

I

**UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZÁN”- HUÁNUCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS**  
**ADMINISTRATIVAS**



**“LA SATISFACCIÓN LABORAL Y SU RELACIÓN CON LA**  
**SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA REVISIONES**  
**TÉCNICAS VEHICULARES CP E.I.R.L. HUÁNUCO – 2016”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**BACHILLER:**

- FUSTER QUISPE, Angelica Janeth

**HUANUCO-PERU**  
**2016**

**DEDICATORIA**

*Esta tesis dedico a Dios,  
quién supo guiarme por el  
buen camino.*

*A mis padres, Hugo FUSTER  
RICSE y Maruja QUISPE  
PRUDENCIO por su apoyo  
incondicional, consejos y  
comprensión.*

*A mis compañeros por  
compartir buenos y malos  
momentos.*

**ANGÉLICA**

**AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino, guiándome hasta el día de hoy en cada circunstancia que se me presenta.*

*Agradezco a mis padres por la vida que me dan, por su apoyo incondicional en cada paso que doy a diario, por sus consejos y sus buenos valores que me enseñan siempre.*

*Agradezco a mis profesores por su esfuerzo y dedicación en cada una de las asignaturas que lograron alcance conocimientos que me servirán para mi vida profesional.*

**TESISTA**

## INTRODUCCIÓN

Hacemos de conocimiento a los miembros del jurado y al público en general el presente informe de investigación titulado: “LA SATISFACCIÓN LABORAL Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP E.I.R.L. HUÁNUCO – 2016” para su respectiva evaluación y algunas probables correcciones, que serán tomados de la mejor manera.

La presente investigación abarcó en la empresa REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP E.I.R.L., en donde se observó que los encargados de la administración realizan una deficiente gestión empresarial en relación al manejo de personal; la empresa REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP E.I.R.L. brinda un servicio y en un servicio, el empleado es importante, porque tiene relación directa con el cliente, y depende de la relación e interacción armoniosa para lograr la satisfacción del cliente, reflejándose en el nivel de ingresos de la empresa. La mala administración del manejo del personal en sus distintas dimensiones genera que los empleados estén en un clima laboral inaceptable, y los empleados que tienen contacto directo con el cliente transmiten esta incomodidad de manera indirecta.

En tal sentido la presente investigación se desarrolló con la finalidad de brindar alternativas de solución a un problema que se evidencian en la empresa REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP E.I.R.L. en diferentes aspectos de la administración.

El presente informe se compone por Capítulos iniciado con el CAPÍTULO I, donde se hace referencia a la descripción del problema que se investigó, seguido a esto el CAPÍTULO II, en el cual se considera los antecedentes de investigaciones anteriores y las bases teóricas que dan el soporte teórico a la investigación. El nivel de esta investigación es de tipo Descriptivo/Correlacional, mencionado en el CAPÍTULO III, en el CAPÍTULO IV está considerado los resultados, obtenidos durante los trabajos de campo, expresados en Cuadros y Gráficos con sus respectivos análisis e interpretaciones: por ultimo en el CAPÍTULO V se discuten los resultados con la hipótesis, los antecedentes y con el marco teórico.

Esperando que el presente trabajo de investigación sea una alternativa de solución para la empresa REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP E.I.R.L. y también sea aceptado con antecedentes para futuras investigaciones.

**TESISTA**

## RESUMEN

La materia de estudio de la presente investigación parte de un análisis situacional en la cual se evidenció que los encargados (Administradora e Ingeniero Mecánico) del crecimiento de la empresa REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP E.I.R.L. no realizan un adecuado manejo de personal, en tal sentido existe insatisfacción laboral el cual se puede ver reflejado en una cantidad minoritaria, la insatisfacción de clientes en el momento de brindar el servicio.

El nivel del presente trabajo de investigación fue Descriptivo/Correlacional, porque la investigación describió la relación que existe entre Variable Independiente, para este caso es la Satisfacción Laboral y la Variable Dependiente que viene a ser la Satisfacción del Cliente de la empresa REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP E.I.R.L.

En tal sentido el fundamento teórico de la investigación para la satisfacción laboral se consideró autores como Idalberto Chiavenato, Duane P. Schultz, Keith Davis y John W. Newstrom y otros. Por otro lado la variable dependiente satisfacción del cliente tiene como base teórica a T. Gale Bradley, Kotler Philip y Kevin Lane Keller, K. Douglas Hoffman, y John E. G. Bateson y otros autores.

Los resultados obtenidos después de realizado el trabajo de campo muestran que los trabajadores desde un puesto de vista de la buena comunicación y relación entre jefes y subordinados, si se encuentran satisfechos, pero las condiciones de trabajo no son tan favorables como en el caso de las horas laborales ya que estas

son más de 8 horas, por otro lado no existe capacitaciones semanales o mensuales para que el empleado pueda desarrollarse mejor en al área que se le asigne, además la inseguridad laboral hace que el empleado abandone y migre a otra oportunidad de trabajo mucho más conveniente y haga que se sienta satisfecho laboralmente. Pese a todo esto los clientes perciben un buen desempeño por parte del personal, ya que estos tienen expectativas de desenvolverse bien para obtener reconocimientos personales por parte de la empresa, además los clientes se sienten cómodos por las instalaciones de la empresa.

La investigación tiene por objetivo dar una alternativa de solución a los encargados de la empresa REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP E.I.R.L., de manera que puedan mejorar la relación con sus empleados y por ende con sus clientes.

**TESISTA**

**INDICE**

	<b>Pág.</b>
<b>DEDICATORIA</b>	II
<b>AGRADECIMIENTO</b>	III
<b>INTRODUCCIÓN</b>	IV
<b>RESUMEN</b>	VI
<b>ÍNDICE</b>	VIII
<b>CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	
1.1. Descripción del Problema	9
1.2. Formulación del Problema	14
1.3. Objetivo	14
1.4. Hipótesis	15
1.5. Variables	16
1.6. Operacionalización de las Variables	17
1.7. Justificaciones e Importancia	19
1.8. Viabilidad	20
1.9. Limitaciones	21
<b>CAPÍTULO II : MARCO TEÓRICO</b>	
2.1. Antecedentes	23
2.2. Bases Teóricas	28
2.3. Definiciones de Términos	74
<b>CAPÍTULO III : MARCO METODOLÓGICO</b>	
3.1. Nivel y Tipo de investigación	76
3.2. Diseño y esquema de la investigación	78
3.3. Métodos	79
3.4. Población y Muestra	79
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	81
3.6. Técnicas de procesamiento y presentación de datos	82
<b>CAPÍTULO IV : RESULTADOS</b>	83
<b>CAPÍTULO V : DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b>	133
<b>CONCLUSIONES</b>	141
<b>SUGERENCIAS</b>	142
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	143
<b>ANEXOS</b>	145



## **CAPITULO I**

### **EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA**

Los casos exitosos de empresas que tienen como política el compromiso con sus empleados, no es ajeno a la realidad, solo con mencionar el caso de la empresa Volkswagen-Audi España; quienes tienen la preocupación de atraer a los profesionales con mayor talento, ofrecerles las mejores posibilidades para el desarrollo de sus carreras y un lugar excelente para trabajar.

La compañía Volkswagen-Audi España, del Grupo Volkswagen, es el primer distribuidor de automóviles de España, comercializa vehículos, piezas y recambios de las marcas Volkswagen, Audi, ŠKODA y además emite certificaciones técnicas de las marcas mencionadas. Esta compañía gracias a sus altos estándares en materia de capital humanos le ha permitido obtener el certificado internacional Top Employers; el sexto

reconocimiento en menos de dos años. Este certificado comprende criterios en áreas como estrategia de talento, planificación de plantilla, aprendizaje y desarrollo, gestión del desempeño, desarrollo del liderazgo, gestión de carrera y sucesión y cultura de empresa. (<http://comunicacion.vw-audi.es>)

Así mismo, la empresa Volkswagen-Audi España tiene antecedentes positivos, ya que anteriormente recibió dos Randstad Awards consecutivos por su atractivo laboral y ha sido incluida en 2013 y 2014 en la lista Best Work places, formada por las cincuenta mejores empresas para trabajar en España. Volkswagen-Audi España se suma a las once compañías del Grupo Volkswagen que han recibido la certificación de Top Employers en todo el mundo.

Según la consultora J.D Power las marcas BMW y Toyota encabezan la lista de las empresas con mayor satisfacción al cliente en el 2015, según la última encuesta realizada por la como parte del Índice de Satisfacción. La marca BMW es la mejor calificada en el índice de autos de lujo y Toyota fue la mejor calificada en ventas por volumen.

Este caso nos da a entender que las empresas en el ámbito internacional se preocupan por la satisfacción de sus empleados y de sus clientes, sin embargo estos casos exitosos no solo se dan a nivel internacional sino también en el Perú, claro ejemplo de esto es la empresa Ferreyros S.A.A desarrollan acciones orientadas al desarrollo de sus capacidades y habilidades intelectuales y técnicas de los trabajadores, así como de su bienestar personal, promoviendo una mejora continua. En el

2014 ejecutaron 100,000 horas de capacitación a su personal, de los cuales el 87% estuvo dirigido a capacitaciones de personal técnico, de producción y mantenimiento.

La empresa Ferreyros es reconocida como la principal distribuidora de bienes de capital en el Perú, orientando sus actividades comerciales a atender la demanda y proveer soluciones para diversos sectores económicos del país a través de la venta de maquinarias nuevas y usadas, alquiler de equipos y la provisión de una serie de servicios. Ferreyros promueve más de 2,700 puestos de trabajo de los cuales 1000 puestos en provincias del país. (<https://www.ferreyros.com.pe>)

Ferreyros en su busca de la satisfacción del personal desarrolla competencias relacionada a la vocación de servicio y programas de desarrollo interno como sistematización de la evaluación de desempeño, Encuesta de Opinión de Satisfacción (EOS); para el personal técnico promueve los programas Service Pro, Logistics Pro y la Formación Técnica Automotriz (Fortec). Por último el Programa de Liderazgo Ferreyros, una propuesta educativa desarrollada junto con Harvard Business Review América Latina. Todo ello le ha permitido ser socio fundador de la Asociación de Buenos Empleadores en el Perú, patrocinada por la Cámara de Comercio Americana, que agrupa a las empresas reconocidas por respetar a sus colaboradores y crear un clima laboral adecuado, aplicando buenas prácticas laborales en todos sus procesos.

Esta empresa peruana es consciente de que un componente esencial de su competitividad es lograr la satisfacción de los clientes y su idealización, bajo una relación mutuamente beneficiosa de largo plazo. La medición de la satisfacción del cliente, que incluye la ejecución de encuestas en las que se identifica oportunidades de mejora, respecto a los productos y servicios ofrecidos. Como resultado de esto en el 2015 las encuestas mostraron un nivel de satisfacción general de 7.5 en una escala del 1 al 10. Así mismo, la empresa cuenta con una herramienta para manejar las relaciones con clientes conocida como el Customer Relationship Management (CRM). (Reporte de sostenibilidad del 2010).

La preocupación de la empresa Ferreyros por la satisfacción laboral y a la vez la satisfacción de sus clientes, le ha permitido experimentar un crecimiento considerable en el periodo 2011. (Reporte de sostenibilidad del 2011)

Según el diario El Comercio el 35% de peruanos se siente feliz con su lugar de trabajo. Los dos factores más influyentes fueron: tener buenos amigos en su trabajo (54,7%) y confiar en su organización (36%). Esto nos da entender que a las empresas, sobre todo a los peruanos, aún les falta desarrollar políticas dirigidas a la administración de personal. (<https://www.elcomercio.com.pe>)

En la empresa REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP E.I.R.L, empresa dedica a la certificación técnica de vehículos, se ha identificado

algunos problemas relacionado al manejo del personal como la división de funciones reflejado en el distanciamiento entre el personal administrativo y operativo; además la desprotección de los ambientes ya que en el horario de la tarde el ingreso de polvo afecta a los trabajadores y clientes. Por otro lado el incumplimiento de las 8 horas de trabajo establecido por ley, al hacer laborar 11 horas diarias de lunes a sábados a los empleados. Esto conlleva a una evidente insatisfacción por parte de los empleados, insatisfacción que se nota en el mal manejo de la documentación y en la inadecuada atención al cliente, existiendo probabilidades que la insatisfacción del personal se refleje en la insatisfacción del cliente.

Los puntos mencionados en el párrafo anterior es consecuencia de la inadecuada administración en materia del capital humano por parte de la dueña, gerente general y por la falta de interés del administrador de la sede central, dicha sede central se encuentra en la ciudad de Lima.

De mantenerse una inadecuada administración en materia del capital humano por parte de la empresa se verá mostrado en la insatisfacción del personal y por consecuente la insatisfacción del cliente. El alejamiento de los clientes es aún más riesgoso por el ingreso de un nuevo competidor, cabe señalar que hasta el 2015 la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L era la única empresa que emitía certificados de inspección vehicular. El ingreso de un nuevo competidor conlleva a que la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L tiene que tomar las medidas necesarias para evitar la pérdida de clientes.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. PROBLEMA GENERAL**

¿De qué manera la satisfacción laboral se relaciona con la satisfacción del cliente de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L?

### **1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICO**

1. ¿Cuál es la relación entre el clima laboral y el servicio a los clientes de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L?
2. ¿De qué manera la política de incentivos se relaciona con la capacidad de respuesta de continuidad de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L?
3. ¿Cuál es la relación entre las condiciones de trabajo y los elementos tangibles de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L?

## **1.3. OBJETIVOS**

### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Identificar la relación entre la satisfacción laboral y la satisfacción del cliente de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L

### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Conocer la relación entre el clima laboral y el servicio a los clientes de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L
  
2. Presentar la relación entre la política de incentivos y la capacidad de respuesta de continuidad de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L
  
3. Conocer la relación entre las condiciones de trabajo y los elementos tangibles de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L.

### **1.4. HIPOTESIS**

#### **1.4.1. HIPÓTESIS GENERAL**

**H<sub>i</sub>:** La satisfacción laboral se relaciona de forma significativa con la satisfacción del cliente de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L

#### **1.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICOS**

**H<sub>i1</sub>:** El clima laboral se relaciona de forma positiva con el servicio a los clientes de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L

**H<sub>i2</sub>:** La política de incentivos se relaciona de forma positiva con la capacidad de respuesta de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L

**H<sub>i3</sub>:** Las condiciones de trabajo se relacionan de forma negativa con los elementos tangibles de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L

## **1.5. VARIABLES**

### **1.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE**

Satisfacción laboral

### **1.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE**

Satisfacción del cliente



## 1.6. OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

### a) VARIABLE INDEPENDIENTE

<b>VARIABLE INDEPENDIENTE: “la satisfacción laboral”</b>			
<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>		
	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TECNICAS E INSTRUMENTOS</b>
Es un conjunto de sentimientos favorables o desfavorables con los que los empleados perciben su trabajo	<b>CLIMA LABORAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación</li> <li>• Relación con el jefe</li> <li>• Relación con compañeros</li> <li>• Respeto</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>	<b>Técnica 1:</b> La encuesta <b>Técnica 2:</b> La observación <b>Instrumento 1:</b> El cuestionario <b>Instrumento 2:</b> Guía de observación
	<b>POLÍTICA DE INCENTIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recompensa monetaria</li> <li>• Reconocimiento</li> <li>• Asensos</li> </ul>	
	<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitaciones</li> <li>• Instalaciones</li> <li>• Horas de trabajo</li> <li>• Seguridad</li> <li>• Salario</li> </ul>	

## b) VARIABLE DEPENDIENTE

<b>VARIABLE DEPENDIENTE: “la satisfacción del cliente”</b>			
<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>		
	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TECNICAS E INSTRUMENTOS</b>
Es una sensación de placer o decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados) con las expectativas de beneficios previas	<b>SERVICIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo de espera</li> <li>• Empatía</li> <li>• Fiabilidad</li> <li>• Expectativa</li> </ul>	<b>Técnica:</b> La encuesta  <b>Instrumento:</b> El Cuestionario
	<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información brindado</li> <li>• Desempeño</li> <li>• Atención de reclamo</li> </ul>	
	<b>ELEMENTO TANGIBLE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalaciones</li> <li>• Equipos</li> <li>• Comportamiento del personal</li> </ul>	

## 1.7. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

### 1.7.1. JUSTIFICACIÓN

Las razones que justificaron la materialización del presente trabajo de investigación son los siguientes:

**1.7.1.1. PRÁCTICO.-** La materialización del presente trabajo de investigación, permitió a la administradora mejorar la administración del personal y el servicio, de modo que influya de manera efectiva a la organización.

**1.7.1.2. METODOLÓGICO.-** El presente trabajo de investigación, sirvió a la administradora como una guía para mejorar la satisfacción laboral y esto se vea reflejado en la satisfacción del cliente.

**1.7.1.3. SOCIAL.-** El mejoramiento de la satisfacción laboral permitió que los clientes estén satisfechos, además a esto los empleados pudieron mejorar su calidad de vida laboral y familiar.

**1.7.1.4. ORGANIZACIONAL.-** La búsqueda de la mejora de la satisfacción del personal permitió que el cliente este satisfecho; y la satisfacción del cliente significa mayores

ingresos para la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares  
CP E.I.R.L.

### **1.7.2. IMPORTANCIA**

Medir la satisfacción laboral y la del cliente es una posibilidad viable en ciertos escenarios que contemplen el ciclo de vida de la organización, todo esto debe estar planificado. También es favorable medir satisfacción laboral cuando existen algunas especulaciones de insatisfacción y así ajustar el rumbo de la estrategia de manera interna, con el sentido de lograr mejores eficiencias. Así mismo la evaluación de la satisfacción del cliente nos permitió evaluar los procesos, esta evaluación es más complejo si la organización brinda servicio; eh ahí la importancia de la evaluación del cliente y el personal.

### **1.8. VIABILIDAD**

Los aspectos que favorecieron al desarrollo del trabajo de investigación son los siguientes:

**1.8.1. BIBLIOGRAFÍA.-** Se contó con una amplia bibliografía actualizada de la materia de estudio tanto en la biblioteca central Javier Pulgar

Vidal (UNHEVAL), como en el internet, el cual permitió disponer de conocimientos científicos y técnicos.

**1.8.2. ECONÓMICO.-** El investigador contó con recursos económicos, financiado con recursos propios, el cual permitió asumir los costos de la investigación.

**1.8.3. GEOGRÁFICA.-** El trabajo de investigación fue viable porque el trabajo de campo se realizó en la ciudad de Huánuco, al cual la investigadora tuvo accesibilidad geográfica.

## **1.9. LIMITACIONES**

El presente trabajo de investigación tuvo las siguientes limitaciones:

**1.9.1. POR ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN.-** Dentro de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, no se contaba con trabajos de investigaciones del ámbito nacional e internacional para recabar sus conclusiones. Esta limitación se superó haciendo uso de la internet.

**1.9.2. POR MANEJO METODOLÓGICO.-** Existió una limitada experiencia y conocimiento en el desarrollo de trabajos de investigación por parte de la investigadora, por lo cual se recorrió a un asesor especialista en investigación.

**1.9.3. INTERFERENCIA LABORAL.-** El desarrollo del presente proyecto de investigación interfirió con los asuntos laborales de la investigadora, el cual limitó el tiempo dedicado al trabajo de investigación. Esto se superó renunciando a su trabajo.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEORICO**

**2.1. ANTECEDENTES.-** Se tomó como antecedentes a las investigaciones realizadas en el ámbito internacional, nacional y local.

**1. Hannoun, Georgina. “Satisfacción laboral en el área de finanzas de la organización NEXTEL ARGENTINA S.A.” Universidad Nacional de Cuyo. Mendoza – Argentina. 2011, llegó a una de las siguientes conclusiones:**

- Los trabajadores en el único aspecto en el cual no muestran una gran satisfacción es en lo relacionado con el salario que perciben respecto de las tareas que llevan a cabo en sus puestos de trabajo. Una de las principales causas de esto puede ser en el caso de los cajeros, que requieren un alto nivel de responsabilidad para realizar las tareas en su puesto y el salario no posee una relación adecuada con las mismas.

**2. Berelis Arnedo y Mileidy Castillo. Satisfacción laboral de los empleados del instituto de previsión social del personal docente y de investigación de la universidad de oriente (IPSPUDO). Programa de gerencia de recursos humanos. Universidad de Oriente Núcleo de Sucre. Cumaná, Estado Sucre - 2008. En esta investigación se aprecia la siguiente conclusión:**

- Las relaciones con los compañeros de trabajo están generando satisfacción, puesto que los empleados se sienten relativamente satisfechos con la cordialidad, la cooperación y la comunicación en el grupo de trabajo.

**3. Gelsi M. Alvarez. Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales. Para optar el título de magister en sistema de la calidad. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas – 2012. Tiene la siguiente conclusión:**

- En términos específicos, el cliente considera que el servicio del PDVAL supera lo esperado, en relación a la dimensión “evidencias físicas”, debido a que la apariencia de las instalaciones, la facilidad y convivencia del desplazamiento, incluyendo la distribución de las secciones y colocación de los productos en las estanterías.



**4. Meysi Vanessa García Ruesta. Medición de la satisfacción del cliente en una empresa de retail. Programa Académico de Administración de Empresas. Universidad de Piura – 2011.**

- Periodo de tiempo de espera antes de ser atendido. Se concluye, que el trabajo que la empresa realiza sobre éste artículo de satisfacción es satisfactorio, pero aún debería de trabajarse un poco más, porque existen clientes que alcanzan niveles neutrales de satisfacción, es decir, que están ni satisfechos ni insatisfechos. La existencia de clientes que no alcanzan la satisfacción con el servicio brindado son potenciales clientes de la competencia; por tanto se recomienda a los administradores de la empresa, reforzar un poco más el trabajo en éste artículo de satisfacción.

**5. Uceda Pintado, Indira Lizeth. “influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de la victoria en la ciudad de Chiclayo”. Tesis para optar el título de licenciada en administración de empresas. Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Chiclayo – 2013. Arriba a las siguientes conclusiones:**

- El nivel de satisfacción laboral del personal de las pollerías de la Victoria, en cuanto al factor Reconocimiento Personal arroja un 76%,

ubicándose en una escala alta, para los trabajadores existe un trato justo en la empresa, pese a que a un 47% el horario de trabajo le resulta incómodo.

- La satisfacción de los clientes externos teniendo en cuenta el factor Calidad de Servicio también se encuentra en una escala alta, demostrado con los resultados obtenidos, para un 67% de los clientes el personal de las pollerías es honesto y confiable recibiendo un trato amable por parte de los trabajadores los cuales están capacitados, llegando un 29% a estar totalmente de acuerdo con el servicio recibido.

**6. Venturo Benites, David Wilmer. Nivel de satisfacción del cliente respecto del servicio de restaurantes del distrito de Huánuco- 2010. Tesis para optar el título de licenciado en administración. Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco. Concluye en los siguientes puntos:**

- Acerca de la capacidad de respuesta en los restaurantes, el 78% de los comensales están satisfechos con la disposición que muestran los mozo(a) s en atender y ayudarlos, del mismo modo el 48% con el desempeño de estos, cuando le ayuda a resolver un problema o alguna necesidad, y un 69% con la información exacta que proporciona el personal de servicio.

- Respecto a la dimensión de tangible en los restaurantes, la infraestructura de estos se encuentran en condiciones inadecuadas, porque la fachada, puertas, pisos, paredes y ventanas no están en condiciones apropiadas para brindar el servicio. También los mozo(a)s y cocinero(a)s no cuentan con uniformes adecuados para desempeñar su trabajo, así mismo el 45% está satisfecho con la sazón, cantidad, variedad y precios de los menús.

**7. Blas Mariano, Ofelia. Satisfacción laboral y su influencia en la calidad de vida de los trabajadores de las entidades bancarias de la localidad de Huánuco – 2014. Tesis para optar el título de licenciado en administración. Universidad Nacional Hermilio Valdizán. Huánuco. Arriba a la siguiente conclusión:**

- Respecto a la dimensión de la satisfacción laboral percibida por los trabajadores en estudio, se observa que la dimensión que tuvo mayor aceptación (satisfacción) en un 100%, fue la evaluación institucional del personal, seguido de la dimensión, desarrollo, capacitación y actualización para el desempeño personal en el cual los trabajadores se encuentran satisfechos. En general todas las dimensiones de la variable satisfacción, tuvieron una aceptación favorable (satisfacción) en más del 90%.

## **2.2. BASES TEÓRICOS**

La base teórica del presente trabajo de investigación se señala a continuación:

### **2.2.1. BASE TEÓRICA N° 1: LA SATISFACCIÓN LABORAL**

#### **2.2.1.1. DEFINICIÓN**

*“Es un conjunto de sentimientos favorables o desfavorables con los que los empleados perciben su trabajo” (Davis y Newstrom 1991:203)*

Mi persona lo definiría como el conjunto de aspectos laborales aceptados dentro de las expectativas del colaborador.

Mi concepto se basa; primero que es conjunto de aspectos laborales, porque incluyen criterios del salario, clima laboral, condiciones de trabajo y otros. Segundo que estos aspectos laborales estén dentro de las expectativas del colaborador, porque para un empleado solo puede ser necesario un buen salario mientras que para otro empleado sus expectativas pueden ser más altas como buen salario, buenas condiciones de trabajo y el cumplimiento de sus ocho horas labores. Es decir, la satisfacción será en base a las expectativas laborales del colaborador.

### **2.2.1.2. ANTECEDENTES DE LA SATISFACCIÓN LABORAL**

La satisfacción laboral está basado y han evolucionado a teorías como la administración científica y teorías de relaciones humanas, jerarquía de necesidades, teoría Duoglas McGregor, Clayton Alderfer y la de Frederick Herzberg.

