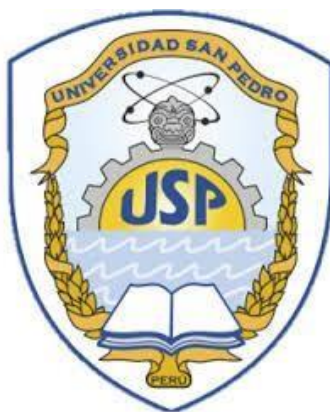


UNIVERSIDAD SAN PEDRO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



“Desempeño laboral, satisfacción del usuario del Restaurant el
Zarco Gourmet, Cajabamba, 2017”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Autor:

Burgos Reyes, Celinda

Asesor:

García León, Anibal

Cajamarca - Perú

2017

DEDICATORIA

A Dios por su infinito amor, sabiduría y por tener la senda perfecta por la cual camino.

A mis padres Sabina, Leónides y familia entera por ser los pilares de quién soy soporte en mi vida universitaria.

1. **PALABRAS CLAVE:** Desempeño laboral

TEMA Desempeño laboral

ESPECIALIDAD Administración

WORD KEYS Job performance

TOPIC Job performance

SPECIALITY Administration

Línea de investigación:

UNESCO:	Producción	(5304.07)
----------------	------------	-----------

2. “Desempeño laboral, satisfacción del usuario del Restaurant el Zarco Gourmet, Cajabamba, 2017”

3. RESUMEN

La presente investigación titulada: “Desempeño laboral, satisfacción del usuario del Restaurant el Zarco Gourmet, Cajabamba, 2017”, me permitió analizar y determinar el Desempeño laboral, satisfacción del usuario del Restaurant el Zarco Gourmet, lo cual, me conllevó a la hipótesis: el Desempeño laboral influye positivamente en la satisfacción del usuario del Restaurant el Zarco Gourmet, los resultados obtenidos en la presente investigación coadyuvan al Restaurant a tener un buen Desempeño laboral con el servicio que ofrecen es incrementar la satisfacción en los usuarios que visitan dicho servicio que con sus pagos ayudan a crear un mejor país. Se utilizó la investigación Aplicativa, de tipo Descriptiva y diseño Descriptivo, se aplicó como técnica la encuesta y la observación directa y como instrumento el cuestionario; la población estuvo conformada por 40 usuarios del Restaurant el Zarco Gourmet, el mismo que beneficia a los colaboradores, los estudiantes, profesionales administrativos, investigadores científicos y al Estado Peruano.

Palabras clave: Desempeño laboral

4. ABSTRACT

The present investigation entitled:” Labor performance, satisfaction of the Restaurant the Zarco Gourmet user, Cajabamba, 2017”, It allowed me to analyze and determine work performance, satisfaction of the user of the Zarco Gourmet Restaurant, which, it led me to the hypothesis: the work Performance positively influences the satisfaction of the user of the Zarco Gourmet Restaurant, the results obtained in the present research contribute to the Restaurant to have a good work Performance with the service they offer is to increase the satisfaction of the users who visit this service that with their payments help to create a better country. Applicative research was used, of Descriptive type and Descriptive design; the survey and direct observation were applied as a technique and as a tool the questionnaire, the population was conformed by 40 users of Restaurant the Zarco Gourmet, the same one that benefits the collaborators, the students, administrative professionals, scientific researchers and the Peruvian State.

WORDS KEY: Job performance

INDICE

TEMA	i
PALABRAS CLAVE:	i
TÍTULO DEL TRABAJO:	ii
RESUMEN	iii
ABSTRACT.....	iv
CAPÍTULO I	1
INTRODUCCIÓN	1
1. ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA	2
1.1 CONCEPTO.....	2
1.1.1 ANTECEDENTES.....	2
1.1.2. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA:.....	5
1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.3. PROBLEMA	7
1.4. CONCEPTUACIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES. 7	
1.4.1. Marco Teórico:.....	7
1.4.2. ¿QUE ES EL DESEMPEÑO LABORAL?:.....	7
1.4.2.1. Características del desempeño laboral	7
1.4.2.2. Importancia del desempeño laboral.....	8
1.4.2.3. Funciones del desempeño laboral	9
1.4.2.4. Factores que influyen o intervienen en el desempeño laboral.....	11
1.4.3. Las personas y las organizaciones	12
1.4.3.1. A Nivel Regional:	15
1.4.3.2. A Nivel Nacional:	16
1.4.3.3. A Nivel Internacional:.....	17
1.4.4. Satisfacción:	18
1.4.4.1. Importancia de la Satisfacción del Cliente	20
1.4.4.2. Función de la Satisfacción Individual	22

1.4.4.3. Características de la Satisfacción al Cliente.....	23
1.4.4.4. La Importancia de Medir y Controlar la Satisfacción del Cliente.....	26
1.4.5. La Satisfacción del Cliente y su Importancia	27
1.4.5.1. Los Niveles de Satisfacción:	27
1.4.5.2. A Nivel Regional:	28
1.4.5.3. A Nivel Internacional:.....	34
1.4.6. Que es el Usuario:	36
1.4.6.1. Relación de Cliente y Usuario:.....	37
1.4.6.2. Finalidad:	40
1.4.6.3. Importancia:	44
1.4.6.4. El Usuario y sus Características:.....	44
1.4.7. Trabajadores	46
1.4.7.1. Importancia de los Trabajadores	47
1.4.7.2. Finalidad de Trabajadores	48
1.4.7.3. Características de los Trabajadores	49
1.4.8. Variables, Dimensiones e Indicadores	50
5. Hipótesis	50
6. Objetivos.....	51
6.1. Objetivo General:	51
6.2. Objetivos Específicos:.....	51
CAPÍTULO II.....	52
METODOLOGÍA	52
2. Metodología de la investigación.....	53
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	53
2.1.1. Tipo de investigación	53
2.1.2. Diseño de investigación	53
2.2. Población y muestra.....	53
2.2.1. Población = Muestra.....	53
2.3. Técnicas e instrumentos de investigación	53

