



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Compensación y calidad de servicio en la empresa Novavento
SAC, distrito Bellavista-Región Callao, 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORES:

Br. Nina Puma Yanet (ORCID:[0000-0002-9580-9624](https://orcid.org/0000-0002-9580-9624))

Br. Ramos Molina Guadalupe (ORCID:[0000-0003-2605-0113](https://orcid.org/0000-0003-2605-0113))

ASESOR:

Dr. Márquez Caro, Orlando Juan (ORCID:[0000-0003-4804-2528](https://orcid.org/0000-0003-4804-2528))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

Callao- Perú

2021

DEDICATORIA

Dedico esta tesis A mi madre y mi hermano quienes me apoyaron todo el tiempo, quienes fueron de gran apoyo emocional durante el tiempo en que escribía esta tesis.

A mis maestros quienes nunca desistieron al enseñarme, aun sin importar que muchas veces no ponía atención en clase, a ellos que continuaron depositando su esperanza en mí.

Yanet.

Principalmente dedico a Dios por ser mi inspiración en el logro de uno de mis anhelos deseados.

A mis padres y hermanos por su amor y trabajo durante estos años gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí.

A Jonathan por estar conmigo en todo momento y quien me impulso a seguir con este logro deseado.

Guadalupe.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por concederme concluir el primer peldaño que me llevara a grandes logros para mi vida profesional.

A mi madre por su ejemplo de coraje y empeño en salir adelante.

Al Dr. Orlando por su asesoramiento y conocimiento, se pudo culminar esta tesis.

Yanet.

Doy agradecimiento a Dios por ser mi guía en el transcurso de mi vida.

A mis padres por ser mi motivo principal pese a las dificultades que se presentaron.

A mi asesor Dr. Orlando quien, con su experiencia, conocimientos me oriento en el proceso de mi investigación.

Guadalupe.

ÍNDICE

Carátula	
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1. Tipo y diseño de Investigación:.....	17
3.2. Variable y Operacionalización:	17
3.3. Población, muestra y muestreo	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	19
3.5. Procedimientos:.....	23
3.6. Método de análisis de datos:	23
3.7. Aspectos éticos:.....	23
IV. RESULTADOS	24
V. DISCUSIÓN	37
VI. CONCLUSIONES	40
VII. RECOMENDACIONES.....	41
REFERENCIAS.....	42
ANEXOS	48

Índice de tablas

Tabla 1 Concepto operacional de compensación.....	18
Tabla 2 Concepto operacional de calidad de servicio	19
Tabla 3 Validación de expertos	20
Tabla 4: Escala de alfa de Cronbach	21
Tabla 5: Desarrollo de casos de la variable compensación	21
Tabla 6: Confiabilidad de compensación.....	21
Tabla 7: Desarrollo de casos de la variable Calidad de servicio	22
Tabla 8: Confiabilidad de calidad de servicio	22
Tabla 9: Desarrollo de casos de las variables Compensación y Calidad de Servicio	22
Tabla 10: Confiabilidad de compensación y calidad de servicio.....	22
Tabla 11: Proporción de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según su Compensación.....	24
Tabla 12 : Proporción de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según su Calidad de Servicio.....	25
Tabla 13: Proporción de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según su Sueldo.	26
Tabla 14: Proporción de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según su Incentivo.	27
Tabla 15: Proporción de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según la Dimensión Prestaciones.....	28
Tabla 16: Proporción de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según la Dimensión Calidad Física.....	29
Tabla 17: Proporción de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según la Dimensión Calidad Corporativa.....	30
Tabla 18: Proporción de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según la Dimensión Calidad Interactiva.....	31
Tabla 19: Prueba de normalidad.....	32
Tabla 20: Medición de coeficiente de Pearson.....	33
Tabla 21: Correlación de Pearson entre compensación y calidad de servicio. ...	33
Tabla 22: Correlación de Pearson entre sueldo y calidad de servicio.....	34
Tabla 23: Correlación de Pearson entre incentivos y calidad de servicio.....	35

Tabla 24:Correlación de Pearson entre prestaciones y calidad de servicio.	35
--	----

Índice de figuras

Figura 1: Modelo nórdico.....	14
Figura 2:Modelo SERVQUAL.....	15
Figura 3: Porcentaje de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según su Compensación.....	24
Figura 4: Porcentaje de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según su Calidad de Servicio.....	25
Figura 5: Porcentaje de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según su Sueldo.	26
Figura 6: Porcentaje de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según su Incentivo.	27
Figura 7 : Porcentaje de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según la Dimensión Prestaciones.....	28
Figura 8:Proporción de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según la Dimensión Calidad Física.....	29
Figura 9:Porcentaje de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según la Dimensión Calidad Corporativa	30
Figura 10:Porcentaje de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según la Dimensión Calidad Interactiva.....	31

RESUMEN

La presente investigación propuso como objetivo determinar la relación entre la compensación y la calidad de servicio de la empresa Novavento SAC del distrito de Bellavista - Región Callao, 2020. Tomando en cuenta, como teóricos principales Juárez & Carrillo, en la variable compensación y para la variable calidad de servicio se tomó como teórico a Duque & Palacios. La investigación es de tipo aplicada de enfoque cuantitativo y diseño no experimental, con una población por 40 personas y ejecutando una muestra censal que laboran en la empresa Novavento Sac del distrito de Bellavista – Región Callao 2020. La técnica que se utilizó fue la encuesta con una escala de Likert validado por asesores de tesis de la Universidad César Vallejo y la fiabilidad llamada Alfa de Cronbach mediante el SPSS.

El resultado de la correlación de Pearson es de ,542 la significancia de ambas variables es de ,000 por lo tanto es menor de 0.05, entonces no se rechaza la hipótesis alternativa. La investigación concluye que la Compensación se relaciona con la Calidad de Servicio, donde se considera reestructurar un sistema de compensación.

Palabras clave: Compensación, Calidad de Servicio, Sueldo, Cliente, Satisfacción.

ABSTRACT

The present research proposed as an objective to determine the relationship between compensation and the quality of service of the company Novavento SAC of the district of Bellavista - Callao Region, 2020, taking into account, as main theorists Juárez & Carrillo, in the compensation variable and for the quality of service variable was taken as theoretical by Duque & Palacios. The research is of an applied type of quantitative approach and non-experimental design, with a population of 40 people and executing a census sample that work in the Novavento Sac Company in the Bellavista district - Callao Region 2020. The technique used was the survey with a Likert scale validated by thesis advisors of the César Vallejo University and the reliability called Cronbach's Alpha using the SPSS.

The result of the Pearson correlation is .542, the significance of both variables is .000, and therefore it is less than 0.05, so the alternative hypothesis is not rejected. The investigation concludes that Compensation is related to Quality of Service, where it is considered to restructure a compensation system.

Keywords: Compensation, Quality of Service, Salary, customer, Satisfaction.

I. INTRODUCCIÓN

La tesis que desarrollamos tiene un tema muy relevante en las empresas, para iniciar con la investigación se tomará como punto importante a nuestras variables tales como compensación y calidad de servicio. La compensación es un elemento importante dentro del área de recursos humanos y es indispensable en una buena relación laboral (Sánchez & Calderón, 2013, p.140). Un colaborador motivado genera ventajas tales como en la parte interna de la empresa, niveles altos de productividad y en la parte externa clientes satisfechos de acuerdo a sus necesidades y expectativas percibiendo así calidad.

La calidad y servicio nunca fue asunto de ahora, por esta razón siempre el cliente exige lo mejor tanto como en trato y la adquisición del producto o servicio al mismo tiempo de confiabilidad, tiempo de entrega, calidad, constante innovación, en efecto cada una de las empresas buscan alternativas para lograr dichas exigencias. Una empresa que posee dedicación y entrega hacia sus clientes con calidad de servicio, es a causa de que un colaborador se siente motivado, así como también tiende a mejorar la coordinación y comunicación con diferentes áreas de la empresa. (Finanzas, 2013)

Así como las empresas buscan colaboradores competentes, la otra parte es que los colaboradores buscan evolucionar profesionalmente así mismo implica que puedan obtener no solo un mejor salario sino también compensaciones materiales, psicológicas y sociales. (Mogollon, 2018). El sistema de compensación salarial es trascendente, muchos consideran sólo al sueldo que recibe el trabajador y no toman en cuenta a los incentivos que la empresa otorga, con el propósito de retribuir su trabajo (Carnaque, 2014). En nuestro país Perú se realizó varias investigaciones sobre la calidad de servicio usando el instrumento SERVQUAL, evaluaron entre las percepciones y expectativas implicando sus dimensiones capacidad de respuesta, fiabilidad, aspectos intangibles y empatía. En muchas empresas se ha observado la exigencia de mejorar sus políticas con respecto a la calidad del servicio y evaluar los elementos que lograrán la satisfacción del comprador. (Mejías, Godoy, & Piña, p.3). Se mejora la calidad buscando la competitividad con las demás empresas, generando comparaciones, analizando los procesos en marcha y los resultados obtenidos. (Cahuana, 2016, p.56)

En cuanto a la empresa Novavento S.A.C dedicada a la venta y servicio de mantenimiento de aire acondicionado, con ruc 20601690340, ubicada en la ciudad distrito de Bellavista-Región Callao, 2020. Al realizar la investigación se observó que algunos de los trabajadores de la empresa enviaron carta de renuncia, también se recibió correos indicando quejas de clientes (Anexo 7), y se tomó las siguientes irregularidades,1.-Los trabajadores no se sienten conformes con los beneficios brindados por la empresa y como consecuencia se ven desmotivados a la hora de realizar su trabajo 2.-En algunas ocasiones no hay reconocimiento sobre el trabajo fuera de horario , por ende deciden renunciar y buscar otro empleo.3.-Desinterés al brindar el servicio, provocando las demoras, fallas y un trato inadecuado a los clientes(anexo 8).

Para la investigación el sistema de problemas se determinó de la siguiente manera: ¿Cómo se relaciona la compensación con calidad de servicio en la empresa Novavento SAC en el distrito Bellavista - Región Callao, 2020? Problemas secundarios. 1.- ¿Cómo se relaciona el sueldo con la calidad de servicio en la empresa Novavento SAC distrito Bellavista-Región Callao,2020? 2.- ¿Cómo se relaciona el incentivo con la calidad de servicio en la empresa Novavento Sac distrito Bellavista-Región Callao,2020? 3.- ¿Cómo se relaciona las prestaciones con la calidad de servicio en la empresa Novavento Sac distrito Bellavista-Región Callao, 2020?

Con referencia a la justificación teórica se ha determinado con diversas, teorías, definiciones de distintos autores, modelos, tipos sobre compensaciones y calidad de servicio, se evidencio que las variables de estudio se relacionan como es las compensaciones y la calidad de servicio en esta sociedad Novavento, por consiguiente, será de uso para las siguientes investigaciones. De tal manera la justificación practica se realizó por que existe la necesidad de perfeccionar y optimizar la calidad de servicio hacia nuestros compradores, y dentro de la compensación generar empleados motivados y comprometidos con su trabajo. Es así que se incrementa la rentabilidad a causa de obtener trabajadores competentes dentro de la empresa Novavento Sac. y como tales clientes fidelizados. Para la justificación metodológica la investigación aportó teoría y conceptos sobre compensación y por consiguiente en la perfección del trato al cliente y como

resultados clientes satisfechos, para obtener toda la información se usó el instrumento de cuestionario destinado a los trabajadores de la empresa Novavento.

Como objetivo general se propuso: Determinar la relación entre la compensación y la calidad de servicio de la empresa Novavento Sac. distrito de Bellavista-Región Callao, 2020. Y los objetivos específicos: 1.-Determinar la relación entre el sueldo y la calidad de servicio en la empresa Novavento distrito de Bellavista-Región Callao, 2020. 2.-Determinar la relación entre incentivos y la calidad de servicio de la empresa Novavento Sac. distrito de Bellavista-Región Callao, 2020. 3.-Determinar la relación entre las prestaciones y la calidad de servicio en la empresa Novavento distrito de Bellavista-Región Callao, 2020.

Como hipótesis general se determinó de la siguiente manera: La compensación se relaciona con la calidad de servicio en la empresa Novavento Sac, distrito del Callao – Lima, 2020. Hipótesis específicas: 1.- El sueldo se relaciona con la calidad de servicio en la empresa Novavento Sac distrito de Bellavista-Región Callao, 2020. 2.- Los incentivos se relacionan con la calidad de servicio en la empresa Novavento distrito de Bellavista-Región Callao, 3.-Las prestaciones se relaciona con la calidad de servicio en la empresa Novavento distrito de Bellavista-Región Callao, 2020.

II. MARCO TEÓRICO

En el ámbito internacional se optó como antecedentes a los siguientes:

Guancha (2019) en Pasto Nariño – Colombia Esta investigación tuvo como objetivo Describir el pago de las compensaciones y beneficios laborales en los empleados de la empresa FRENOS Y RESORTES “LA PLAYA” de la ciudad de Pasto Nariño – Colombia, el enfoque cualitativo ,por la razón que se establece el proceso de compensación para los colaboradores, con un diseño no experimental y un nivel descriptivo es así que está dirigido a la descripción de conocimientos, satisfacción salarial y prácticas organizacionales. En conclusión, realizar adecuado y optimo proceso de compensación laboral y beneficios, es una gran ventaja para la empresa Frenos y Resortes “LA PLAYA”, ya que el modelo a diseñar nos llevará a determinar qué tan satisfecho está el empleado y como le afecta a la empresa, y esto sirve como una herramienta de motivación para el mismo y creando un excelente clima organizacional.

López (2018) en Guayaquil –Ecuador, esta investigación tuvo como objetivo determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil. Dentro de la metodología se fundamentó en un enfoque mixto, cuantitativa por que realizo encuesta hacia los clientes y cualitativas entrevistas orientados al representante de y colaboradores del restaurante, con un nivel descriptivo. Concluyo que el servicio al comprador o cliente es fundamental para la compañía, de ahí se determina la victoria o derrota. Para la empresa u organización es excelente que el cliente salga con su satisfacción y así recomienda el lugar.

Ortiz y Mora (2016) en Ecuador. Indico como objetivo principal es el Diagnóstico y evaluación de la remuneración, compensación de salarios y estrategias de ventas de la Institución educativa INSTIPETROL.- Ecuador con la metodología de encuestas, entrevistas para la evaluación de desempeño, formatos de perfiles de cargo, autoevaluación, plan de ventas, Plan de promoción, Servicio al cliente, concluyo que según el cuadro de evaluación de remuneración se registró el total de producción de cada trabajador frente al salario y el salario de la evaluación de desempeño y en las ventas ,de esa manera se evidencio con la herramienta que instipetrol ha tenido un cambio total y esto ha hecho que la institución cambie de nombre los programas e incluir nuevos programas académicos.

Rivera (2019) en Ecuador como el objetivo principal propuso evaluar la calidad del servicio y la satisfacción al cliente de la empresa Greenandes Ecuador, además con la metodología cuantitativa y un cuestionario de modelo SERVQUAL, con una muestra de 180 clientes exportadores. Concluyendo que ambas variables tienen influencia en los exportadores de la empresa Greenandes. Y los resultados obtenidos mediante el coeficiente de Spearman fueron 0,457, y de esta manera se expresa una relación positiva moderada entre ambas variables.