En la época de la administración científica, liderada por Frederick Taylor, tenía como fin realizar actividades repetitivas y motivar a los trabajadores; se utilizaba un sistema de incentivos en efectivos, esto a la larga tendría dificultades. (Stoner y Freeman, 1994:472).

Este enfoque empezó a tener dificultades a partir de que la producción aumentaba y la eficiencia mejoraba, se empezó a prescindir de empleados para trabajos específicos, además se redujeron el monto de los incentivos. Dada esta situación los empleados empezaron a exigir seguridad en el trabajo e incrementos mínimos y temporales de los salarios.

En la era de la administración científica, el empleado era considerado una maquina más del equipo. En esa época la industria trataba de aumentar la producción a través de métodos de selección más eficaces

Posterior a la administración científica aparecería la teoría de las relaciones humanas en donde Elton Mayo y

otros investigadores encontraron que el aburrimiento y la repetición de muchas actividades reducían la motivación del personal. (Stoner y Freeman, 1994:472).

La teoría de relaciones humanas sustenta que la motivación del personal se basa en el reconocimiento de sus necesidades, consideración por parte del empleador y la libertad para tomar decisiones.

Este enfoque puso de manifiesto que la productividad humana no dependía solo de sus habilidades y conocimientos. En los estudios de Hawthorne, cerca de 20 000 entrevistas celebradas con los trabajadores convencieron a la gerencia de que estos tenían sentimientos y actitudes hacia sus tareas y que este repercutía en su eficiencia. (Schultz, 1998:258)

A partir de esta teoría la industria se dio cuenta de ello, emprendió frenéticos esfuerzos por medir actitudes y adiestrar a los supervisores para que mostraran sensibilidad ante los sentimientos del personal. Posteriormente aparecieron críticas a la teoría de relaciones humanas, uno de sus críticos fue Duoglas McGregor.

Duoglas McGregor identifica dos grupos de diferentes que darán base a la teoría X y la teoría Y. (Stoner y Freeman, 1994: 474)

- **Teoría X.-** sostiene que la gente tiene una aversión inherente al trabajo, a pesar de que lo ven como una necesidad, lo evitaran siempre que sea posible. La mayoría de la gente es floja no tiene ambición y prefieren ser dirigidos y evitar tomar o asumir responsabilidades. Como resultado el trabajo es de importancia secundaria y el administrador debe motivarlos con salarios o muestras de consideración. La teoría X refleja la teoría de la administración científica y de relaciones humanas. (Stoner y Freeman, 1994: 475)
- **Teoría Y.-** es más optimista. Considera que el trabajo es mal natural como descansar o jugar, que en realidad la gente quiere trabajar y, bajo las circunstancias adecuadas, obtiene una gran satisfacción de su trabajo. La gente tiene la capacidad de aceptar, de buscar la responsabilidad y aplicar la imaginación, ingenio y la creatividad a los problemas organizacionales. Esta teoría nos indica que las empresas no aprovechan el potencial del ser humano y se logra a través de la administración participativa. (Stoner y Freeman, 1994: 475)

La jerarquía de necesidades de Abraham Maslow formula que la motivación del individuo para actuar y comportarse deriva de fuerzas internas, por lo cual una jerarquiza las necesidades humanas, de acuerdo a la satisfacción de las necesidades más básicas (parte inferior de la pirámide), y las necesidades y deseos más elevados (parte superior de la pirámide).

- **Necesidades fisiológicas:** Necesidades vegetativas relacionadas con hambre, cansancio, sueño, deseo sexual, etc.; estas necesidades constituyen la primera prioridad del individuo y se encuentran relacionadas con su supervivencia.
- **Necesidades de seguridad:** Se relaciona con la tendencia a la conservación frente a situaciones de peligro. Conservación de su propiedad, de su empleo, etc. Llevan al individuo a protegerse de todo peligro real o imaginario, físico o abstracto.
- **Necesidades de reconocimiento o estima:** A esta altura de la pirámide el individuo necesita algo más que ser un miembro de un grupo, se hace necesario recibir reconocimiento de los demás en término de respeto,



estatus, prestigio, poder, etc. también conocidas como las necesidades del ego o de la autoestima y , por tanto relacionadas con la autoevaluación y la autoestima de los individuos.

- **Necesidades de auto-superación o de autorrealización:** Consiste en desarrollar al máximo el potencial de cada uno, se trata de una sensación auto superadora permanente. Son ejemplo de ella autonomía, independencia, autocontrol. Relacionadas con el deseo de lograr su realización. Esta tendencia se expresa el deseo de progresar cada día más y desarrollar todo su potencial y talento.
- **Necesidades sociales:** El hombre por naturaleza tiene la necesidad de relacionarse, de agruparse informalmente, en familia, con amigos o formalmente en las organizaciones. Relacionadas con la vida social del individuo con otras personas: amor, afecto y participación conducen al individuo a la adaptación o no a lo social.

La teoría ERG de Clayton Alderfer también jerarquiza las necesidades pero a diferencia de Maslow

utiliza tres categorías necesidades de existencia, necesidades de relación y necesidades de crecimiento. (Stoner y Freeman, 1994: 478).

- **Necesidades de existencia.-** viene a ser las necesidades básicas de Maslow más factores tales como beneficios adicionales en el lugar de trabajo.
- **Necesidades de relación.-** son necesidades de relación interpersonal.
- **Necesidades de crecimiento.-** son necesidades para la creatividad personal y o influencia productiva.

Mientras Maslow sustenta su teoría de la motivación en las diversas necesidades humanas (enfoque orientado hacia el interior de la persona), la teoría bifactorial de Herzberg, basa su teoría en el ambiente externo y en el trabajo del individuo (enfoque orientado hacia el exterior).

La teoría bifactorial tuvo como sustento los estudios que Frederick Herzberg junto con su grupo de investigación desarrollaron en empresas de Pittsburgh, Estados Unidos. La investigación consistía en un cuestionario en el cual se preguntaba a ingenieros y contadores acerca de los factores que producían satisfacción e insatisfacción en su trabajo.

- **Factores higiénicos:** La insatisfacción en el cargo depende del ambiente, de la supervisión, de los colegas y del contexto general del cargo: Estos son los llamados factores higiénicos. La presencia de estos factores permiten que la persona no se sienta insatisfecha en su trabajo pero no implica que generaran la motivación necesaria para la consecución de los objetivos. Ejemplos de estos factores son: Las condiciones de trabajo, la supervisión recibida, el salario, etc.
- **Factores motivacionales:** La satisfacción en el cargo es función del contenido o de las actividades desafiantes y estimulantes del cargo: Estos son los llamados factores motivadores. Se describe como la energía que da el impulso necesario para conducir a las personas a depositar sus fuerzas en la organización con el objeto de alcanzar los resultados. Ejemplos: El grado de responsabilidad, el reconocimiento, la posibilidad de progreso, etc.

### 2.2.1.3. LA COMUNICACIÓN: IMPORTANCIA Y BARRERAS

*“Es la transferencia de información y la comprensión entre dos personas. Es una manera de conocer las ideas, hechos, pensamientos, sentimientos y valores de los demás”* (Davis y Newstrom, 1991: 82)

Raymond V. Lesikar, describe cuatro factores que influyen en la eficacia de la comunicación organizacional, que son los canales formales de comunicación, estructura de autoridad, especialización del trabajo y propiedad de la información. (Stoner y Freeman, 1994: 574)

Cuando la comunicación es eficaz tiende a alentar un mejor desempeño y promueve la satisfacción en el trabajo. Los empleados conocen mejor su trabajo y se sienten más comprometidos con él. (Davis y Newstrom, 1991:83)

Las barreras de comunicación (Davis y Newstrom, 1991:88), son:

- **Personales.**- son interferencias de la comunicación que provienen de las emociones, los valores y los malos hábitos de escucha. Se encuentran a menudo en situaciones de trabajo
- **Físicas.**- se da en el ambiente que se realiza la comunicación y hace referencia a interferencias

producidas por distracción, ruidos, distancia entre las personas, ubicación de las oficinas y otros.

- **Semánticas.**- se refiere a la mala interpretación de los símbolos (palabras, imágenes y acciones), ya que los símbolos tienen varios significados.

#### **2.2.1.4. CONDICIONES, HIGIENE Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO**

Las condiciones de trabajo se encuentran en tres niveles las físicas, temporales y psicológicas (Schultz, 1998:335).

- **Condiciones físicas.**- hace referencia a la estructura del edificio o lugar donde se labora, como: ubicación, distribución de oficina, accesos, iluminación, el ruido y otros.
- **Condiciones temporales.**- se refiere al número de horas laborales y la manera de distribuir las, se considera aspectos como horario por turno, descansos y horarios flexibles.
- **Condiciones psicológicas.**- se refiere al diseño del puesto y al efecto que ejerce sobre los empleados, se toma en cuenta temas de aburrimiento, monotonía y fatiga.

La higiene en el trabajo se refiere a un conjunto de normas y procedimientos tendientes a la protección de la integridad física y mental del trabajador, preservándolos del riesgo de salud inherente a las tareas del cargo y el ambiente físico donde se ejecutan. (Chiavenato, 2000: 479)

El criterio de higiene laboral es más compleja ya que depende del manejo y control del riesgo de las operaciones de la empresa, es decir los procedimientos de seguridad e integridad del empleado son más estrictas como suele pasar en el sector minero, actividad principal en el Perú.

La seguridad en el trabajo es el conjunto de medidas técnicas, educativas, médicas y psicológicas empleadas para prevenir accidentes y eliminar las condiciones inseguras del ambiente, y para instruir o convencer a las personas acerca de la necesidad de implantar practicas preventivas. (Chiavenato, 2000: 481)

#### **2.2.1.5. SISTEMAS DE INCENTIVOS Y RECOMPENSAS**

Los incentivos económicos de algún tipo pueden aplicarse a casi cualquier puesto. La idea básica de todos ellos es determinar el salario de un empleado en proporción a algún criterio de desempeño individual, grupal y organizacional. Estos criterios pueden referirse a la

productividad del empleado, las utilidades de la empresa, las unidades embarcadas o el margen de costo laboral con respecto a los precios de venta. (Davis y Newstrom, 1991:180)

El sistema de recompensa incluye el paquete total de beneficios que la organización pone a disposición de sus miembros, y los mecanismos y procedimientos para distribuir estos beneficios. No solo se consideran los salarios, vacaciones, ascensos a posiciones más elevadas (con mayores salarios y beneficios), sino también algunas recompensas como garantía de estabilidad en el cargo, transferencias laterales hacia posiciones más desafiantes o hacia posiciones que llevan a un progreso, a un desarrollo adicional y a varias formas de reconocimientos por servicios notables.(Chiavenato, 2000: 398)

Así mismo hace referencia que existe dos tipos de recompensa:

- **Recompensa financiera.-** es el pago que recibe cada empleado en forma de salarios, bonos, premios y comisiones.
- **Recompensa no financiera.-** se refiere al prestigio, autoestima, reconocimiento y estabilidad en el empleo.

El salario es la retribución en dinero o su equivalente que el empleador paga al empleado por el cargo que este

ejerce y por los servicios que presta durante determinado periodo. (Chiavenato, 2000:409)

Por otro lado señala que existen dos tipos de salario:

- **Salario directo.-** es el que se recibe como contraprestación del servicio; los empleados que trabajan por horas, días o mensual.
- **Salario indirecto-** hace referencia a las vacaciones, gratificaciones, adicionales (de inseguridad, de insalubridad, de trabajo nocturno, de tiempo de servicio), participaciones en utilidades, horas extras y beneficios sociales ofrecidos por la empresa.

En mi opinión; en la mayoría de países desarrollados el tema de salario ha pasado a un segundo plano, ya que los sindicatos ya no exigen aumento de salarios sino calidad de vida laboral. Sin embargo en el Perú y en la región Huánuco se observa que algunos sectores aun exigen aumentos de sueldo; esto nos da a entender que en el Perú aún está en una etapa de inserción políticas dirigidas al desarrollo del potencial humano.

El problema en los planes de remuneración y reside en que los empleados sienten que la remuneración se basa en la edad, la educación y el desempeño en años previos. (Chiavenato 2000:404)



### 2.2.1.6. ENTRENAMIENTO O CAPACITACIÓN

El entrenamiento es un proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función a objetivos definidos. (Chiavenato, 2000: 557)

El entrenamiento puede incluir cuatro tipos de cambio de comportamiento:

- **Transmisión de información.-** consiste en distribuir información entre los entrenados, a menudo son genérica y referente al trabajo.
- **Desarrollo de habilidades.-** sobre todo aquellas destrezas y conocimientos relacionados con el desempeño del cargo actual o de posibles ocupaciones futuras.
- **Desarrollo o modificación de actitudes.-** en general, se refiere al cambio de actitudes negativas por actitudes más favorables entre los trabajadores, aumento de la motivación, desarrollo de la sensibilidad del personal de gerencia y supervisión.
- **Desarrollo de conceptos.-** el entrenamiento puede ser dirigido a elevar el nivel de abstracción y conceptualización de ideas y pensamientos.

Chiavenato también nos hace referencia a los principales objetivos del entrenamiento:

- ✓ Preparar el personal para la ejecución inmediata de las diversas tareas del cargo.
- ✓ Proporcionar oportunidades para el desarrollo personal continuo, no solo en su cargo actual, sino también en otras funciones en las cuales puede ser considerada la persona.
- ✓ Cambiar la actitud de las personas, bien sea para crear un clima más satisfactorio entre los empleados, aumentar su motivación o hacerles más receptivos a las técnicas de supervisión y gerencia.

#### **2.2.1.7. CLIMA ORGANIZACIONAL**

El clima organizacional refleja la influencia ambiental en la motivación de los participantes. Por tanto, puede describirse como cualidad o propiedad de ambiente organizacional percibida o experimentada por los miembros de la organización que influye en su comportamiento. (Chiavenato, 2000:120)

El concepto motivación (en el nivel individuo) conduce al clima organizacional (en el nivel organizacional). Los seres humanos están obligados a adaptarse continuamente a una gran variedad de

situaciones para satisfacer sus necesidades y mantener un equilibrio emocional.

Como comentario; en muchos países las legislaciones laborales son estrictas y en el Perú a pesar de que se ha avanzado en este tema aún hay mucho por mejorar. En mi opinión algunas empresas en el Perú generan un buen clima laboral como efecto del cumplimiento de algunas leyes, es decir el clima laboral es generado por un efecto externo y no un efecto interno producidas por los propios empleadores.

#### **2.2.1.8. EL TRABAJO EN EQUIPO**

En la mayoría de los casos, la excelencia en el servicio es fruto del trabajo coordinado de un grupo de personas que desempeñan diferentes roles en la organización. Este trabajo debe caracterizarse por una actitud de ayuda y confianza mutua, una responsabilidad compartida, y un sentimiento de colaboración entre todos sus miembros; todo esto apoyado en una base de comunicación y respeto mutuo.

Un buen trabajo en equipo se debe tener en cuenta las siguientes características:

- ✓ Un objetivo claro a lograr por parte del equipo.
- ✓ Una estrategia definida de cómo se realizara la labor.
- ✓ Un líder que logre optimizar los resultados del equipo y que en lo posible sea elegido por el mismo equipo de trabajo.
- ✓ Una planeación definida y un programa determinado el cual se siga con la coordinación del líder.
- ✓ Los miembros del equipo deben tener las competencias y habilidades, en lo posible multidisciplinarias y complementarias. No son productivos lo equipos de trabajo de un misma línea o de similares características.
- ✓ Es importante tener claro que en el trabajo en equipo la responsabilidad es compartida.
- ✓ Se debe generar un ambiente armónico de trabajo, regido por una comunicación abierta, participativa y asertiva, siempre con las metas a lograr como base del desempeño del equipo.

#### **2.2.1.9. HABILIDADES DE UN LÍDER**

(Davis y Newstrom, 1991: 235) hace referencia a tres tipos de habilidades:

- **La habilidad técnica.-** se refiere al conocimiento y capacidad de una persona en cualquier tipo de proceso o técnica.
- **La habilidad humana.-** es la capacidad para trabajar eficazmente con las personas y para obtener resultados del trabajo en equipo.
- **La habilidad conceptual.-** es la capacidad para pensar en términos de modelos, marcos de referencia y relaciones amplias, como en los planes estratégicos de largo plazo.

La habilidad conceptual tiene que ver con ideas, mientras que la habilidad humana se centra en personas y la habilidad técnica se refiere a cosas.

#### **2.2.1.10. CARACTERÍSTICAS PERSONALES Y SATISFACCION LABORAL**

Aparte del contexto en que el empleado realiza su tarea, también existen otros factores como las características personales.

Dentro de las características personales incluye el sexo, la edad, la raza, el nivel de inteligencia, nivel ocupacional y antigüedad en el trabajo. (Schultz, 1998: 263)

También hace referencia a algunas afirmaciones:

- La satisfacción aumenta con la edad, es decir que los jóvenes por lo general se encuentran insatisfechos, ya que sus expectativas son mayores a la de la antigua generación.
- El nivel de inteligencia va repercutir en la satisfacción laboral dependiendo del trabajo que va ejecutar.
- En relación a la antigüedad de trabajo nos señala que el personal nuevo tiende a sentirse bastante contento.
- El empleado estará más satisfecho cuando más alta sea la jerarquía de un cargo.

En la medición de la satisfacción laboral existen tres métodos: el uso de cuestionario, la entrevista personal y el uso de test consistente en completar oraciones como “mi puesto es.....” (Schultz, 1998: 259)

## 2.2.2. BASE TEÓRICA Nº 2: LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

### 2.2.2.1. DEFINICIÓN

*“Es una sensación de placer o decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados) con las expectativas de beneficios previas.” (Kotler y Keller, 2006:144)*

Además de esto añade que si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado.

*“La satisfacción del cliente es aquella en que se comparan las expectativas del cliente con sus percepciones respecto al contacto real de servicio” (Hoffman y Bateson, 2012:289)*

*“Un cliente está satisfecho cuando sus necesidades, reales o percibidas, son cubiertas o excedidas” (Gerson, 1994: 7)*

Algunos autores señalan la diferencia entre satisfacción del cliente y calidad de servicio, señalando:

*“.... Si bien la satisfacción del cliente compara las percepciones del consumidor con lo que normalmente esperan los consumidores, la calidad en el servicio compara*

*las percepciones con lo que un consumidor debe esperar de una empresa...” (Hoffman y Bateson, 2012: 327)*

El cliente participa del servicio para obtener una satisfacción, es decir, a través de la participación logra una mayor adecuación del servicio a sus expectativas. (Lescano, 2001: 67)

#### **2.2.2.2. ANTECEDENTES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

Si bien es cierto la satisfacción del cliente ha sido un concepto y objetivo importante para las empresas, pues esto no siempre fue así. Todo comienza con un pensamiento orientado a la producción.

Comienza con el invento del telar automático, hace que durante el siglo XIX los ingleses controlen el mercado textil internacional, lo mismo sucede en estados unidos a comienzos del siglo XX con la cadena de montaje de Henry Ford. En esa época el éxito de las empresas se basaba en la producción en grandes cantidades y precios razonables. (Arellano, 2010:13)

Posteriormente después de la primera guerra mundial y durante la crisis económica de estados unidos en los años ´30, las empresas desarrollarían un pensamiento orientado a las finanzas, en esta época las empresas con éxitos son las que obtienen y administran mejor los



recursos financieros que le permita reducir a costos razonables.

Después de la segunda guerra mundial América del Norte queda una gran capacidad instalada industrial, esto gracias a la industria bélica. Esta capacidad industrial se transforma para la producción de bienes de consumo y América Latina se convierte en proveedor de materia prima. Las cadenas de montajes de tanques de guerra empiezan a construir automóviles y los fabricantes de radares y aviones empiezan producir radios, televisores y refrigeradores. La producción en masiva por parte de las empresas conlleva a desarrollar técnicas de venta, aumento de la fuerza de ventas y creció la inversión en publicidad. (Arellano, 2010:14)

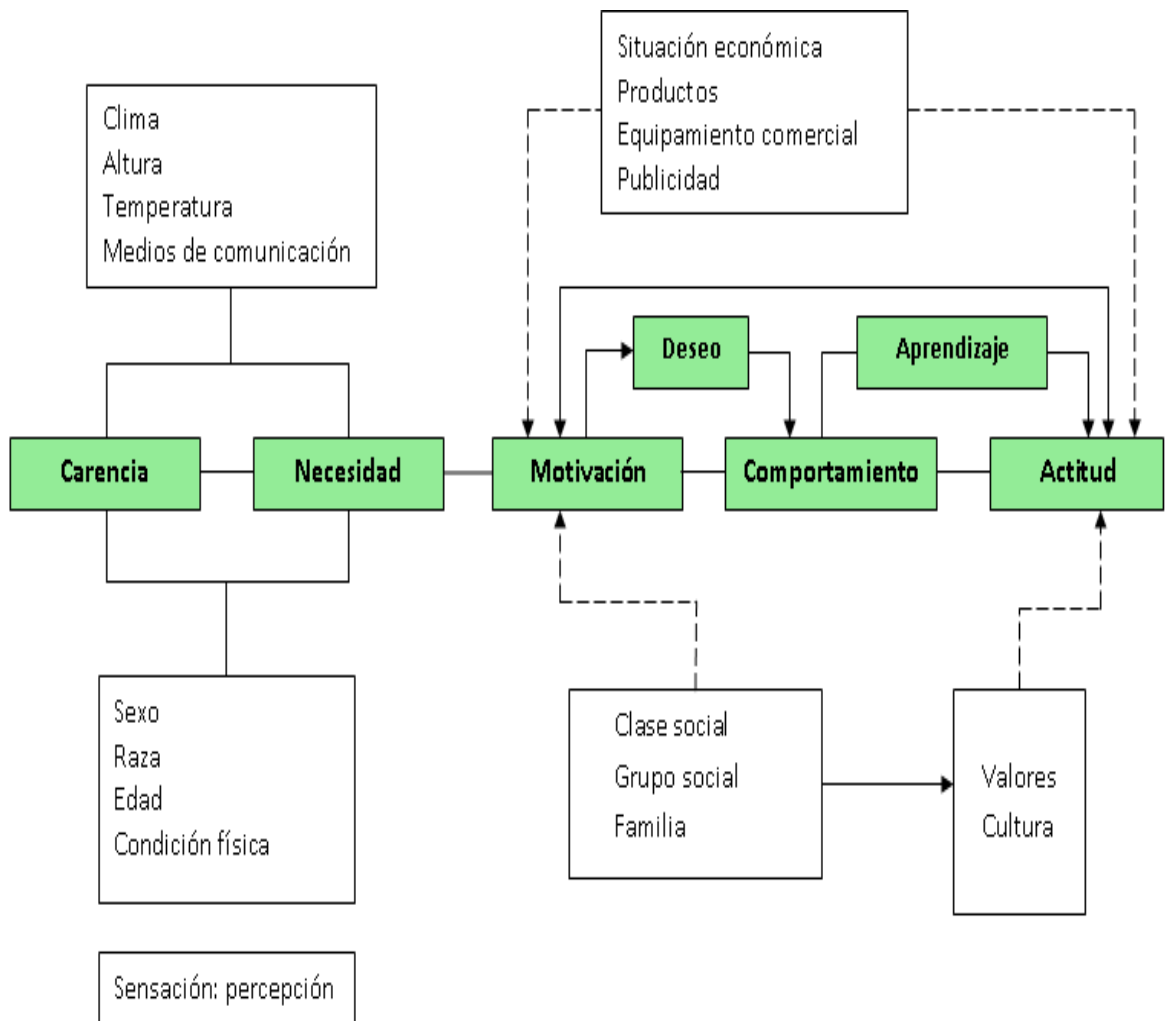
La alta competencia por la producción masiva de las empresas, conlleva a estos reorientar su pensamiento analizando primero las necesidades del cliente y luego producirlo para lograr una satisfacción óptima. Es así como se empieza a desarrollar el concepto de marketing que tiene por objetivo la satisfacción del cliente.

### 2.2.2.3. MODELOS DE COMPORTAMIENTO

#### A. MODELO DE COMPORTAMIENTO SEGÚN ARELLANO

Propone el siguiente modelo, que busca explicar el proceso de comportamiento de los consumidores en función de las influencias que reciben estos en cada momento. (Arellano, 2010:56)

**FIGURA Nº 1**  
**MODELO DE COMPORTAMIENTO SEGÚN ARELLANO**



Dicho modelo se basa en dos dimensiones centrales:

**Las variables centrales** (de proceso) corresponden al comportamiento individual interno (cuadros verdes). Estas variables que desembocan en la decisión de compra, son influidas por una serie de variables externas y por alguna variables personales de procesamiento externo (específicamente las sensaciones y la percepción).

**Las variables externas** que influyen sobre el individuo en el proceso de decisión de compra. Estas variables, que llamaremos variables periféricas, pueden ser físicas, biológicas o sociales. Si bien todas ellas influyen de alguna manera en todas las variables de proceso, su acción es más fuerte sobre alguna de ellas.