2.3.1. Técnicas:	53
2.3.2. Instrumentos de recolección de datos	53
2.4. Procesamiento y análisis de la información	54
CAPÍTULO III.....	55
RESULTADOS	55
3. Ficha de encuesta.....	56
3.1. ¿Sabes de que se encarga el desempeño laboral?	56
3.2. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿De qué servicio se encarga el restaurant?.....	57
3.3. ¿Qué sientes cuando escuchas restaurant?	58
3.4. ¿Qué concepto tienes sobre desempeño laboral?	59
3.5. ¿De qué manera influye el desempeño laboral en la satisfacción del usuario?.....	60
3.6. ¿Sientes al desempeño laboral como tu satisfacción?	61
3.7. ¿Sientes que el desempeño laboral te satisface?	62
3.8. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿Cómo te podría ayudar el desempeño laboral?.....	63
3.9. En tu opinión ¿podría mejorar desempeño laboral?	64
3.10. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿En qué podría mejorar desempeño laboral?.....	65
3.11. ¿Tienes conocimiento acerca de la satisfacción del usuario?.....	66
3.12. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿Qué tanto conoces acerca del tema?	67
3.13. ¿Sabes de qué manera apoyan a la sociedad con la satisfacción?	68
3.14. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿Qué tan bien utilizados son los servicios del restaurant?.....	69
3.15. ¿Estarías dispuesto a dar una propina por el servicio?	70

3.16. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿Cuánto te parecería justo tributar?.....	71
3.17. ¿Sientes que das propinas por el servicio?	72
3.18. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿Cuánto sientes que aportas al restaurant?.....	73
CAPÍTULO IV	74
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN.....	74
CAPÍTULO V.....	78
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	78
V. CONCLUSIONES:.....	79
VI. RECOMENDACIONES:	80
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	81
ANEXOS Y APÉNDICES	83

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

1. ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

1.1 CONCEPTO

1.1.1 ANTECEDENTES

En la presente investigación se muestra los antecedentes sobre el Desempeño laboral, satisfacción del usuario ya que ello nos permite conocer con mayor profundidad el propósito de la investigación y de las cosas, de esta manera podemos comprender y entender de la mejor forma posible, nuestro presente y gracias a ello se puede tomar las decisiones correctas, que determinarán el futuro de las organizaciones. A continuación, tenemos los siguientes autores:

Regional

Espino (2014), en su tesis de pregrado no publicada en la Universidad Nacional de Cajamarca titulada para obtener el título de profesional de administración titulada “Los factores motivacionales que influyen en el desempeño laboral del personal administrativo del hospital Regional de Cajamarca: una propuesta de programa de motivación-2014, concluye lo siguiente:

- ✓ Se determinó que los factores motivacionales que influyen en el desempeño laboral del personal administrativo del hospital Regional de Cajamarca, son de tipo extrínseco e intrínseco entre los cuales tenemos a la remuneración, la comodidad física, laboral, relaciones interpersonales, asensos, reconocimientos, capacitación, iniciativa y participación en toma de decisiones.
- ✓ Entre los factores extrínsecos que influyen en el desempeño del personal administrativo se encuentran las remuneraciones, debido a que este factor no satisface en totalidad sus necesidades básicas, la comodidad física, ya que consideran que la disposición adecuada de los equipos y recursos materiales que se utiliza permite el desarrollo eficiente de funciones, la estabilidad laboral, ya que

manifiestan que se deben otorgar en función al desempeño y las relaciones interpersonales, tanto con sus compañeros.

- ✓ de trabajo como la que mantiene con su jefe inmediato influye en la realización de tareas encomendadas.

Los factores intrínsecos que se identifican como influyentes en el desempeño laboral del personal administrativo fueron, los reconocimientos, ya que se considera que se debería otorgar reconocimientos e incentivos por los objetivos cumplidos, los ascensos, porque muchas veces no consideran el desempeño para obtenerlos, la capacitación, debido a que esta debe ser la adecuada para el desempeño de sus funciones además de permitirles un crecimiento personal y profesional, la iniciativa, y la participación en la toma de decisiones, las cuales permiten autonomía en el trabajo que realizan.

Nacional

(**Cobali, 2009**), realizó la investigación: La nueva gestión del potencial humano y su evaluación del desempeño en las instituciones financieras de Huamanga, en la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho. La investigación llegó a la siguiente conclusión: Se ha demostrado con evidencias significativas estadísticamente que los desempeños laborales en las instituciones financieras de Huamanga definitivamente son influidos por acciones de motivación y los diferentes programas de incentivos; por ejemplo los reconocimientos individuales, la imparcialidad y transparencia en los ascensos y las promociones de los empleados y fundamentalmente los incentivos por productividad, demostrándose de esta manera la validez de la hipótesis principal.

(**Mayory, 2006**), realizó la investigación: Capacitación Empresarial y desempeño laboral en el fondo de empleados del Banco de la Nación-FEBAN 2006, LIMA, en la Universidad Nacional Mayor de San

Marcos, Lima. La investigación llegó a la siguiente conclusión: Podemos afirmar con un 95%, que un Programa de Capacitación Empresarial se relaciona significativamente con el Desempeño Laboral de los Trabajadores del Fondo de Empleados del Banco de la Nación durante el 2006.

Álvarez, señala que el Clima Organizacional puede ser vínculo u obstáculo para el buen desempeño de la institución, puede ser un factor de distinción e influencia en el comportamiento de quienes la integran. En suma, es la expresión personal de la “opinión” que los trabajadores y directivos se forman de la organización a la que pertenecen. Ello incluye el sentimiento que el empleado se forma de su cercanía o distanciamiento con respecto a su jefe, a sus colaboradores y compañeros de trabajo.

Internacional

Nieves (2003) estudió la relación existente entre el Desempeño Docente y el Clima Organizacional en una institución educativa pública del Estado. Aragua. Se seleccionó una muestra probabilística al azar simple y estratificada aplicando un procedimiento sistemático y por afijación proporcional. Previo ajuste, la muestra quedó conformada por quince (15) profesores TC, miembros del Consejo Técnico Asesor, veinte (20) profesores PH y sesenta (60) alumnos cursantes del Segundo Año, mención.