Fonseca y Cruz (2018) en Managua. El proyecto de investigación tiene como objetivo examinar la importancia del sistema de compensaciones y prestaciones laborales como factores determinantes en la estabilidad laboral. Concluye que es muy importante el sistema de compensaciones, salarios, prestaciones laborales y su impacto para conservar un trabajador que pertenece al personal efectivo, compensación comprende uno de los componentes más sustanciales de recursos humanos y permite percibir a profundidad el grupo de factores contribuido por los colaboradores.

En el ámbito nacional se consideró los siguientes antecedentes:

Luque (2015) en Andahuaylas, en su investigación tuvo como objetivo la relación que existe entre el proceso de capacitación y calidad de servicio en la empresa de transporte público "José María Arguedas" Andahuaylas, 2015. Realizó la metodología con enfoque cuantitativa, con un diseño No experimental, de tipo Transeccional correlacional. Para la recaudación de datos se ejecutó mediante la encuesta con una escala de Likert en criterio sobres sus variables, a los 70 trabajadores. Concluye que existe una relación entre la capacitación y la calidad de servicio donde la correlación de Spearman arrojó un resultado de 0,747.

Martínez y Milian (2018) en Chiclayo, en su estudio tuvo como finalidad presentar un plan de capacitación de personal para mejorar la calidad de servicio del restaurante Sumaq Chiclayo 2016. Para la metodología desarrollo tipo descriptivo-propositiva, para la adquisición de informe de datos, ejecutó con un cuestionario de 20 ítems desarrollado en sus dos variables. Se encaminó a la conclusión que el grado de calidad de servicio del restaurante Sumaq, es medio, es la adecuada para el 80% de la población de los clientes.

Mendoza y Ciprian (2019) en Cusco, dicha indagación tiene el propósito de conocer el sistema de Compensación Laboral en el área administrativa de la Corporación

Khipu S.A.C – Cusco 2018. Dentro de la estructura metodológica de la investigación es de enfoque cuantitativo, de tipo básica con un diseño no experimental y un nivel descriptivo. La información se obtuvo mediante el instrumento cuestionario aplicado a una muestra a 90 colaboradores del sector administrativo. Se concluye que el sistema de compensación laboral en la parte administrativa en la corporación Khipu S.A.C es inadecuado con un promedio de 2.22, y el 76.7% de la población encuestada, por lo tanto, expresa que la compensación que ofrece la institución no es suficiente, de esa manera no se lograra el cumplimiento de metas y objetivos.

Pozo (2018) en Vegueta, en este estudio el objetivo general es determinar la relación que existe entre la remuneración y el desempeño laboral de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Vegueta, 2017. Realizó con una metodología de enfoque cuantitativo, con nivel de tipo correlacional transversal. Para adquisición de información empleó un cuestionario de 48 ítems con una escala de Likert tomado a una muestra de 92 trabajadores que consta de mujeres y varones. concluyendo que existe relación entre ambas variables de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Vegueta, 2017.

Bollet, Oyola y Ferrari (2018) en esta investigación realizada en Pucallpa tuvo como finalidad determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, en los usuarios de los servicios de DIRCETUR de Ucayali. Para su metodología es de investigación de tipo aplicado y de nivel correlacional, con una muestra por conveniencia, el caso seleccionado dependió del momento de la recolección de datos. Concluye, que se halló relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la DIRCETUR con el coeficiente de Pearson de 0,896, considerado como Correlación positiva fuerte.

Flores (2019) en Lima, tuvo como objetivo general la relación entre la gestión de las compensaciones y la deserción laboral en los colaboradores de la empresa Atento S.A. Lima – 2017. Así mismo la metodología realizada es de tipo aplicada con un diseño no experimental de corte transversal y un nivel descriptivo correlacional, y con una muestra abarcado a su población, más conocido como censal realizado en un cuestionario. Como conclusión tomo lo siguiente: que existe una correlación inversa alta entre la gestión de compensaciones y la deserción laboral en los colaboradores del área de ventas de la empresa Atento S.A.-2017,

por lo que se aconseja ampliar tácticas dirigidas en la mejora de la gestión de compensaciones.

Luna (2018) en Tarapoto dicha investigación determinó como objetivo general si existe relación entre las compensaciones y la satisfacción laboral de los colaboradores de la Oficina Zonal San Martín e Intendencia de Aduana de Tarapoto de la SUNAT Año 2017. La metodología que utilizo es de diseño no experimental de nivel descriptiva correlacional y tuvo una población de 140 trabajadores de SUNAT con una muestra de 103 para la aplicación de la encuesta. Llegando a la conclusión de que existe relación entre las compensaciones y la satisfacción laboral.

La compensación se denomina al pago que los trabajadores acogen por su labor. Del mismo modo, forma parte de prestaciones e incentivos, tanto en dinero como en especie. La otra línea concierne a la satisfacción del personal con la ejecución de su trabajo y las cláusulas laborales. (Juárez & Carrillo, 2014, p. 8)

La compensación es tomada por varios autores, tanto en sueldos, salarios y prestaciones se denomina como las retribuciones que los colaboradores acogen por su trabajo brindado. Por otra parte, el área de RR.HH. debe respaldar la satisfacción de los colaboradores, por lo mismo origina en la organización a lograr. conservar y reservar productividad eficiente. Concretizando la remuneración sobre la motivación del personal es imprescindible en una sociedad, se debe aprovechar como herramienta indispensable para la gestión de los RR. HH, finalmente la falta de satisfacción afecta la productividad de la corporación. (Jiménez & Hernández, 2010.p. 48)

Los colaboradores reciben una compensación a cambio de su trabajo y a su vez implica aspectos añadidos en los sueldos , incentivos , beneficios y servicios que establecen una conexión entre la productividad y costos de labor.En toda organización es amplio los beneficios y servicios que forma parte del paquete total de compensaciones que cada trabajador recibe gran parte de estas percepciones se deben ajustar a la legislación del país donde opera la organización. (Werther & Davis, 1999, p. 287)

Se define a la gratificación que el trabajador percibe por la entrega de su fuerza laboral a la compañía o empresa. La gratificación es el medio de pago equitativo a

los trabajadores, según el cargo que ocupan en la empresa. La compensación total está constituida en tres elementos: remuneración básica, los incentivos y beneficios laborales. (Montesinos & Moya, 2019, p.7) El sistema de compensaciones se debe proyectar con el objetivo de promover actitud y conductas en los trabajadores que garanticen el éxito de las estrategias de recursos humanos. (Vidal , Cordón, & de la Torre, 2015, pág. 16)

Beneficios sociales: se refiere a los actos que realiza la empresa con el fin de motivar al trabajador dentro de su área, en ello existen los legales y extralegales. Legales. Cada país fija sus normas o leyes para las prestaciones o beneficios que son obligatorios en las empresas entre ellos están seguros, vacaciones, aguinaldos. Extralegales. Dentro de ello parte de la misma empresa como un beneficio voluntario a través de un plan de bienestar. Entre ellos están fiestas, juegos deportivos, salud médica y odontológica, graduación. (Torres , p. 7)

Tipos de incentivos 1.- Positivos: Son las recompensas a cambio en el progreso del desempeño. 2.- Negativos: se fundamenta en un plan de sanciones por no lograr el desempeño deseado.3.- Directos: son abonos equitativos a los niveles de producción. 4.- Indirectos: son aquellos que no están monetizados, por ejemplo, vacaciones, promociones, estímulos morales, etc. (Molina, 2018, p. 17) citado a Sornoza y Páez (2003).

La importancia de la administración de la compensación, es un elemento indispensable y un instrumento que se usa para guiar una organización. Primero porque se identifica la estimación destinadas al pago del personal, segundo porque el personal ingresa a la organización con la finalidad de mantener y desplegar su dedicación en la empresa, tercero por que las organizaciones poseen técnica conservar y motivar al humano en dicha empresa, y cuarto la compensación engloba a prestaciones, sueldo e incentivos. En lo último se identifica como paquete de compensación total, y esto contribuye al incremento al confort y calidad de vida del trabajador. (Jimenez & Hernandez, pp. 10,11)

Objetivos de la compensación: Para un proceso perdurable de la compensación se examinó tres objetivos:

Equidad interna: tiene origen en la disposición del puesto, condiciones y jornada laboral debe corresponder a un salario, condiciones de puesto por igual. Así mismo debe ser equitativo en la contribución realiza el trabajador hacia la empresa, en comparación lo que aporta la empresa hacia el colaborador. Competitividad externa: las organizaciones compiten por obtener personal de primera, en ese sentido genera que el nivel de pago sea competitivo en el entorno empresarial. Para la estimulación de desempeño laboral: se debe tomar en cuenta una estructura de la compensación que permite concebir equidad interna, de la misma manera tomar un nivel de compensación y como efecto la competitividad así de esa manera incluir el paquete total de compensaciones, pagando en el nivel del mercado laboral. (Juárez & Carrillo , 2014, pp. 12,13)

Estructuras de la compensación: La estructura se representa de la siguiente manera: Compensación base (CB): Es el sueldo de cada mes multiplicado por un año. Compensación garantizada (CG): Es la CB añadido de prestaciones en efectivo. Compensación total en efectivo (CTE): es la CG agregado de las prestaciones o pagos en efectivo que recauda el personal, se entrega únicamente cuando se cumple condiciones determinadas por la empresa. Compensación total (CT): es el CTE monetizado agregado de prestaciones en especies, como seguros, vales de alimentos y otros. (Fonseca & Cruz , 2018, pp. 21-22)

Los desafíos toman en cuenta varios retos. Cambios impulsados por la tecnología: En algunas situaciones el puesto de trabajo debe recibir una compensación mayor debido al baluarte del mercado. Hoy en día los sistemas tradicionales están desapareciendo de tal manera que optan sistemas más actuales. Presión Sindical: cuando un grupo de trabajadores se encuentra organizado es posible que se realice negociación entre las dos partes y lograr compensaciones mayores de lo normal de un mercado libre de trabajo. Políticas internas de sueldos y salarios: las organizaciones latinoamericanas realizaron acuerdos para llevar un nivel de sueldos y salarios por las condiciones inflacionarias de la región o país. Disposiciones gubernamentales en material laboral: dirigida hacia los derechos de los trabajadores, en algunas situaciones se excedió los límites. (Werther & Davis, 1999, pp. 305,307)

Proceso efectivo de la compensación: La compensación es clave, en la dirección del propósito que busca cualquier organización. La valuación de puestos: permite valorar los puestos en los resultados de la empresa, ya sea por jerarquía, clasificación en puestos. De tal manera que no existe un método perfecto. Análisis en la equidad interna: Una vez valuados los puestos, se puede analizar la equidad dentro de la organización, asimismo la relación que existe dentro de la empresa. Análisis de la competitividad externa: para ello exige contar con una investigación del Mercado de Compensaciones y comparar con la nuestra, así mismo identificar la capacidad de pago de nuestra empresa para retener y atraer al personal. Diseño e instrumentación de la política de compensación: Una vez que se conoce la equidad en la empresa y la competitividad exterior de la compensación, está en posición de determinar el pago. De ahí que se formula una estrategia de compensación que conlleva a motivar, atraer al personal. Evaluación del desempeño: Es un proceso que permite evaluar el cumplimiento en sus puestos de sus distintas áreas y niveles jerárquicos. De allí se reconoce y compensa el alto desempeño tanto personal como en conjunto de la organización. Los planes de incentivos: integran diversos factores que implican la postura tanto de la empresa y los trabajadores. estos factores son los siguientes: 1) añadir al sueldo base un reconocimiento por el desempeño, así el incentivo despierta en el trabajador un mejor desempeño futuro. 2) y esto demuestra el comportamiento de las personas estimuladas y provoque mejores resultados en la empresa. Las prestaciones: son parte de la compensación por lo tanto son adicionales a lo obliga la ley dentro de su contexto, y es un poderoso de la compensación que permite fortalecer y promover la identidad del trabajador con su empresa. (Juárez & Carrillo , 2014, pp. 14,15,16)

La compensación desde la postura estratégica, este atrae, conserva y mantiene motivados a los trabajadores competentes para realizar su desempeño dentro de la empresa y conlleva una satisfacción personal que depende no solo del pago económico. (Rios, Pérez ,Sánchez, & Ferrer Guerra, 2017, p. 93)

Calidad se observa como una parte importante dentro de la competitividad y la viabilidad de las organizaciones, así como las experiencias positivas de los clientes en la acción de consumo. (Orgambídez & de Almeida, 2015, p. 168) Dentro de

calidad de servicio se toma el lema “Hacerlo bien la primera vez y conseguir cero defectos”. (Del Carpio & Marín, 2018, p. 8)

El Servicio es intangible y comienza a la interacción del cliente con el trabajador (Gardi, Venturo, Faya, & Majo, 2019, p. 198)

Satisfacción del cliente, Un cliente insatisfecho seguramente se quejará, se involucra en una comunicación boca a boca negativo y elegir a un competidor, por otro lado, es posible que un cliente satisfecho difunda expresión y sugiera el servicio a otros. (Dawi, Streimikis, & Mardani, 2018, p. 19)

El servicio está caracterizado por estos elementos: La intangibilidad: Los servicios son intangibles, de tal manera que no son objetos, pero si son resultados. La heterogeneidad: La prestación es heterogénea en consecuencia logran variar de creador a creador, de adquirente a adquirente, de jornada a jornada. Lo inseparable: La prestación es un conjunto entre el consumidor y el vendedor, es así que se demuestra como un acto inseparable. (Duque & Parra, 2015, pág. 38)

Calidad de servicio se define como la discrepancia entre la percepción y las expectativas asumidas por el cliente o adquirente. A su vez es imprescindible mencionar que el servicio en la actualidad es más exigente, por lo tanto, existe la necesidad de centralizar esfuerzos en el estudio de la calidad, así como en la entrega del mismo en calidad física, en la indagación de evidencias o pruebas de cómo se encuentra la percepción del servicio entregado al adquirente y en la mejora, es así que la calidad corporativa se brinda. La entrega de la calidad de servicio se manifiesta como una estrategia para el empleado con la satisfacción del adquirente, teniendo en cuenta la calidad que interacciona entre ambos. (Duque & Palacios 2017, pág. 199)

(Tschohl, 2014)Calidad del servicio es el modelo que siguen todos los bienes y empleados de una empresa para superar la expectativa del cliente, esto incluye a todos los colaboradores que laboran en la sociedad y no solo a las que tratan directamente con los clientes o a las que se contactan vía telefónica, correo electrónico, o por otro medio. (p.9)

(Arellano, 2017) indica que la calidad de servicio está vinculada con la satisfacción y la percepción sobre el servicio. Lo primordial es el cliente, si este queda satisfecho

y encuentra lo que esperaba. Sin embargo, esta satisfacción está concreta por aspectos subjetivos como las expectativas y la percepción, la calidad es complicada al momento de definirla, lo que hace inevitable a las organizaciones el responder en forma perseverante con la impresión de los clientes de acuerdo a su servicio. (p. 77)

Cuando un cliente percibe el servicio que cumple sus exigencias, esto genera satisfacción en sus expectativas ellos. (Vera & Trujillo, 2018, p. 2) La medida de la calidad de servicio cada vez es más valiosa, coincide con las expectativas y la impresión del consumidor del servicio. (Uzunboylu, 2016, p. 45).