## **B. MODELO DE COMPORTAMIENTO SEGÚN**

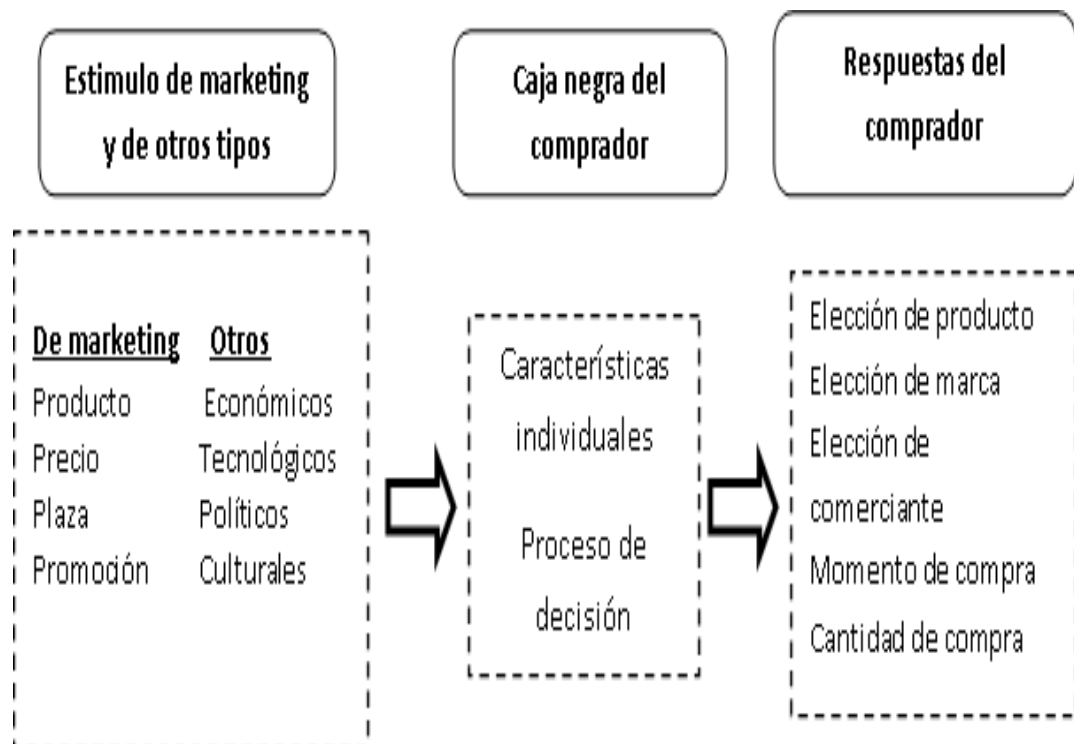
### **KOTLER Y ARMSTRONG**

Kotler y Armstrong (2007:141), exponen que el modelo comienza con los estímulos de marketing que consisten en las cuatro P: producto, precio, plaza y promoción. Otros estímulos incluyen fuerzas y sucesos importantes en el entorno del comprador: económicos, tecnológicos, políticos y culturales. Toda esta información entra en la caja negra del comprador, donde se convierte en un conjunto de

respuestas observables del comprador: elección de producto, elección de marca, elección de tienda y momento y cantidad de compra.

La forma en que los estímulos se convierten en respuestas dentro de la caja negra del comprador, la cual incluye dos partes. En primer lugar, las características del comprador afectan la manera en que percibe los estímulos y reacciones ante ellos. En segundo lugar, el proceso de decisión mismo del comprador influye en su comportamiento.

**FIGURA Nº 2**  
**MODELO DE COMPORTAMIENTO SEGÚN KOTLER Y ARMSTRONG**



### **C. MODELO DE COMPORTAMIENTO SEGÚN SCHIFFMAN Y KANUK**

El modelo presentado por Schiffman y Kanuk (2005:561), sirvió de base para definir las dimensiones de la variable independiente de la presente investigación; este modelo tiene tres componentes básicos: insumos, procesos y producto.

#### ✓ **INSUMOS**

El componente de insumos se apoya en las **influencias externas**, que sirven como fuentes de información sobre un producto particular e influye en los valores, actitudes y comportamiento relacionados con el consumo. Destacan entre estos factores de insumo las actividades de la **mezcla de mercadotecnia** de organizaciones que tratan de comunicar los beneficios de sus productos y servicios a consumidores potenciales, y las **influencias socioculturales**, no mercadológicas que, cuando están internalizadas, afectan las decisiones de compra del consumidor.

#### ✓ **PROCESO**

El componente de proceso tiene que ver con la forma en los consumidores toma decisiones. Este componente está

conformado por el campo psicológico y el acto de toma de decisión.

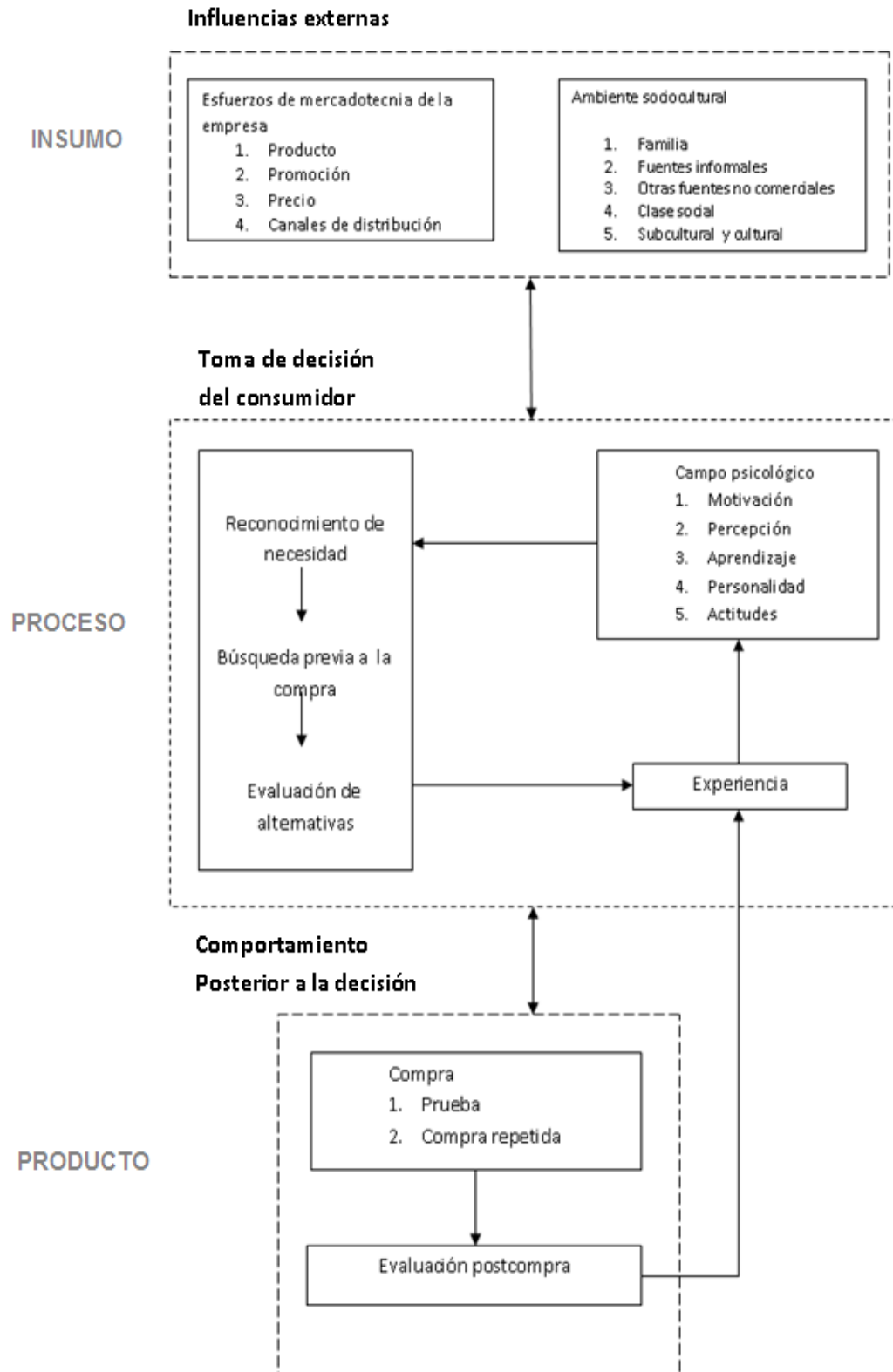
El **campo psicológico** representa las influencias internas (motivación, percepción, aprendizaje; personalidad y actitudes) que afectan a los procesos de toma de decisiones del consumidor (lo que necesita o desean, su conocimiento de varias opciones de producto, sus actividades de obtención de información y su evaluación de alternativas.)

El **acto de toma de decisiones** de un consumidor consiste en tres etapas: reconocimiento de la necesidad, búsqueda antes de la compra y evaluación de alternativas.

#### ✓ **PRODUCTO**

La porción de producto del modelo de toma de decisiones del consumidor se ocupa de dos clases de actividad posterior a la decisión asociadas muy de cerca con ella: ***comportamiento en la compra*** y ***evaluación post compra***. El objetivo de ambas actividades es aumentare la satisfacción del consumidor con su compra.

**FIGURA N° 3**  
**MODELO DE COMPORTAMIENTO SEGÚN SCHIFFMAN Y KANUK**



#### **2.2.2.4. IMPORTANCIA Y BENEFICIOS DE LA SATISFACCION DEL CLIENTE**

La importancia de la satisfacción del cliente en el mundo empresarial reside en que un cliente satisfecho será un activo para la compañía debido a que probablemente volverá a usar sus servicios o productos, volverá a comprar el producto o servicio o dará una buena opinión al respecto de la compañía, lo que conllevará un incremento de los ingresos para la empresa.

El nexo entre la satisfacción del cliente y los beneficios de las empresas se manifiesta en diferentes aspectos para (Denove y Power, 2006:2), que son:

- La fidelidad. La probabilidad de que unos consumidores complacidos repitan una compra es mucho mayor si un grado alto y reiterado de satisfacción ha conseguido crear en ellos un sentimiento de fidelidad. Esta se ve condicionada por factores como el número de competidores, la frecuencia de compra, la disponibilidad de información sobre las alternativas, el coste de las adquisiciones y la utilización de programas que fomenten la fidelidad del cliente.
- Recomendación verbal. La fuerza de una recomendación verbal es mayor que la de toda la publicidad de una empresa en su conjunto. A cada



industria le afecta de una manera diferente. No obstante, la importancia que una recomendación de este tipo cobra es decisiva para una industria si:

- a) La compra que realiza el cliente supone una inversión financiera sustancial
  - b) Los datos disponibles para el consumidor son suficientes como para permitirle tomar una decisión informada
  - c) La frecuencia de compra de cierto producto o servicio es alta.
- Precios extra. El cliente está dispuesto a pagar un precio extra si el producto destaca por su esmerada calidad y un servicio de atención excelente. Los consumidores de la mayoría de productos y servicios toman en consideración la reputación de estos cada vez que comparan unos con otros.

#### **2.2.2.5. ELEMENTOS QUE CONFORMAN LA SATISFACCION DEL CLIENTE**

La satisfacción del cliente está conformada por tres elementos. (Thompson, 2006: 2)

- 1. El Rendimiento Percibido:** Se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente

"percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió. El rendimiento percibido tiene las siguientes características:

- Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.
- Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
- Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.
- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
- Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos.

**2. Las Expectativas:** Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de éstas cuatro situaciones:

- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- Experiencias de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión (ejemp. artistas).
- Promesas que ofrecen los competidores.

Un detalle muy interesante sobre este punto es que la disminución en los índices de satisfacción del cliente no siempre significa una disminución en la calidad de los productos o servicios. En todo caso, es de vital importancia monitorear "regularmente" las "expectativas" de los clientes para determinar lo siguiente:

- Si están dentro de lo que la empresa puede proporcionarles.
- Si están a la par, por debajo o encima de las expectativas que genera la competencia.
- Si coinciden con lo que el cliente promedio espera, para animarse a comprar.

**3. Los Niveles de Satisfacción:** Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- **Insatisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.

- Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- Complacencia: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

En mi opinión dependiendo el nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: Un cliente insatisfecho cambiará de marca o proveedor. Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal, pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor.

Para asegurar la satisfacción óptima de sus clientes, los proveedores de servicios tienen que cumplir tres criterios muy distintos entre sí. (Denove y Power, 2006:4)

- La calidad objetiva del servicio prestado.
- La experiencia subjetiva que el cliente tiene de la prestación del servicio.
- El proceso de prestación del servicio.

### **2.2.2.6. ADMINISTRACION DEL VALOR PARA EL CLIENTE**

Los clientes eligen un producto con la finalidad de obtener más valor del que pueden esperar de otras alternativas y las organizaciones fijan sus objetivos en materia financiera y no en valor para el cliente.

*Los negocios aplican principios contables generalmente aceptados para la administración financiera. Por consiguiente, todo el mundo se pone de acuerdo en cuanto a las metas financieras, entiende como se medirá y trabajan juntos para alcanzarlas. Sin embargo, las compañías no han contado con los principios estratégicos generalmente aceptados para definir las medidas de valor para el cliente... (Bradley, 1996:25)*

El párrafo citado es una crítica a aquellas empresas orientadas a incrementar sus índices financieros y utilizan a la satisfacción de cliente como un medio, es decir; en sus objetivos estratégicos antepone el objetivo financiero y no la de generar valor para los clientes. Esto se ve reflejado en la realidad empresarial del Perú.

**a) Cuatro pasos para la administración del valor del cliente**

Según Bradley para lograr la administración de valor para el cliente se tiene que superar cuatro etapas que son:

1. Calidad según requerimiento
2. Satisfacción del cliente
3. calidad y valor percibido por el mercado
4. Administración del valor para el cliente

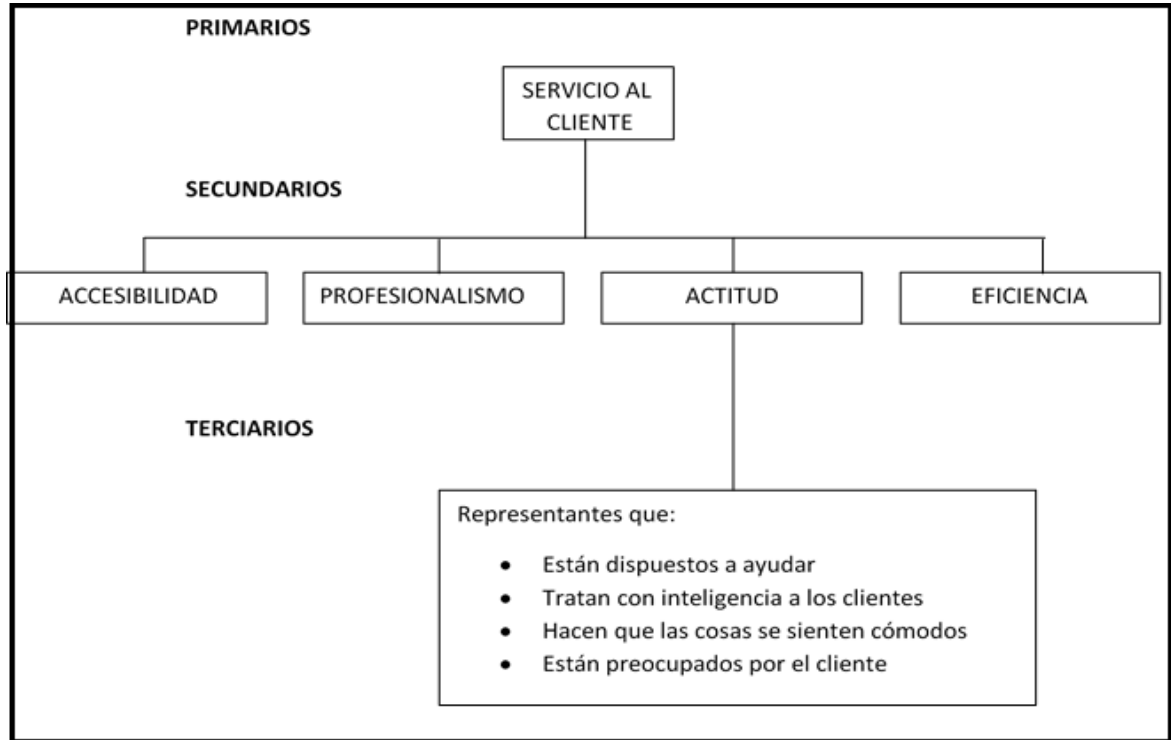
Según el planteamiento del autor nos indica que la satisfacción del cliente es una etapa de la administración del valor del cliente. Esto me lleva a entender, que por lo observado muchas empresas de esta región y del país, aun no superan esta etapa y por lo tanto no están orientado a la generación de valor para el cliente.

#### **b) Como lograr valor para el cliente**

La unidad de negocio Universal Card de AT&T en 1990 aplico el análisis del valor para el cliente e identifico “atributos de calidad” o “satisfactores de cliente”: (Bradley, 1996:123)

Universal Card de AT&T identifico satisfactores del cliente en tres niveles como se muestra en el gráfico:

**GRAFICO N°01  
SATISFACTORES DEL CLIENTE**



Fuente: BRADLEY, T. Gale (1996). Descubra el valor de su cliente.

La empresa Universal Card de AT&T logró estos resultados a través del focus group y de entrevistas con clientes, ponderando las calificaciones de los clientes.

Este es un caso exitoso de la administración de valor para el cliente, a través de este análisis podemos identificar la matriz FODA, identificar las ventajas competitivas de la empresa y por supuesto más que generar satisfacción es generar valor para el cliente.

### **2.2.2.7. DIMENSIONES PARA JUZGAR LA CALIDAD DEL SERVICIO**

La mayoría de autores indican cinco dimensiones para medir la calidad del servicio, mientras que otros consideran que las dimensiones dependen del giro del negocio de la empresa. Para esta investigación se utilizara solo las cinco dimensiones más conocidas, que son parte también del modelo SERVQUAL.

*“... SERVQUAL es una herramienta de diagnóstico que descubre las debilidades y fortalezas de la empresa en el área de la calidad de servicio...” (Hoffman y Bateson, 2012: 327)*

Las dimensiones para juzgar un servicio son:

#### **a) LA DIMENSIÓN DE TANGIBLES**

Esta dimensión compara las expectativas del consumidor con las percepciones del consumidor en cuanto a la capacidad de la empresa para manejar sus tangibles. Los tangibles de una empresa consisten en una amplia variedad de objetos, como arquitectura, diseño, distribución, escritorios, iluminación y la presentación del personal. (Hoffman y Bateson, 2012: 328)



Es decir el componente tangible es bidimensional: una dimensión se basa en equipos e instalaciones y la otra en el personal y los materiales de comunicación.

(Lescano, 2001: 61) hace referencia a tres criterios para tangibilizar el servicio:

- El primer criterio está referido a la coherencia y al orden que debe guardar el lugar con la apariencia y la prestación del local en general.
- En segundo criterio tendría que considerarse un criterio de comodidad y facilidad para el acceso, estancia y salida de los clientes.
- El último se refiere a la limpieza e higiene de todos los ambientes.

## **b) LA DIMENSIÓN DE CONFIABILIDAD**

Refleja la congruencia y confiabilidad del desempeño de una empresa. ¿La empresa proporciona el mismo nivel de servicio constantemente o la calidad varía drásticamente en cada encuentro de servicio? ¿La empresa cumple con sus promesas y suministra el servicio correctamente desde la primera vez? (Hoffman y Bateson, 2012:329)

**c) LA DIMENSIÓN DE CAPACIDAD DE RESPUESTA**

Es la voluntad y/o disposición de los empleados a proporcionar un servicio. Es decir considera aspectos como el tiempo en que se va realizar el servicio, rapidez del servicio, disposición de ayudar a los clientes y otros. (Hoffman y Bateson, 2012:330)

**d) LA DIMENSIÓN DE GARANTÍA**

Se refiere a la competencia de la empresa, amabilidad que ofrece a los clientes y seguridad de sus operaciones. (Hoffman y Bateson, 2012: 330)

La competencia se refleja en los conocimientos y habilidades de la empresa en el desempeño de sus servicios. La cortesía se refiere a como el personal de la empresa interactúa con el cliente; así la cortesía refleja gentileza, amabilidad y consideración al cliente.

La seguridad también es un componente importante, ya que refleja el sentimiento de un cliente de no estar en peligro.

**e) LA DIMENSIÓN DE EMPATÍA**

La empatía es la capacidad de experimentar los sentimientos de otro como propios. Considera aspectos como atención personalizada, conocimiento ante dudas del cliente, horarios que favorecen al cliente y actitud

cortes por parte del personal. (Hoffman y Bateson, 2012:331)

De estas cinco dimensiones del servicio, la confiabilidad, es el más importante. En todas las industrias de servicio estudiadas, sin importar su naturaleza, los clientes calificaron la confiabilidad como la más importante al juzgar la calidad del servicio. (Berry, 1995:93)

#### **2.2.2.8. LA ESTRATEGIA DE SERVICIO**

Toda empresa de servicio requiere de una estrategia de servicio que le sirve como guía y rumbo estratégico.

Una estrategia de servicio es una misión, no el planteamiento de una misión. Los planteamientos de misión suelen ser otra cosa que frases altisonantes en los documentos internos y públicos que no significan nada para el personal de la organización encargado de realizar el trabajo. Por su parte, la misión galvaniza; es una meta, una dirección, un llamamiento. (Berry, 1995:72)

##### **a) Principios de la estrategia de servicio**

El papel primordial de un servicio de buena calidad como parte de la estrategia implica

comprometerse con cuatro principios: confiabilidad, sorpresa recuperación y equidad. (Berry, 1995:73)

- Confiabilidad.- significa servicio exacto y seriedad; implica cumplir con lo prometido.
- Sorpresa.- significa encontrar la manera que el cliente diga: “¡magnifico! Esta gente sabe lo que hace” es algo que sucede cuando se da mas de lo que se espera.
- Recuperación.-implica ganarse nuevamente la confianza del cliente en caso de que el servicio haya sido deficiente; implica prestar apoyo al servicio.
- La equidad.- se traduce en reglas de juego entre el cliente y la compañía; los negocios se hacen en un contexto de ética.

En mi opinión dejaría de lado lo que es la recuperación e incluiría el principio de retroalimentación que abarcaría más aspectos y me permitiría actuar en el momento ante un deficiente servicio. Lo cual las probabilidades de retener el cliente serían mayores.

## **b) Como identificar una estrategia de servicio**

Para poder identificar la estrategia de servicio de una empresa, es preciso contestar tres preguntas fundamentales:

- ¿Cuáles atributos del servicio son y seguirán siendo las más importantes para nuestro mercado objetivo?
- ¿En cuales atributos importantes del servicio es más débil la competencia?
- ¿Cuáles son las capacidades actuales y potenciales de nuestra empresa en materia de servicio? (Berry, 1995:73)

Si analizamos las preguntas que plantea el autor, nos damos cuenta que son preguntas para identificar una ventaja competitiva; por lo tanto decimos que una empresa puede desarrollar una ventaja competitiva en materia de servicio.

#### **2.2.2.9. LA ADMINISTRACIÓN DE RELACIONES CON LOS CLIENTES (ARC)**

Es un proceso que maneja información detallada sobre clientes individuales así como sobre los “puntos culminantes” en su relación con la empresa con el fin de maximizar su fidelidad. Los puntos culminantes son todos aquellos momentos en los que los consumidores entran en contacto con una marca o un producto, e incluyen

experiencias reales hasta comunicación personal o masiva, así como la simple observación casual. (Kotler y Keller, 2006: 152)

Las fases de la administración de relaciones con los clientes son:

- Seleccione el público objetivo y los clientes potenciales
- Diferencie los consumidores según sus necesidades y valor para la empresa
- Interactúe con los clientes de manera personal para conocer sus necesidades y establecer relaciones estables
- Personalice productos, servicios y mensajes para cada cliente
- Reducir el índice de abandono de los clientes
- Incrementar la longevidad de la relación con los clientes
- Fomentar el potencial de crecimiento de cada cliente
- Convertir a los clientes menos rentables en clientes rentables o darles de baja
- Concentrar esfuerzos en clientes valiosos

#### **2.2.2.10. COMO MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

Las empresas hoy en día miden la satisfacción del cliente para realizar acciones correctivas y a la vez conocer que factores influyen en la satisfacción.

La medición de la satisfacción del cliente deriva directa e indirectamente. Las mediciones indirectas de la satisfacción del cliente incluyen el seguimiento y monitoreo de los registros de ventas, utilidades y quejas de los clientes. Mientras que las mediciones directas de la satisfacción se obtienen a través de encuestas. (Hoffman y Bateson, 2012:293)

Las empresas deben medir la satisfacción del cliente de forma regular, porque una de las claves para retenerlos es precisamente su satisfacción. Un cliente muy satisfecho permanece leal durante más tiempo, adquiere más productos nuevos de la empresa, presta menos atención a la competencia y ofrece ideas de productos o servicios a la empresa; además, para la empresa, resulta más barato atender a los clientes leales porque las transacciones se convierten en mera rutina. (Kotler y Keller, 2006:145)

Los métodos para medir la satisfacción del cliente son: las encuestas, cuestionarios on line, hacer seguimiento de índices, como índices de abandono de cliente, y por último contratar compradores fantasmas que se hagan pasar como clientes potenciales. (Kotler y Keller, 2006:146)

El proceso de medición se basa primero en determinar las necesidades del cliente o las dimensiones de

calidad, segundo en diseñar y evaluar el cuestionario y tercero usar el cuestionario. (Hayes, 1999:6)

#### **2.2.2.11. SITUACIONES QUE ORIGINAN INSATISFACCIÓN**

(Lescano, 2001:161) señala una serie de situaciones por las cuales el cliente queda insatisfecho, los cuales son:

- Tiempo excesivo de espera del cliente, originado por imprevistos.
- Mala coordinación entre personas o áreas de la organización, que da lugar a una atención indebida delo solicitado por el cliente.
- Actitud negativa de personal de primer contacto con el cliente, muchas veces poco preparado y poco motivado en la orientación al servicio.
- Promesas u ofrecimientos que no se cumplen estrictamente o información importante que no se explica con claridad y oportunamente.

#### **2.2.2.12. LA TECNOLOGÍA PARA MEJORAR EL SERVICIO**

La inversión en tecnología en el sector de servicios ha tenido gran auge en los últimos años, durante los cuales las empresas de servicio han estado tratando de reducir los



costos, aumentar la productividad y mejorar su servicio.  
(Berry, 1995:7172)

En esta investigación es importante hacer referencia la tecnología en el servicio, ya que las operaciones principales de la empresa Revisiones Técnicas Vehicular CP E.I.R.L. implican uso de equipos tecnológicos.