Villavicencio, 2015), realizó la investigación: Efectos de una intervención ad hoc sobre el clima organizacional y el desempeño laboral, en la Universidad Nacional Autónoma de México. La investigación llegó a las siguientes conclusiones:

1. Validez del contenido de este instrumento es representativo de la propiedad que se mide, se analizó ítem a ítem, tanto en cuanto a su

estructura gramatical y su presentación como revisando que estos fueran muestras de comportamientos representativos de lo que se pretendió medir.

2. Validez ecológica. Adicionalmente y por la relevancia que conlleva, se hace énfasis en que se cumplió también con el tipo de validez ecológica. Al respecto el diseño de la investigación consideró adecuadamente las circunstancias que de modo natural se dan en el contexto del fenómeno a estudiar. En este sentido, la información para la elaboración del cuestionario y los datos obtenidos en la medición del clima organizacional provienen de los empleados en situaciones que le son naturales.

(Ojeda, 2011), realizó la investigación: Propuesta para determinar la reacción entre el clima organizacional y el desempeño laboral, en la Universidad Nacional Autónoma de México. La investigación llegó a la siguiente conclusión: El clima organizacional es uno de los mejores indicadores, para poder determinar el funcionamiento de una organización, a nivel individual, grupal u organizacional, además ayuda a determinar los factores que intervienen en dicha corporación, permitiendo identificar con precisión las diferentes problemáticas en el funcionamiento global de la organización pudiendo determinar el nivel de intervención, y las áreas susceptibles de mejora y cambio.

1.1.2. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA:

Constitución Política del Perú (1993) inciso 15 artículo 2 establece que toda persona tiene derecho a trabajar libremente, con sujeción a ley.

Constitución Política del Perú (1993) segundo párrafo artículo 74 establece que el Estado, al ejercer la potestad tributaria, debe respetar los principios de reserva de la ley, y los de igualdad y respeto de los derechos fundamentales de la persona. Ningún tributo puede tener carácter confiscatorio.

Congreso de la República del Perú (2008) Artículo 1 [Título I]. **“Texto Único Ordenado De La Ley De Promoción De La Competitividad, Formalización Y Desarrollo De La Micro Y Pequeña Empresa Y Del Acceso Al Empleo Decente, Ley Mype” [D.S. 007-2008-TR.]** cita lo siguiente: La presente Ley tiene por objetivo la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para la ampliación del mercado interno y externo de éstas, en el marco del proceso de promoción del empleo, inclusión social y formalización de la economía, para el acceso progresivo al empleo en condiciones de dignidad y suficiencia.

1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La finalidad de la investigación es determinar el Desempeño laboral, satisfacción del usuario. Para poder diagnosticar los malestares que perjudican el buen desarrollo del desempeño laboral del Restaurant “el Zarco Gourmet” en el periodo 2017, cabe destacar que el capital humano es el principal factor que influye en la creación del valor, tanto para los trabajadores; así como para los ciudadanos. Por lo tanto, el Capital humano no es sólo un activo intangible estático, es un medio para lograr un fin. Por lo cual se tiene que brindar todo lo necesario para la satisfacción del usuario, en este caso el desempeño laboral tiene una relación con la satisfacción del usuario. Asimismo, este estudio se realizó con el fin de determinar los problemas que genera un desempeño laboral inadecuado. Ya que el desempeño laboral permite elevar sus niveles de productividad al trabajador en su puesto de trabajo y en el desarrollo de una sociedad que conlleva a mejorar la calidad de vida, dentro de un determinado espacio o lugar, sumando a ello los conocimientos necesarios para su aplicación, para lo cual se tiene que contar con personas idóneas, con un perfil adecuado que sean capaces de manejar el rol asignado.

1.3. PROBLEMA

¿Cómo es el Desempeño laboral, satisfacción del usuario del Restaurant “el Zarco Gourmet”, Cajabamba, 2017?

1.4. CONCEPTUACIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

1.4.1. Marco Teórico:

1.4.2. ¿QUE ES EL DESEMPEÑO LABORAL?:

Es el rendimiento laboral y la actuación que manifiesta el trabajador al efectuar las funciones y tareas principales que exige su cargo en el contexto laboral específico de actuación, lo cual permite demostrar su idoneidad.

La importancia de este enfoque reside en el hecho que el desempeño del trabajador va de la mano con las actitudes y aptitudes que estos tengan en función a los objetivos que se quieran alcanzar, seguidos por políticas normas, visión y misión de la organización.

1.4.2.1. Características del Desempeño laboral

Las características del desempeño laboral corresponden a los conocimientos, habilidades y capacidades que se espera que una persona aplique y demuestre al desarrollar su trabajo.

Según FLORES GARCÍA RADA JAVIER (2008)

Adaptabilidad

Se refiere a la mantención de la efectividad en diferentes ambientes y con diferentes asignaciones, responsabilidades y personas.

Comunicación

Se refiere a la capacidad de expresar sus ideas de manera efectiva ya sea en grupo o individualmente. La capacidad de

acuerdo el lenguaje o terminología a las necesidades del receptor (es). Al buen empleo de la gramática, organizacional y estructura en comunicaciones.

Iniciativa

Intención de influir activamente sobre los acontecimientos para alcanzar objetivos. A la habilidad de provocar situaciones en lugar de aceptarlas pasivamente. A las medidas que toma para lograr objetivos más allá de lo requerido.

Conocimientos

Nivel alcanzado de conocimientos técnicos y/o profesionales en áreas relacionadas con su área.

1.4.2.2. Importancia del desempeño laboral

Evaluar el desempeño de un trabajador es un componente fundamental para las empresas, porque ayuda a implementar estrategias y afinar la eficacia. El proceso abarca misión, visión, cultura organizacional y las competencias laborales de los cargos.