La calidad de servicio es el resultado que se toma desde el momento de la fabricación incluso la transferencia del bien o servicio, es así que el cliente distingue sus expectativas del servicio que ha recibido. Por consiguiente, las empresas deben incluir un formato donde contribuya a calcular el grado de placer del adquirente, y así aseguran cumplir con sus preferencias e indagar la manera donde los adquirentes aconsejen el bien o servicios.

Como principal función de la calidad de servicio es de conservar a los adquirentes. Aumentar novedades del portafolio de los adquirentes (Tschohl, 2014, p. 10)

Beneficios de la calidad de servicio. Arellano (2017) Sugiere que genera beneficios a la organización. Mayor rentabilidad en sus ventas. Esto otorga a un precio elevado como efecto de que el cliente relaciona el valor del pago con lo que recibe, a cerca de volumen el servicio hace la repetición y conlleva a un nivel alto de ingresos monetarios. Fidelidad. El cliente cuando es tratado como lo pide, como resultado se obtiene lealtad, valor de marca y alejamiento de la rivalidad. Venta de nuevos productos al mismo cliente. Si la calidad de servicio produce seguridad y confianza en lo que ofrezca, así proporciona lanzar nuevos productos, por consiguiente, la repetición de compras y obteniendo cliente satisfecho. Generación de nuevos clientes. El cliente al sentirse satisfecho con el servicio recibido interpreta su buena experiencia promocionando "boca en boca" y esto hace que desarrolle un aumento en la demanda de nuevos clientes. Reducción de quejas y reclamos. Si existe un excelente conducto regular de calidad en el servicio se observará que las incomodidades disminuirán por lo tanto conlleva a reducir costos. Posicionamiento

y valor de marca/empresa. Lo máspreciado e importante en la empresa es la "clientela". Ese elemento primordial le da importancia a la empresa ampliando el "precio" de esta. De tal manera, se logra el posicionamiento en la mente del cliente. Así, las empresas le añaden valor de marca/empresa y eso supera lo proyectado de sus ventas y activos. (p.78).

Guías para decidir un plan de servicio: Ofrecer menos y conceda más. Observe la satisfacción de sus clientes y brinde el servicio en la altura adecuada. Indague profundamente las exigencias de los clientes. Saber lo que el cliente busca. Permite dividir los productos y servicios de acuerdo a las características de cada producto con intención de satisfacer sus necesidades. Perdure con la táctica de su proyecto de servicio. (Tschohl, 2014, p. 59)

(Tschohl, 2014, p. 238) Ocho actitudes que el empleado debe tener. El cliente siempre tiene la razón. Esta primero las necesidades del cliente y cerciorarse que sean cumplidas. Actitud positiva. Demuestra entusiasmo, actitud y soluciona problemas de los clientes. Profesionalismo. Indagar para estar preparado de como satisfacer a los clientes, si no posee entendimiento y necesita apoyo. Guía hacia las personas. Incentiva y crea iniciativa, interés y buscar la comodidad en los clientes. Disponibilidad. Resuelve problemas, busca alternativas. Solución adecuada face to face Investiga comprender la prioridad, analiza y es empático desde la perspectiva del cliente al momento de brindar datos del bien o servicio. Respeto. Se muestra cortés. Cumplir la duración del cliente y su área personal. Confiabilidad. Utiliza el tiempo adecuado

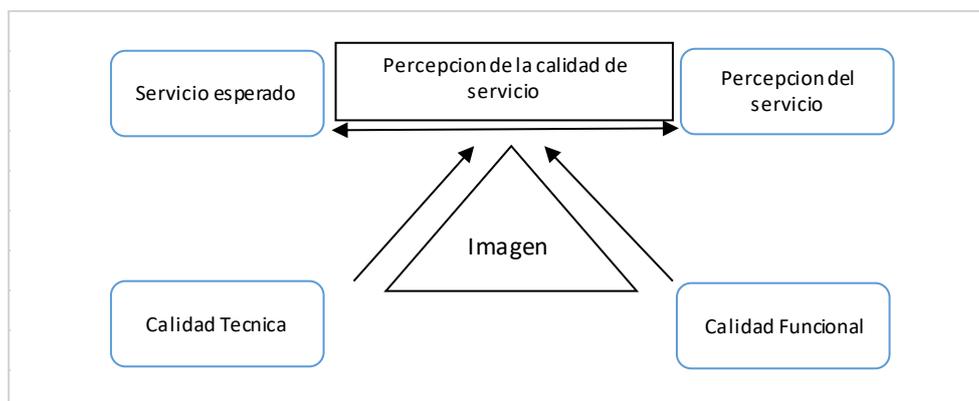
Control de calidad de servicio (Tschohl, 2014)Existen procedimientos esenciales para entender los comentarios de los clientes y el estado del servicio. Medición entre colaboradores, oiga lo que sus empleados dicen al tratar de los clientes. Realice reuniones de grupo con los colaboradores encaminadas por alguien que le cuestione e impulse la respuesta, donde la Reunión de equipo tiene la finalidad completa de brindar y detallar la gestión operativa del área y la mayoría de las áreas jerárquicas. Medición entre los clientes. Evaluar las satisfacciones de los adquirentes. Tener la intensidad en apariencia inmaterial, con la preferencia de los colaboradores para contestar al cuestionario de los clientes (pág. 308,309)

Métodos a fin de obtener investigación de las opiniones y disposiciones de los adquirentes. Examinar a los adquirentes especiales. Organice, repertorio de las oficios o incomodidades adquiridas. Emplee señales de los modelos de lo complacido que sienten los adquirentes en la mayoría de la jurisdicción. (Tschohl, 2014, pág. 310)

La calidad de servicio como herramienta estratégica. La calidad de servicio al adquirente es una propuesta, que sustenta la excelencia competitiva de la entidad. Al no poseer conocimiento claro de este elemento, el servicio sería improductivo e inútil. Se debe tener presente desde la cabeza principal hasta el último colaborador de la empresa. (Arellano, 2017, pág. 80)

Modelos de medición: La escuela nórdica o modelo de la imagen: Este modelo es creado por Gronnos, de ahí la cualidad se relaciona con la figura corporativa, as mismo esboza la calidad es notorio por los adquirentes, es la incorporación de la calidad tecnológica (dar) y la calidad práctica (cómo debería darse), los dos se conectan por figura corporativa. La figura de una organización es el componente esencial de la calidad adquirida. Por lo tanto, la conclusión, el cliente niega el resultado y la manera en que percibe el servicio como también en la figura corporativa. Gronnos explicó la calidad adquirida de un servicio, en efecto de un desarrollo de valuación indicando que el adquirente contrasta su expectativa con el servicio que había recibido. (Núñez & Juárez, 2018, p. 53)

Figura 1: Modelo nórdico



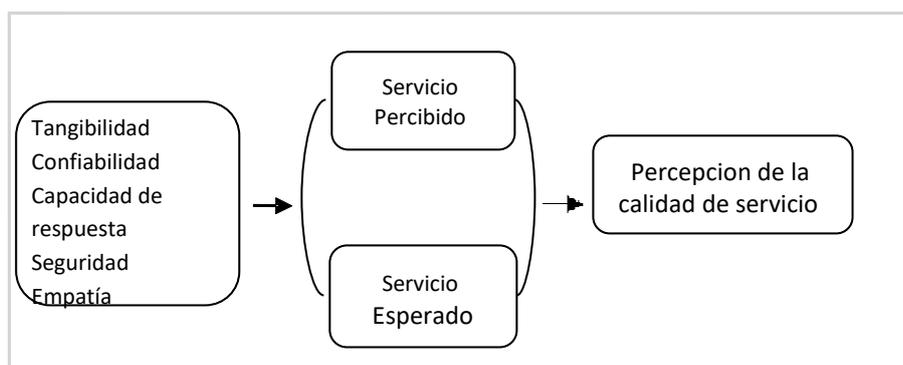
Es acreditado en la adecuada examinación es de acuerdo a la calidad brindada que haya adquirido el consumidor y haber superado sus expectativas por lo consiguiente cumple lo solicitado. (Duque & Parra , 2015, pág. 39)

Escuela americana: El modelo de esta, es uno de los más usados por los académicos y fue denominado servqual. Este procedimiento se concedió para llegar a la medida, por medio de la examinación individual mediante expectativas y percepciones de los adquirentes, fundamentándose por los mensajes aplicados por los clientes en la exploración. (Parasuraman, Zeithaml y Berry) y la relevancia referida que, declara, depende del tipo de servicio y/o cliente. El modelo Servqual propone comparar la expectativa de los adquirentes frente a la compra de un servicio y la percepción una vez éste fue considerado. (Vergara, Quesada, & Blanco, 2011, p. 421) sobre todo calcular la brecha real entre percepciones y expectativas de los consumidores respecto del servicio otorgado. (Reynaldos & Gallardo, 2014, p. 355)

Al realizar investigaciones continuas (Parasuraman, Zeithaml y Berry) observaron que esas dimensiones se interrelacionan, es así que se redujo a cinco. Estas dimensiones beneficiosas tomados a partir del instrumento Servqual.

Elementos tangibles: Todo lo que se puede palpar (instalaciones físicas, equipos, materiales.) Confiabilidad: La forma de efectuar el servicio, con honestidad cuidadosa. Capacidad de respuesta: La capacidad de rendir de una función rápida. Seguridad: Inexistencia con peligros, o dudas. Empatía: Demuestra la importancia y altura que brindan hacia los clientes de manera individual. (Duque & Palacios , 2017, pág. 201)

Figura 2:Modelo SERVQUAL



Gestionar la calidad adquirida, formularon estos elementos globales y especifican que la apreciación es resultado de la indiferencia para el adquiriente de lo recibido y esperado. Al tener clara estas dimensiones observaron que existen incompatibilidades entre las expectativas y percepciones mencionándolos como brechas.

Brecha 1: la diferencia entre las expectativas del adquiriente y las percepciones de la organización, un error es no saber lo que el adquiriente espera. Brecha 2: la diferencia entre la percepción de los ejecutivos que tienen sobre las expectativas de los adquirientes. Algunas empresas teniendo información acerca de lo que el cliente espera no logran cubrir ese vacío. Brecha 3: La diferencia entre la definición de calidad y el servicio prestado. Entender las expectativas de los adquirientes y acondicionar reglas que no cumplen los estándares, la calidad se deteriora. Brecha 4: La diferencia entre el servicio existente y lo que se informa a los adquirientes. Este problema es generado por la publicidad que informan y no es así que reciben. Brecha 5: La disimilitud entre las expectativas y percepciones de los adquirientes. Este problema es asumido por todas las brechas unidas (Duque & Parra, 2015, págs. 40-41)

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de Investigación:

Tipo de investigación es aplicada porque nuestro propósito es resolver el problema detectado en la empresa Novavento SAC.

Enfoque: el enfoque que se uso es cuantitativo por que se empleó la recopilación de información para verificar la hipótesis, con base en la medida numérica y el análisis estadístico. (Hernández, et al ,2014, pág.4)

Diseño de investigación: El diseño de esta investigación es no experimental, de tal manera que se realiza sin la modificación de las variables y se estudia en su naturaleza para analizarlo. (Hernández ,et al ,2014, pág. 152). Con un corte transversal porque se hizo en un tiempo delimitado.

Cabe señalar que el proyecto es de nivel descriptivo correlacional. Es descriptiva, ya que realiza descripciones de los sucesos y variables; por otro lado, es correlacional, porque se determinó el contacto que existe entre las dos variables, compensación y calidad de servicio.

3.2. Variable y Operacionalización:

Definen: “Una variable es un atributo que puede balancearse y la alteración es capaz de calcular u observarse” (Hernández, et al, pág. 105)

La variable es Cualitativa: también llamadas categóricas, cuya particularidad o cualidad que se revelan de forma verbal, es decir, mediante términos o palabras.

V1: Compensación

La compensación es tomada por varios autores, tanto en sueldos, salarios y prestaciones se denomina como las retribuciones que los colaboradores acogen por su trabajo brindado. Por otra parte, el área de RR.HH. debe respaldar la satisfacción de los colaboradores, por lo mismo origina en la organización a lograr. conservar y reservar productividad eficiente. Concretizando la remuneración sobre la motivación del personal es imprescindible en una

sociedad, se debe aprovechar como herramienta indispensable para la gestión de los RR. HH, finalmente la falta de satisfacción afecta la productividad de la corporación. (Jiménez y Hernández, 2010.p. 48)

Definición operacional: Se realizará considerando las tres dimensiones y los indicadores referidos midiéndose a través de la escala ordinal.

Tabla 1 *Concepto operacional de compensación*

Dimensión	Indicador	Ítem	Escala de medición
Sueldo	Bienestar	1,2	Escala ordinal
	Expectativas salariales	3,4	
Incentivo	Incentivos no monetarios	5,6	
	Incentivos monetarios	7,8	
Prestaciones	Pago en efectivo	9,10	
	Pago en especie	11,12	

V.2: Calidad de Servicio:

Calidad de servicio se define como la discrepancia entre la percepción y las expectativas asumidas por el cliente o adquirente. A su vez es imprescindible mencionar que el servicio en la actualidad es más exigente, por lo tanto, existe la necesidad de centralizar esfuerzos en el estudio de la calidad, así como en la entrega del mismo en calidad física, en la indagación de evidencias o pruebas de cómo se encuentra la percepción del servicio entregado al adquirente y en la mejora, es así que la calidad corporativa se brinda. La entrega de la calidad de servicio se manifiesta como una estrategia para el empleado con la satisfacción del adquirente, teniendo en cuenta la calidad que interacciona entre ambos. (Duque & Palacios, 2017, pág. 199)

Definición operacional: Se realizará considerando las tres dimensiones y los indicadores referidos midiéndolas a través de la escala ordinal.

Tabla 2 *Concepto operacional de calidad de servicio*

Dimensión	Indicador	Ítem	Escala de medición
Calidad Física	Tangibilidad	13,15	
Calidad corporativa	Confiabilidad	16,18	
	Responsabilidad	19,20	Escala ordinal
Calidad Interactiva	Comunicación	21,22	
	Empatía	23,24	

3.3. Población, muestra y muestreo

Población: “Los habitantes de una agrupación de lo absoluto de las situaciones que predicen con una serie de aplicaciones” (Hernández, et al ,2014, pág.174)

Dentro de este análisis la población consta de 40 personas trabajadores en la empresa Novavento SAC.

- Criterios de inclusión: se incluyó trabajadores de operaciones, ventas, finanzas.
- Criterios de exclusión: se excluyó al representante legal de la empresa.

Muestra

La muestra empleada a la población con beneficio sobre el cual se recoge información, y determinar de antemano con exactitud, por consiguiente, debe ser característico de la población. (Hernández, et al ,2014, pág.173)

Por ello en la investigación se tomó la muestra censal donde todos los individuos de la población son unidades de investigación.