Al desarrollar una estrategia tecnológica esta respalda la estrategia de servicio. Para Berry los papeles importantes de la tecnología en la mejora de servicio son:

- Multiplicar los conocimientos
- Agilizar el servicio
- Personalizar el servicio y adaptarlo a las necesidades del cliente
- Aumentar la confiabilidad
- Facilitar las comunicaciones
- Aumentar el servicio

### 2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

Para el desarrollo de la investigación se utilizó los siguientes términos:

**Satisfacción del cliente.-** Correspondencia entre la experiencia que origina un producto corresponde a las expectativas o las supera. (<http://www.ipm.com.pe>)

**Capacidad de respuesta.-** la habilidad de tener una reacción favorable a una situación desfavorable en la que nos encontramos. (<http://blogawenmarketingyventas.blogspot.pe>)

**Empatía.-** Significa la disposición de la empresa para ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada. No es solamente ser cortés con el cliente, aunque la cortesía es parte importante de la empatía como también es parte de la seguridad. (<http://www.monografias.com>)

**Capacidad de Respuesta.-** Se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y suministrar un servicio rápido; también es considerado parte de este punto, el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como también lo accesible que pueda ser la organización para el cliente. (<http://www.monografias.com>)

**Fiabilidad.-** Es la capacidad que debe tener la empresa que presta el servicio para ofrecerlo de manera confiable, segura y cuidadosa. Dentro del concepto fiabilidad se encuentra incluida la puntualidad y todos los elementos que permitan al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de su empresa. (<http://www.monografias.com>)

**Seguridad.-** Es el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una organización y confía que serán resueltos de la mejor manera posible. (<http://www.monografias.com>)

**Salario.-** Es el conjunto de las diferentes remuneraciones que una persona obtiene como contraprestación de los trabajos realizados por cuenta ajena. (<http://humanandpartners.com>)

**Clima laboral.-** Estado de satisfacción profesional de los empleados, que obviamente depende de factores diversos: relaciones interpersonales, oportunidades de desarrollo, disposición de recursos, funcionamiento de la empresa. (<http://humanandpartners.com>)

**Liderazgo.-** Ejercicio de las cualidades de líder. Conlleva un comportamiento determinado para influir en el comportamiento de otras personas, o bien para cambiarlo para conseguir los objetivos de la organización. (<http://humanandpartners.com>)

**Seguridad laboral.-** Conjunto de medidas, técnicas y procedimientos adoptados por las empresas para garantizar la salud y la seguridad de los empleados en el desempeño del trabajo. (<http://humanandpartners.com>)

**Trabajo en equipo.-** es una de las condiciones de trabajo de tipo psicológico que más influye en los trabajadores de forma positiva porque permite que haya compañerismo. (<https://es.wikipedia.org>)

**Capacitar.-** preparar al personal para cierto tipo de comportamiento o conducta laboral, y brindar instrucción especializada y práctica sobre los diferentes procedimientos de trabajo. (<http://www.orh.ucr.ac.cr>)

### CAPITULO III

#### MARCO METODOLÓGICO

##### 3.1. NIVEL Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

**3.1.1. NIVEL.-** El nivel del presente trabajo de investigación fue **descriptivo/correlacional**, porque la investigación describió la relación que existe entre la satisfacción laboral y la satisfacción del cliente de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L.

**3.1.2. TIPO.-** Los tipos de investigación del presente trabajo se mencionan a continuación:

**3.1.2.1. POR SU ALCANCE.-** El presente trabajo fue de tipo seccional, porque la investigación se desarrolló en un periodo aproximado de cuatro meses.

**3.1.2.2. POR SU PROFUNDIDAD.-** Fue de tipo descriptivo, porque se describió la relación entre la satisfacción laboral y la satisfacción del cliente de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L.

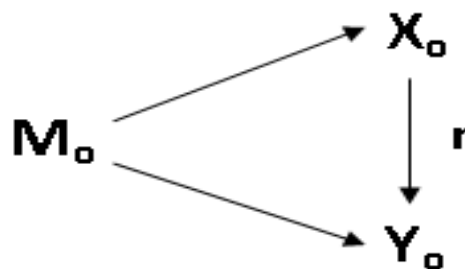
- 3.1.2.3. POR SU AMPLITUD.-** El ámbito de estudio de la presente investigación fue delimitado por el número del personal y de clientes de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L, por lo tanto la investigación es de tipo micro-administrativo.
- 3.1.2.4. POR SU FUENTE.-** El presente trabajo fue de tipo mixto, porque se utilizó datos primarios es decir, la investigadora recogió datos de la materia en estudio y secundarios, porque se recurrió a trabajos de investigación ya realizados.
- 3.1.2.5. POR SU CARÁCTER.-** Fue de tipo cuantitativo, porque se utilizó métodos estadísticos para el recojo, proceso e interpretación de datos.
- 3.1.2.6. POR SU MARCO.-** El presente trabajo de investigación fue de campo, porque la investigadora se acercó a la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L para recoger datos de los empleados y clientes.
- 3.1.2.7. POR LOS ESTUDIOS A LOS QUE DAN LUGAR.-** El trabajo de investigación fue evaluativa, porque se evaluó la relación entre la satisfacción laboral y la satisfacción del cliente de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L. Así mismo, se utilizó la técnica de la encuesta y la observación aplicándose los instrumento del cuestionario y guía de observación para el recojo de datos.

**3.1.2.8. POR SU OBJETO SOBRE.-** Fue de tipo disciplinar, porque se determinó la relación entre la satisfacción laboral y la satisfacción del cliente de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L. Así mismo, fue de tipo institucional, porque la investigación se desarrolló en la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L.

## 3.2. DISEÑO Y ESQUEMA

**3.2.1. DISEÑO.-** Para el presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental con su variante seccional descriptivo esto según Sierra Bravo (1986:334) que manifiesta: “el diseño seccional descriptivo tiene lugar cuando se estudia descriptivamente un grupo social en un momento dado...”, es decir el estudio de un grupo en un periodo corto.

**3.2.2. ESQUEMA.-** La presente investigación tiene el siguiente esquema:



**Dónde:**

**Mo** = Muestra

**Xo** = Variable independiente (la satisfacción laboral)

**Yo** = Variable dependiente (la satisfacción del cliente)

**r** = Relación

### 3.3. MÉTODOS

El método que se aplicó en el presente Proyecto de Investigación fue **Deductivo**, ya que se partió de lo General que vendrían a ser los antecedentes a nivel internacional y regional que describen la relación que existe entre la Satisfacción laboral (variable independiente) y la satisfacción del cliente (variable dependiente), para luego conocer de forma Particular la empresa en estudio (Revisiones Técnicas Vehiculares CP EIRL)

### 3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

**3.4.1. POBLACIÓN.-** La población del presente trabajo de investigación fue un total de 92 personas de los cuales; 80 clientes y 12 empleados de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L., que se detallan en los siguientes cuadros:

**CUADRO Nº 01:  
CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULARES CP E.I.R.L., SEGÚN PROMEDIO POR DIA - 2016**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD PROMEDIO POR DIA
Clientes	80

Fuente: Investigación Propia  
Elaboración: Tesista

**CUADRO N° 02:  
TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULARES CP E.I.R.L., CLASIFICADOS POR CARGO – 2016**

<b>TRABAJADORES</b>	<b>CANTIDAD</b>
Mecánicos	3
Administradora encargada	1
Ingeniero encargado	1
Mecánico inspector	1
Cajera	1
Atención al cliente	1
Anfitriona	1
Vigilante	1
Limpieza	1
Vigilante externo	1
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaboración: Tesista

**3.4.2. MUESTRA.-** La muestra del presente trabajo de investigación fue una muestra NO PROBABILISTICA tanto en caso de los trabajadores y de los clientes. Siendo un total de 92 personas.

**CUADRO N° 03:  
CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULARES CP E.I.R.L., SEGÚN PROMEDIO POR DIA - 2016**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD PROMEDIO POR DIA</b>
Clientes	80

Fuente: Cuadro N°1  
Elaboración: Tesista



**CUADRO N° 04:  
TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULAR CP E.I.R.L., CLASIFICADOS POR CARGO - 2016**

<b>TRABAJADORES</b>	<b>CANTIDAD</b>
Mecánicos	3
Administradora encargada	1
Ingeniero encargado	1
Mecánico inspector	1
Cajera	1
Atención al cliente	1
Anfitriona	1
Vigilante	1
Limpieza	1
Vigilante externo	1
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>

Fuente: Cuadro N°2  
Elaboración: Tesista

### 3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las técnicas e instrumentos que se utilizaron para el recojo de datos se mencionan en el siguiente cuadro:

<b>TÉCNICA</b>	<b>INSTRUMENTO</b>	<b>APLICACIÓN **/USO *</b>
<b>Observación</b>	Guía de observación	Investigador*
<b>Encuesta</b>	Cuestionario	80 Clientes**
	Cuestionario	12 Trabajadores**

### **3.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE DATOS**

**3.6.1. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS.-** Los datos recogidos durante el trabajo de campo fueron procesados utilizando métodos y técnicas de la Estadística Descriptiva, como los cuadros estadísticos, frecuencia simple y gráficos estadísticos.

**3.6.2. PRESENTACIÓN DE DATOS.-** Los datos recogidos y procesados fueron presentados a través de gráficos de barras mixtas, el cual facilitó la interpretación de datos.

## **CAPITULO IV**

### **RESULTADOS**

Luego de haber concluido con la etapa de recolección de datos materializado y estructurado el trabajo de campo, se obtuvo un conjunto de datos, los mismos que fueron procesados en forma adecuada. A continuación se presenta una breve reseña histórica de la empresa, los cuadros estadísticos, gráficos y sus respectivos análisis e interpretación correspondiente.

#### **4.1. BREVE RESEÑA HISTORICA DE LA EMPRESA REVISIONES TECNICAS VEHICULARES CP EIRL**

La empresa REVISIONES TECNICAS VEHICULARES CP EIRL fue constituida el 21 de Febrero del 2008, ubicado en Parcela 12, Predio San Andrés, Km 8.9, La Esperanza, Distrito de Amarilis, Provincia y Departamento de Huánuco. Cuenta con el permiso autorizado por las autoridades pertinentes, en conformidad con los requisitos exigidos por el MTC y su entidad fiscalizadora que es SUTRAN. Los servicios que brinda son la

certificación de Inspección Técnica Vehicular y la certificación a GLP.

#### 4.2. TRABAJO DE CAMPO:

**4.2.1. ENCUESTA A LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA DE REVISIONES TECNICAS VEHICULARES CP EIRL-2016.-** El proceso de recolección de datos se realizó en la planta de Revisiones Técnicas Vehiculares obteniendo los resultados que se presentan a continuación:

**CUADRO Nº 05**  
**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA PRIMERA PREGUNTA,**  
**DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS**  
**VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**

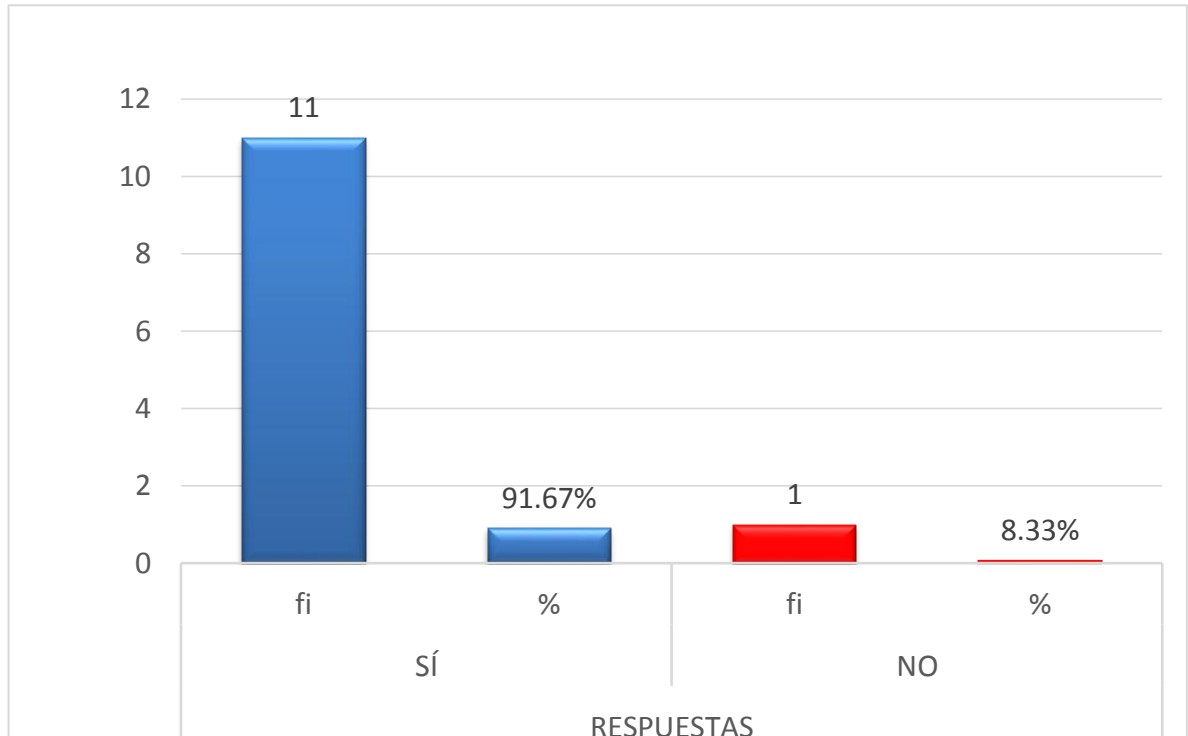
PREGUNTA Nº 01	RESPUESTAS			
	Sí		No	
	fi	%	fi	%
¿Cree Ud. Que existe una buena comunicación en la empresa que labora?	11	91.67	1	8.33

Fuente : Cuestionario

Elaboración: Tesista

## GRÁFICO N° 01

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA PRIMERA PREGUNTA,  
DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**



Fuente : Cuadro N° 05

Elaboración: Tesista

**ANÁLISIS E INTERPRETACION:**

De un total de 12 trabajadores, el 91.67% que representa a 11 trabajadores manifiesta que si existe una buena comunicación dentro de la empresa que labora, mientras que el 8.33% opina lo contrario.

Si bien es cierto la comunicación es dar a conocer las ideas, hechos, pensamientos, sentimientos y valores de los demás; basándonos en este concepto y en los resultados podemos decir que hay una buena práctica de comunicación en la empresa.

## CUADRO N° 06

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA SEGUNDA PREGUNTA,  
DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**

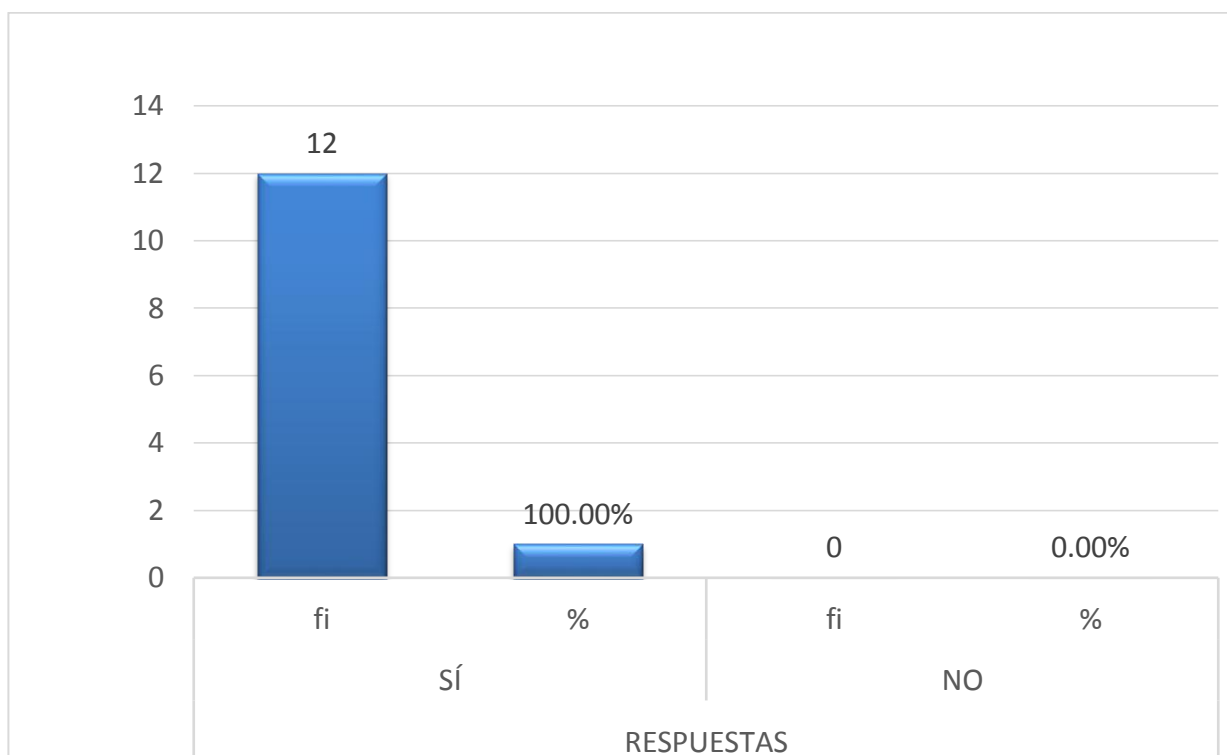
PREGUNTA N° 02	RESPUESTAS			
	Sí		No	
	fi	%	fi	%
La relación con sus compañeros es la adecuada	12	100.00	0	0.00

Fuente : Cuestionario

Elaboración: Tesista

## GRÁFICO N° 02

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA SEGUNDA PREGUNTA,  
DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**



Fuente : Cuadro N° 06

Elaboración: Tesista

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

Los 12 trabajadores que representan el 100% señalan que existe una adecuada relación entre compañeros, mientras que ningún trabajador señaló todo lo contrario.

Estos datos nos indican que en la empresa se respetan opiniones, pensamientos y valores entre compañeros, dando entender que existe un buen clima laboral desde un punto de vista de la relación laboral. Tomando en cuenta a Maslow los empleados satisfacen sus necesidades sociales, es decir la necesidad de agruparse y relacionarse.

## CUADRO N° 07

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA TERCERA PREGUNTA,  
DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**

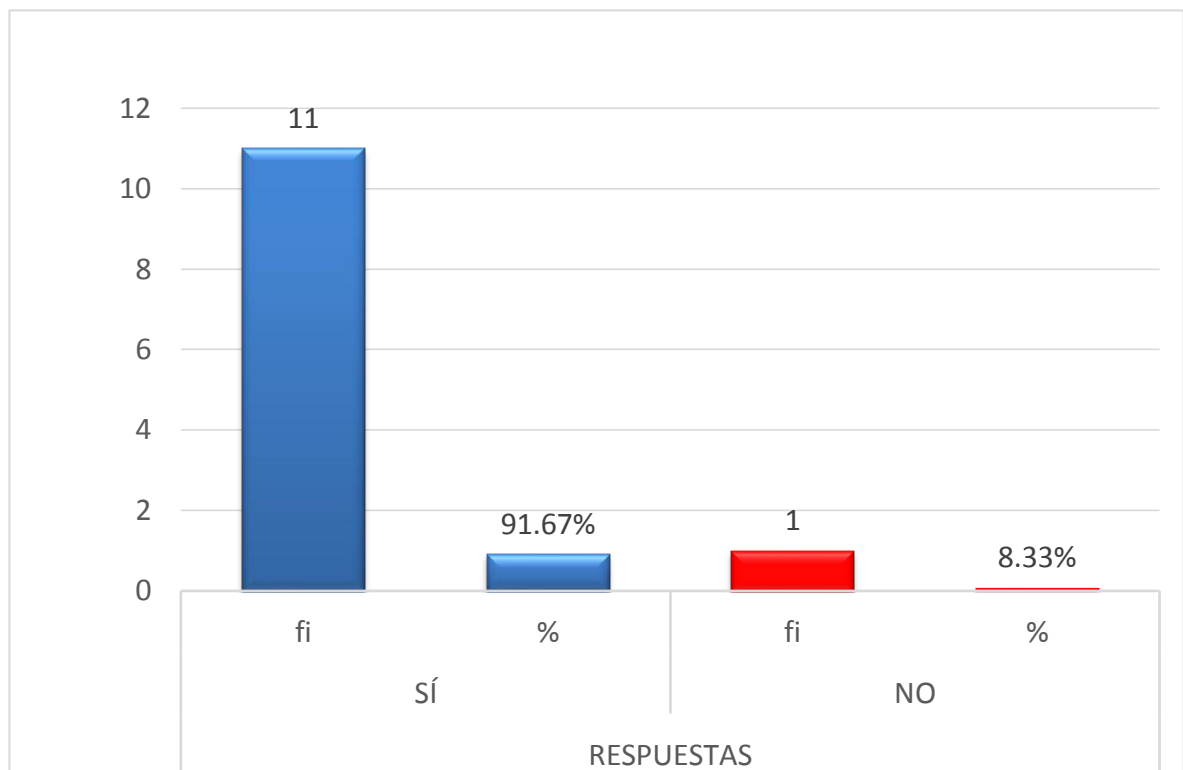
PREGUNTA N° 03	RESPUESTAS			
	Sí		No	
	fi	%	fi	%
La relación con sus superiores es la adecuada	11	91.67	1	8.33

Fuente : Cuestionario

Elaboración: Tesista

## GRÁFICO N° 03

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA TERCERA PREGUNTA,  
DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**



Fuente : Cuadro N° 07

Elaboración: Tesista



**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De una muestra población de 12 trabajadores, 11 que representan el 91.67% indicaron que si tienen una buena relación con sus superiores, por otro lado un trabajador que constituye el 8.33% señalo lo opuesto.

Los resultados señala que los trabajadores la empresa revisiones técnica vehiculares CP E.I.R.L. practican los principios de la administración de Fayol específicamente los principios de unidad de mando y dirección. Ya que existe un respeto por la jerarquía de los cargos.

## CUADRO N° 08

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA CUARTA PREGUNTA,  
DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**

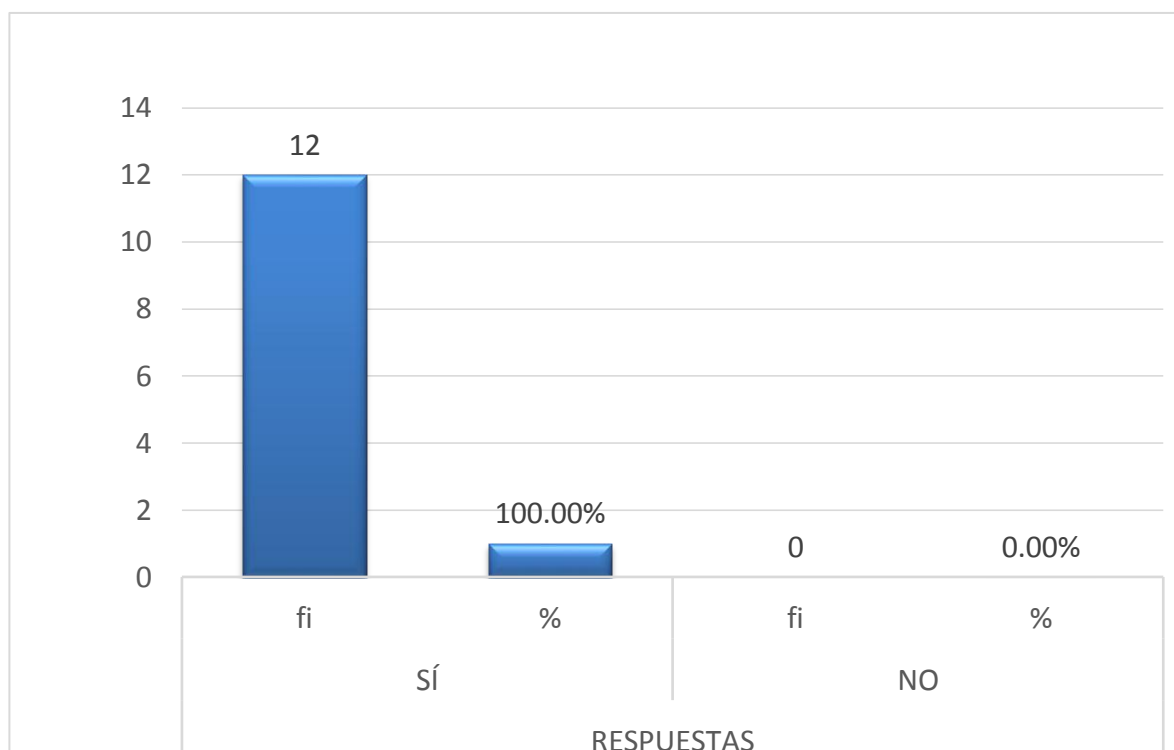
PREGUNTA N°04	RESPUESTAS			
	Sí		No	
	fi	%	fi	%
Dentro de la empresa se desarrolla el valor del respeto	12	100.00	0	0.00

Fuente : Cuestionario

Elaboración: Tesista

## GRÁFICO N° 04

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA CUARTA PREGUNTA,  
DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**



Fuente : Cuadro N° 08

Elaboración: Tesista

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

El 100% de los trabajadores que representa al total de trabajadores manifestaron que dentro de la empresa si se práctica el valor del respeto, mientras que ningún trabajador señalo lo contrario.