“La intención es mejorar el desarrollo integral de la persona por medio de planes de acción con el jefe, con el fin de pulir su perfil y encaminar su plan de carrera”, dijo a empleo.com Mario Felipe Ramírez, consultor senior de operaciones en London Consulting Group. El perfil para nuevos líderes corporativos.

Algunos de los puntos que se tienen en cuenta en la evaluación de desempeño son: la conducta, solución de conflictos, efectividad, objetivos, desarrollo personal, trabajo en equipo, habilidades y tácticas.

Puede ocurrir que el trabajador se resista a este proceso, por considerar que sus evaluadores no son imparciales y que al obtener una prueba no favorable podría costarle su permanencia en la organización. “Para esto, las empresas deben tomar medidas y cambiar la visión negativa de la evaluación del desempeño con soluciones que garanticen procesos reales y que aporten a la mejora del rendimiento”, acota Ramírez.

En consecuencia, un desarrollo seguro de la evaluación permite analizar el rendimiento individual, para así establecer los objetivos estratégicos y alinear las labores de los trabajadores. Además, reconocer las fortalezas y debilidades para crear programas de capacitación y establecer medidas entre desempeño y resultado.

“El desempeño equivale a las conductas que tuvo la persona en el periodo evaluado. Mientras que el resultado muestra los logros de los objetivos propuestos”, expresa Ramírez.

Es importante que el trabajador conozca las expectativas de desempeño laboral, que se le proporcionen oportunidades de aprendizaje y entregas de incentivos si obtiene calificaciones altas.

Las empresas, en conclusión, deben tener cifras y estadísticas claras para contar con evidencias de los seguimientos realizados al trabajador y fortalecer también los planes de carrera.

1.4.2.3. Funciones del desempeño laboral

Para un buen desempeño laboral es muy importante que los trabajadores entiendan cuáles son sus funciones o tareas específicas, los procedimientos que se deben seguir, las políticas que se deben respetar, los objetivos que deben cumplir.

Podemos dar muchas definiciones del desempeño laboral como por ejemplo las metas que debe alcanzar un trabajador dentro de la empresa en un tiempo determinado. Con ello nos damos cuenta de que el desempeño laboral de los recursos humanos tendrá mucho que ver con el comportamiento de los trabajadores y los resultados obtenidos, así como de la motivación cuanto mejor sea la motivación mejor podremos desempeñar nuestro trabajo y con ello mejoraremos nuestra productividad.

Una buena forma de mejorar el desempeño laboral de los trabajadores es motivándoles constantemente, y para ello podemos utilizar diferentes técnicas como pueden ser delegarles una mayor autoridad, darles mayores responsabilidades, recompensar los logros obtenidos, ofrecer un buen clima laboral. Existen muchas técnicas y métodos que permiten motivar a los empleados y así poder desempeñar su labor de manera más eficaz y más productiva. Para saber cuál aplicar, la empresa debe conocer las necesidades del trabajador y actuar en consecuencia.

Algunos de estos métodos son:

- **Maslow.** También conocido como pirámide de Maslow o jerarquía de las necesidades humanas. Según esta teoría conforme se satisfacen las necesidades básicas las personas desarrollamos necesidades menos básicas.
- **Herzberg.** Llamada teoría de los dos factores. Según esta teoría las personas estamos influenciados por dos factores, la satisfacción y la insatisfacción.
- **McGregor.** Teoría X y teoría Y. Son dos teorías contrapuestas, en la primera los directivos de las empresas creen que los empleados solo trabajan bajo amenazas y la segunda se basa en que los jefes creen que los trabajadores quieren y necesitan trabajar.

- **Locke.** Teoría de la fijación de metas. Según esta teoría la intención de alcanzar una meta es básica para la motivación.

1.4.2.4. Factores que influyen o intervienen en el desempeño laboral

1. La motivación: la motivación por parte de la empresa, por parte del trabajador y la económica. El dinero es un factor que motiva a los trabajadores, y hay que tenerlo muy en cuenta también si se trabaja por objetivos.
2. Adecuación / ambiente de trabajo: es muy importante sentirse cómodo en el lugar de trabajo ya que esto nos da mayores posibilidades de desempeñar nuestro trabajo correctamente. La adecuación del trabajador al puesto de trabajo consiste en incorporar en un puesto de trabajo concreto a aquella persona que tenga los conocimientos, habilidades y experiencia suficientes para desarrollar con garantías el puesto de trabajo y que además, esté motivada e interesada por las características del mismo.
3. Establecimiento de objetivos: el establecimiento de objetivos es una buena técnica para motivar a los empleados, ya que se establecen objetivos que se deben desarrollar en un período de tiempo, tras el cual el trabajador se sentirá satisfecho de haber cumplido estos objetivos y retos. Deben ser objetivos medibles, que ofrezcan un desafío al trabajador, pero también viables.
4. Reconocimiento del trabajo: el reconocimiento del trabajo efectuado es una de las técnicas más importantes. Los empleados suelen quejarse frecuentemente de que cuando hacen un trabajo especialmente bien, el jefe no lo reconoce. Sin embargo, el primer error sí. Esta situación puede

desmotivar inmediatamente incluso al mejor de los trabajadores. Decir a un trabajador que está realizando bien su trabajo o mostrarle su satisfacción por ello no sólo no cuesta nada, sino que además lo motiva en su puesto ya que se siente útil y valorado.

5. La participación del empleado: si el empleado participa en el control y planificación de sus tareas podrá sentirse con más confianza y también se encuentra que forma parte de la empresa. Además, quien mejor que el trabajador para planificarlo ya que es quien realiza el trabajo y por lo tanto quien puede proponer mejoras o modificaciones más eficaces.
6. La formación y desarrollo profesional: los trabajadores se sienten más motivados por su crecimiento personal y profesional, de manera que favorecer la formación es bueno para su rendimiento y es fundamental para prevenir riesgos de naturaleza psicosocial. Las ventajas son la autoestima, la satisfacción laboral, mejor desempeño del puesto, promoción.