Muestreo

Se usará el muestreo probalístico con la finalidad que todos los individuos de la población (trabajadores) optan con las mismas características y cualidades de investigación. Son 40 trabajadores de la empresa Novavento SAC.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

“El Cuestionario engloba a un conjunto de interrogación respecto de una o más variables a calcular.” (Hernández, et al ,2014, pág.217)

Escalamiento tipo Likert es la agrupación de ítems mostrados en estructura de aceptación, de tal manera se solicita la respuesta del integrante. Donde indica que se muestra cada acierto y se pide al involucrado que externe su comportamiento optando uno de los cinco puntos o rango de escala. Donde a cada valor se determina un valor numérico. (Hernández, et al ,2014, pág.238)

Para la siguiente labor de análisis la herramienta se va a emplear para una apropiada recopilación de informe a través de los cuestionarios y se emplea la técnica de encuestas con escalamiento tipo Likert para medir la compensación y calidad de Servicio en la empresa que serán proporcionadas hacia los 40 trabajadores de la empresa Novavento SAC.

3.4.1 Validez y confiabilidad

Validez de expertos

La prueba de validez de contenido, fue aceptado por los siguientes expertos

Tabla 3 *Validación de expertos*

Documento Nacional de Identidad	Nombres y Apellidos	Institución	Calificación
DNI:41478652	Dra. Mary Hellen Mariela Michca Maguiña	Universidad Cesar Vallejo	Aplicable
DNI 07903350	Mg. Máximo Fidel Pasache Ramos DNI 07903350	Universidad Cesar Vallejo	Aplicable
DNI 08729589	Fernando Luis Márquez Caro DNI 08729589	Universidad Cesar Vallejo	Aplicable

Confiabilidad

Es nivel en que la herramienta de la medida obtiene resultado resistente y coherentes (Hernández, et al 2014, pág. 200).

Por consiguiente, medir la confiabilidad se usó 40 respuestas, por el recurso del coeficiente de Alfa de Cronbach en el programa SPSS. Al hallar la confiabilidad se tomó el siguiente cuadro.

Tabla 4: *Escala de alfa de Cronbach*

Rango	Magnitud
0.81 - 1.00	Muy alto
0.61 - 0.80	Alto
0.41 - 0.60	Moderado
0.21 - 0.40	Bajo
0.01 - 0.20	Muy bajo

Tabla 5: *Desarrollo de casos de la variable compensación*

Resumen de compensación		
	Número	Porcentaje
	40	100,0
	0	,0
Total	40	100,0

Tabla 6: *Confiabilidad de compensación*

Compensación	
Alfa de Cronbach	N de componentes
, 888	12

Dentro de la variable compensación se midió a cerca de 12 respuestas aplicado a los 40 colaboradores de la empresa Novavento SAC, obteniendo un valor de 0.832 indicado una confiabilidad muy alta.

Tabla 7: *Desarrollo de casos de la variable Calidad de servicio*

Resumen Calidad de servicio		
	Número	Porcentaje
	40	100,0
	0	,0
Total	40	100,0

Tabla 8: *Confiabilidad de calidad de servicio*

Calidad de servicio	
Alfa de Cronbach	N componentes
,840	12

Dentro de la variable Calidad de Servicio se midió a cerca de 12 respuestas aplicado a los 40 colaboradores de la empresa Novavento SAC, obteniendo un valor de 0.850 indicado una confiabilidad muy alta.

Tabla 9: *Desarrollo de casos de las variables Compensación y Calidad de Servicio*

Compensación y Calidad de servicio		
	Número	Porcentaje
	40	100,0
	0	,0
Total	40	100,0

Tabla 10: *Confiabilidad de compensación y calidad de servicio.*

Compensación y Calidad de Servicio	
Alfa de Cronbach	N de componentes
,905	24

Para las dos variables Compensación y Calidad de Servicio se midió a cerca de 24 respuestas aplicado a los 40 colaboradores de la empresa Novavento SAC, obteniendo un valor de 0.905 indicado una confiabilidad muy alta.

3.5. Procedimientos:

El procedimiento que se siguió para la realización de la investigación fue de la siguiente manera:

- Recolección de datos obtenidos de los trabajadores, previamente validados por expertos.
- La creación de un cuadro Excel de la base de datos.
- Desarrollo de información en el software estadístico SPSS versión 25 y después trabajar el estudio estadístico.

3.6. Método de análisis de datos:

El método de análisis estadístico sobre los resultados del cuestionario, fue aplicado en los trabajadores de la empresa Novavento SAC, que son representados en cuadros y gráficos realizado mediante el programa estadístico SPSS versión 25.0 y Excel.

3.7. Aspectos éticos:

Dentro de los aspectos éticos se tomó lo siguiente:

- Respetando las normas Apa.
- Respetar las normas y directrices de la empresa Novavento SAC.
- La información recolectada de la empresa de manejo de forma confidencial, con el único fin académico.
- Los datos recolectados son mostrados si ser manipulados

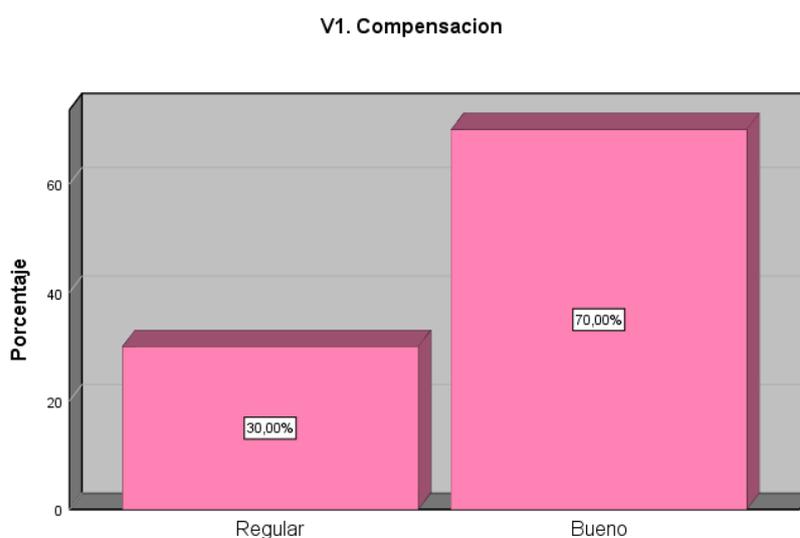
IV. RESULTADOS

Análisis descriptivo de la variable compensación

Tabla 11: *Proporción de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según su Compensación.*

	Frecuencia	Proporción	Proporción válido	Proporción acumulado
Regular	12	30,0	30,0	30,0
Bueno	28	70,0	70,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Figura 3: *Porcentaje de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según su Compensación.*



Nota:

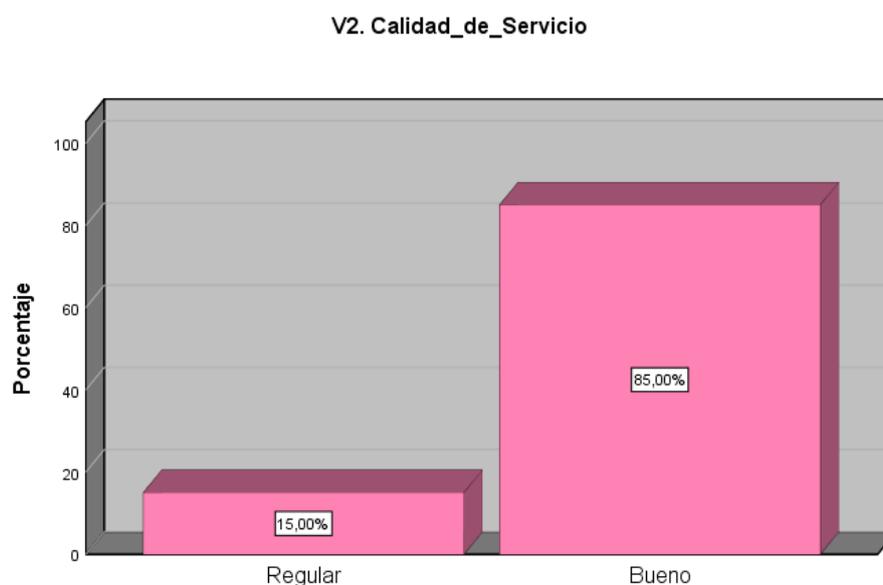
De acuerdo a la tabla y figura del resumen de la variable Compensación se observa que el 70% de los trabajadores tienen una Compensación Bueno, el 30% una compensación regular induciéndonos que de la totalidad de trabajadores encuestados de la empresa Novavento S.A.C. distrito de Bellavista-región Callao, la gran mayoría presenta una Buena Compensación en la empresa.

Análisis descriptivo de la variable Calidad de Servicio

Tabla 12 : Proporción de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según su Calidad de Servicio.

	Frecuencia	Proporción	Proporción válido	Proporción acumulado
Regular	6	15,0	15,0	15,0
Bueno	34	85,0	85,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Figura 4: Porcentaje de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según su Calidad de Servicio



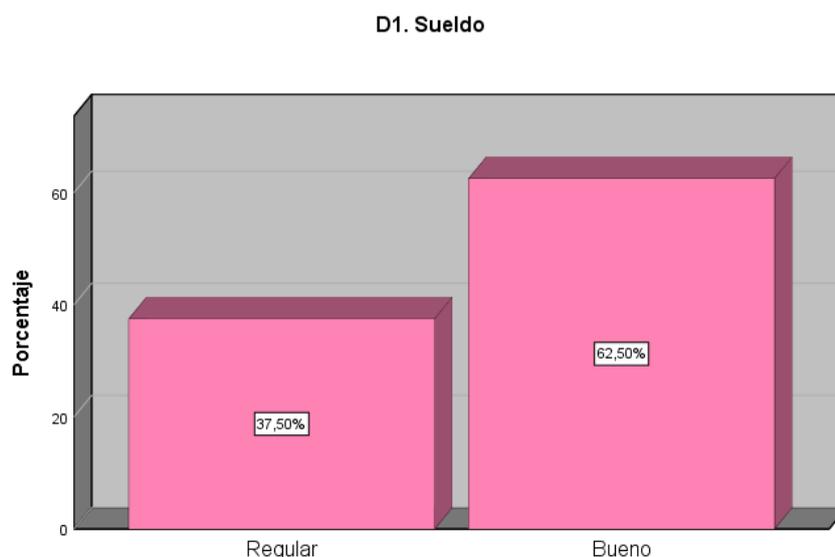
Nota: De acuerdo a la tabla y figura del resumen de la variable Calidad de Servicio se observa que el 85% de los trabajadores tienen una Calidad de Servicio bueno, el 15% una Calidad de Servicio regular induciéndonos que de la totalidad de trabajadores encuestados de la empresa Novavento S.A.C. del distrito de Bellavista-región Callao, la gran mayoría presenta una Buena Calidad de Servicio en la empresa.

Dimensión Sueldo

Tabla 13: Proporción de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según su Sueldo.

	Frecuencia	Proporción	Proporción válido	Proporción acumulado
Regular	15	37,5	37,5	37,5
Bueno	25	62,5	62,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Figura 5: Porcentaje de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según su Sueldo.



Nota:

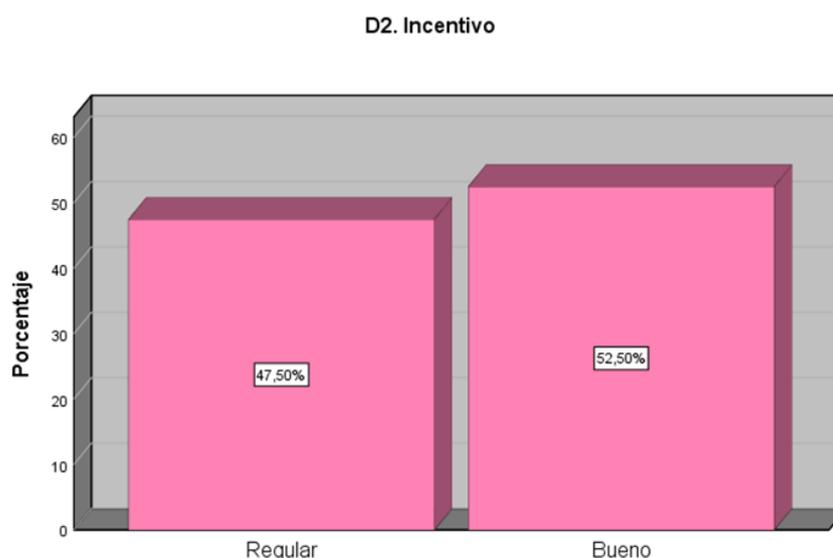
De acuerdo a la tabla y figura del resumen de la Dimensión Sueldo se observa que el 62.50% de los trabajadores tienen un sueldo Bueno, el 37.50% un sueldo regular induciéndonos que de la totalidad de trabajadores encuestados de la empresa Novavento S.A.C. del distrito de Bellavista-región Callao, la gran mayoría presenta un Alto Sueldo en la empresa.

Dimensión Incentivo

Tabla 14: *Proporción de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según su Incentivo.*

	Frecuencia	Proporción	Proporción válido	Proporción acumulado
Regular	19	47,5	47,5	47,5
Bueno	21	52,5	52,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Figura 6: *Porcentaje de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según su Incentivo.*



Nota:

De acuerdo a la tabla y figura del resumen de la Dimensión Incentivo se observa que el 52.50% de los trabajadores tienen un Incentivo bueno, el 47.50% un Incentivo regular induciéndonos que de la totalidad de trabajadores encuestados de la empresa Novavento S.A.C. del distrito de Bellavista-región Callao, la gran mayoría presenta un Alto Incentivo en la empresa.

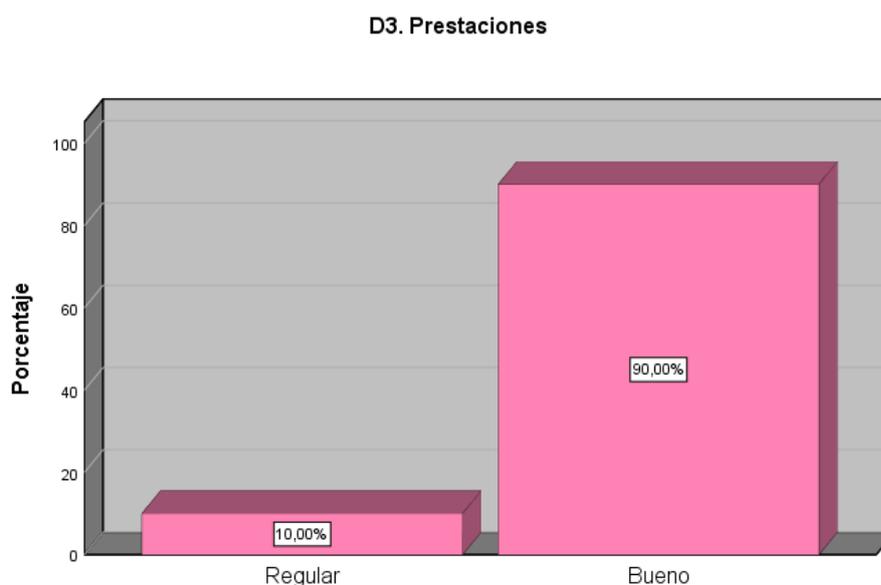
Dimensión Prestaciones

Tabla 15: Proporción de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según la Dimensión Prestaciones.