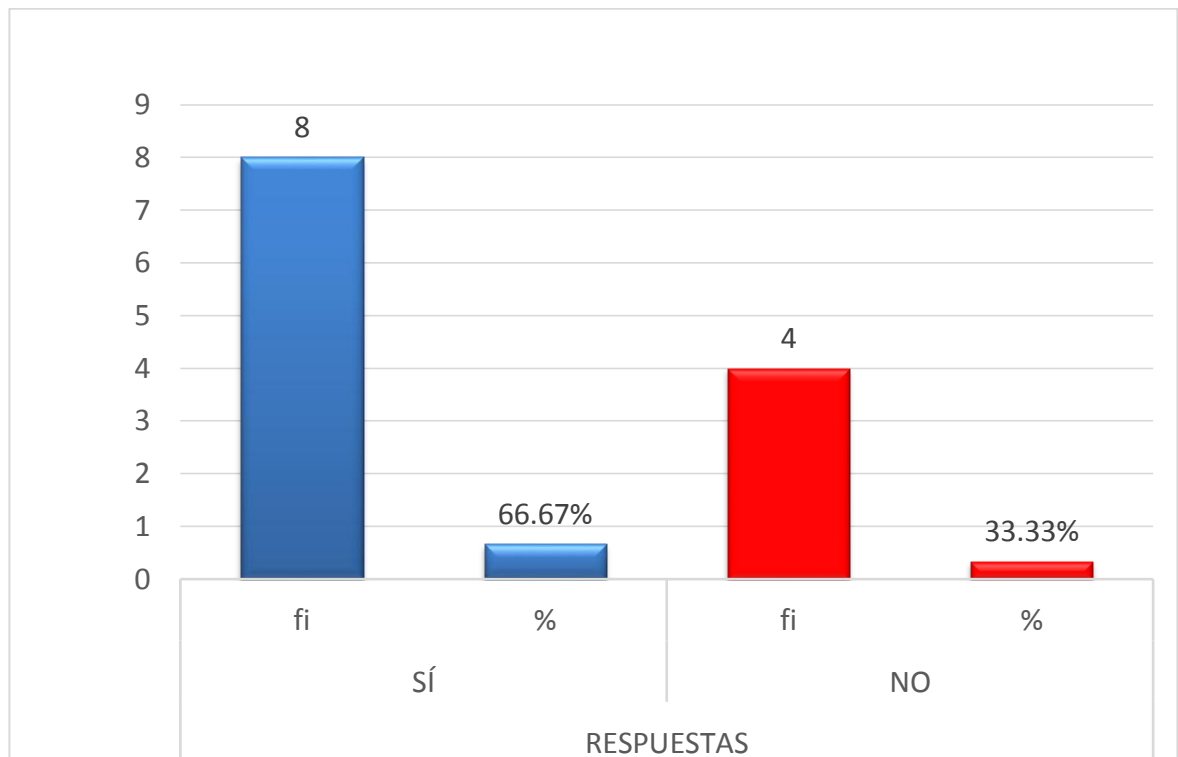
Estos resultados indican que dentro de la empresa si se practica el valor del respeto, respeto a las opiniones, creencias y también a los cargos, es decir respeto mutuo entre jefe y subordinado.

**CUADRO N° 09****RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA QUINTA PREGUNTA, DE  
LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES****CP E.I.R.L – 2016**

<b>PREGUNTA N° 05</b>	<b>RESPUESTAS</b>			
	<b>Sí</b>		<b>No</b>	
	<b>fi</b>	<b>%</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
¿Existe un líder en la empresa?	8	66.67	4	33.33

Fuente : Cuestionario

Elaboración: Tesista

**GRÁFICO N° 05****RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA QUINTA PREGUNTA, DE  
LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES****CP E.I.R.L – 2016**

Fuente : Cuadro N° 09

Elaboración: Tesista

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De un total de 12 trabajadores, 4 que representan el 33.33% respondieron que dentro la empresa no existe un líder, mientras que 8 trabajadores que constituye el 66,67% afirmaron que si existe un líder.

Los resultados señalan que la mayoría de los trabajadores si perciben a un líder dentro de la empresa, esto se contradice con la guía de observación donde se manifiesta que existe una división de liderazgo entre la parte administrativa y operativa, por lo tanto no coincide con la teoría de liderazgo el cual señala que es aquella persona que desarrolla habilidades para guiar a un grupo en busca de resultados óptimos.

**CUADRO N° 10**

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA SEXTA PREGUNTA, DE  
LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES  
CP E.I.R.L – 2016**

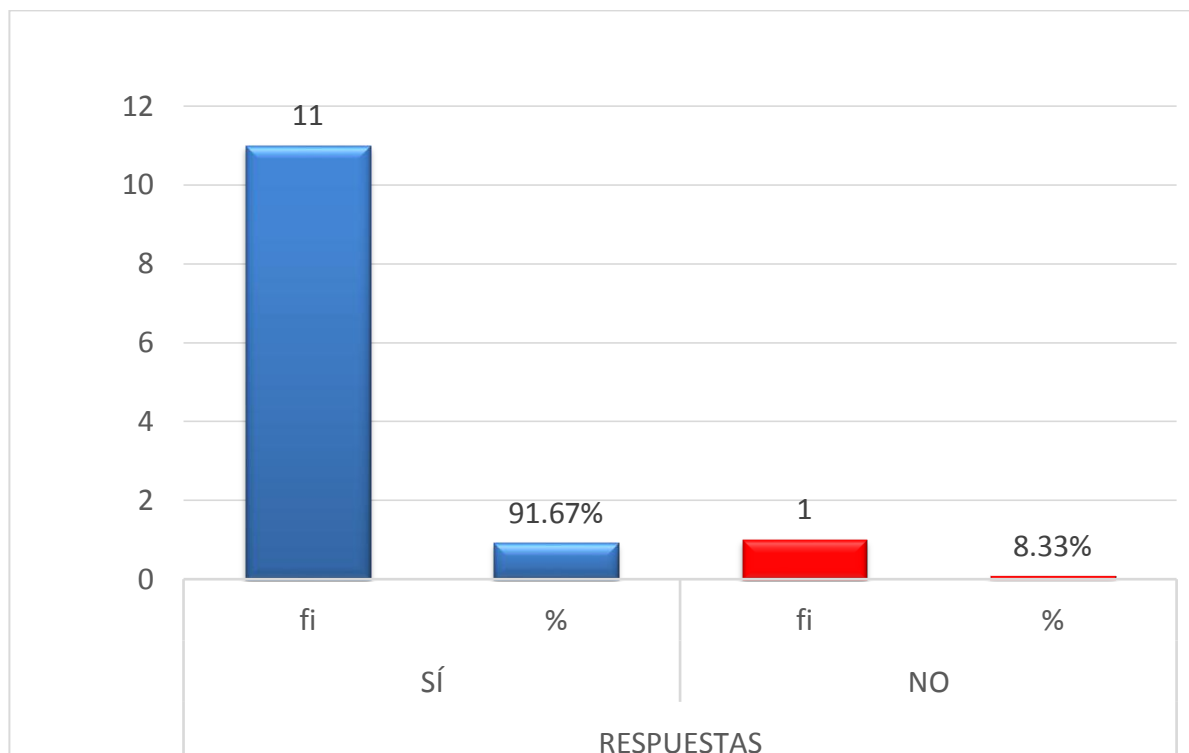
<b>PREGUNTA N° 06</b>	<b>RESPUESTAS</b>			
	<b>Sí</b>		<b>No</b>	
	<b>fi</b>	<b>%</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Dentro de la empresa ¿se desarrolla el trabajo en equipo?	11	91.67	1	8.33

Fuente : Cuestionario

Elaboración: Tesista

**GRÁFICO N° 06**

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA SEXTA PREGUNTA, DE  
LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES  
CP E.I.R.L – 2016**



Fuente : Cuadro N° 10

Elaboración: Tesista

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

El 91.67% que representa a 11 trabajadores de un total de 12, señalaron que si trabajan en equipo, mientras que un solo trabajador señaló lo contrario.

Estos resultados refuerza la teoría de trabajo en equipo que manifiesta que un excelente servicio es fruto del trabajo coordinado de un grupo de personas, es decir que los trabajadores de la empresa se caracterizan por tener una actitud de ayuda, confianza mutua y responsabilidad compartida.

## CUADRO N° 11

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA SEPTIMA PREGUNTA,  
DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**

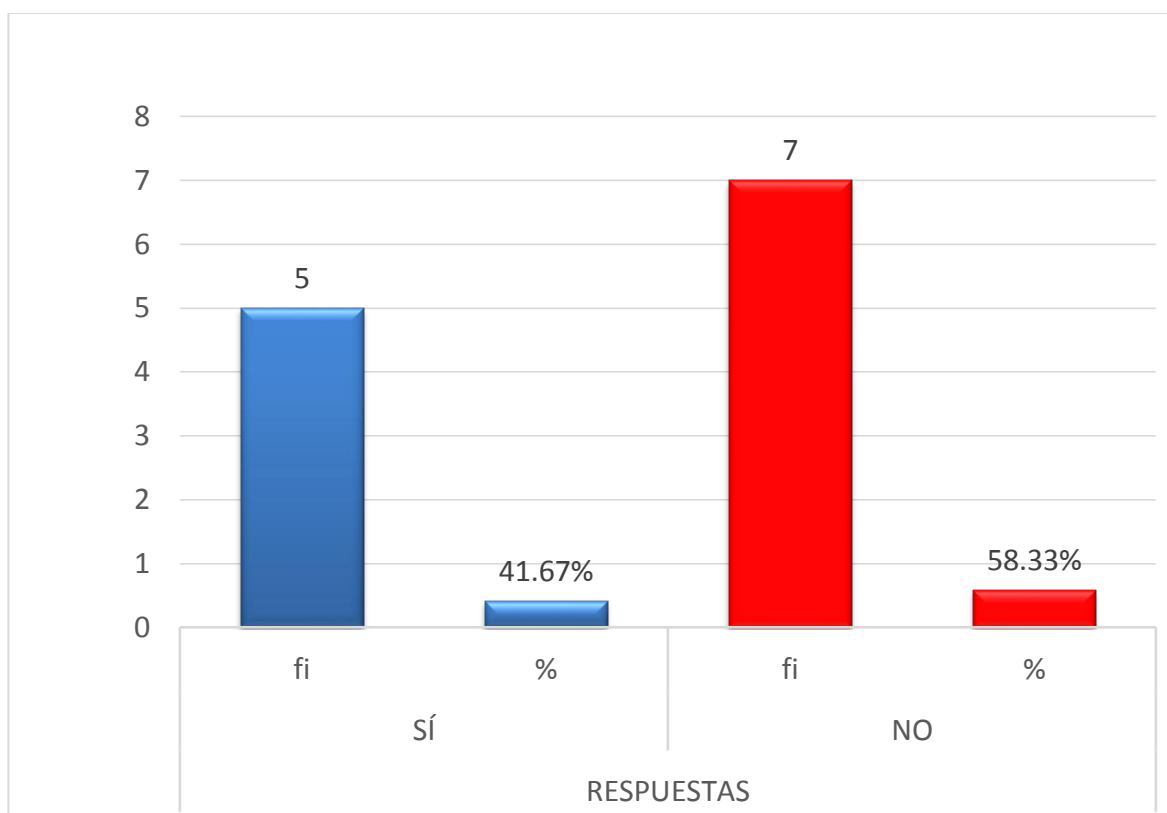
PREGUNTA N° 07	RESPUESTAS			
	Sí		No	
	fi	%	fi	%
¿Ud. Alguna vez ha recibido una recompensa monetaria por su labor en la empresa?	5	41.67	7	58.33

Fuente : Cuestionario

Elaboración: Tesista

## GRÁFICO N° 7

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA SÉPTIMA PREGUNTA,  
DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**



Fuente : Cuadro N° 11

Elaboración: Tesista



**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De una muestra población de 12 trabajadores, 7 trabajadores que constituye 58.33% señalaron que nunca recibieron una recompensa monetaria, mientras que 5 trabajadores que es el 41.67% indicaron lo contrario.

Los resultados no coinciden con el marco teórica relacionada a la recompensa monetaria, ya que la empresa no ha desarrollado un sistema de incentivos y recompensas monetarias, los cuales incluyen bonos, premios y otros. Esto genera la fuga de talentos de la empresa por no existir una motivación monetaria.

## CUADRO N° 12

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA OCTAVA PREGUNTA,  
DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**

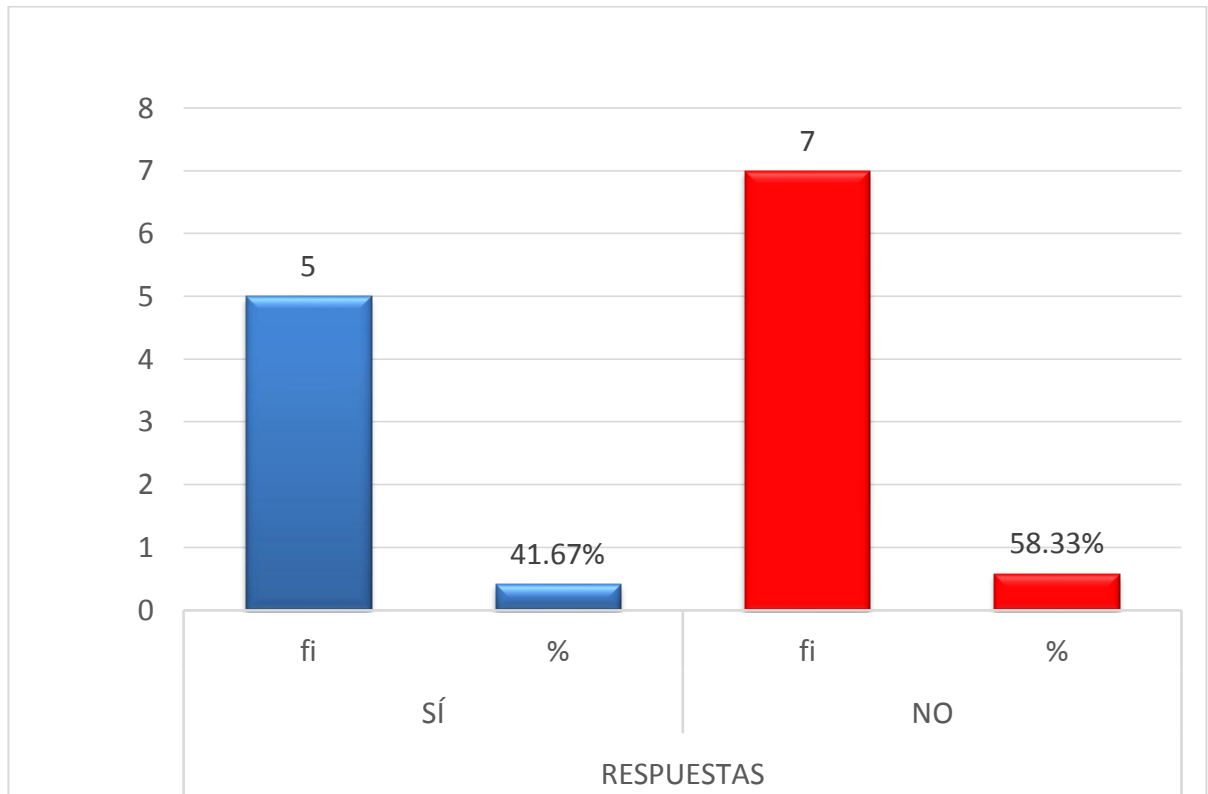
PREGUNTA N°08	RESPUESTAS			
	Sí		No	
	fi	%	fi	%
Ha recibido reconocimiento personal por parte de sus superiores	5	41.67	7	58.33

Fuente : Cuestionario

Elaboración: Tesista

## GRÁFICO N° 8

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA OCTAVA PREGUNTA,  
DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**



Fuente : Cuadro N° 12

Elaboración: Tesista

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De un total de 12 trabajadores, 7 trabajadores que representan el 58.33% respondieron que nunca recibieron un reconocimiento personal por haber desarrollado bien sus funciones, por otro lado un 41.67% que representa a 5 trabajadores señalaron todo lo contrario.

Estos resultados nos permite indicar que no coincide con la teoría de las recompensas no financiera, en donde está incluido el reconocimiento personal, también nos da a entender que en la empresa no aprecian la labor de los trabajadores.

**CUADRO N° 13**

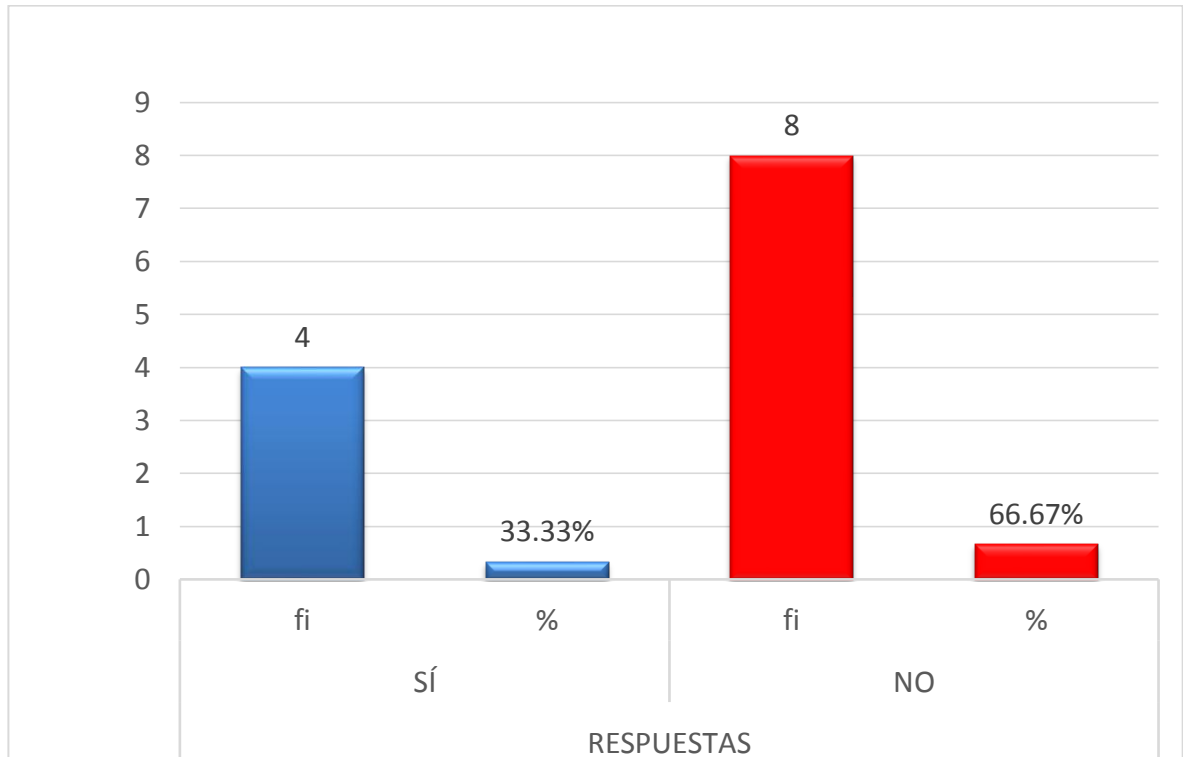
**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA NOVENA PREGUNTA,  
DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**

PREGUNTA N° 09	RESPUESTAS			
	Sí		No	
	fi	%	fi	%
Dentro de esta empresa se desarrolla una política de ascensos	4	33.33	8	66.67

Fuente : Cuestionario  
Elaboración: Tesista

**GRÁFICO N° 9**

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA NOVENA PREGUNTA,  
DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**



Fuente : Cuadro N° 13  
Elaboración: Tesista

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

El 66.67% que representa a 8 trabajadores señalaron que en la empresa que labor no existe una política de ascensos, mientras que 4 trabajadores que constituye el 33.33% indicaron que si existe una política de ascenso.

Teniendo en cuenta a la teoría de Maslow, los resultados no coinciden con esta teoría porque los trabajadores no pueden satisfacer sus necesidades de auto superación, es decir el deseo de progresar, hacer línea de carrera, desarrollar su potencial y talento se limitan.

## CUADRO N° 14

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA DÉCIMA PREGUNTA, DE  
LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES  
CP E.I.R.L – 2016**

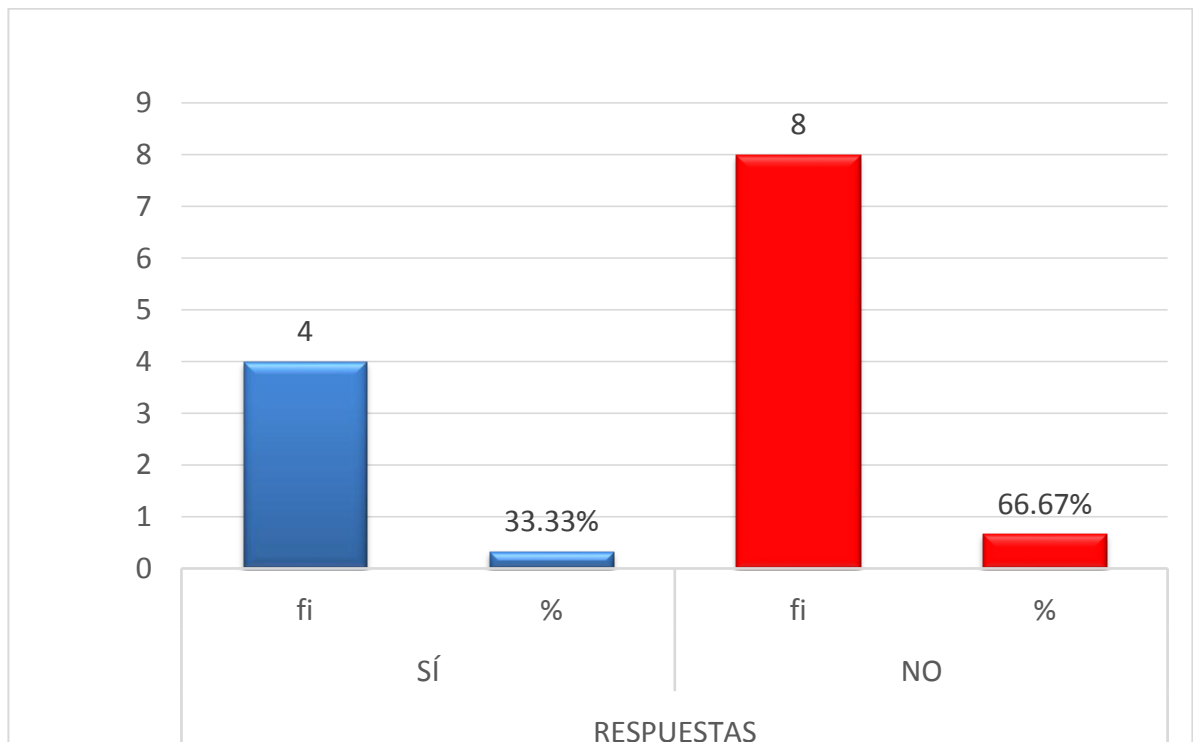
PREGUNTA N° 10	RESPUESTAS			
	Sí		No	
	fi	%	fi	%
¿Ud. Recibe capacitaciones por parte de la empresa?	4	33.33	8	66.67

Fuente : Cuestionario

Elaboración: Tesista

## GRÁFICO N° 10

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA DÉCIMA PREGUNTA, DE  
LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES  
CP E.I.R.L – 2016**



Fuente : Cuadro N° 14

Elaboración: Tesista

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

De un total de 12 trabajadores, 8 trabajadores que constituye el 66.67% respondieron que no reciben capacitaciones por parte de la empresa, por otro lado el 33.33% que representa a 4 trabajadores indicaron lo contrario.

Estos resultados no concuerdan con la teoría que señala que la capacitación es un proceso educativo a corto plazo. La capacitación es indispensable al momento de brindar un servicio y el trabajador a base de habilidades y conocimientos que aprende debe lograr un desempeño óptimo disminuyendo los márgenes de error.

**CUADRO N° 15**

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA DÉCIMA PRIMERA PREGUNTA, DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**

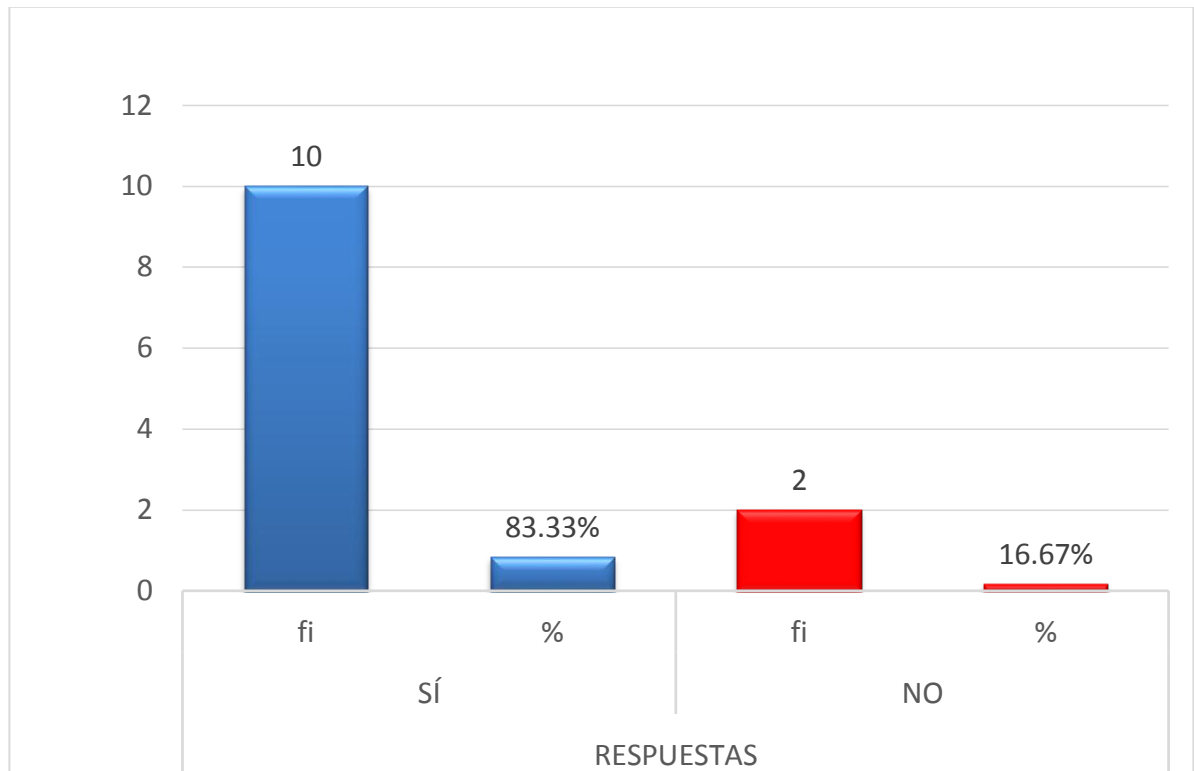
PREGUNTA N° 11	RESPUESTAS			
	Sí		No	
	fi	%	fi	%
¿Cree Ud. Que las instalaciones de la empresa son las adecuadas para desarrollar sus labores?	10	83.33	2	16.67

Fuente : Cuestionario

Elaboración: Tesista

**GRÁFICO N° 11**

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA DÉCIMA PRIMERA PREGUNTA, DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**



Fuente : Cuadro N° 15

Elaboración: Tesista



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

10 empleados que representa el 83.33% señalan que las instalaciones si son las adecuadas para desempeñar sus labores, mientras que el 16.67% que representan a 2 trabajadores señalaron que no son las adecuadas.

