VARIABLES ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN LABORAL Y CALIDAD DE SERVICIO**

N°	Ítem	Ítems	Pertinencia ¹	Relevancia ²	Claridad ³	Sugerencias
VARIABLE INDEPENDIENTE / VARIABLE 1: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN LABORAL						
DIMENSIÓN 1: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON EL TRABAJO			Si	No	Si	No
1	Likert 5	La motivación laboral es importante para desarrollar satisfacción con el trabajo	/	/	/	
2	Likert 5	La satisfacción con el trabajo es resultado de una naturaleza de trabajo positiva percibida por el trabajador	/	/	/	
3	Likert 5	La satisfacción de cada trabajador puede ser modificada en la medida en que varíe el salario	/	/	/	
4	Likert 5	Los incentivos por parte de la empresa crean satisfacción con el trabajo	/	/	/	
DIMENSIÓN 2: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON EL DEPARTAMENTO			Si	No	Si	No
5	Likert 5	La satisfacción en el departamento de trabajo puede ser incrementada en gran medida cuando se trabaja en equipo	/	/	/	
6	Likert 5	La comunicación es importante para la satisfacción en el departamento de trabajo	/	/	/	
7	Likert 5	La satisfacción en el departamento mejorará si el clima laboral es percibido como óptimo	/	/	/	
8		La actualización de equipos tecnológicos modificara positivamente la satisfacción con el departamento de trabajo	/	/	/	
DIMENSIÓN 3: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON LA INSTITUCIÓN			Si	No	Si	No
9	Likert 5	La satisfacción con la institución puede ser influenciada por las condiciones laborales	/	/	/	
10	Likert 5	Tener un departamento de bienestar modifica positivamente la satisfacción con la institución	/	/	/	
11	Likert 5	La reputación de la empresa motiva a todo trabajador a seguir en la institución	/	/	/	
12		La reputación de una institución genera satisfacción con la empresa	/	/	/	
DIMENSIÓN 4: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON EL CARGO DESEMPEÑADO			Si	No	Si	No
13	Likert 5	La satisfacción con el cargo desempeñado varía en torno a la relación con los jefes	/	/	/	
14	Likert 5	Cuando se logran resultados individuales, la satisfacción con el cargo incrementa	/	/	/	
15	Likert 5	La satisfacción con el puesto de trabajo es influido por los horarios de trabajo	/	/	/	
16		La satisfacción con el cargo varía dependiendo de las funciones que se realicen	/	/	/	
VARIABLE DEPENDIENTE / VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO						
DIMENSIÓN 1: PRESENCIA			Si	No	Si	No
17	Likert 5	La infraestructura de la empresa, le añade presencia a la empresa	/	/	/	
18	Likert 5	La presencia de la empresa se ve modificada por los horarios de atención	/	/	/	



19	Likert 5	La empresa demuestra presencia definiendo tiempos de atención claros y acorde a las necesidades de los clientes	/		/		/	
20		La empresa demuestra presencia siempre que sus vendedores están en su puesto y sean vistos por los clientes	/		/		/	
DIMENSIÓN 1: RESPONSABILIDAD			Si	No	Si	No	Si	No
21	Likert 5	La empresa muestra responsabilidad con el nivel de conocimiento de su personal	/		/		/	
22	Likert 5	La comunicación es parte esencial de la responsabilidad de la empresa	/		/		/	
23	Likert 5	La empresa demuestra responsabilidad con el respeto de sus vendedores	/		/		/	
24		La empresa expresa responsabilidad con el nivel de empatía de sus trabajadores	/		/		/	
DIMENSIÓN 1: COMPROMISO			Si	No	Si	No	Si	No
25	Likert 5	A través de las capacitaciones al personal la empresa demuestra su compromiso con los trabajadores y los clientes.	/		/		/	
26	Likert 5	El trato de los vendedores demuestra el compromiso de la empresa con el cumplimiento de sus objetivos empresariales.	/		/		/	
27	Likert 5	La empresa muestra su compromiso con la resolución de problemas que se presenten	/		/		/	
28		La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes	/		/		/	
DIMENSIÓN 1: EXCELENCIA DE SERVICIO			Si	No	Si	No	Si	No
29	Likert 5	Un pedido sin errores es resultado de un servicio de excelencia	/		/		/	
30	Likert 5	Contar con el material requerido demuestra la excelencia de servicio por parte de la empresa	/		/		/	
31	Likert 5	Un despacho rápido y veoz demuestra excelencia en el servicio brindado	/		/		/	
32		La excelencia de servicio se muestra mediante los resultados de la atención hacia el cliente.	/		/		/	