	Frecuencia	Proporción	Proporción válido	Proporción acumulado
Regular	4	10,0	10,0	10,0
Bueno	36	90,0	90,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos mediante encuestas aplicadas a los empleados de Novavento S.A.C.

Figura 7 : Porcentaje de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según la Dimensión Prestaciones.



Nota:

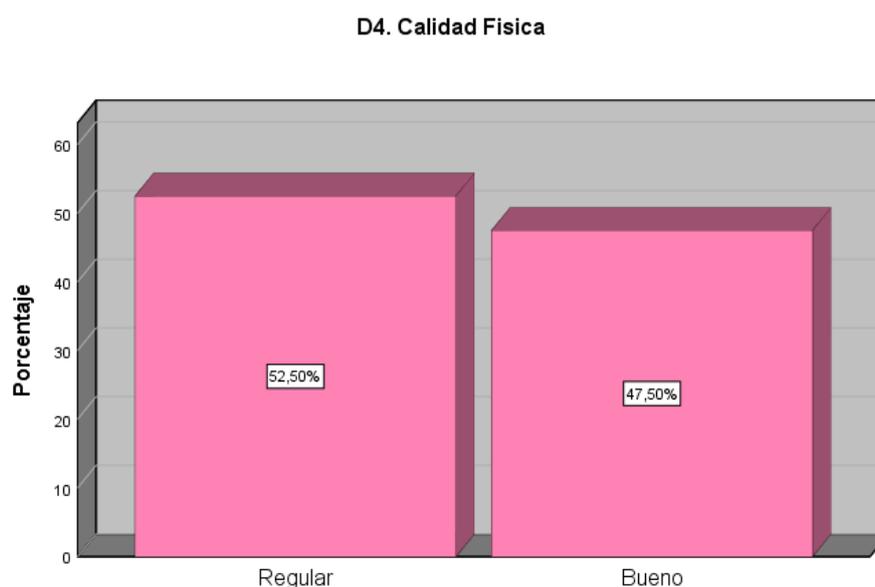
De acuerdo a la tabla y figura del resumen de la Dimensión Prestaciones se observa que el 90.00% de los trabajadores tienen un Incentivo Bueno, el 10.00% las Prestaciones regular induciéndonos que de la totalidad de trabajadores encuestados de la empresa Novavento S.A.C. del distrito de Bellavista-región Callao, la gran mayoría presenta una Alta Prestaciones en la empresa.

Dimensión Calidad Física

Tabla 16: Proporción de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según la Dimensión Calidad Física.

	Frecuencia	Proporción	Proporción válido	Proporción acumulado
Regular	21	52,5	52,5	52,5
Bueno	19	47,5	47,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Figura 8: Proporción de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según la Dimensión Calidad Física.



Nota:

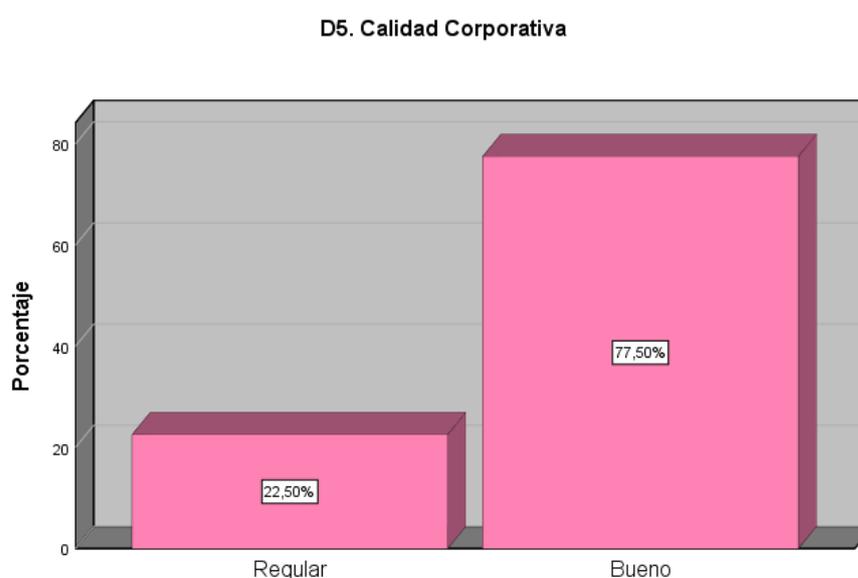
De acuerdo a la tabla y figura del resumen de la Dimensión Calidad Física se observa que el 52.50% de los trabajadores tienen una Calidad Física regular, el 47.50% una Calidad Física bueno, induciéndonos que de la totalidad de trabajadores encuestados de la empresa Novavento S.A.C. distrito de Bellavista-región Callao la gran mayoría presenta una regular Calidad Física en la empresa.

Dimensión Calidad Corporativa

Tabla 17: Proporción de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según la Dimensión Calidad Corporativa.

	Frecuencia	Proporción	Proporción válido	Proporción acumulado
Regular	9	22,5	22,5	22,5
Bueno	31	77,5	77,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Figura 9: Porcentaje de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según la Dimensión Calidad Corporativa



Nota:

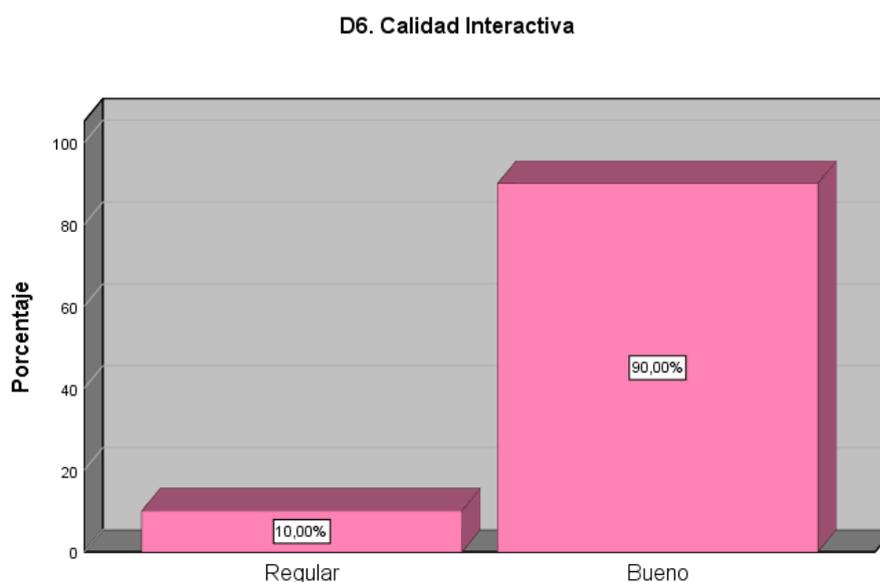
De acuerdo a la tabla y figura del resumen de la Dimensión Calidad Corporativa se observa que el 77.50% de los trabajadores tienen una Calidad Corporativa bueno, el 22.50% una Calidad Corporativa regular, induciéndonos que de la totalidad de trabajadores encuestados de la empresa Novavento S.A.C. distrito de Bellavista- región Callao, la gran mayoría presenta una Alta Calidad Corporativa en la empresa.

Dimensión Calidad Interactiva

Tabla 18: *Proporción de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según la Dimensión Calidad Interactiva.*

	Frecuencia	Proporción	Proporción válido	Proporción acumulado
Regular	4	10,0	10,0	10,0
Bueno	36	90,0	90,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Figura 10: *Porcentaje de los trabajadores de la Empresa Novavento S.A.C. Según la Dimensión Calidad Interactiva.*



Nota:

De acuerdo a la tabla y figura del resumen de la Dimensión Calidad Interactiva se observa que el 90.00% de los trabajadores tienen una Calidad Interactiva bueno, el 10.00% una Calidad Interactiva regular, induciéndonos que de la totalidad de trabajadores encuestados de la empresa Novavento S.A.C. del distrito de Bellavista-región Callao, la gran mayoría presenta una Alta Calidad Interactiva en la empresa.

Análisis inferencial

Prueba de normalidad

Para la normalidad (Pérez , 2019) existe 2 tipos de prueba según muestra, la prueba de Kolmogorov-Smirnov se aplica a muestra mayores a 50 y para la prueba de Shapiro-Wilk se aplica a muestra menores de 50, por ello si el nivel de significancia mayor a 0.05 (paramétrica) entonces se procede con la prueba de correlación de R Pearson, por lo tanto, si el nivel de significancia es menor que 0.05(no paramétrica) corresponde a la prueba correlación de Rho de Spearman.

H0: La distribución es normal

H1: La distribución no es normal.

Criterio de decisión

Sig. > 0.05 se acepta la hipótesis nula,

Sig. < 0.05 se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 19:Prueba de normalidad.

	Prueba de Normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Compensación	,078	40	,200*	,981	40	,732
Calidad de servicio	,064	40	,200*	,982	40	,778

Nota

Conforme a los resultados de esta tabla 19 teniendo en cuenta que los datos son menores de 50, se considera a Shapiro wilk, se observa que para ambas variables el nivel de significancia es mayor 0.05, bajo este resultado se toma la prueba paramétrica. Por ello es necesario realizar en la prueba de hipótesis mediante el método de R Pearson. Tomando el criterio de decisión el nivel de Sig. para compensación ,732 y para calidad de servicio ,778, entonces, se acepta la hipótesis nula H0: La distribución es normal.

Para la medición de coeficiente de Pearson se usó la siguiente tabla:

Tabla 20: *Medición de coeficiente de Pearson.*

Rango	Magnitud
r =1	Correlación perfecta
0,8 entre 1	Correlación muy alta
0,6 entre 0,8	Correlación alta
0,4 entre 0,6	Correlación moderada
0,2 entre 0,4	Correlación baja
0 entre 0,2	Correlación muy baja
r = 0	Correlación nula

Hipótesis general La compensación se relaciona con la calidad de servicio en la empresa Novavento Sac, distrito de Bellavista-región Callao, 2020, 2020.

Ha: La compensación se relaciona con la calidad de servicio.

H0: La compensación no se relaciona con la calidad de servicio.

Tabla 21: *Correlación de Pearson entre compensación y calidad de servicio.*

		Correlaciones	
		Compensación	Calidad de Servicio
Compensación	C. de Pearson	1	,542**
	Sig.		,000
	N	40	40
Calidad de Servicio	C. de Pearson	,542**	1
	Sig.	,000	
	N	40	40

Nota

Según la tabla 21 de correlación de Pearson de las variables Compensación y calidad de servicio existe una correlación moderada de ,542. Así mismo la significancia entre ambas variables es de ,000 por lo tanto es menor de 0.05, entonces no se rechaza la hipótesis alternativa, en resumen, la compensación se relaciona con la calidad de servicio.

Hipótesis específica 1: El sueldo se relaciona con la calidad de servicio en la empresa Novavento distrito del distrito de Bellavista-región Callao, 2020.

Ha: El sueldo se relaciona con la calidad de servicio.

H0: El sueldo no se relaciona con la calidad de servicio.

Tabla 22: *Correlación de Pearson entre sueldo y calidad de servicio.*

		Correlaciones	
		Sueldo	Calidad de Servicio
Sueldo	C. de Pearson	1	,480**
	Sig.		,002
	N	40	40
Calidad de Servicio	C. de Pearson	,480**	1
	Sig.	,000	
	N	40	40

Nota

Según la tabla de correlación de Pearson de la dimensión sueldo y la variable calidad de servicio existe una correlación moderada de ,480. Así mismo la significancia entre la dimensión y variable es de ,002 por lo tanto es menor de 0.05, entonces no se rechaza la hipótesis alternativa, en resumen, el sueldo se relaciona con la calidad de servicio.

Hipótesis específica 2: Los incentivos se relaciona con la calidad de servicio en la empresa Novavento del distrito de Bellavista-región Callao 2020.

Ha: Los incentivos se relaciona con la calidad de servicio.

H0: Los incentivos no se relaciona con la calidad de servicio.

Tabla 23: *Correlación de Pearson entre incentivos y calidad de servicio.*

		Correlaciones	
		Incentivos	Calidad de Servicio
Incentivos	C. de Pearson	1	,454**
	Sig.		,003
	N	40	40
Calidad de Servicio	C. de Pearson	,454**	1
	Sig.	,003	
	N	40	40

Nota

Según la tabla de correlación de Pearson de la dimensión incentivo y la variable calidad de servicio existe una correlación moderada de ,454. Así mismo la significancia entre la dimensión y variable es de ,003 por lo tanto es menor de 0.05, entonces no se rechaza la hipótesis alternativa, en resumen, los incentivos se relacionan con la calidad de servicio.

Hipótesis específica 3: Las prestaciones se relacionan con la calidad de servicio en la empresa Novavento distrito del distrito de Bellavista-región Callao, 2020.

Ha: Las prestaciones se relaciona con la calidad de servicio.

H0: Las prestaciones no se relaciona con la calidad de servicio.

Tabla 24: *Correlación de Pearson entre prestaciones y calidad de servicio.*

		Correlaciones	
		Prestaciones	Calidad de Servicio
Prestaciones	C. de Pearson	1	,557**
	Sig.		,000
	N	40	40
Calidad de Servicio	C. de Pearson	,557**	1
	Sig.	,000	
	N	40	40

Nota

Según la tabla de correlación de Pearson de la dimensión prestaciones y la variable calidad de servicio existe una correlación moderada de ,557. Así mismo la significancia entre la dimensión y variable es de ,000 por lo tanto es menor de 0.05, entonces no se rechaza la hipótesis alternativa, en resumen, las prestaciones se vinculan con la calidad de servicio.

V. DISCUSIÓN

Dentro de la discusión se tomó los objetivos de la investigación, por medio de la prueba de Pearson.

Para el propósito general O.G es determinar la relación entre la compensación y la calidad de servicio de la empresa Novavento distrito de Bellavista-Región Callao,2020 se pudo acertar que el valor de significancia entre ambas variables es de ,000 a través de la prueba de Pearson, lo que nos refiere es que existe una relación entre las dos variables. Es así que se interpreta que las compensaciones tienden a relacionarse con la calidad de servicio de manera que los adquirentes quedan satisfechos con un servicio brindado por un colaborador bien remunerado. Frente a lo nombrado no se acepta la hipótesis nula (la compensación no se relaciona con la calidad de servicio). Estos resultados son corroborados (Jiménez & Hernández, p. 48) por que la compensación, tanto en sueldos, salarios y prestaciones se denomina como las retribuciones que los colaboradores adquieran mediante su desempeño. Conservar y reservar una potencia laboral eficiente. Y en la calidad de servicio (Duque & Palacios, 2017),menciona que es la entrega de servicio se manifiesta como una estrategia para el empleado con la satisfacción del adquirente, teniendo en cuenta la calidad que interacciona entre ambos. Las respuestas de la investigación tienen conexión con el autor Ortiz & Mora. (2016): Quien afirma en su citación que el total de producción óptimo de cada trabajador frente al salario y la evaluación de desempeño y en las ventas, logrando evidenciar que se ejecutara una correcta calidad de servicio para la satisfacción del adquirente. (pág. 50). y consiguientemente, este resultado se sustenta a que los correctos procesos ayudan a que la Compensación se involucra con la Calidad de Servicio, a la vez también es fundamental que la empresa ejecute un adecuado proceso de evaluación de desempeño y remunerar de acuerdo a su experiencia y desenvolvimiento laboral para que el personal muestre seguridad e imagen ante los adquirentes y así brindar calidad de servicio.