En la teoría las instalaciones son consideradas como una condición física para que un trabajador pueda desempeñar sus funciones, esto abarca con la ubicación, distribución de las oficinas, accesos, iluminación y otros. Por lo que estos resultados si coinciden con la teoría.

**CUADRO N° 16**

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA DÉCIMA SEGUNDA  
PREGUNTA, DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**

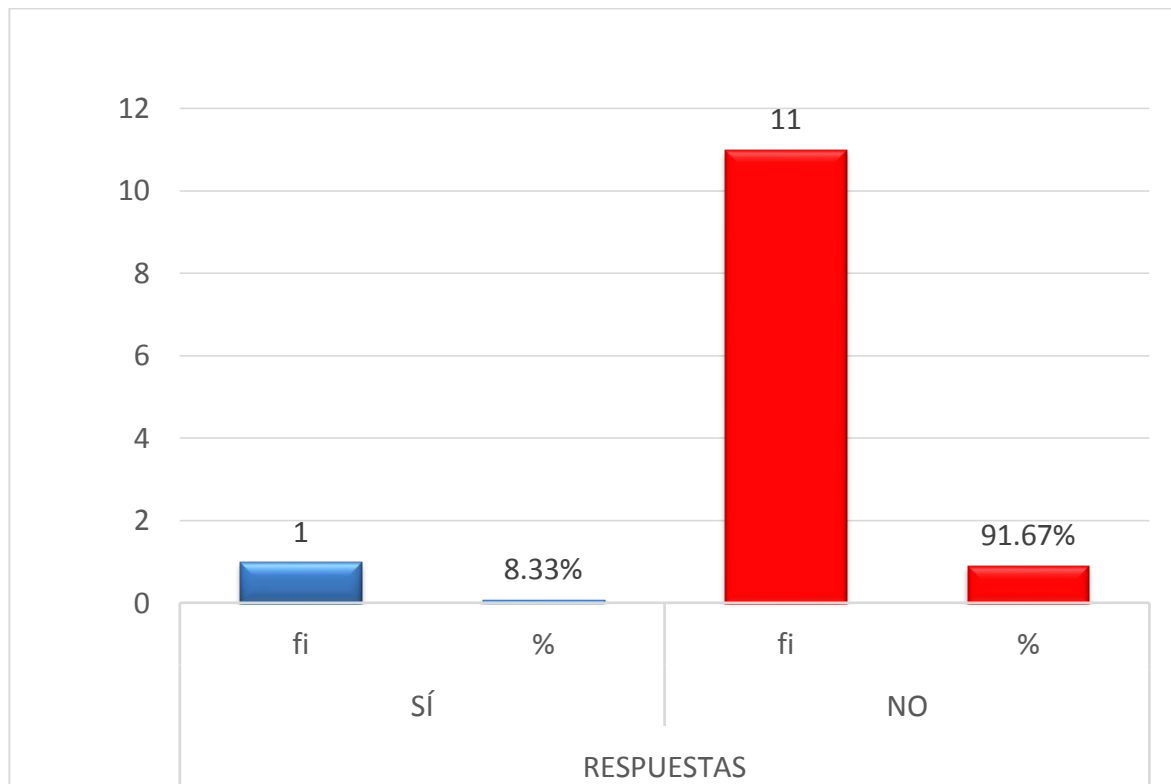
PREGUNTA N° 12	RESPUESTAS			
	Sí		No	
	fi	%	fi	%
¿Su jornada laboral es de 8 horas?	1	8.33	11	91.67

Fuente : Cuestionario

Elaboración: Tesista

**GRÁFICO N° 12**

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA DÉCIMA SEGUNDA  
PREGUNTA, DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**



Fuente : Cuadro N° 16

Elaboración: Tesista

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

De un total de 12 trabajadores, 11 trabajadores que constituye el 91.67% señalaron que su jornada laboral no es de 8 horas, mientras que un trabajador que representa 8.33% señaló que su jornada si es de 8 horas.

Estos resultados no coinciden con el marco teórico en donde indica que las horas laborales son condiciones temporales, a esto se suma que esta empresa no cumple con las leyes del régimen laboral y la OIT que señala que las jornada laboral es de 8 horas.

**CUADRO N° 17**

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA DÉCIMA TERCERA  
PREGUNTA, DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**

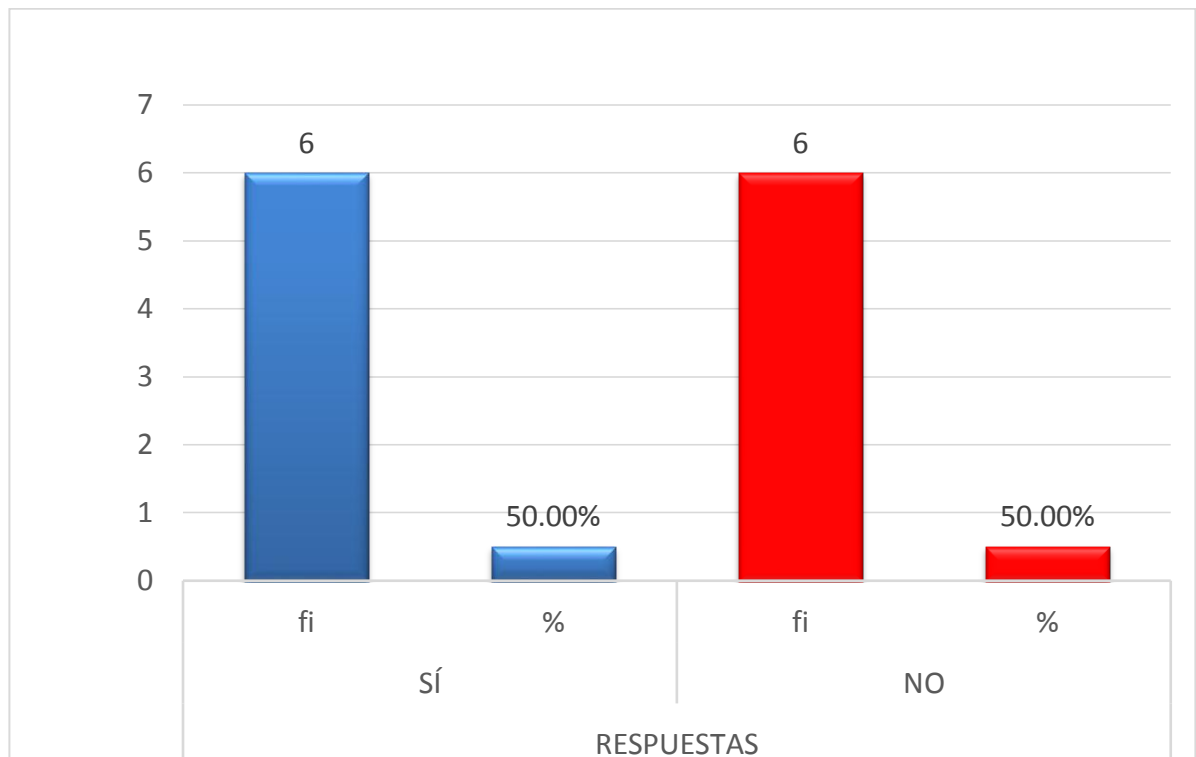
<b>PREGUNTA N° 13</b>	<b>RESPUESTAS</b>			
	<b>Sí</b>		<b>No</b>	
	<b>fi</b>	<b>%</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
La empresa le brinda seguridad laboral	6	50.00	6	50.00

Fuente : Cuestionario

Elaboración: Tesista

**GRÁFICO N° 13**

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA DÉCIMA TERCERA  
PREGUNTA, DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS  
VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**



Fuente : Cuadro N° 17

Elaboración: Tesista

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

De un total de 12 trabajadores, el 50% que representa a 6 trabajadores señalaron que no a empresa no les brinda seguridad laboral, el otro 50% señalaron todo lo contrario.

En este ítem notamos una igualdad en los resultados es porque algunos trabajadores al hablar de seguridad laboral lo relacionan con el seguro de salud, pero según el marco teórico la seguridad laboral abarca aspectos como seguro de vida en el trabajo, implementos de seguridad, políticas y protocolos de seguridad.

## CUADRO N° 18

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA DÉCIMA CUARTA PREGUNTA, DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**

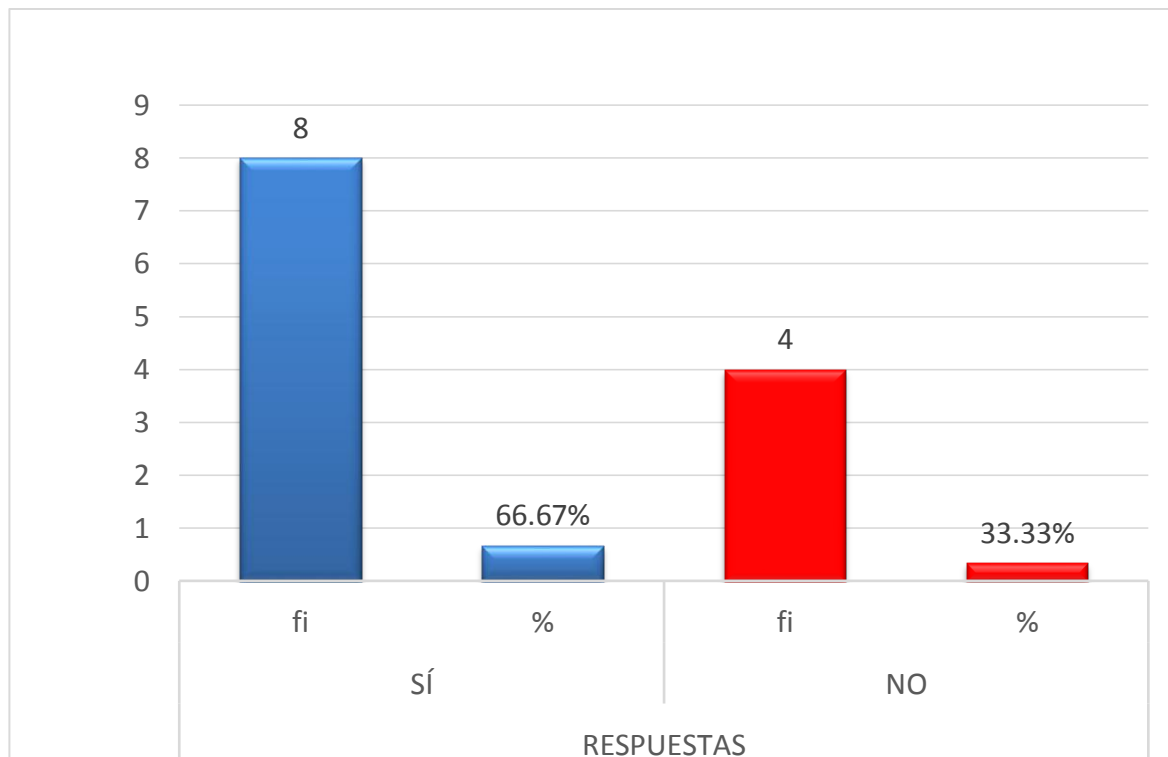
PREGUNTA N° 14	RESPUESTAS			
	Sí		No	
	fi	%	fi	%
¿El salario que percibe es la adecuada para las labores que realiza?	8	66.67	4	33.33

Fuente : Cuestionario

Elaboración: Tesista

## GRÁFICO N° 14

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA DÉCIMA CUARTA PREGUNTA, DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP E.I.R.L – 2016**



Fuente : Cuadro N° 18

Elaboración: Tesista

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

El 66.67% que representa a 8 trabajadores respondieron que sus salarios si son los adecuados para las labores que realizan, por otro lado 4 trabajadores que representa el 33.33% indicaron todo lo contrario.

Estos resultados se contradicen con la guía de observación ya que los trabajadores si perciben un salario directo (sueldo mensual) pero no perciben el salario indirecto (gratificaciones, horas extras, utilidades y otros) que por ley también les corresponde, en este aspecto existe un incumpliendo de la ley laboral por parte de la empresa.

#### **4.2.2. ENCUESTA A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA DE REVISIONES**

**TECNICAS VEHICULARES CP EIRL-2016.-** El proceso de recolección de datos se realizó en la planta de Revisiones Técnicas Vehiculares obteniendo los resultados que se presentan a continuación:



**CUADRO N° 19**

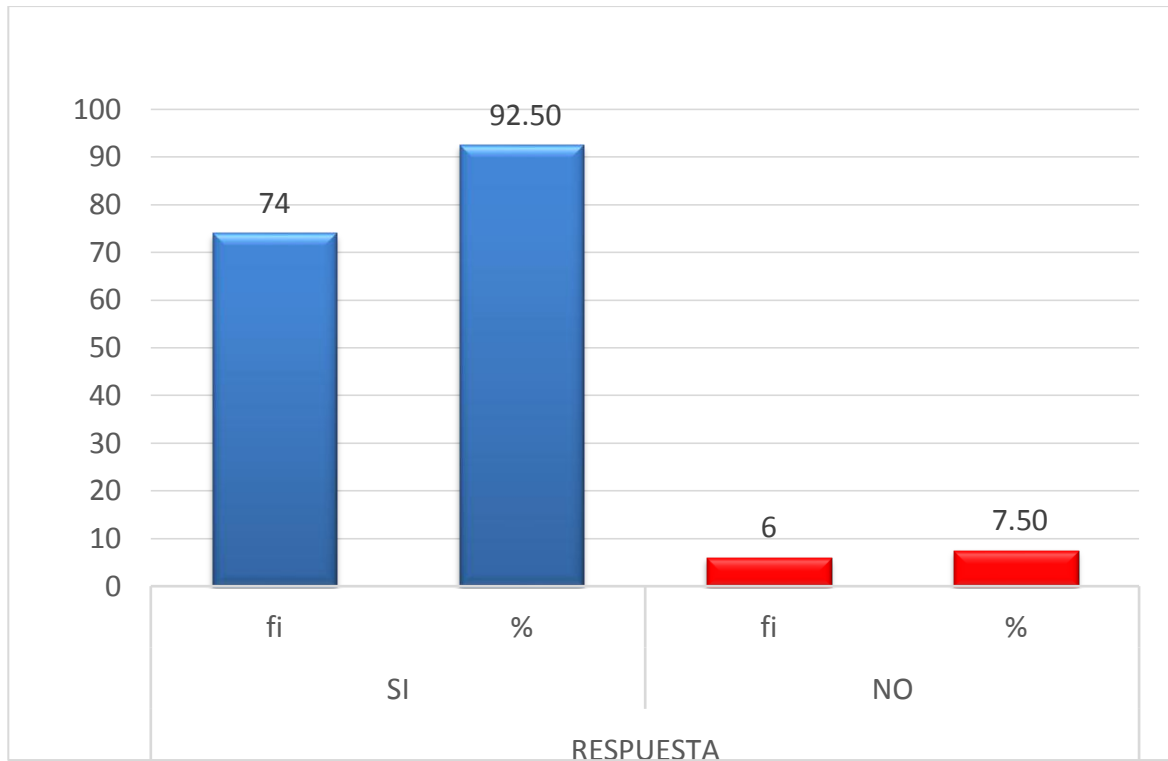
**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA PRIMERA PREGUNTA,  
DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP  
E.I.R.L – 2016**

PREGUNTA N° 01	RESPUESTAS			
	Sí		No	
	fi	%	fi	%
¿Cree Ud. Que el tiempo que esperó durante el servicio es el adecuado?	74	92.5	6	7.5

Fuente : Cuestionario  
Elaboración: Tesista

**GRÁFICO N° 15**

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA PRIMERA PREGUNTA,  
DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP  
E.I.R.L – 2016**



Fuente : Cuadro N° 19  
Elaboración: Tesista

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De una muestra poblacional de 80 clientes, 74 clientes de la Empresa de Revisiones Técnicas Vehiculares que representa el 92.5% de total menciona que el tiempo que espero durante el servicio es el adecuado, mientras que 6 clientes que representa el 7.5% respondieron que el tiempo de espera del servicio no adecuado.

Los datos señalados indican que la gran mayoría de los clientes manifiesta que el tiempo que esperaron durante el servicio es el adecuado, situación que coincide con el fundamento de que al existir alta competencia conlleva a que las empresas reorienten sus pensamientos analizando primero las necesidades del cliente y luego producirlo para lograr una satisfacción óptima.

**CUADRO N° 20**

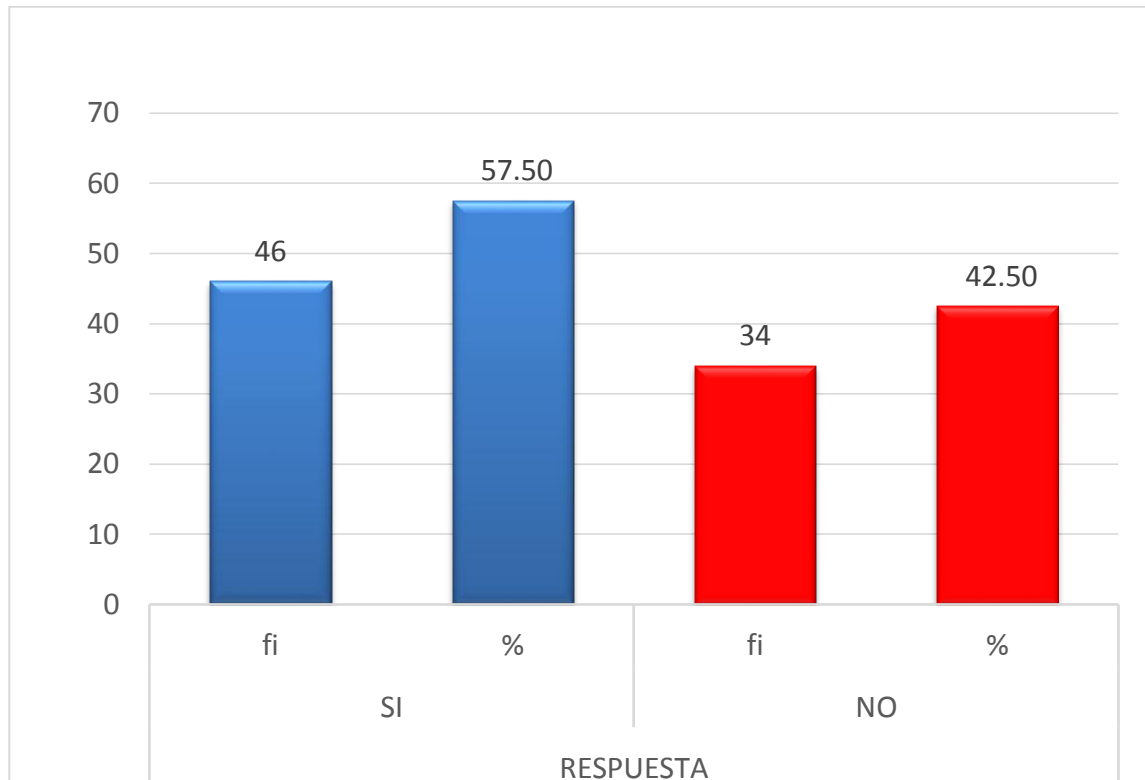
**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA SEGUNDA PREGUNTA,  
DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP  
E.I.R.L – 2016**

PREGUNTA N° 02	RESPUESTAS			
	Sí		No	
	fi	%	fi	%
¿Durante el servicio, el personal mostró una actitud de empatía?	46	57.5	34	42.5

Fuente : Cuestionario  
Elaboración: Tesista

**GRÁFICO N° 16**

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA SEGUNDA PREGUNTA,  
DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP  
E.I.R.L – 2016**



Fuente : Cuadro N° 20  
Elaboración: Tesista

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De la muestra poblacional de 80 clientes, 46 clientes que representan el 57.5% respondieron que el personal si mostró actitud de empatía durante el servicio, mientras 34 clientes que representa el 42.5% respondió lo contrario.

Los resultados refieren que el personal muestra una actitud de empatía relativamente alta, este contexto concuerda con el concepto de que el cliente debe tener una atención personalizada, conocimiento ante dudas del cliente, horarios que favorecen al cliente y actitud cortés por parte del personal, por la que la Empresa de Revisiones Técnicas Vehiculares CP EIRL trata de mantener una actitud de empatía, además se muestra un relativo porcentaje que menciona que no existe actitud de empatía, situación que debe ser mejorada.

**CUADRO N° 21**

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA TERCERA PREGUNTA,  
DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP  
E.I.R.L – 2016**

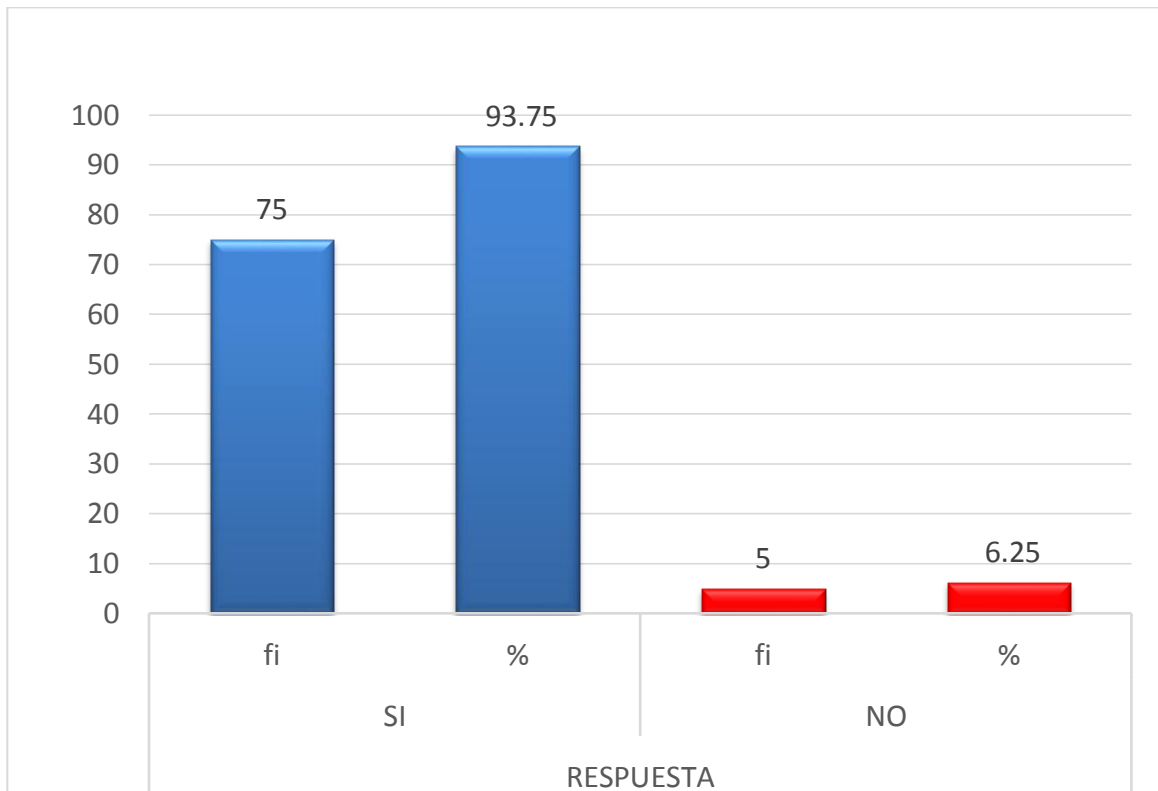
<b>PREGUNTA N° 03</b>	<b>RESPUESTAS</b>			
	<b>Sí</b>		<b>No</b>	
	<b>fi</b>	<b>%</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
¿Confía en el servicio que le brinda la empresa?	75	93.75	5	6.25

Fuente : Cuestionario

Elaboración: Tesista

**GRÁFICO N° 17**

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA TERCERA PREGUNTA,  
DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP  
E.I.R.L – 2016**



Fuente : Cuadro N° 21

Elaboración: Tesista

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De la muestra de 80 clientes, 75 clientes que representan el 93.75% respondieron que si confían en el servicio que brinda la Empresa de Revisiones Técnicas Vehiculares CP EIRL, mientras 5 clientes que representan el 6.25% respondieron lo contrario.

La mayoría de los clientes respondieron que si confían en el servicio que brinda la empresa, situación que se fundamenta en el principio de confiabilidad de la estrategia de servicio, que significa servicio exacto y serio, lo cual implica cumplir con lo prometido.