1.4.3. Las personas y las organizaciones

Así como las organizaciones necesitan de las personas para poder existir, las personas también necesitan de ellas recíprocamente. Los individuos, y más aún los de la actualidad, pasan la mayor parte de su día en las organizaciones para las cuales trabajan. Pero ellas no solo influyen en el aspecto laboral de las personas, también en la forma de vivir, en la manera de vestirse, en sus aspiraciones, sus valores, etc. Y a su vez, las empresas se ven influenciadas por el modo de pensar y sentir de quienes forman parte de ella.

Una organización se forma ya que un individuo no puede por sí sólo cumplir con su objetivo, necesita de la ayuda de otro para alcanzarlo.

Mediante ella el individuo ve la posibilidad de cubrir las necesidades que requiere cubrir, como ser: alimenticias, económicas, intelectuales, emocionales, etc.

Así como cada persona tiene sus objetivos individuales, las empresas también cuentan con sus propios objetivos. Allí es donde entra en juego el papel de Recursos Humanos, cuando tenemos que ser capaces de alinear los objetivos individuales con los objetivos organizacionales para poder llegar a la meta en común. Aunque se busca un equilibrio entre los individuos y la empresa, ésta no podrá alcanzarse por completo, ya que las necesidades, los objetivos y las relaciones de poder varían, de modo que la adaptación es un proceso de cambio y de ajustes continuos.

Todas las personas trabajan formando parte de una organización. Allí, en ese contexto, es donde manifiestan sus emociones, a veces tienen motivaciones por sus tareas y otras veces no, afrontan día a día los inconvenientes o insatisfacciones que se les presentan, se relacionan con sus jefes y también con sus compañeros o colegas formando grupos.

El ser humano que trabaja y forma parte integrante de una organización tiene un determinado comportamiento organizacional.

¿Cómo beneficia a tu empresa al implementar evaluaciones de desempeño?

La evaluación del desempeño es un instrumento que se utiliza para comprobar el grado de cumplimiento de los objetivos propuestos a nivel individual. Este sistema permite una medición sistemática, objetiva e integral de la conducta profesional y el rendimiento o el logro de resultados (lo que las personas son, hacen y logran).

Es útil para determinar la existencia de problemas en cuanto se refiere a la integración de un empleado/a en la organización. Identifica los tipos de insuficiencias y problemas del personal evaluado, sus fortalezas, posibilidades, capacidades y los caracteriza.

Es importante resaltar que se trata de un proceso sistemático y periódico, se establece de antemano lo que se va a evaluar y de qué manera se va a realizar y se limita a un periodo de tiempo, que normalmente es anual o semestral. Al sistematizar la evaluación se establecen unas normas estándar para todos los evaluadores de forma que disminuye el riesgo de que la evaluación esté influida por los prejuicios y las percepciones personales de éstos.

Mediante la apropiada evaluación del personal se puede evaluar a los trabajadores a fin de que continúen trabajando en la empresa. Es importante porque permite el mejoramiento de las relaciones humanas entre superiores y subordinados.

La evaluación de personal es una herramienta para mejorar los resultados de los recursos humanos de la empresa.

Facilita la información básica para la investigación de los recursos humanos. Promueve el estímulo a la mayor productividad.

Logra una estimación del potencial de desarrollo de los trabajadores.

La valoración del desempeño es una herramienta al servicio de los sistemas de gestión de recursos humanos.

Entre otros, los principales beneficios que obtendrás en tu compañía al evaluar periódica y estandarizada mente a tu equipo de trabajo son:

- **Establecer estándares y métricas** de expectativas de desempeño individual de cada miembro de la organización.
- **Alinear las metas** individuales con las de cada departamento y éstas a su vez con las de la compañía.
- **Optimizar los niveles de desempeño.**
- **Reconocer el desempeño sobresaliente** así como identificar el desempeño débil de tus colaboradores.

- **Identificar las oportunidades de crecimiento** y desarrollo según los perfiles, habilidades y competencias de tu personal.
- **Recompensar el esfuerzo** de tus empleados de manera justa y equitativa con una base objetiva.
- Conocer las **áreas de oportunidad** de cada **departamento**.
- Lograr el **compromiso, satisfacción e identificación** de los colaboradores hacia la empresa.

En la actualidad la evaluación del equipo de trabajo se ha convertido en una práctica cada vez más recurrente en las compañías, más allá de ser una metodología de medición de resultados, lo interesante es observar **cómo las personas buscarán llegar a concretar los objetivos que la empresa les asigna** y con esto colaborar al beneficio global de toda la organización trabajando en equipo, lo que otorga a la empresa una importante ventaja competitiva.

1.4.3.1. A Nivel Regional:

Espino (2014), en su tesis de pregrado no publicada en la Universidad Nacional de Cajamarca titulada para obtener el título de profesional de administración titulada “Los factores motivacionales que influyen en el desempeño laboral del personal administrativo del hospital Regional de Cajamarca: una propuesta de programa de motivación-2014, concluye lo siguiente:

- ✓ Se determinó que los factores motivacionales que influyen en el desempeño laboral del personal administrativo del hospital Regional de Cajamarca, son de tipo extrínseco e intrínseco entre los cuales tenemos a la remuneración, la comodidad física, laboral, relaciones interpersonales, asensos, reconocimientos, capacitación, iniciativa y participación en toma de decisiones.
- ✓ Entre los factores extrínsecos que influyen en el desempeño del personal administrativo se encuentran las remuneraciones,

debido a que este factor no satisface en totalidad sus necesidades básicas, la comodidad física, ya que consideran que la disposición adecuada de los equipos y recursos materiales que se utiliza permite el desarrollo eficiente de funciones, la estabilidad laboral, ya que manifiestan que se deben otorgar en función al desempeño y las relaciones interpersonales, tanto con sus compañeros de trabajo como la que mantiene con su jefe inmediato influye en la realización de tareas encomendadas.