Para O.E 1 es determinar la relación entre el sueldo y la calidad de servicio en la empresa Novavento Sac. distrito de Bellavista-Región Callao, 2020, se analizó qué significancia entre la dimensión y variable es de ,002, a través de la prueba de Pearson, lo que refiere que existe una relación entre ambas. De tal manera que el

suelo es el efectivo base que recibe el colaborador y de esta manera permite entregar su trabajo hacia los clientes con eficacia. Frente a lo nombrado se rechaza la hipótesis nula (El sueldo no se relaciona con la calidad de servicio). Así de manera teórica mencionamos a (Juárez & Carrillo, 2014) donde define a sueldo como el efectivo mensual que recibe un colaborador y resulta imprescindible para la empresa corroborar el nivel de sueldos de su personal, de esta manera permite conservar y motivar en ellos. (Orgambídez & de Almeida, 2015,) Calidad se considera como un elemento importante dentro de la competitividad y la viabilidad de las organizaciones, así influye positivamente en los adquirentes en la acción de consumo. En tal sentido Guancha, (2019) Quien afirma en su investigación realizar adecuado y óptimo proceso de compensación salarial y beneficios, es una gran ventaja para la empresa ya que el modelo a diseñar nos llevará a determinar qué tan satisfecho está el empleado y como le afecta a la empresa, y esto sirve como una herramienta de motivación para el mismo (pág. 7). Por lo tanto, si la empresa cuenta con el sueldo adecuado de acuerdo al desempeño y experiencia laboral el personal se sentirá satisfecho con su remuneración así de esa manera brindará un excelente servicio de calidad al cliente.

Para el O.E 2 es determinar la relación entre incentivos y la calidad de servicio de la empresa Novavento Sac distrito de Bellavista-Región Callao, 2020. El valor de la significancia entre la dimensión y variable es de ,003, a través de la prueba de Pearson, lo que nos da a entender que existe relación entre ambas. Es así que los incentivos es un adicional al sueldo, así como bonos productividad generaría calidad de servicio con mayor motivación. Frente a lo nombrado se rechaza la hipótesis nula (Los incentivos no se relaciona con la calidad de servicio.) estos resultados son reafirmados por los siguientes autores (Juárez & Carrillo, 2014) donde comenta que el incentivo es un pago adicional que adquiere el colaborador siempre en cuando demuestra más de lo solicitado por su jefe, así mismo lograr el cumplimiento de metas. (Tschohl, 2014) Calidad del servicio es la guía que orienta a los involucrados en la organización para obtener un resultado eficiente y brindar un servicio. Concluyendo que la investigación tiene relación con el autor Mendoza & Ciprian, (2019) Quien afirma en su citación los mencionados éxitos demuestran que dichos documentos son recibidos y elementos de agradecimiento

al trabajo premiando con recuerdos grabados, reconocimientos no financieros, días especiales, onomástico agradecimientos verbales por el desempeño (pág. 127), por tal motivo si la empresa cuenta con el incentivo, aceptar mayor responsabilidad hace que el colaborador demuestre lo eficiente que es al momento de desenvolverse en su puesto de trabajo, con el fin de que ellos optimicen sus actividades en el área de trabajo para brindar una calidad de servicio.

Para el O.E 3 es determinar la relación entre las prestaciones y la calidad de servicio en la empresa Novavento Sac distrito de Bellavista-Región Callao, 2020. Se pudo analizar que el valor de significancia entre la dimensión y variable es de ,000 a través de la prueba de Pearson, lo que no da a conocer que existe relación entre ambas, las prestaciones es un complementario que se brinda al empleado, así como los beneficios y servicios ,por esa razón se lograría la satisfacción en los clientes por la atención de un trabajador valorado en su empresa. Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula (Las prestaciones no se relacionan con la calidad de servicio.) De esta manera el resultado se esclarece por medio de (Juárez & Carrillo, 2014) donde comenta que las prestaciones son los servicios y beneficios que proporciona la empresa tanto en efectivo como en especie. (Vera & Trujillo, 2018) Cuando un cliente percibe el servicio que cumple sus exigencias, esto genera satisfacción en sus expectativas. Los análisis de la presente investigación tienen relación con el autor (Fonseca & Cruz, 2018) tiene como objetivo estudiar la significancia del procedimiento de compensaciones y prestaciones laborales como factores precisos en lo laboral. De allí que, si la empresa otorga prestaciones al personal por lo que adquiere treinta días calendario de vacaciones después de laborar un año completo de servicio donde al igual que cada jefe del área autoriza ausencia por situaciones personales y licencias.

VI. CONCLUSIONES

La investigación permitió establecer las siguientes conclusiones:

- 1.- Se determinó que existe relación entre las variables compensación y la calidad de servicio en los trabajadores de la empresa Novavento Sac, distrito de Bellavista - Región Callao,2020. (Pearson = 0,542** y $p = ,000$ menor a 0,05) siendo esta una correlación moderada.
- 2.- Se determinó que existe relación entre las dimensiones de sueldo y la calidad de servicio en la Novavento Sac, distrito de Bellavista-Región Callao,2020. (Pearson = 0,480** y $p= ,002$ menor a 0,05) siendo esta una correlación moderada.
- 3.- Se determinó que existe relación entre las dimensiones de incentivos y la calidad de servicio en la Novavento Sac, distrito de Bellavista - Región Callao,2020. (Pearson = 0,454** y $p= ,003$ menor a 0,05) siendo esta una correlación moderada.
- 4.-Se determinó que existe relación entre las dimensiones prestaciones y la calidad de servicio de la empresa Novavento Sac, distrito de Bellavista - Región Callao,2020. (Pearson = 0,557** y $p= ,000$ menor a 0,05) siendo esta una correlación moderada.

VII. RECOMENDACIONES

Para finalizar el trabajo de investigación se dará recomendaciones en base a los resultados:

1.-Crear un sistema de compensación con la finalidad de motivar a los trabajadores en el desempeño de sus tareas y obligaciones, de tal manera que el clima organizacional será óptimo y como también la retención de trabajadores competentes y muy necesarios para la empresa. Para la calidad de servicio crear un plan lo más breve posible teniendo en cuenta al cliente como eje principal, con el objetivo de satisfacer sus expectativas logrando así fidelización de clientes. Todo ello genera productividad e ingresos altos para Novavento S.A.C.

2.-Sueldo es la parte más significativa para el personal, por lo que se recomienda a la empresa determinar el nivel de sueldos de acuerdo a su experiencia y al puesto, y así de esa manera se atrae, conserva y se motiva a los trabajadores de la empresa Novavento S.A.C

3.-Se recomienda al jefe de la empresa otorgar incentivos según el nivel de productividad en sus tareas, por lo cual se logrará el 100 % de su trabajo diario. Así como también otorgar incentivos no monetarios como son el reconocimiento a su buen desempeño por medio de certificados, medallas.

4.- Las prestaciones son adicionales al sueldo que se le brinda al trabajador tanto en servicios y beneficios, tomando este punto se recomienda crear un plan para las prestaciones, como por ejemplo horarios flexibles, días festivos y feriados largos, de esa manera el trabajador se sentirá valorado y motivado al encontrarse en un buen ambiente de trabajo.

REFERENCIAS

- Arellano Díaz, H. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Revista científica Dominio de las Ciencias*, 72-83. doi:10.23857/dc.v3i3 mon.627
- Bollet Ramírez, F., Oyola Cuellar, S. B., & Ferrari Fernández, F. E. (2018). La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Pucallpa, 2018. *Cultura Viva Amazónica*, 75-81. doi:<https://doi.org/10.37292/riccva.v3i03.125>
- Cahuana Sánchez, J. (2016). calidad de los servicios educativos y la satisfacción de los clientes de la universidad nacional mayor de san marcos. *revista muro de la investigación*, 55-68. obtenido de <https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/r-Muro/investigaion/article/download/758/728/>
- Calvin, M., & Bongani, D. (2017). *Impact of Compensation and Benefits on Job Satisfaction*. South Africa. doi:DOI: 10.3923/rjbm.2017.80.90
- Carnaque Alvarez, P. (2014). *Sistema de compensación salarial y el desempeño laboral de los trabajadores del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Abaco Chiclayo –2013*. Tesis pregrado, Chiclayo. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/2409/CARNAQUE%20ALVAREZ%20PILAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Dawi, J., Streimikis, & Mardani. (2018). *the influence of service*. doi:doi: 10.14254/2071-
- Del Carpio Jiménez, G. M., & Marín Ruiz, D. A. (2018). *La calidad del servicio y la satisfacción de clientes masculinos, en los servicios de barbería*. Tesis pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). doi:<http://dx.doi.org/10.19083/tesis/625484>
- Duque Oliva, E. J., & Palacios Palacios, D. (2017). *Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó*. *Criterio Libre*, 195-213. doi:<https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2017v15n26.1047>
- Duque Oliva, E. J., & Parra Díaz, M. C. (2015). *Análisis de los modelos de medición de calidad percibida del servicio aplicados en la industria de hospitalidad*. *Perspectiva Empresarial*, 35-54. doi:<http://dx.doi.org/10.16967%2Frpe.v2n2a4>

- Finanzas, D. d. (2013). Importancia de la Calidad del Servicio al Cliente. *El buzón de pacioli*. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>
- Flores Sare, I. P. (2019). *Gestión de las compensaciones y deserción laboral en los colaboradores de la empresa Atento S.A. Lima – 2017*. Tesis pregrado, Universidad Autónoma del Perú. Obtenido de <http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/845/1/Flores%20Sare%2c%20Irma%20Patricia.pdf>
- Fonseca Machado, K. S., & Cruz Cuadra, E. E. (2018). *Sistemas de compensaciones y prestaciones laborales*. Managua. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/10806/1/19161.pdf#page28>
- Gardi Melgarejo, V., Venturo Orbegoso, C. O., Faya Salas, A. J., & Majo Marrufo, H. R. (2019). Calidad de servicio en el supermercado metro de Perú. *INNOVA Research Journal*, 196-205.
doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v5.n1.2020.1276>
- Guancha Delgado , D. K. (2019). *Diseño de un modelo de compensacion y beneficios laborales para el talento humano de la empresa Frenos y Resortes La Playa*. Tesis postgrado, Universidad de Jorgue Tadeo Lozano . Obtenido de <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/7714/Anexo%201.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Hernández Sampieri, R., Fernandes Collado, C., & Baptista Lucio, m. d. (2014). *metodologia de la investigacion* (6ta edicion ed.). mexico: mc graw-hill.
- Jimenez, L., & Hernandez, S. (2010). Importancia de las compensaciones laborales y de la gestión humana en las empresas. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/proyecta/article/view/1958/1748>
- Juárez Hernández, J. O., & Carrillo Castro, E. (2014). *Administracion de la compensacion sueldos, salarios, incentivos y prestaciones*. Mexico: grupo editorial patria s.a. de c.v. Obtenido de <https://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074381276.pdf>
- Lazear, E. (2018). *Compensation and Incentives in the workplace*. doi:DOI: 10.1257/jep.32.3.195
- López Mosquera, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Tesis de Postgrado, universidad catolica de santiago de guayaquil, guayaquil, ecuador. obtenido

de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/t-ucsg-pos-mae-160.pdf>

- Luna Risco, E. E. (2018). *“Relación entre las compensaciones y satisfacción laboral de los colaboradores de la Oficina Zonal San Martín e Intendencia de Aduana de Tarapoto de la sunat año 2017”*. tesis de pregrado , universidad cesar vallejo, Tarapoto-Peru. Recuperado el 7 de Octubre de 2020, de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29200/Luna_R_EE.pdf?sequence=1
- Luque Mamani, N. V. (2015). *Proceso de capacitación y calidad de servicio en la empresa de transporte público “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015*. . Tesis de grado, Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Perú. Recuperado el 05 de Octubre de 2020, de http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/241/Nelly_Luque_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Martinez Castro , E. J., & Milian Villanueva, E. M. (2018). *propuesta de capacitación de personal para mejorar la calidad de servicio del restaurante sumaq, chiclayo, 2016*. Tesis de grado, Universidad Señor de Sipan, Pimentel – Perú. Recuperado el 05 de Octubre de 2020, de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4490/Martinez%20Castro%20-%20Milian%20Villanueva.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mejías Acosta, A., Godoy Durán, E., & Piña Padilla, R. (s.f.). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. Obtenido de Redalyc: <http://www.redalyc.org/>
- Mendoza Valdez, , S. V., & Ciprian Conto , H. E. (2019). *Sistema de Compensación Laboral en el área administrativa de la Corporación Khipu S.A.C – Cusco 2018*. Tesis de pregrado, Universidad Andina del Cusco, Cusco. Recuperado el 6 de octubre de 2020, de http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/2550/1/Soulange_Helen_Tesis_bachiller_2019.pdf
- Mogollon Yance , C. P. (2018). *La compensación salarial y la calidad de vida laboral de los trabajadores de la empresa IESA S.A. – Callao 2018*. Tesis postgrado, Universidad Cesar Vallejo . Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/25908/Mogollon_YCP.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Molina Narváez, M. J. (2018). *Influencia de la compensación financiera como factor motivacional del trabajador en el sector seguros*. Tesis postgrado,

Universidad Tecnica de Ambato, Ambato. Obtenido de
<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28259/1/31%20GTH.pdf>

Montesinos Risso, L., & Moya Quispe, S. (2019). *Impacto de las compensaciones en el desempeño laboral de los colaboradores en las empresas del sector de servicios de back office: Caso Corporación de Servicios Grupo Romero en el periodo 2018*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. doi:<http://dx.doi.org/10.19083/tesis/625894>

Núñez Tobías, L. N., & Juárez Mancilla, J. (2018). Análisis comparativo de modelos de evaluación de calidad en el servicio a partir de sus dimensiones y su relación con la satisfacción del cliente. *3C Empresa*, 49-59. doi:<http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2018.070133.49-59>

Orgambidez Ramos, A., & de Almeida, M. H. (2015). Antecedentes organizacionales de la calidad de servicio: un modelo de relaciones estructurales. *Tourism & Management Studies*, 167-173. doi:DOI: 10.18089/tms.2015.11220

Ortiz Romero, C. A., & Mora Guerrero, R. E. (2016). *Diagnóstico y evaluación de la remuneración, compensación de salarios y estrategias de ventas de la Institución educativa instipetrol*. universidad cooperativa de colombia, colombia. recuperado el 06 de octubre de 2020, de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/5495/1/2016_diagnostico_evaluacion_remuneracion.pdf

Palacios Zurita, W. A., Félix López, M. E., & Ormaza Murillo, M. P. (2016). Medición de la satisfacción con la calidad del servicio prestado en una dirección financiera municipal. *ECA Sinergia*, 8(1), 24-32. Recuperado el 05 de Octubre de 2020, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6197574>

Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 41-50. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Valarie_Zeithaml/publication/305764085_A_Conceptual_Model_of_Service_Quality_and_Its_Implications_for_Future_Research/links/5823644a08ae61258e3cab21/A-Conceptual-Model-of-Service-Quality-and-Its-Implications-for-Future

Pérez Rivera, J. (25 de Noviembre de 2019). Prueba de normalidad con SPSS. *Shapiro Wilk y Kolgomorov Smirnov con SPSS*. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=topPiJ0H7_w

Pozo Gallardo, E. D. (2018). *Compensaciones y el desempeño laboral de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Vegueta, 2017*. Tesis de

Pregrado, Huacho-Peru. Recuperado el 5 de Octubre de 2020, de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/2162>

- Ramezani, A., Setareh, F., & Baharum, R. (2015). Service Quality Measurements. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(2), 267. doi:<http://dx.doi.org/10.6007/IJARBSS/v5-i2/1484>
- Reynaldos Grandón, K., & Gallardo Ferrada, A. (2014). Calidad de servicio: satisfacción usuaria desde la perspectiva de enfermería. *Enfermería global*, 353-363. Obtenido de <http://scielo.isciii.es/pdf/eg/v13n36/revision5.pdf>
- Rios Manriquez, M., Pérez Rendón, L., Sánchez Fernández, M., & Ferrer Guerra, J. (2017). Estrategias de compensación y su relación con el Compromiso Organizacional en los docentes de las Instituciones de Educación Superior en México. *Revista Ibero Americana de Estrategia*, 90-103. doi:10.5585/riae.v16i2.2455
- Rivera Reyes , S. J. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de los clientes de Greenandes Ecuador*. Tesis posgrado, universidad católica santiago de guayaquil , guayaquil . recuperado el 05 de Octubre de 2020, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12117/1/T-UCSG-POS-MAE-224.pdf>
- Sánchez Henríquez, J., & Calderón Calderón, V. (2013). Auditoría a la etapa de planificación y diseño del proceso de compensación. *Estudios Gerenciales*, 139–150. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2013.05.002>
- Setareh, F. (2015). Service Quality Measurements. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5, 268. doi:10.6007/IJARBSS/v5-i2/1484
- Torres Flórez, D. (2019). Estrategia de compensaciones como herramienta de satisfacción laboral. *Revista GEON*. doi:<https://doi.org/10.22579/23463910.181>
- Tschohl, J. (2014). *Servicio al cliente* (Decima Edicion ed.). Estados Unidos de America. Recuperado el 10 de Octubre de 2020, de <http://www.servicequality.net/ftp/servicio-al-cliente.pdf>
- Uzunboyulu, N. (2016). Service Quality in International Conference Industry. *Procedia Economics and Finance*, 3, 47. doi:[https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30239-8](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30239-8)
- Vera, J., & Trujillo, A. (2018). El efecto de la calidad del servicio en la satisfacción del derechohabiente en instituciones públicas de salud en México. *Contaduría y Administración*, 1-22. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.cya.2016.07.003>

- Vergara, J. C., Quesada, V. M., & Blanco, I. (2011). Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los usuarios en dos hoteles cinco estrellas de la ciudad de Cartagena (Colombia) mediante un modelo de ecuaciones estructurales. *Revista chilena de ingeniería*, 420-428.
doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052011000300011>
- Vidal Salazar, M. D., Córdón-Pozo, E., & de la Torre Ruiz, J. M. (2015). Impacto de los Modelos de Compensación Flexible en la atracción y retención del talento. *UCJC Business and Society Review (formerly Known As Universia Business Review)*, 14-37. Obtenido de <https://journals.ucjc.edu/ubr/article/view/1312/1571>
- Vislao Hernández, T. L. (14 de Noviembre de 2019). prueba de hipótesis: correlación R de pearson. *Definición, ejemplo e interpretación*. Recuperado el 7 de enero de 2021, de <https://www.youtube.com/watch?v=jOThUTYg4yQ>
- Werther, W. B., & Davis, K. (1999). *Administración de Personal y Recursos Humanos*. Mexico: Miembro de la Cámara de la Industria.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALAS DE MEDICION
COMPENSACIÓN	La compensación se denomina al pago que los trabajadores acogen por su labor. Del mismo modo, forma parte de prestaciones e incentivos, tanto en dinero como en especie. La otra línea concierne a la satisfacción del personal con la ejecución de su trabajo y las cláusulas laborales. (Juárez & Carrillo, 2014, p. 8)	La variable se operará a través de sus dimensiones Sueldo, Incentivo y Prestaciones con sus respectivos indicadores y 12 ítems aplicando el cuestionario en la escala de Likert y la escala de medición ordinal	Sueldo	Bienestar	1-2	Escala Ordinal Regular Bueno Malo Escala de Likert de 5 niveles, donde 1 = Nunca 2 = Casi nunca 3 = A veces 4 = Casi siempre 5 = Siempre
				Expectativa salarial.	3-4	
			Incentivo	Incentivos no monetarios	5-6	
				Incentivos monetarios	7-8	
			Prestaciones	Pago en efectivo	9-10	
				Beneficios en especie	11-12	

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALAS DE MEDICION
CALIDAD DE SERVICIO	Calidad de servicio se define como la discrepancia entre la percepción y las expectativas asumidas por el cliente o adquirente. A su vez es imprescindible mencionar que el servicio en la actualidad es más exigente, por lo tanto, existe la necesidad de centralizar esfuerzos en el estudio de la calidad, así como en la entrega del mismo en calidad física, en la indagación de evidencias o pruebas de cómo se encuentra la percepción del servicio entregado al adquirente y en la mejora, es así que la calidad corporativa se brinda. La entrega de la calidad de servicio se manifiesta como una estrategia para el empleado con la satisfacción del adquirente, teniendo en cuenta la calidad que interacciona entre ambos. (Duque & Palacios 2017, pág. 199)	La variable se operará a través de sus dimensiones Calidad física, Calidad corporativa y Calidad interactiva con sus respectivos indicadores y 12 ítems aplicando el cuestionario en la escala de Likert y la escala de medición ordinal.	Calidad Física	Tangibilidad.	13-15	Escala Ordinal Regular Bueno Malo Escala de Likert de 5 niveles, donde 1 = Nunca 2 = Casi nunca 3 = A veces 4 = Casi siempre 5 = Siempre
			Calidad corporativa	Fiabilidad	16-18	
				Responsabilidad	19-20	
			Calidad Interactiva	Comunicación	21-22	
				Empatía	23-24	

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos



CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN

La Compensación y calidad de servicio en la empresa Novavento Sac. distrito de Bellavista-Región Callao,2020.

La encuesta tiene por objetivo percibir su opinión acerca de las compensaciones y su relación con la calidad de servicio, de ante mano agradeceremos que responda a las preguntas con veracidad, sus respuestas serán confidenciales y anónimas.

Marca los espacios con una (X) considerando los valores:

1	2	3	4	5
NUNCA	CASI NUNCA	AVECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE

DIMENSIONES	INDICADORES		VALORES DE ESCALA				
			1	2	3	4	5
Sueldo	Bienestar						
	1	¿Con el sueldo que recibe adquiere la calidad de vida que necesita?					
	2	¿Con su sueldo mínimo logra satisfacer sus necesidades?					
	Expectativa salarial						
	3	¿Usted se siente satisfecho con el sueldo que recibe?					
	4	¿El sueldo que percibe es de acuerdo con el mercado?					
Incentivos	Incentivos no monetarios						
	5	¿Recibe algún tipo de certificado en reconocimiento a su trabajo?					
	6	¿Recibe reconocimientos verbales por parte de su Jefe inmediato?					
	Incentivos monetarios						
	7	¿La empresa otorga incentivos económicos por exceder el tiempo en su trabajo diario?					
	8	¿Recibe algún pago adicional, cuando termina su trabajo antes del tiempo?					

Prestaciones	Pagos en efectivo						
	9	¿La empresa otorga pagos como aguinaldos, gratificaciones, prima vacacional?					
	10	¿Desde qué inicio a laborar empezó a aportar para su jubilación?					
	Beneficios en especie						
	11	¿La empresa otorga pólizas que cubren Gastos médicos?					
12	¿La empresa brinda descanso vacacional por cada año completo de servicios?						

CUESTIONARIO 2.

DIMENSIONES	INDICADORES		VALORES DE ESCALA				
Calidad física	Tangibilidad		1	2	3	4	5
	13	¿La empresa brinda el servicio con equipos adecuados?					
	14	¿La empresa usa herramientas que va de acuerdo al servicio brindado?					
	15	¿Usted se presenta al trabajo de manera presentable acorde al servicio?					
Calidad corporativa	Confiabilidad						
	16	¿Usted demuestra actitud positiva hacia la atención de los clientes?					
	17	¿Cuándo el cliente tiene algún inconveniente usted le brinda apoyo?					
	18	¿La empresa Novavento brinda servicio en el tiempo coordinado?					
	Responsabilidad						
	19	¿La empresa Novavento está dispuesta en la atención las 24h en caso de emergencia?					
20	¿La empresa Novavento mantiene informado a los clientes con respecto a la realización o ejecución del servicio?						
Calidad Interactiva	Comunicación						
	21	¿Usted tiene paciencia al momento de interactuar con el cliente?					
	22	¿La empresa Novavento comunica acerca de los días no laborables?					
	Empatía						
	23	¿La empresa Novavento toma interés en brindar atención personalizada a los clientes?					
24	¿La empresa Novavento brinda atención al cliente con cordialidad y respeto?						

Anexo 4: certificado de validez



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
VARIABLE 1: Compensaciones								
1	DIMENSIÓN 1: Sueldo	Si	No	Si	No	Si	No	
	<ul style="list-style-type: none"> Bienestar Expectativa Salarial 	X		X		X		
2	DIMENSIÓN 2: Incentivos	Si	No	Si	No	Si	No	
	<ul style="list-style-type: none"> Incentivos no monetarios Incentivos monetarios 	X		X		X		
3	DIMENSIÓN 3: Prestaciones	Si	No	Si	No	Si	No	
	<ul style="list-style-type: none"> Pago en efectivo Beneficios en especie 	X		X		X		
VARIABLE 2: Calidad de servicio								
1	DIMENSION 1: Calidad física	Si	No	Si	No	Si	No	
	<ul style="list-style-type: none"> Tangibilidad 	X		X		X		
2	DIMENSION 2: Calidad corporativa	Si	No	Si	No	Si	No	
	<ul style="list-style-type: none"> Fiabilidad Responsabilidad 	X		X		X		
3	DIMENSION 3: Calidad interactiva	Si	No	Si	No	Si	No	
	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación Empatía 	X		X		X		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 1: Compensaciones							
1	DIMENSIÓN 1: Sueldo	Si	No	Si	No	Si	No	
	• Bienestar	X		X		X		
	• Expectativa Salarial	X		X		X		
2	DIMENSIÓN 2: Incentivos	Si	No	Si	No	Si	No	
	• Incentivos no monetarios	X		X		X		
	• Incentivos monetarios	X		X		X		
3	DIMENSIÓN 3: Prestaciones	Si	No	Si	No	Si	No	
	• Pago en efectivo	X		X		X		
	• Beneficios en especie	X		X		X		
	VARIABLE 2: Calidad de servicio							
1	DIMENSIÓN 1: Calidad física	Si	No	Si	No	Si	No	
	• Tangibilidad	X		X		X		
2	DIMENSIÓN 2: Calidad corporativa	Si	No	Si	No	Si	No	
	• Fiabilidad	X		X		X		
	• Responsabilidad	X		X		X		
3	DIMENSIÓN 3: Calidad interactiva	Si	No	Si	No	Si	No	
	• Comunicación	X		X		X		
	• Empatía	X		X		X		



“Compensación y Calidad de Servicio en la empresa Novavento SAC, distrito de San Miguel –Lima Metropolitana, 2020”

Observaciones (precisar si hay suficiencia): ___Es aplicable _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Mg. Máximo Fidel Pasache Ramos DNI 07903350
Especialidad del validado: Temático

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

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

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

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

Lima 15 de diciembre del 2020

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

Nº	DIMENSIONES / items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
VARIABLE 1: Compensaciones								
1	DIMENSIÓN 1: Sueldo	Si	No	Si	No	Si	No	
	• Bienestar	X		X		X		
	• Expectativa Salarial	X		X		X		
2	DIMENSIÓN 2: Incentivos	Si	No	Si	No	Si	No	
	• Incentivos no monetarios	X		X		X		
	• Incentivos monetarios	X		X		X		
3	DIMENSIÓN 3: Prestaciones	Si	No	Si	No	Si	No	
	• Pago en efectivo	X		X		X		
	• Beneficios en especie	X		X		X		
VARIABLE 2: Calidad de servicio								
1	DIMENSION 1: Calidad física	Si	No	Si	No	Si	No	
	• Tangibilidad	X		X		X		
2	DIMENSION 2: Calidad corporativa	Si	No	Si	No	Si	No	
	• Fiabilidad	X		X		X		
	• Responsabilidad	X		X		X		
3	DIMENSION 3: Calidad interactiva	Si	No	Si	No	Si	No	
	• Comunicación	X		X		X		
	• Empatía	X		X		X		

"Compensación y Calidad de Servicio en la empresa Novavento SAC, distrito de San Miguel –Lima Metropolitana, 2020"

Observaciones (precisar si hay suficiencia): ___ Es aplicable _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr.: Fernando Luis Márquez Caro DNI 08729589
Especialidad del validado: Metodólogo

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

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

Lima 15 de Diciembre del 2020



Firma del Experto Informante.

Anexo 5: constancia emitida por la empresa Novavento SAC



"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

EL QUE SUSCRIBE, GERENTE DE NOVAVENTO SAC: EXPIDE LA PRESENTE:

CONSTANCIA

Que las Srtas. Yanet Nina Puma y Guadalupe Ramos Molina, han desarrollado el trabajo de investigación titulado "Compensación y Calidad de Servicio en la empresa Novavento SAC, distrito Bellavista - Región Callao 2020. dicho trabajo se ha realizado con el personal administrativo y representante de la empresa, durante los meses Octubre, noviembre y diciembre del año 2020.

Se expide la presente a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Callao, 15 de enero del 2021.



NOVAVENTO S.A.C.
CLAUDIA BEAS REYES
GERENTE GENERAL



www.novavento.com.pe
Teléfonos: 014649761 | 991 765 062
Calle Incahuasi nro 200 ofc. 601 San migu

Anexo 6: Base de datos en Excel

base de datos de c yc.sav [ConjuntoDatos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 33 de 33 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	V1	V2	D1	D2	D3	D4	D5	D6
1	2	2	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	37	44	11	12	14	11	18	15
2	2	3	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	40	41	13	12	15	12	16	13
3	3	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	43	45	12	14	17	12	17	16
4	3	2	3	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	42	44	12	14	16	11	17	16
5	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	41	48	13	12	16	14	18	16
6	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	42	43	13	12	17	11	17	15
7	3	3	4	5	3	4	3	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	46	55	15	13	18	14	23	18
8	4	3	4	4	4	5	3	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	48	53	15	15	18	14	21	18
9	4	4	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	49	51	18	15	16	13	21	17
10	4	3	3	5	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	48	50	15	16	17	12	21	17
11	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	44	49	14	14	16	12	20	17
12	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	46	48	15	15	16	12	19	17
13	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43	49	16	12	15	12	21	16
14	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	45	48	15	14	16	12	20	16
15	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	45	51	15	14	16	15	20	16
16	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	4	47	48	16	15	16	12	19	17
17	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	44	55	15	14	15	14	23	18
18	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	5	5	54	51	18	18	18	13	20	18	
19	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	52	51	18	17	17	13	21	17
20	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	50	50	17	17	16	12	21	17
21	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	50	47	16	17	17	12	19	16	

Vista de datos Vista de variables

Ve a Configuración para activar Windows.