**CUADRO N° 22**

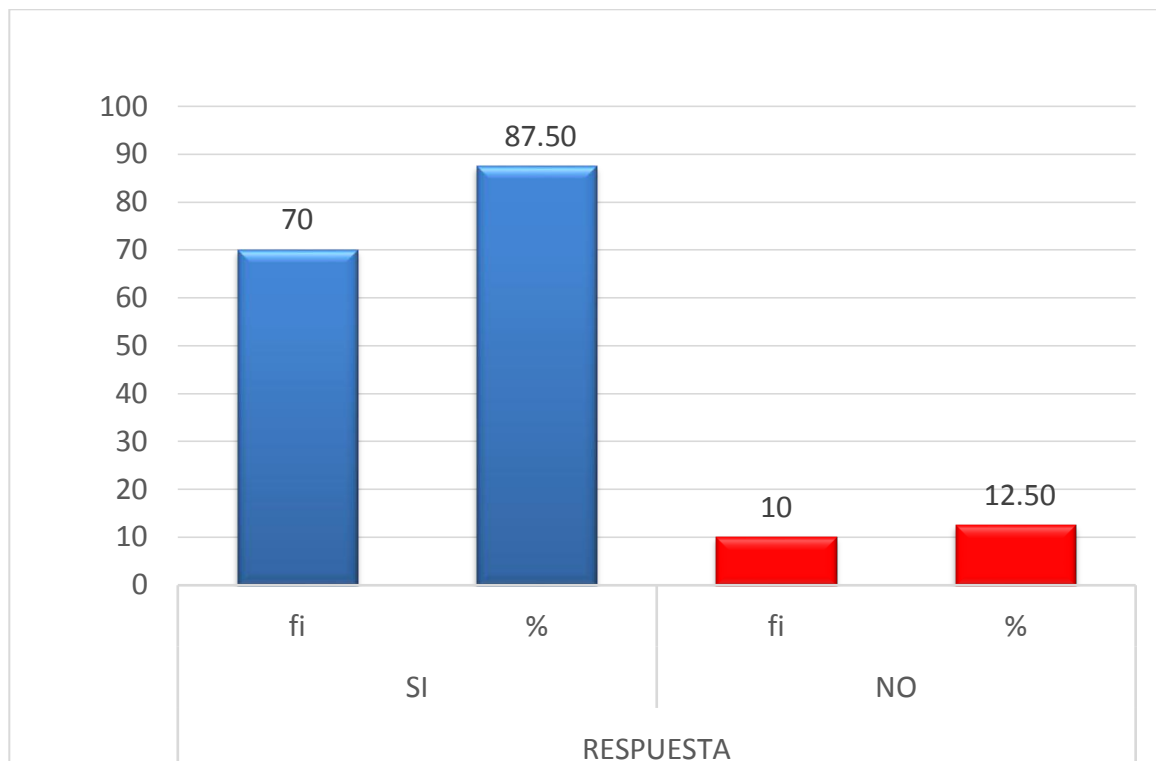
**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA CUARTA PREGUNTA,  
DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP  
E.I.R.L – 2016**

<b>PREGUNTA N° 04</b>	<b>RESPUESTAS</b>			
	<b>Sí</b>		<b>No</b>	
	<b>fi</b>	<b>%</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
La empresa cumplió con sus expectativas	70	87.5	10	12.5

Fuente : Cuestionario  
Elaboración: Tesista

**GRÁFICO N° 18**

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA CUARTA PREGUNTA,  
DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP  
E.I.R.L – 2016**



Fuente : Cuadro N° 22  
Elaboración: Tesista

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De la muestra poblacional de 80 clientes, 70 clientes de la Empresa de Revisiones Técnicas Vehiculares CP EIRL que representa el 87.5% si considera que la empresa cumplió con sus expectativas, mientras que 10 clientes que representa el 12.5% respondieron lo contrario.

Los resultados señalan que la mayoría de clientes si considera que la Empresa cumple con sus expectativas, esta situación concuerda en algo con la teoría de que un cliente bien satisfecho permanece leal durante más tiempo, presta menos atención a la competencia y ofrece ideas para mejorar el servicio a la empresa. Además que tiene la esperanza de conseguir algo.



## CUADRO N° 23

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA QUINTA PREGUNTA, DE  
LOS CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP**

**E.I.R.L – 2016**

PREGUNTA N° 05	RESPUESTAS			
	Sí		No	
	fi	%	fi	%
Ante un reclamo o inquietud por parte de su persona, ¿la respuesta por parte del personal fue inmediata?	63	78.75	17	21.25

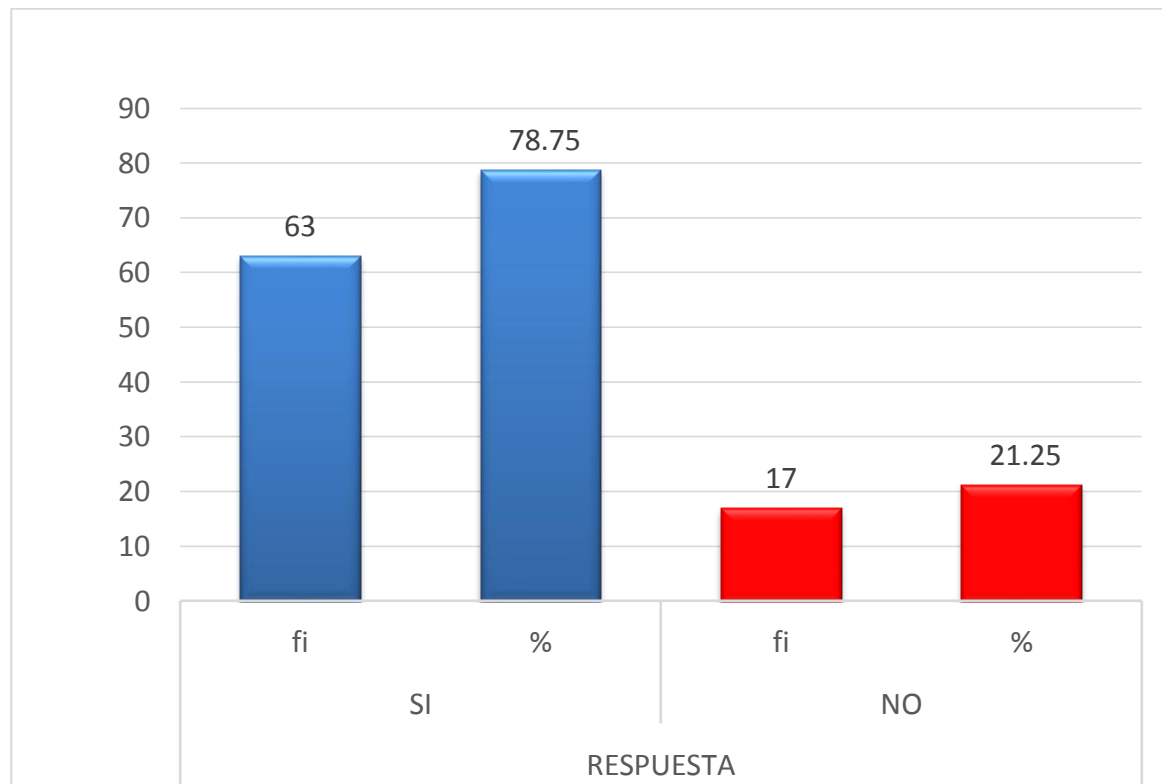
Fuente : Cuestionario

Elaboración: Tesista

## GRÁFICO N° 19

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA QUINTA PREGUNTA, DE  
LOS CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP**

**E.I.R.L – 2016**



Fuente : Cuadro N° 23

Elaboración: Tesista

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De la muestra de 80 clientes, 63 clientes que representan el 78.75% respondieron que ante un reclamo o inquietud por parte de su persona, la respuesta por parte del personal si es inmediata, mientras que 17 clientes que representa el 21.25% respondieron todo lo contrario.

Los resultados indican que gran parte de los clientes si encuentran una respuesta inmediata por parte del personal cuando estos tienen un reclamo o inquietud por el servicio. Esto responde a la teoría de CAPACIDAD DE RESPUESTA por parte del personal de la empresa.

**CUADRO N° 24**

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA SEXTA PREGUNTA, DE  
LOS CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP  
E.I.R.L – 2016**

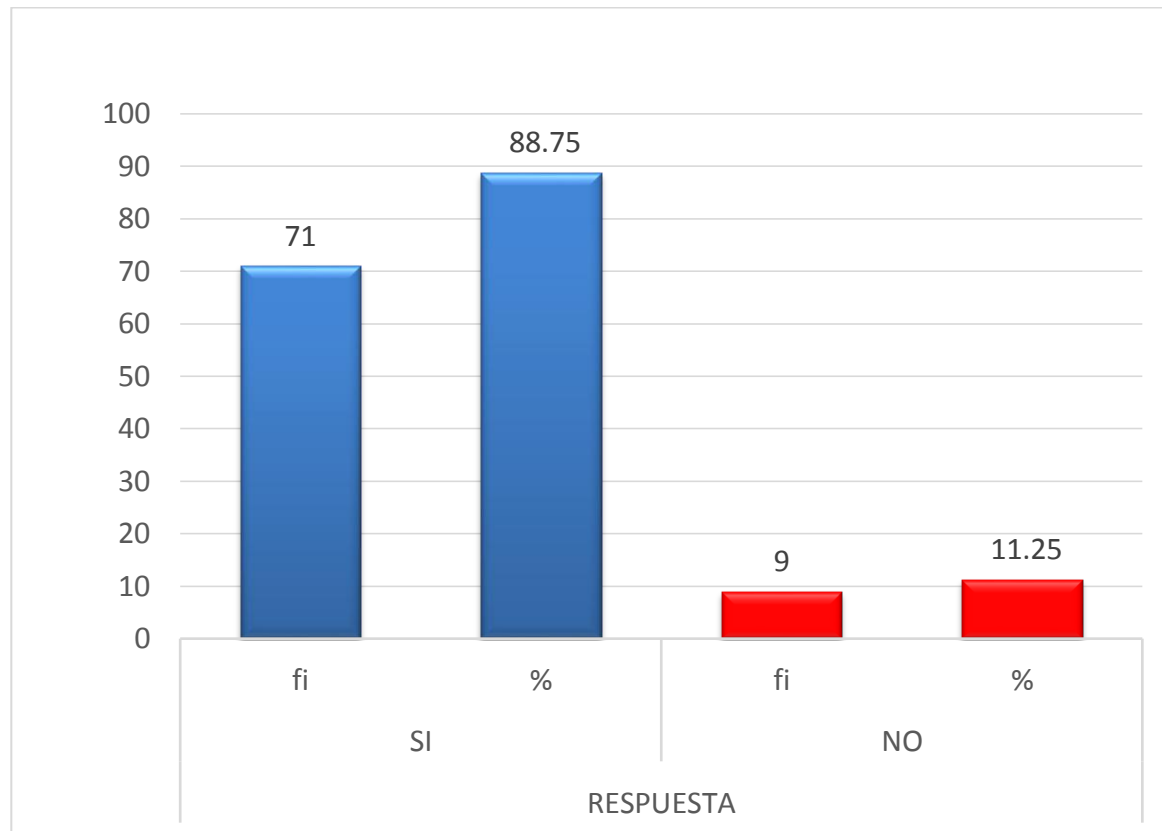
<b>PREGUNTA N° 06</b>	<b>RESPUESTAS</b>			
	<b>Sí</b>		<b>No</b>	
	<b>fi</b>	<b>%</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
La información que le brindaron fue la adecuada	71	88.75	9	11.25

Fuente : Cuestionario

Elaboración: Tesista

**GRÁFICO N° 20**

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA SEXTA PREGUNTA, DE  
LOS CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP  
E.I.R.L – 2016**



Fuente : Cuadro N° 24

Elaboración: Tesista

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De la muestra poblacional de 80 clientes, 71 clientes que representa 88.75% respondieron que la información que brinda la empresa es la adecuada, mientras que 9 clientes que representa el 11.25% respondieron lo contrario.

Los resultados indican que la mayoría de los clientes reciben información adecuada por parte de la empresa, situación que se fundamenta en la disposición de ayudar a los clientes a realizar el servicio.

**CUADRO N° 25**

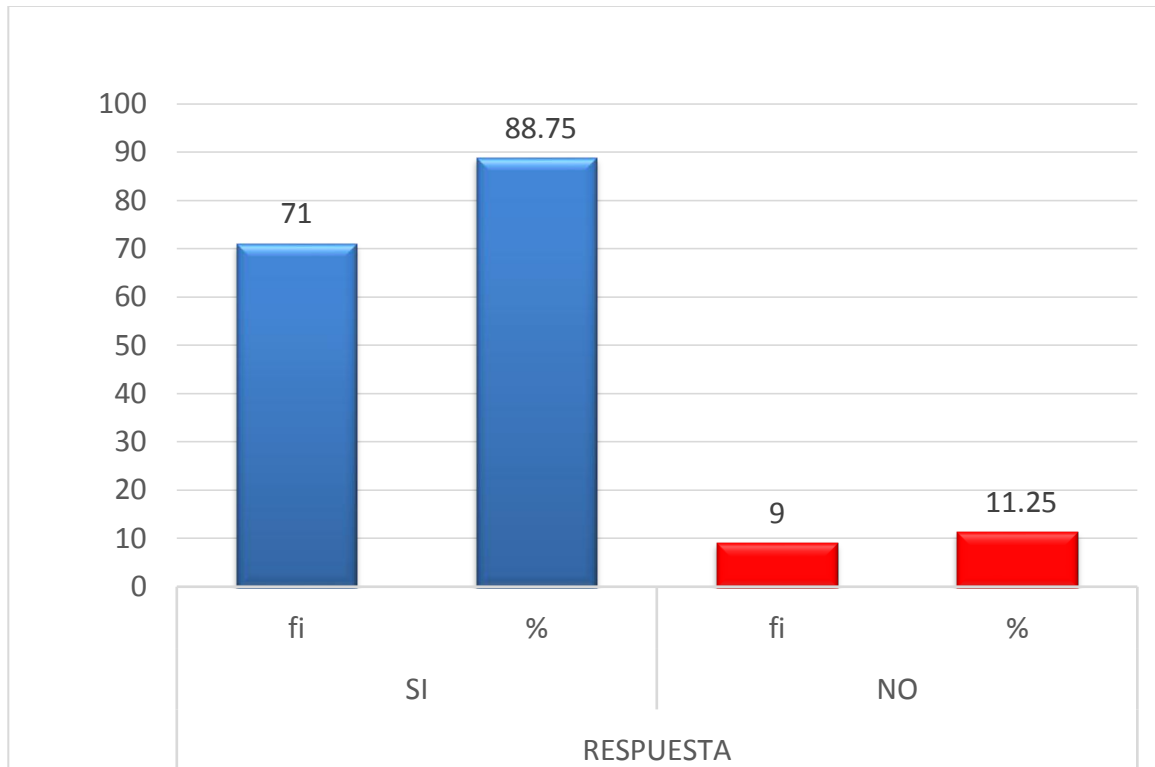
**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA SEPTIMA PREGUNTA,  
DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP  
E.I.R.L – 2016**

<b>PREGUNTA N° 07</b>	<b>RESPUESTAS</b>			
	<b>Sí</b>		<b>No</b>	
	<b>fi</b>	<b>%</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
De manera general el desempeño del personal fue positivo	71	88.75	9	11.25

Fuente : Cuestionario  
Elaboración: Tesista

**GRÁFICO N° 21**

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA SEPTIMA PREGUNTA,  
DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP  
E.I.R.L – 2016**



Fuente : Cuadro N° 25  
Elaboración: Tesista

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De la muestra de 80 clientes, 71 clientes que representa el 88.75% respondieron que el desempeño del personal es positivo, mientras que 9 clientes que representa el 11.25% respondió lo contrario.

Los resultados indicaron que la mayoría de clientes respondieron que el desempeño del personal es positivo, situación que coincide con las dimensiones para juzgar la calidad del servicio, ya que el cliente busca comodidad, facilidad, higiene y un buen servicio.

## CUADRO N° 26

RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA OCTAVA PREGUNTA,  
DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP  
E.I.R.L – 2016

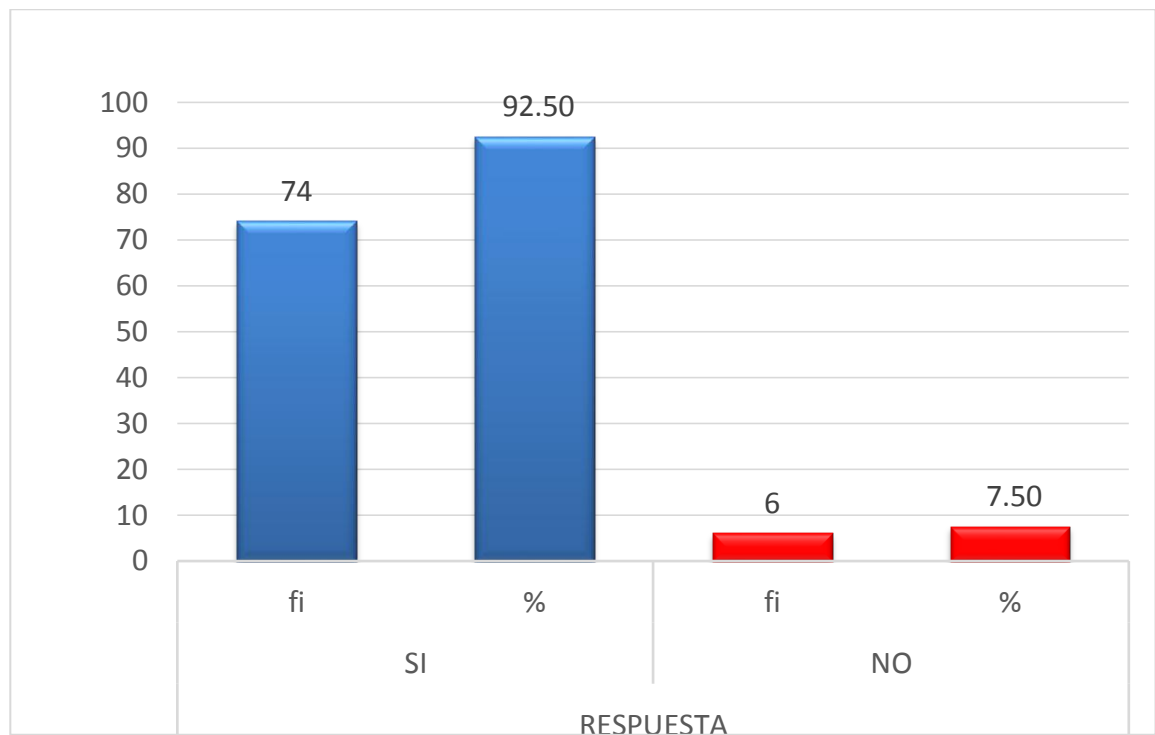
PREGUNTA N° 08	RESPUESTAS			
	Sí		No	
	fi	%	fi	%
¿Desde su punto de vista las instalaciones de la empresa son las adecuadas?	74	92.5	6	7.5

Fuente : Cuestionario

Elaboración: Tesista

## GRÁFICO N° 22

RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA OCTAVA PREGUNTA,  
DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP  
E.I.R.L – 2016



Fuente : Cuadro N° 26

Elaboración: Tesista

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De la muestra poblacional de 80 clientes, 74 clientes que representa 92.5% respondieron que las instalaciones de la Empresa de Revisiones Técnicas Vehiculares son las adecuadas, mientras 6 clientes que representan el 7.5% respondieron que las instalaciones de la empresa no son las adecuadas.

Resultados que indican que la gran mayoría de los clientes piensan en forma positiva con respecto a las instalaciones de la empresa, contexto que coincide con la teoría de la tecnología mejora el servicio, es decir mejor atención, agilidad del servicio, facilidad de comunicación e información.



## CUADRO N° 27

RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA NOVENA PREGUNTA,  
DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP  
E.I.R.L – 2016

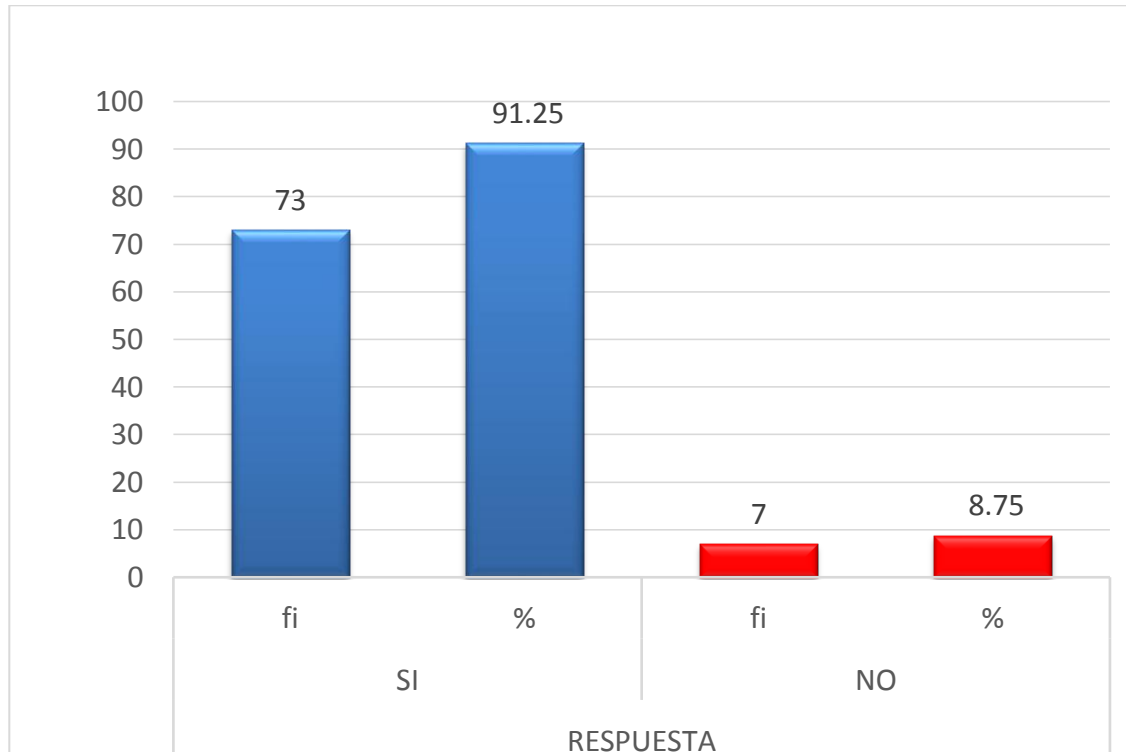
PREGUNTA N° 09	RESPUESTAS			
	Sí		No	
	fi	%	fi	%
¿Desde su punto de vista los equipos que utiliza la empresa son las adecuadas?	73	91.25	7	8.75

Fuente : Cuestionario

Elaboración: Tesista

## GRÁFICO N° 23

RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA NOVENA PREGUNTA,  
DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP  
E.I.R.L – 2016



Fuente : Cuadro N° 27

Elaboración: Tesista

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De la muestra poblacional de 80 clientes, 73 clientes que representa el 91.25% respondieron que los equipos que utiliza la empresa son las adecuadas, mientras que 7 clientes de la Empresa de Revisiones Técnicas Vehiculares que representa el 8.75% respondió lo contrario.

Los resultados refieren que los equipos que utiliza la empresa si son las adecuadas, situación que favorece a la empresa para tener mayores ingresos gracias a clientes leales.

## CUADRO N° 28

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA DÉCIMA PREGUNTA, DE  
LOS CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP**

E.I.R.L – 2016

PREGUNTA N° 10	RESPUESTAS			
	Sí		No	
	fi	%	fi	%
Por lo que percibió ¿el comportamiento del personal fue la adecuada?	71	88.75	9	11.25

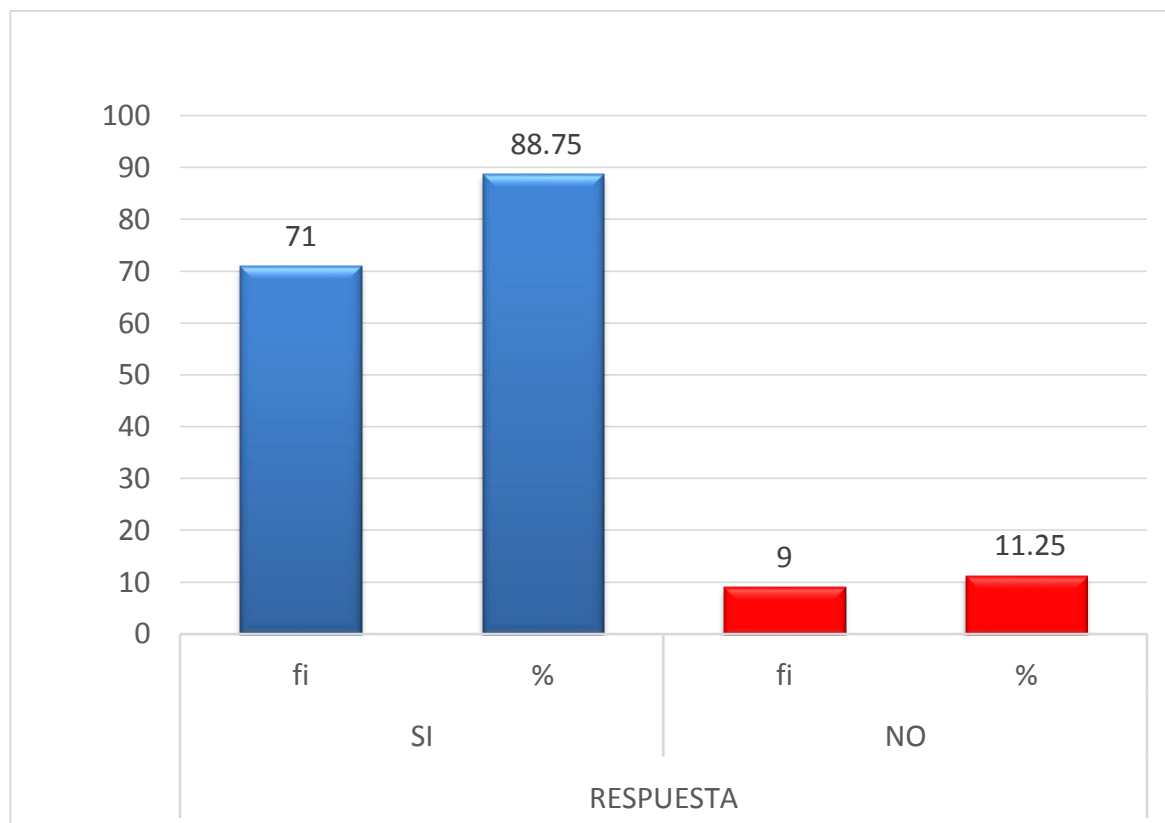
Fuente : Cuestionario

Elaboración: Tesista

## GRÁFICO N° 24

**RESPUESTAS FRECUENCIALES Y PORCENTUALES A LA DÉCIMA PREGUNTA, DE  
LOS CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP**

E.I.R.L – 2016



Fuente : Cuadro N° 28

Elaboración: Tesista

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De la muestra poblacional de 80 clientes, 71 clientes que representan el 88.75% respondieron que si es la adecuada el comportamiento del personal, mentas que 9 clientes que representan 11.25% respondieron lo contrario.