- ✓ Los factores intrínsecos que se identifican como influyentes en el desempeño laboral del personal administrativo fueron, los reconocimientos, ya que se considera que se debería otorgar reconocimientos e incentivos por los objetivos cumplidos, los ascensos, porque muchas veces no consideran el desempeño para obtenerlos, la capacitación, debido a que esta debe ser la adecuada para el desempeño de sus funciones además de permitirles un crecimiento personal y profesional, la iniciativa, y la participación en la toma de decisiones, las cuales permiten autonomía en el trabajo que realizan.

1.4.3.2. A Nivel Nacional:

(Mayory, 2006), realizó la investigación: Capacitación Empresarial y desempeño laboral en el fondo de empleados del Banco de la Nación- FEBAN- 2006, LIMA, en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. La investigación llegó a la siguiente conclusión: Podemos afirmar con un 95%, que un Programa de Capacitación Empresarial se relaciona significativamente con el Desempeño Laboral de los Trabajadores del Fondo de Empleados del Banco de la Nación durante el 2006.

Bedoya, 2003), realizó la investigación: La nueva gestión de personas y el desempeño laboral por competencias, en la

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. La investigación llegó a la siguiente conclusión: Los procesos de gestión de evaluaciones de desempeño están sufriendo grandes modificaciones a fin de adecuarse a las nuevas exigencias de los escenarios modernos, el estudio de la función de los recursos humanos y del proceso de gestión de la evaluación de desempeño, así como de su adecuación a los nuevos tiempos, constituye un gran desafío que las empresas deberán afrontar decididamente en los escenarios de los mercados globalizados, si desean ser competitivos y permanecer en ellos.

(Oscco, 2015), realizó la siguiente investigación: Gestión del talento humano y su relación con el desempeño laboral del personal de la Municipalidad Distrital Pacucha-Andahuaylas-Apurímac, 2014, en la universidad Nacional José María Arguedas de Andahuaylas. La investigación llegó a la siguiente conclusión: la gestión del talento se relaciona de forma positiva débil con el desempeño laboral del personal de la Municipalidad Distrital de Pacucha, de acuerdo al coeficiente de correlación de Spearman.

1.4.3.3. A Nivel Internacional:

(Chiavenato, 2000), define el desempeño, como las acciones o comportamientos observados en los empleados que son relevantes en el logro de los objetivos de la organización. En efecto, afirma que un buen desempeño laboral es la fortaleza más relevante con la que cuenta una organización.

Silva (1996), muchas veces las organizaciones ponen en marcha programas de intervención o capacitaciones, sin analizar convenientemente todos los elementos importantes que deben ser mejorados, pasando por alto la historia de la organización, así

como los modelos que dan cuenta de su complejidad. Como consecuencia, dichos programas fracasan o tienen un impacto sólo a corto plazo.

1.4.4. Satisfacción:

La calidad de servicio y la satisfacción del usuario son de gran beneficio para todos los clientes del restaurant El Zarco Gourmet y también para el resto de la sociedad Cajabamba, ya que un buen servicio genera satisfacción.

Originada etimológicamente en el latín “satisfactionis” palabra compuesta integrada por “satis” = bastante o suficiente y el verbo “facere” = “hacer”, la palabra satisfacción designa lo que ha sido realizado de modo acabado, cumpliendo las expectativas, órdenes o deseos, de tal modo que habiendo hecho lo suficiente se siente la gratificación o el agrado de llegar a un buen resultado, que no necesita de un mayor aporte.

La satisfacción es un estado mental de goce por sentir que ya nada se necesita para lograr la completitud ya sea física o mental. Ejemplo: “siento gran satisfacción por haberme recibido en término”, “mi gran satisfacción está dada por tener salud y un pasar económico desahogado”, “estoy satisfecho con mi almuerzo, ya no deseo más alimentos” o “mis empleados han manifestado su satisfacción por haber premiado sus esfuerzos con un incremento salarial”.

La satisfacción es subjetiva, ya que no todos sentirán la misma satisfacción ante iguales resultados. Si bien la satisfacción de las necesidades vitales (comida, bebida, abrigo, vivienda) son una exigencia para sentirnos plenos, hay individuos que siempre aspiran a más, y por lo tanto nunca logran estar satisfechos. Son los que siempre se están quejando, tristes y apesadumbrados, viendo siempre el lado negativo de las cosas y todo lo que

les falta para ser felices. Por el contrario, los que encuentran satisfacción en los pequeños logros cotidianos son alegres, sonrientes y optimistas.

La satisfacción es un estado del cerebro producido por una mayor o menor optimización de la retroalimentación cerebral, en donde las diferentes regiones compensan su potencial energético, dando la sensación de plenitud e inapetencia extrema.

Cuando la satisfacción acompaña a la seguridad racional de haberse hecho lo que estaba dentro del alcance de nuestro poder, con cierto grado de éxito, esta dinámica contribuye a sostener un estado armonioso dentro de lo que es el funcionamiento mental.

La mayor o menor sensación de satisfacción, dependerá de la optimización del consumo energético que haga el cerebro. Cuanto mayor sea la capacidad de neurotransmitir, mayor facilidad de lograr la sensación de satisfacción.

No se debe confundir la satisfacción con la felicidad, aunque sí es necesario sentir satisfacción para poder entender qué es la felicidad plena. La insatisfacción produce inquietud o sufrimiento.

No obstante, dado que la naturaleza del cerebro y la prioridad de la mente es la de establecer caminos sinápticos que consuman lo menos posible, el ser humano siempre tenderá a ir buscando nuevas y mejores maneras de estar satisfecho, por lo que es parte de su naturaleza mantenerse constantemente inquieto y en constante expectativa de peligro por perder la poca o mucha satisfacción que esté experimentando en su presente, comprometiendo de esta manera el grado de felicidad final que se obtiene.

La falta de estímulo por lo cual moverse, actuar y pensar, procedentes de la satisfacción plena, solo aumenta el grado de inquietud por conservar ese estado de consumo mínimo el mayor tiempo posible. Cuando la parte racional ha registrado por varias veces el ciclo satisfacción - estado de plenitud y marca el objetivo de conseguir ese estado de forma indefinida con el mínimo esfuerzo posible, es cuando se necesitará de la consecución

del estímulo adecuado para activar la motivación que nos permitirá emplear la energía para movernos.