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode.ON

Escribe aquí para buscar

23:50 29/07/2021

base de datos de c ycs.sav [ConjuntoDatos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

9: V2 6 Visible: 33 de 33 variables

	#	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	P 19	P 20	P 21	P 22	P 23	P 24	P 25	P 26	P 27	P 28	P 29	P 30	P 31	P 32	P 33	V 1	V 2	D 1	D 2	D 3	D 4	D 5	D 6	Comper										
20	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50	50	17	17	16	12	21	17											
21	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50	47	16	17	17	12	19	16											
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4								
23	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4							
24	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
25	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4					
26	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4					
27	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
28	4	2	2	4	3	2	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
29	4	4	4	4	5	3	4	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
30	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
32	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
33	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
34	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
35	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
36	5	4	4	5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
37	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
38	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
40	5	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	

Vista de datos Vista de variables

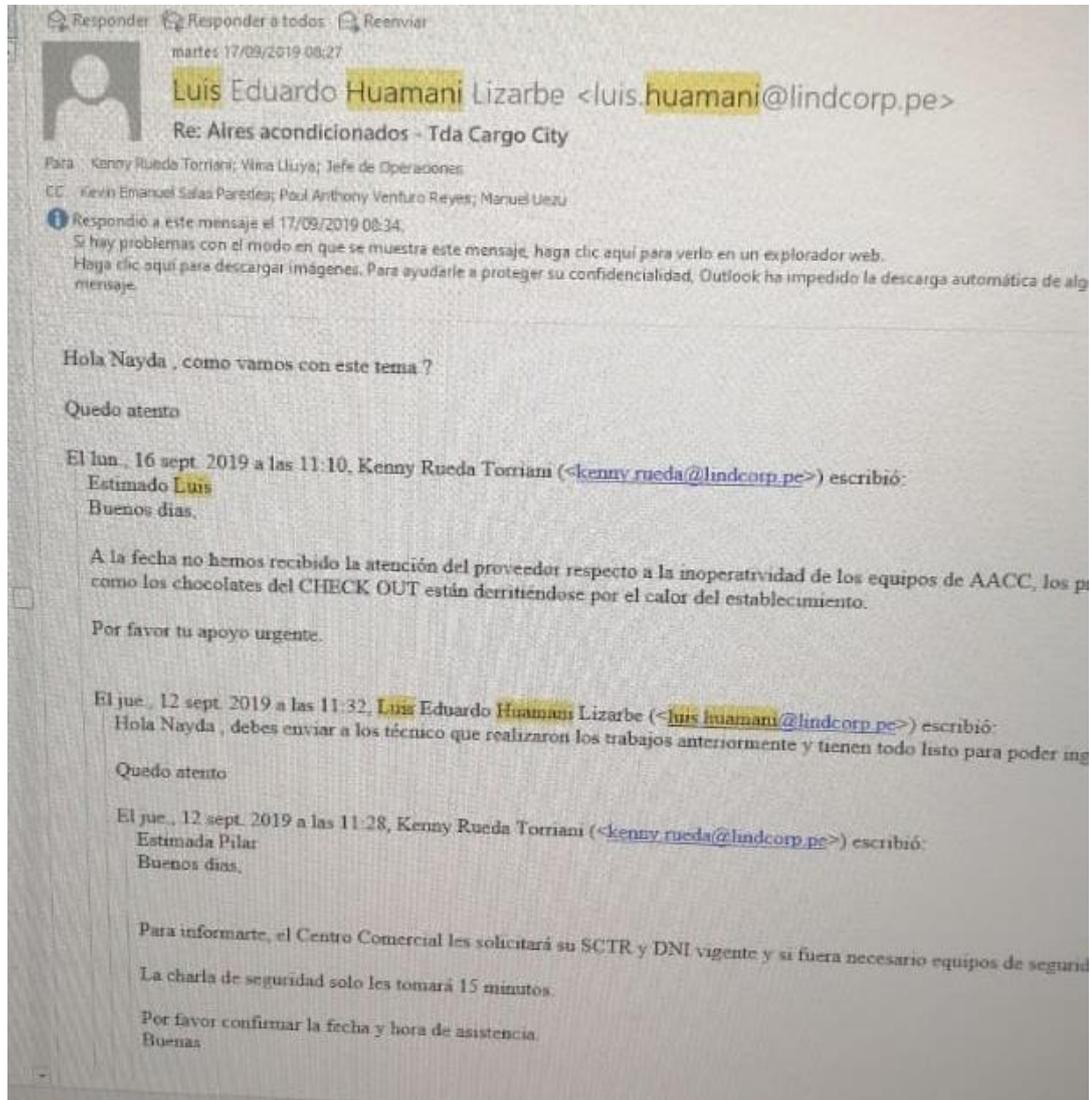
Ve a Configuración para activar Windows.

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Escribe aquí para buscar

14:57 6/03/2021

Anexo 7: Correo a cerca de una queja de cliente.



Anexo 8: Encuesta realizada por parte de la empresa Novavento SAC.

Novavento S.A.C

El propósito de la siguiente encuesta es determinar cuáles son las deficiencias que existe en la empresa, con el fin de implementar propuestas y mejorar la organización.

Por favor proceda a responder las siguientes preguntas.

1. ¿Cómo considera usted el ambiente laboral en la empresa?

Excelente Regular Bueno Malo

2. ¿Usted conoce la misión, visión y objetivo institucional?

Sí No

3. ¿Posee los implementos y equipos adecuados para realizar su trabajo?

Sí No

4. ¿La asignación de responsabilidad que tiene es de acuerdo al cargo para lo cual contrataron?

Sí No

5. Usted que pediría para que la empresa mejore.

CMas orden en la programación del personal Técnico a Obra. Ya que a veces se saca a los técnicos sin concluir el Trabajo de la obra y se los llevan a otras obras
* LLEVAR TODOS los materiales a obra.
Solicitar capacitación.

NOVAVENTO S.A.C.

CLAUDIA BEAS REYES
GERENTE GENERAL

Anexo 9: Prueba de Turnitin

NINA Y RAMOS TURNITIN CORREGIDO.pdf

INFORME DE ORIGINALIDAD

14%	14%	1%	8%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	5%
2	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	4%
3	Submitted to Universidad Peruana de Las Americas Trabajo del estudiante	1%
4	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.uandina.edu.pe Fuente de Internet	<1%
6	www.repositorioacademico.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1%
8	tesis.luz.edu.ve Fuente de Internet	<1%

9	repositorio.unprg.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
10	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	<1 %
11	repositorio.upch.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	www.powershow.com Fuente de Internet	<1 %
13	lareferencia.info Fuente de Internet	<1 %
14	repository.ucc.edu.co Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.unsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	bdigital.unal.edu.co Fuente de Internet	<1 %
17	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
18	Submitted to Universidad Católica San Pablo Trabajo del estudiante	<1 %
19	www.dspace.uce.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
20	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %

		<1%
21	repositorio.unajma.edu.pe Fuente de Internet	<1%
22	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	<1%
23	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1%
24	www.ops.org.ni Fuente de Internet	<1%
25	csharp.hotexamples.com Fuente de Internet	<1%
26	repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet	<1%
27	www.clubensayos.com Fuente de Internet	<1%

Excluir citas

Apagado

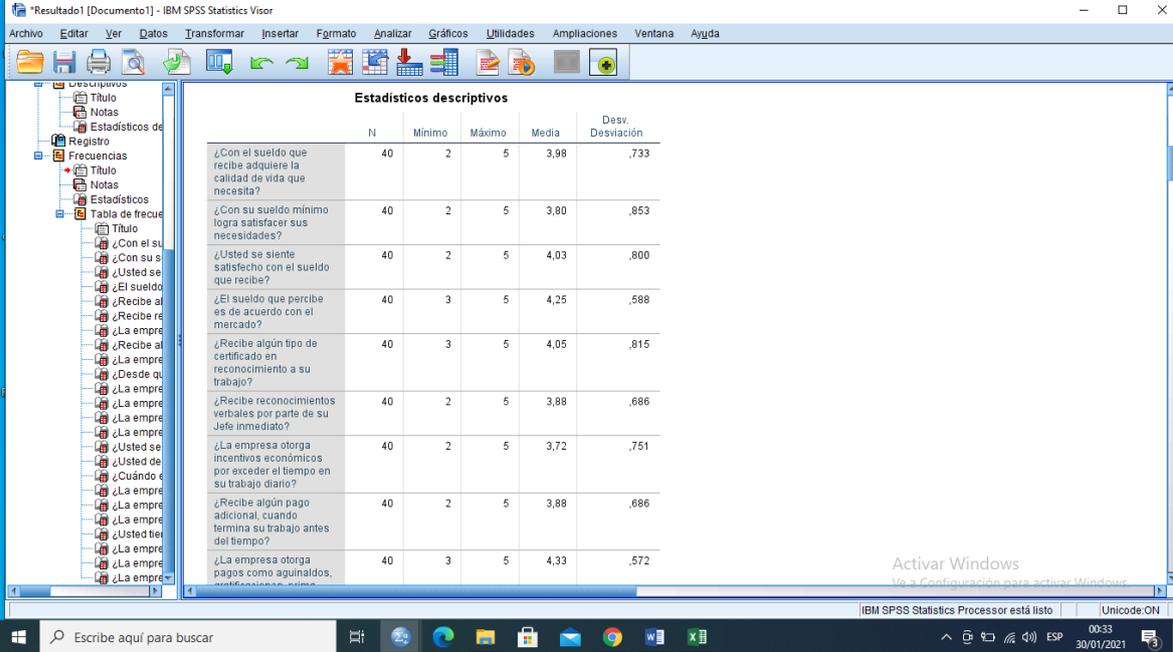
Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado

Anexo 10: Estadística de spss



The screenshot displays the IBM SPSS Statistics Processor interface. The main window shows a table of descriptive statistics for 12 survey questions. The table columns are N, Mínimo, Máximo, Media, and Desv. Desviación. The questions are listed in the rows. The interface includes a menu bar (Archivo, Editar, Ver, Datos, Transformar, Insertar, Formato, Analizar, Gráficos, Utilidades, Ampliaciones, Ventana, Ayuda) and a toolbar with various icons. The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with the date 30/07/2021 and time 00:33.

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación
¿Con el sueldo que recibe adquiere la calidad de vida que necesita?	40	2	5	3,98	,733
¿Con su sueldo mínimo logra satisfacer sus necesidades?	40	2	5	3,80	,853
¿Usted se siente satisfecho con el sueldo que recibe?	40	2	5	4,03	,800
¿El sueldo que percibe es de acuerdo con el mercado?	40	3	5	4,25	,688
¿Recibe algún tipo de certificado en reconocimiento a su trabajo?	40	3	5	4,05	,815
¿Recibe reconocimientos verbales por parte de su jefe inmediato?	40	2	5	3,88	,686
¿La empresa otorga incentivos económicos por exceder el tiempo en su trabajo diario?	40	2	5	3,72	,751
¿Recibe algún pago adicional, cuando termina su trabajo antes del tiempo?	40	2	5	3,88	,686
¿La empresa otorga pagos como aguinaldos, prestaciones, etc.	40	3	5	4,33	,572

*Resultado1 [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Resumen de Estadísticos

¿La empresa otorga pagos como aguinaldos, gratificaciones, prima vacacional?	40	3	5	4,33	,572
¿Desde qué inicio a laborar empezó a aportar para su jubilación?	40	3	5	4,10	,632
¿La empresa otorga pólizas que cubren Gastos médicos?	40	3	5	4,33	,526
¿La empresa brinda descanso vacacional por cada año completo de servicios?	40	4	5	4,45	,504
¿La empresa brinda el servicio con equipos adecuados?	40	3	5	4,23	,480
¿La empresa usa herramientas que va de acuerdo al servicio brindado?	40	3	5	4,23	,480
¿Usted se presenta al trabajo de manera presentable acorde al servicio?	40	3	5	4,30	,608
¿Usted demuestra actitud positiva hacia la atención de los clientes?	40	3	5	4,28	,599
¿Cuándo el cliente tiene algún inconveniente usted le brinda apoyo?	40	3	5	4,30	,687
¿La empresa Novavento brinda servicio en el tiempo coordinado?	40	3	5	3,78	,577

Activar Windows
Vea a Configuración para activar Windows

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode ON

Escribe aquí para buscar

09:33
30/01/2021

*Resultado1 [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Resumen
 Título
 Notas
 Estadísticos de
 Registro
 Frecuencias
 Título
 Notas
 Estadísticos
 Tabla de frecuencias
 Título
 ¿Con su satisfacción?
 ¿Con su satisfacción?
 ¿Usted se siente satisfecho/a con el servicio?
 ¿El sueldo que recibe es justo?
 ¿Recibe atención adecuada?
 ¿Recibe atención adecuada?
 ¿La empresa mantiene informado a los clientes con respecto a la realización o ejecución del servicio?
 ¿Usted tiene paciencia al momento de interactuar con el cliente?
 ¿La empresa Novavento comunica acerca de los días no laborables?
 ¿La empresa Novavento toma interés en brindar atención personalizada a los clientes?
 ¿Usted se siente escuchado/a?
 ¿Cuándo el cliente tiene algún inconveniente usted le brinda apoyo?
 ¿La empresa Novavento brinda atención al cliente con cordialidad y respeto?
 ¿La empresa Novavento brinda atención al cliente con cordialidad y respeto?
 N válido (por lista)

actitud positiva hacia la atención de los clientes?						
¿Cuándo el cliente tiene algún inconveniente usted le brinda apoyo?	40	3	5	4,30		,687
¿La empresa Novavento brinda servicio en el tiempo coordinado?	40	3	5	3,78		,577
¿La empresa Novavento está dispuesta en la atención las 24h en caso de emergencia?	40	3	5	3,85		,736
¿La empresa Novavento mantiene informado a los clientes con respecto a la realización o ejecución del servicio?	40	3	5	4,13		,563
¿Usted tiene paciencia al momento de interactuar con el cliente?	40	3	5	4,33		,572
¿La empresa Novavento comunica acerca de los días no laborables?	40	3	5	4,13		,648
¿La empresa Novavento toma interés en brindar atención personalizada a los clientes?	40	3	5	4,18		,501
¿La empresa Novavento brinda atención al cliente con cordialidad y respeto?	40	4	5	4,37		,490
N válido (por lista)	40					

DESCRIPCIÓN DE VARIABLES: V2

Activar Windows
 Ve a Configuración para activar Windows

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode ON

Escribe aquí para buscar

09:34
 30/01/2021