Observaciones:

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

Apellidos y nombres del juez validador **D^a Mg: CARRANZA ESTELA TEBALD**

DNI: **08094405**

Especialidad del validador: **GESTION DE ORGANIZACIONES**

- 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

....de noviembre del 2019

CARTA DE PRESENTACIÓN

Mgtr. Fernández Bedoya, Víctor Hugo.

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración la UCV filial Lima – Campus Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recolectaré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré por el título profesional de Licenciado en Administración.

El título de la investigación es: “Estrategias de satisfacción laboral y su influencia en la calidad de servicio en Full Metal Company, Lima, 2019” y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de (gestión de las organizaciones), docencia universitaria y actividades de investigación demostrada en la Facultad de Ciencias Empresariales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

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

Atentamente.

Firma
Joao Daniel Rivera Alfaro
D.N.I: 72699299

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS
VARIABLES ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN LABORAL Y CALIDAD DE SERVICIO.**

N°	Escala	Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
VARIABLE INDEPENDIENTE / VARIABLE 1: SATISFACCIÓN LABORAL									
DIMENSIÓN 1: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON EL TRABAJO			Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1	Likert 5	La motivación laboral es importante para desarrollar satisfacción con el trabajo.	X		X		X		
2	Likert 5	La satisfacción laboral es resultado de una naturaleza de trabajo positiva.	X		X		X		
3	Likert 5	La satisfacción de cada trabajador puede ser modificada en la medida en que varíe el salario.	X		X		X		
4	Likert 5	Los incentivos por parte de la empresa crean satisfacción con el trabajo.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON EL DEPARTAMENTO			Sí	No	Sí	No	Sí	No	
5	Likert 5	La satisfacción en el departamento de trabajo se incrementa cuando se trabaja en equipo.	X		X		X		
6	Likert 5	La comunicación es importante para la satisfacción en el departamento de trabajo.	X		X		X		
7	Likert 5	La satisfacción en el departamento mejorará si el clima laboral es óptimo.	X		X		X		
8	Likert 5	La actualización de equipos tecnológicos modificará positivamente la satisfacción con el trabajo.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON LA INSTITUCIÓN.			Sí	No	Sí	No	Sí	No	
9	Likert 5	La satisfacción con la institución es resultado de las condiciones laborales.	X		X			X	<i>No es específico.</i>
10	Likert 5	Tener un departamento de bienestar modifica positivamente la satisfacción con la institución.	X		X		X		
11	Likert 5	La reputación de la empresa motiva a todo trabajador a seguir en la institución.	X		X		X		
12	Likert 5	La reputación de una institución genera satisfacción con la empresa.	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN CON EL CARGO DESEMPEÑADO			Sí	No	Sí	No	Sí	No	
13	Likert 5	La satisfacción con el cargo desempeñado varía en torno con los jefes	X		X		X		
14	Likert 5	Cuando se logran resultados individuales, la satisfacción con el cargo se incrementa.	X		X		X		
15	Likert 5	La satisfacción con el cargo varía dependiendo de las funciones que se realicen.	X		X		X		
16	Likert 5	La satisfacción con el cargo varía dependiendo de las funciones que se realicen.	X		X		X		
VARIABLE DEPENDIENTE / VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO									
DIMENSIÓN 1: PRESENCIA			Sí	No	Sí	No	Sí	No	
17	Likert 5	La infraestructura de la empresa le añade presencia a la empresa.	X		X		X		
18	Likert 5	La presencia de la empresa se ve modificada por los horarios de atención.	X		X		X		
19	Likert 5	La empresa demuestra presencia siempre que sus vendedores están en su puesto.	X		X		X		