La satisfacción puede también aludir a la que necesita la víctima de un daño para sentir que se ha hecho justicia. Ejemplo: “exijo una satisfacción económica por el daño moral que me hizo mi prometido al dejarme cuando lo esperaba en el altar”.

1.4.4.1. Importancia de la Satisfacción del Cliente

Horovitz, (2013). Manifiestan que en la actualidad, lograr la plena satisfacción del cliente es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la “mente” de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener “satisfecho a cada cliente” ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc. De las empresas exitosas.

Horovitz y Panak, (2013) mencionan que sus diversos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes estos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente:

Primer Beneficio: El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar el producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y, por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos o servicios adicionales en el futuro.

Segundo Beneficio: El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por lo tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos

Tercer Beneficio: El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado.

En síntesis, toda empresa que logre la satisfacción del cliente obtendrá como beneficios:

La lealtad del cliente (que se traducen futuras ventas)

Difusión gratuita (que se traducen en nuevos clientes)

Una determinada participación en el mercado.

Alcanzar la **satisfacción** de los clientes es uno de los **factores críticos** para toda organización que pretenda diferenciarse de sus competidores y obtener mejores resultados en el negocio.

Seguidamente se presenta un decálogo de ideas para meditar:

1. Compromiso con un servicio de calidad: toda persona de la organización tiene casi la obligación de crear una experiencia positiva para los clientes.

2. Conocimiento del propio producto o servicio: transmitir claramente conocimientos de interés para el cliente acerca de las características del propio producto o servicio ayuda a ganar la confianza de éste.

3. Conocimiento de los propios clientes: aprender todo lo que resulte posible acerca de los clientes para que se pueda enfocar el producto o servicio a sus necesidades y requerimientos.

4. Tratar a las personas con respeto y cortesía: cada contacto con el cliente deja una impresión, sin importar el medio utilizado (e-mail, teléfono, personalmente, etc.). Esta impresión debe denotar siempre corrección en el trato.

5. Nunca se debe discutir con un cliente: desde luego que no siempre tiene la razón, pero el esfuerzo debe orientarse a

recomponer la situación. Muchos estudios demuestran que 7 de cada 10 clientes harían negocios nuevamente con las empresas que resuelven un problema a su favor.

6. No hacer esperar a un cliente: los clientes buscan una rápida respuesta, por lo que es fundamental tratar ágilmente las comunicaciones y la toma de decisiones.

7. Dar siempre lo prometido: una falla en este aspecto genera pérdida de credibilidad y de clientes. Si resulta inevitable un incumplimiento, se debe pedir disculpas y ofrecer alguna compensación.

8. Asumir que los clientes dicen la verdad: aunque en ciertas ocasiones parezca que los clientes están mintiendo, siempre se les debe dar el beneficio de la duda.

9. Enfocarse en hacer clientes antes que ventas: mantener un cliente es más importante que cerrar una venta. Está comprobado que cuesta seis veces más generar un cliente nuevo que mantener a los existentes.

10. La compra debe ser fácil: la experiencia de compra en el punto de venta, página web, catálogo, etc., debe ser lo más fácil posible, y debe ayudar a los clientes a encontrar lo que están buscando.

1.4.4.2. Función de la Satisfacción Individual

La evolución de un sistema de calidad entendemos pasa inexorablemente por potenciar aquellas actividades que permiten obtener un mayor grado de satisfacción del cliente, por lo que ya podemos instruir el gran papel que puede jugar la correcta gestión de las relaciones con el cliente, conocidas como CRM.

En la actualidad, y a mi entender, esta gestión será más certera en tanto en cuanto mejor podamos llegar a conocer las especificidades de cada uno de nuestros clientes: en el pasado se hablaba de personalizar el trato con el cliente. Vamos un poco más allá: pretendemos individualizar las relaciones con cada uno de nuestros clientes, llegando a conocer sus necesidades y su función de satisfacción.

Hemos ya introducido el concepto de función de satisfacción individual (FSI), que recoge todas aquellas variables que intervienen en la valoración del nivel de satisfacción experimentado por cada cliente. La FSI debe diferenciarse de la función de satisfacción de los clientes (FS), de carácter colectivo y que puede ser inferida a partir de los distintos grados de correlación de las variables que intervienen en la misma mediante métodos econométricos. Lo que ahora perseguimos es poder generar funciones personalizadas para cada uno de nuestros clientes; esta función (FSI) posee las siguientes peculiaridades:

1.4.4.3. Características de la Satisfacción al Cliente

En la actualidad, la **satisfacción al cliente** se ha convertido en el más grande objetivo de las empresas de cualquier tipo (pequeñas, grandes, nacionales, internacionales, etc.), sin embargo no todas la logran y esto influye directamente en todos los departamentos de la empresa u organización.

Si bien sabemos cuáles son los múltiples beneficios que nos otorga lograr exitosamente la satisfacción al cliente, pocos sabemos cuáles son los elementos y sus características que la conforman, a continuación, voy a definir los tres elementos más importantes de la satisfacción al cliente y las características de cada uno.

Rendimiento de la empresa, percibido por el cliente: Se refiere al desempeño (cuánto valor se le da) que el cliente considera haber obtenido después de adquirir un producto o servicio, es decir, es el resultado que el cliente “percibe” que obtuvo del producto o servicio que adquirió.

- 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 la percepción del cliente, no necesariamente la realidad.
- Se puede ver influenciado por personas que influyan directamente en el cliente.
- Depende ampliamente del estado de ánimo en el que estaba el cliente cuando adquirió este producto o servicio.

Expectativas: Son las esperanzas que los clientes tienen con el producto o servicio, este elemento puede depender de las prácticas de mercadotecnia de la empresa o el simple pensamiento del cliente.

Las expectativas se producen por:

- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda un producto o servicio.
- Experiencias de comprar anteriores
- Experiencias de compras con la competencia
- Opiniones de las personas que influyen directamente en el cliente (amistades, familiares, conocidos, y líderes de opinión).