Los resultados muestran que la mayoría de los clientes considera que el comportamiento del personal que percibió es el adecuado, esto se relaciona con el cuadro de satisfactores del cliente específicamente con la actitud que muestra el personal hacia los clientes, es decir, que estén dispuestos a ayudar, tratan con inteligencia a los clientes, realizan cosas que se sientan cómodos y están preocupados por el cliente.

## **CAPITULO V**

### **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Luego de haber analizado e interpretado los resultados en el capítulo anterior, dichos resultados fueron discutidos en tres dimensiones, este proceso nos permitió obtener conclusiones. Las dimensiones en que se discutieron los resultados son las conclusiones de los antecedentes, el marco teórico y la hipótesis, los cuales se señalan a continuación.

**5.1. CON LOS ANTECEDENTES.-** Para el presente trabajo de investigación se tomaron como antecedentes a las investigaciones realizadas en el ámbito internacional, nacional y local.

El 66.67% de los trabajadores indicaron que el salario que perciben si es el adecuado para las labores que realizan, estos resultados si coinciden con las conclusiones de la investigación titulada “Satisfacción laboral en el área de finanzas de la organización NEXTEL ARGENTINA S.A.” que en una de sus

conclusiones señala “Los trabajadores en el único aspecto en el cual no muestran una gran satisfacción es en lo relacionado con el salario que perciben respecto de las tareas que llevan a cabo en sus puestos de trabajo. Una de las principales causas de esto puede ser en el caso de los cajeros, que requieren un alto nivel de responsabilidad para realizar las tareas en su puesto y el salario no posee una relación adecuada con las mismas.” Esta conclusión de la investigación en la empresa Nextel argentina es la misma que de la empresa revisiones técnicas vehicular CP E.I.R.L, porque la mayoría de los trabajadores están de acuerdo con su salario mensual pero no perciben los salarios indirectos (gratificaciones, vacaciones, bonos etc.), situación que debe mejorar la empresa para que sus trabajadores estén satisfechos.

El 83.33% trabajadores y el 92.5% de clientes afirmaron que las instalaciones de la empresa revisiones técnicas vehiculares CP E.I.R.L son las adecuadas, el 91.25% y el 88.75% de clientes señalaron que los equipos que utiliza la empresa al momento de brindar los servicios son el adecuado y percibieron un buen comportamiento por parte del personal respectivamente, estos resultados coinciden con la guía de observación y con una de las conclusiones del trabajo de investigación titulado “Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales de Caracas” que manifiesta textualmente “En términos específicos, el cliente considera que el servicio del PDVAL supera lo esperado, en relación a la dimensión “evidencias físicas”, debido a que la apariencia de las instalaciones, la facilidad y convivencia del desplazamiento, incluyendo la distribución de las secciones y colocación de

los productos en las estanterías.”. Tomando en cuenta esta conclusión coincide con la mía en el sentido de que los trabajadores y clientes están satisfechos desde un punto de vista de las evidencias físicas.

El 58.33% de trabajadores manifiestan no haber recibido un reconocimiento personal, así mismo 91.67% señalo que su jornada laboral no es de 8 horas. Estos resultados concuerdan con la guía de observación pero teniendo discrepancia con uno de las conclusiones de la investigación “influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de la victoria en la ciudad de Chiclayo” donde se menciona “El nivel de satisfacción laboral del personal de las pollerías de la Victoria, en cuanto al factor Reconocimiento Personal arroja un 76%, ubicándose en una escala alta, para los trabajadores existe un trato justo en la empresa, pese a que a un 47% el horario de trabajo le resulta incómodo.” Esta investigación coincide con el mío en el sentido de la incomodidad de los trabajadores en el tema del horario pero discrepa en relación al reconocimiento personal por parte de la empresa.

El 78.75% de los clientes afirmaron que ante una reclamo o inquietud hubo una respuesta inmediata por parte del personal y 88.75% señaló que la información que recibieron fue la adecuada, estos resultados coincide con la investigación titulada “Nivel de satisfacción del cliente respecto del servicio de restaurantes del distrito de Huánuco- 2010” que en una de conclusiones señala textualmente “Acerca de la capacidad de respuesta en los restaurantes, el 78% de los comensales están satisfechos con la disposición que muestran los mozo(a) s en

atender y ayudarlos, del mismo modo el 48% con el desempeño de estos, cuando le ayuda a resolver un problema o alguna necesidad, y un 69% con la información exacta que proporciona el personal de servicio”

El 66.67% de trabajadores señaló que no reciben capacitación por parte de la empresa este resultado se respaldó con la guía de observación, por otro lado el 88.75% de los clientes indicaron que el desempeño del personal durante el servicio fue positivo y otros 93.75% respondieron que si confían en el servicio brindado por la empresa. Estos resultados discrepa con la investigación titulada “Satisfacción laboral y su influencia en la calidad de vida de los trabajadores de las entidades bancarias de la localidad de Huánuco – 2014” que indica en una de sus conclusiones: “Respecto a la dimensión de la satisfacción laboral percibida por los trabajadores en estudio, se observa que la dimensión que tuvo mayor aceptación (satisfacción) en un 100%, fue la evaluación institucional del personal, seguido de la dimensión, desarrollo, capacitación y actualización para el desempeño personal en el cual los trabajadores se encuentran satisfechos. En general todas las dimensiones de la variable satisfacción, tuvieron una aceptación favorable (satisfacción) en más del 90%”. Discrepa desde el punto de vista de que la empresa revisiones técnicas vehiculares CP E.I.R.L, no capacita a sus trabajadores pero logra tener una calificación aceptable por parte de los clientes.



**5.2. CON EL MARCO TEÓRICO.-** Para la contrastación con el marco teórico se tomaron en cuenta las citas bibliográficas señaladas en las bases teóricas.

El 58.33% de los trabajadores indican que nunca recibieron una recompensa monetaria, este resultado difiere con DAVIS Y NEWSTROM quienes plantean en su libro “comportamiento humano en el trabajo” textualmente “Los incentivos económicos de algún tipo pueden aplicarse a casi cualquier puesto. La idea básica de todos ellos es determinar el salario de un empleado en proporción a algún criterio de desempeño individual, grupal y organizacional...”. Difiere del marco teórico en el sentido de que los trabajadores de la empresa revisiones técnicas vehiculares CP E.I.R.L laboran más de ocho horas, esto según la guía de observación; por lo tanto al laborar más de ocho horas se les debería pagar las horas extras o al menos otorgarle una recompensa monetaria.

Idalberto Chiavenato en su libro “administración de recursos humanos” plantea acerca de la seguridad en el trabajo “es el conjunto de medidas técnicas, educativas, médicas y psicológicas empleadas para prevenir accidentes y eliminar las condiciones inseguras del ambiente, y para instruir o convencer a las personas acerca de la necesidad de implantar practicas preventivas”. Este planteamiento discrepa en una parte con los resultados del cuadro N°17 que señala que el 50% de los trabajadores perciben que la empresa no les brinda seguridad laboral.

En el cuadro N°23 se muestra que el 78.75% de clientes afirma que recibieron una respuesta inmediata por parte del personal ante un problema o dificultad; por otro lado en el cuadro N°24 los clientes afirman en un 88.75% que la información

que le brindaron fue la adecuada. Estos datos armonizan con la propuesta del libro “Marketing De Servicio” de Hoffman y Bateson donde hace referencia a la capacidad de respuesta “es la voluntad y/o disposición de los empleados a proporcionar un servicio. Es decir considera aspectos como el tiempo en que se va realizar el servicio, rapidez del servicio, disposición de ayudar a los clientes y otros”

Hoffman y Bateson también sostienen acerca de la dimensión de tangibles, textualmente “Esta dimensión compara las expectativas del consumidor con las percepciones del consumidor en cuanto a la capacidad de la empresa para manejar sus tangibles. Los tangibles de una empresa consisten en una amplia variedad de objetos, como arquitectura, diseño, distribución, escritorios, iluminación y la presentación del personal”. Considerando este planteamiento decimos que concuerda con la presente investigación en los resultados como la aprobación de los clientes que afirman en 92.5% que las instalaciones de la empresa son las adecuadas, asimismo también afirman que los equipos utilizados son las adecuadas (91.25%) y el comportamiento del personal fue el adecuado (88.75%).

**5.3. CON LA HIPÓTESIS.-** Se tomó en cuenta la hipótesis, señalado en el Capítulo I, con la finalidad de aceptarlo o rechazarlo.

**H<sub>i1</sub>:** El clima laboral se relaciona de forma positiva con el servicio a los clientes de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L

Los resultados que se muestran en los cuadros N° 05; 06; 07; 21; 22 y 25 se evidencia que el clima laboral de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP EIRL se relaciona de forma positiva con el servicio al cliente. En los cuadros N° 05; 06 y 07, en estos se muestran que existe una buena comunicación y relación tanto entre jefes y subordinados, mientras que en los Cuadros N° 21; 22 y 25 los clientes afirman que el servicio brindado les genera confianza y cumple con sus expectativas, así mismo el personal respondió de forma positiva ante un reclamo o inquietud. Considerando la guía de observación se observó que existe una división entre la parte administrativa y operativa. Tomando en cuenta lo señalado, se acepta la Hipótesis Especifica N°1

**H<sub>i2</sub>:** La política de incentivos se relaciona de forma positiva con la capacidad de respuesta de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L

En los Cuadros N° 11 y 12 se muestra que los trabajadores de la Empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L no reciben reconociendo personales ni recompensas monetarias, pero en los Cuadros N° 23; 24 Y 25 los clientes señalan que hubo apoyo por parte del personal, información

adecuada y desempeño positivo por parte del personal. Considerando lo señalado se rechaza la Hipótesis Especifica N°2, porque los clientes estuvieron satisfechos con el desempeño del personal, esto a pesar de que el personal no recibe reconocimientos ni recompensas, tal vez esta contradicción se da porque el personal al ingresar a la empresa desconoce de las políticas de trabajo creyendo que si realizan una buena labor se les dará incentivos, siendo esto todo lo contrario.

**H<sub>i3</sub>:** Las condiciones de trabajo se relacionan de forma negativa con los elementos tangibles de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L.

En los Cuadros N° 26, 27 y 28 los clientes afirman que las instalaciones, equipos y el comportamiento del personal, en tanto en el Cuadro N° 15 los trabajadores señalan que las instalaciones de la Empresa son las adecuadas para desarrollar sus labores. En los Cuadros N° 16 y 17 los trabajadores hacen referencia a que su jornada laboral es más de 8 horas y que la empresa no les brinda una seguridad laboral.

Se acepta la Hipótesis N°3, porque se evidencia que a pesar que las condiciones de trabajo brindadas por la empresa no son al 100%, los empleados desarrollan de manera eficiente su trabajo.

Considerando la mayoría de las Hipótesis Especificas, aceptamos la Hipótesis General planteada al inicio de la investigación.

## CONCLUSIONES

1. La satisfacción laboral tiene una relación significativa con la satisfacción del cliente, situación que se sustenta en los Cuadros N°05; 06; 07; 09; 10; 11; 12; 14; 15; 16; 17; 18; 21; 22; 23; 24; 25; 26; 27 y 28.
2. El clima laboral que se da en la Empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L tiene una relación positiva con el servicio al cliente, contexto que se corrobora en los Cuadros N° 05; 06; 07; 09; 10; 21; 22 y 25.
3. En los Cuadros N° 11; 12; 23 y 24 se sustenta que la política de incentivos de la Empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L se relaciona de forma negativa con capacidad de respuesta.
4. Las condiciones de trabajo de la Empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L se relacionan de forma negativa con los elementos tangibles, esta situación se confirma en los cuadros N° 14; 15; 16; 17; 18: 26; 27 y 28

## **SUGERENCIAS**

1. Los encargados de la Planta de Revisiones Técnicas Vehiculares CP EIRL deben implementar una política orientado al bienestar de los trabajadores, con la finalidad de que el trabajador se sienta satisfecho laboralmente.
2. Se observó que existe una división entre la parte administrativa y operativa, por lo tanto se debería establecer una sola línea de liderazgo para que exista una comunicación y coordinación más directa entre Jefe y Subordinado.
3. Se debe superar problemas como las recompensas monetarias o financieras con reconocimiento personal ya que esto es una necesidad que el individuo necesita, como ejemplo premio al mejor empleado del mes, actividades de confraternidad y otros de este modo se lograría que el personal aumente su capacidad de respuesta al momento de brindar el servicio.
4. Sabiendo que los elementos tangibles son favorable desde el punto de vista del cliente, deberían reformar aspectos fundamentales para el trabajador como el aumento de capacitaciones, aumento en el salario o asignación de bonos extras por las horas extras trabajadas o por lo contrario respetar sus ocho horas laborales.

## BIBLIOGRAFÍA

- ARELLANO CUEVA, Rolando (2010). Marketing: Enfoque América Latina. Primera edición. Editorial Pearson. México
- BERRY, Leonard L. (1995). ¡Un buen servicio ya no basta!. Editorial Norma. Colombia
- BRADLEY, T. Gale (1996). Descubra el valor de su cliente. Editorial Prentice Hall. México
- CHIAVENATO, Idalberto. (2000). Administración de recursos humanos. Quinta edición. Editorial McGraw-Hill. México
- DAVIS, Keith y NEWSTROM, John W. (1991). Comportamiento humano en el trabajo. Octava edición McGraw-Hill. México
- DENOVE, Chris y POWER, James D. (Febrero- 2006). Satisfaction. Revista Leader Summaries
- GERSON, Richard F. (1994). Como medir la satisfacción del cliente. Editorial Iberoamericana. México
- HAYES, Bob E. (1999). como medir la satisfacción del cliente. Segunda Edición. Oxford University Press. México
- HOFFMAN, K. Douglas y BATESON, John E. G. (2012). Marketing de servicio. Cuarta edición .Editorial Cengage Learning. México
- KOTLER, Philip y KELLER, Kevin Lane (2006). Dirección de marketing. Duodécima edición. Editorial Pearson. México
- LESCANO DUNCAN, Lucio (2001). La disciplina del servicio. Primera edición. Universidad del pacífico. Perú
- STONER, Jame A. y FREEMAN, R. Edward (1994). Administración. Quinta edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana. México
- SCHULTZ, Duane P. (1998), Psicología industrial. Tercera edición. Editorial McGraw-Hill. México
- THOMPSON, Iván. (julio-2006). Satisfacción del Cliente

## **PÁGINAS WEB**

<http://comunicacion.vw-audi.es>

<https://www.ferreyros.com.pe>

<https://www.elcomercio.com.pe>

<http://www.ipm.com.pe>

<http://blogawenmarketingyventas.blogspot.pe>

<http://www.monografias.com>

<http://humanandpartners.com>

<https://es.wikipedia.org>

<http://www.orh.ucr.ac.cr>



# ANEXOS

**ANEXO N° 01****ENCUESTA A TRABAJADORES DE LA EMPRESA REVISIONES TECNICAS  
VEHICULARES CP EIRL****CUESTIONARIO**

Trabajadores de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L, se viene realizando el trabajo de investigación titulado “LA SATISFACCIÓN LABORAL Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP E.I.R.L.”, para cumplir este propósito se requiere recoger un conjunto de datos, a continuación Ud. encontrará una serie de preguntas, las cuales deben responderlas de forma veraz, marcando con una (x) en el recuadro correspondiente. Le agradecemos anticipadamente por su gentil colaboración.

N°	PREGUNTA	RESPUESTA	
		Si	No
1.	¿Cree Ud. Que existe una buena comunicación en la empresa que labora?		
2.	La relación con sus compañeros es la adecuada		
3.	La relación con sus superiores es la adecuada		
4.	Dentro de la empresa se desarrolla el valor del respeto		
5.	¿Existe un líder en la empresa?		
6.	Dentro de la empresa ¿se desarrolla el trabajo en equipo?		
7.	¿Ud. Alguna vez ha recibido una recompensa monetaria por su labor en la empresa?		
8.	Ha recibido reconocimiento personal por parte de sus superiores		
9.	Dentro de esta empresa se desarrolla una política de asensos		
10.	¿Ud. Recibe capacitaciones por parte de la empresa?’		
11.	¿Cree Ud. Que las instalaciones de la empresa son las adecuadas para desarrollar sus labores?		
12.	¿Su jornada laboral es de 8 horas?		
13.	La empresa le brinda seguridad laboral		
14.	¿El salario que percibe es la adecuada para las labores que realiza?		

**Gracias**



## ANEXO N° 02



### ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA REVISIONES TECNICAS VEHICULARES CP EIRL

### CUESTIONARIO

Cliente de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L., se viene realizando el trabajo de investigación titulado “LA SATISFACCIÓN LABORAL Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES CP E.I.R.L.”, para cumplir este propósito se requiere recoger un conjunto de datos, a continuación Ud. encontrará una serie de preguntas, las cuales deben responderlas de forma veraz, marcando con una (x) en el recuadro correspondiente. Le agradecemos anticipadamente por su gentil colaboración.

N°	PREGUNTA	RESPUESTA	
		si	No
1.	¿Cree Ud. Que el tiempo que esperó durante el servicio es el adecuado?		
2.	¿Durante el servicio, el personal mostró una actitud de empatía?		
3.	¿Confía en el servicio que le brindo la empresa?		
4.	La empresa cumplió con sus expectativas		
5.	Ante un reclamo o inquietud por parte de su persona, ¿la respuesta por parte del personal fue inmediata?		
6.	La información que le brindaron fue la adecuada		
7.	De manera general el desempeño del personal fue positivo		
8.	¿Desde su punto de vista las instalaciones de la empresa son las adecuadas?		
9	¿Desde su punto de vista los equipos que utiliza la empresa son las adecuadas?		
10.	Por lo que percibió ¿el comportamiento del personal fue la adecuada?		

**Sugerencias:**

---



---



---

**Gracias**

## ANEXO N° 03

### GUÍA DE OBSERVACIÓN

PERSONA QUE VA OBSERVAR: \_\_\_\_\_

EMPRESA A OBSERVAR: \_\_\_\_\_

LUGAR: \_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

HORA: \_\_\_\_\_

Nº	ENUNCIADO	RESPUESTA		OBSERVACIÓN
		SÍ	NO	
1.	Existe una buena comunicación en la empresa			
2.	La relación entre compañeros es la adecuada			
3.	La relación subordinado y superiores es la adecuada			
4.	Dentro de la empresa se desarrolla el valor del respeto			
5.	Existe un líder en la empresa			
6.	Dentro de la empresa ¿se desarrolla el trabajo en equipo?			
7.	Existe reconocimiento personal hacia los empleados por parte de los superiores			
8.	El personal recibe capacitaciones			
9.	Las instalaciones de la empresa son las adecuadas			
10.	Se respeta la jornada de 8 horas			
11.	La empresa le brinda seguridad a sus empleados			
12.	El tiempo que espera el cliente durante el servicio es el adecuado			
13.	El personal muestra una actitud de empatía			
14.	Ante un reclamo o inquietud por parte del cliente, ¿la respuesta por parte del personal fue inmediata?			
15.	Comportamiento del personal es la adecuada			

## ANEXO N° 04

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

**TÍTULO:** La satisfacción laboral y su relación con la satisfacción del cliente de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L

**TESISTA:**

✓ FUSTER QUISPE, Angélica Janeth

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES
<b>GENERAL:</b> ¿Cuál es la relación entre la satisfacción laboral y la satisfacción del cliente de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L?	<b>GENERAL:</b> Determinar la relación entre la satisfacción laboral y la satisfacción del cliente de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L	<b>GENERAL:</b> H <sub>i</sub> : La satisfacción laboral se relaciona de forma negativa con la satisfacción del cliente de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L	<b>INDEPENDIENTE:</b> <b>SATISFACCIÓN LABORAL</b>	<b>CLIMA LABORAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comunicación</li> <li>▪ Relación con el jefe</li> <li>▪ Relación con compañeros</li> <li>▪ Respeto</li> <li>▪ Liderazgo</li> <li>▪ Trabajo en equipo</li> </ul>
				<b>POLÍTICA DE INCENTIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Recompensa monetaria</li> <li>▪ Reconocimiento</li> <li>▪ Asensos</li> </ul>
				<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Capacitaciones</li> <li>▪ Instalaciones</li> <li>▪ Horas de trabajo</li> <li>▪ Seguridad</li> <li>▪ Salario</li> </ul>
			<b>DEPENDIENTE:</b> <b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>	<b>SERVICIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tiempo de espera</li> <li>▪ Empatía</li> <li>▪ Fiabilidad</li> <li>▪ Expectativa</li> </ul>
				<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Información brindado</li> <li>▪ Desempeño</li> <li>▪ Atención de reclamo</li> </ul>
				<b>ELEMENTO TANGIBLE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Instalaciones</li> <li>▪ Equipos</li> <li>▪ Comportamiento del personal</li> </ul>

<p><b>ESPECÍFICOS:</b></p> <p><b>1.</b> ¿Cuál es la relación entre el clima laboral y el servicio a los clientes de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L?</p> <p><b>2.</b> ¿Cuál es la relación entre la política de incentivos y la capacidad de respuesta de continuidad de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L?</p> <p><b>3.</b> ¿Cuál es la relación entre las condiciones de trabajo y los elementos tangibles de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L?</p>	<p><b>ESPECÍFICOS:</b></p> <p><b>1.</b> Conocer la relación entre el clima laboral y el servicio a los clientes de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L</p> <p><b>2.</b> Conocer la relación entre la política de incentivos y la capacidad de respuesta de continuidad de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L</p> <p><b>3.</b> Conocer la relación entre las condiciones de trabajo y los elementos tangibles de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L.</p>	<p><b>ESPECÍFICOS:</b></p> <p><b>H<sub>i1</sub>:</b> El clima laboral se relaciona de forma negativa con el servicio a los clientes de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L</p> <p><b>H<sub>i2</sub>:</b> la política de incentivos se relaciona de forma negativa con la capacidad de respuesta de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L</p> <p><b>H<sub>i3</sub>:</b> Las condiciones de trabajo se relaciona de forma negativa con los elementos tangibles de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L</p>			
--	---	---	--	--	--

POBLACIÓN Y MUESTRA	MÉTODOS	DISEÑO/NIVEL Y TIPO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	INFORMANTES	TIPO DE PROCESAMIENTO DE DATOS
<p><b>POBLACIÓN:</b></p> <p>La población del presente trabajo de investigación estará constituida por 80 clientes y 12 empleados, un total de 92 personas.</p> <p><b>MUESTRA:</b></p> <p>La muestra del presente trabajo de investigación es una muestra NO PROBABILISTICA porque se tomara como muestra la misma cantidad de la población.</p>	<p>El método que se aplicó en el presente Proyecto de Investigación fue <b>Deductivo.</b></p>	<p><b>DISEÑO:</b> NO experimental con su variante seccional.</p> <p><b>NIVEL:</b> Descriptivo/correlacional</p> <p><b>TIPO:</b></p> <p><b>POR SU ALCANCE :</b> Sincrónica o seccional</p> <p><b>POR SU AMPLITUD:</b> Macro administrativo</p> <p><b>POR SU FUENTE:</b> Mixto</p> <p><b>POR SU CARÁCTER:</b> Cuantitativo</p> <p><b>POR SU MARCO:</b> De campo.</p> <p><b>POR SU OBJETO SOBRE:</b> Disciplinar y organizacional</p> <p><b>POR SU PROFUNDIDAD:</b> Descriptiva</p> <p><b>POR LOS ESTUDIOS QUE DAN LUGAR:</b> Evaluativa y uso de la técnica de la encuesta y la observación</p>	<p>Se utilizarán las siguientes técnicas e instrumentos:</p> <p><b>TÉCNICA 1:</b> La encuesta.</p> <p><b>INSTRUMENTO 1:</b> Cuestionario.</p> <p><b>TÉCNICA 2:</b> La observación</p> <p><b>INSTRUMENTO 2:</b> La guía de observación.</p>	<p>Son 80 clientes y 12 empleados de la de la empresa Revisiones Técnicas Vehiculares CP E.I.R.L</p>	<p>Se utilizará las técnicas de la Estadística Descriptiva, como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gráficos de barra mixta</li> <li>• Cuadros estadísticos</li> <li>• Frecuencia simple</li> </ul>