20	Likert 5	La empresa demuestra presencia siempre que sus vendedores están en su puesto.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: RESPONSABILIDAD			Sí	No	Sí	No	Sí	No	
21	Likert 5	La empresa muestra responsabilidad con el nivel de conocimiento de su personal.	X		X		X		
22	Likert 5	La comunicación es parte esencial de la responsabilidad de la empresa.	X		X		X		
23	Likert 5	La empresa demuestra responsabilidad con el respeto de sus vendedores.	X		X		X		
24	Likert 5	La empresa expresa responsabilidad con el nivel de empatía de sus trabajadores.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: COMPROMISO			Sí	No	Sí	No	Sí	No	
25	Likert 5	A través de las capacitaciones al personal de la empresa demuestra su compromiso con los trabajadores y los clientes.	X		X		X		
26	Likert 5	El trato de los vendedores demuestra el compromiso de la empresa con el cumplimiento de sus objetivos empresariales.	X		X		X		
27	Likert 5	La empresa muestra su compromiso con la resolución de problemas que se presenten.	X		X		X		
28	Likert 5	La seguridad que da la empresa es resultado de su compromiso con los clientes.	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: EXCELENCIA DE SERVICIO			Sí	No	Sí	No	Sí	No	
29	Likert 5	Un pedido sin errores es resultado de un servicio de excelencia.	X		X		X		
30	Likert 5	Contar con el material requerido demuestra la excelencia de servicio por parte de la empresa.	X		X		X		
31	Likert 5	Un despacho rápido y veloz demuestra excelencia en el servicio brindado.	X		X		X		
32	Likert 5	La excelencia de servicio se muestra mediante los resultados de la atención hacia el cliente.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Aplicable

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

Apellidos y nombres del juez validador. Víctor Hugo Fernández Bedoya (Mgtr.) DNI: 44326351

Especialidad del validador: Investigador RENACYT, especialista en Ciencias Empresariales

04 de setiembre del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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


 Mg. Lic. Víctor H. Fernández Bedoya
 INVESTIGADOR EN CIENCIAS
 EMPRESARIALES
 CLAD REGUC 819888

ANEXO14 Consentimiento informado

Carta de consentimiento informado para participantes del CUESTIONARIO para el proyecto “ESTRATEGIAS DE SATISFACCIÓN LABORAL Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN FULL METAL COMPANY, LIMA, 2019”

Mi nombre es Joao Rivera Alfaro y me encuentro desarrollando una evaluación para conocer el impacto de las estrategias de satisfacción laboral y su incidencia en la calidad de servicio en Lima.

Estamos realizando una encuesta que busca conocer los puntos de vista de todas las personas estudiantes universitarias de Lima, con respecto al marketing verde, así como sobre aquellas acciones que podrían coadyuvar a incentivarlo. Por ello estamos invitando a toda la comunidad universitaria de Lima a participar contestando un cuestionario.

Si usted está de acuerdo en participar en este estudio, queremos invitarlo a que conteste este cuestionario que tiene una aplicación de alrededor de 5 minutos. En el mismo vamos a preguntarle algunos datos sociodemográficos, posteriormente preguntaremos asuntos relacionados a la el marketing verde y su relación con sus decisiones de compra.

Su participación en esta encuesta no tiene costo alguno y es totalmente voluntaria. Es decir, no tiene que participar si no lo desea y puede suspender su participación en el momento que usted decida, sin que haya ninguna consecuencia. El hecho de que decida participar o no en el estudio, así como el hecho de expresar libremente sus opiniones, cualesquiera que estas sean, no tendrá ninguna repercusión negativa para usted o su puesto de trabajo o estudio.

La información se reportará de manera general, es decir, se eliminará cualquier dato que le pudiera identificar a usted. Todos los datos serán registrados directamente en una base de datos, y únicamente los investigadores responsables podrán tener acceso a los mismos mediante claves de seguridad.

Si está de acuerdo en participar en el estudio, por favor escriba “Sí estoy de acuerdo en participar” en la parte inferior de la encuesta, además de su firma.

¡Muchas gracias por su participación!