- Promesas de los competidores

En lo que refiere a la empresa se debe tener cuidado en usar el nivel adecuado de las expectativas ya que si son demasiado bajas no se atraerán a suficientes clientes, pero si son más altas de lo que deberían, los clientes se sentirán decepcionados después de adquirir el producto o servicio.

Es ampliamente recomendable monitorear regularmente las expectativas de los clientes para saber:

- Si se encuentran dentro de lo que la empresa puede brindar.
- Si están a la par, debajo o por encima de las expectativas que otorga la competencia.
- Si coinciden con lo que el cliente promedio espera para decidirse a comprar.

Niveles de satisfacción: Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio los clientes experimentan uno de los tres posibles niveles de satisfacción al cliente.

- Insatisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto o servicio 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.

Dependiendo el nivel de satisfacción al cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: un cliente insatisfecho cambiará de marca o proveedor de inmediato. Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre

otro proveedor que tenga una oferta mejor. En cambio, un cliente complacido será leal a una marca porque siente afinidad emocional que supera ampliamente a una preferencia racional.

1.4.4.4. La Importancia de Medir y Controlar la Satisfacción del Cliente

En esta era de las redes sociales, nuestras experiencias como clientes son visibles para todo el mundo a través de nuestras redes en tiempo casi real. Compramos libros y artículos en línea y muchos de nosotros leemos los comentarios antes de tomar decisiones. Elegimos restaurantes donde las críticas son positivas y lo mismo vale para prácticamente cualquier otra área de nuestra vida como consumidores.

Y mientras que las buenas opiniones son una gran lanzadera para todo negocio, los comentarios negativos pueden influir en detrimento de la reputación. Por eso, en este contexto digital donde el cliente tiene tanto poder se vuelve muy importante trabajar y mejorar la calidad de los servicios.

Desarrollar y mantener un alto nivel de satisfacción del cliente es una parte importante de la estrategia de la organización y los planes de operación.

Es importante establecer una línea de base para las medidas de satisfacción del cliente. Desde encuestas sencillas hasta herramientas como Net Promoter Score, es esencial darle estructura y rigor a las medidas. Identificar las medidas apropiadas y aprender a interpretarlas y traducirlas en acciones es entendido tanto como un arte como una ciencia.

Diseñar y entregar una encuesta de satisfacción del cliente es una tarea difícil para muchas organizaciones que carecen de una función formal de investigación, aun así, hay que destinar los recursos y los medios que sean necesarios. Y es que los clientes por naturaleza enfocan sus

comunicaciones en una estrecha lista de problemas relacionados con sus productos o servicios.

Es importante desarrollar las habilidades y procesos para observar a los clientes y tratar de comprender mejor sus verdaderos retos y necesidades.

El objetivo de toda medición es el conocimiento de las satisfacciones del cliente que potencian su fidelidad. Un cliente leal tiene un valor mucho más alto que aquel que generó con su primera compra. Esta cifra, especialmente cuando se compara con el alto coste de adquirir un nuevo cliente, habla mucho de la necesidad de que cualquier empresa concentre su atención y sus recursos en aumentar la satisfacción del cliente.

1.4.5. La Satisfacción del Cliente y su Importancia

Conocer la opinión de sus clientes es de una **importancia fundamental** para toda organización que pretenda ser **exitosa**. Medir la **Satisfacción de sus clientes**-además de ser un requisito “Seguimiento y medición” de ISO 9001- le permite a una empresa conocer sus propias **fortalezas y debilidades**, sobre las cuales podrá trazar las **estrategias de mejora** que le resulten más convenientes.

1.4.5.1. Los Niveles de Satisfacción:

Entre los niveles de satisfacción se encuentran los 3 niveles de satisfacción que por lo menos uno de ellos puede experimentar los usuarios:

Insatisfacción

Se produce cuando el desempeño percibido del servicio no alcanza las expectativas del usuario.

Satisfacción

Se produce cuando el desempeño percibido del servicio coincide con las expectativas del usuario.

Complacencia

Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del usuario.

Dependiendo el nivel de satisfacción del usuario, se puede conocer el grado de lealtad hacia la institución. Por ejemplo: un paciente insatisfecho cambia una marca o proveedor de forma inmediata (deslealtad condicionada por el centro de salud) por su parte el paciente satisfecho se mantendrá leal; pero tan solo hasta que encuentre otro servicio que tenga una mejor oferta (lealtad condicional). En cambio, el paciente complacido será leal a un servicio porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional. Por este motivo las organizaciones buscan complacer a sus usuarios mediante la promesa que pueden ofrecer y entregar más de lo que promete.

1.4.5.2. A Nivel Regional:

(Ramírez, 2015), de la Universidad Nacional José María Arguedas en donde hizo su estudio para identificar la relación que existe entre calidad de atención y satisfacción del usuario externo del Hospital Hugo Pesce Pescetto de la ciudad de Andahuaylas. Su investigación tuvo como objetivo principal, determinar la relación que existe entre la calidad de atención y la satisfacción del usuario. De esta manera dicho autor llegó a dar sus conclusiones que los usuarios externos manifiestan una satisfacción regular con la calidad de atención de salud de la consulta externa que perciben en el establecimiento, respecto a los objetivos específicos planteados, en el primer objetivo se aceptó la hipótesis nula y en los otros dos objetivos se rechazó las hipótesis nulas al igual que el objetivo general, entonces se puede afirmar con un nivel de confianza del 95% que no existe relación significativa entre la dimensión técnica-científica y la satisfacción del usuario, pero sí existe relación significativa entre la dimensión del

entorno y la dimensión humana con la satisfacción del usuario de la consulta externa en el Hospital Hugo Pesce Pescetto.

(Florian, 2013), desarrolló un estudio titulado “Calidad de servicio en el área de carga y encomiendas y la satisfacción de los clientes de la empresa transportes línea s.a. Trujillo”, Universidad Nacional de Trujillo. La investigación busca la relación de la calidad de servicio en el área de carga y encomiendas y la satisfacción de los clientes de la empresa de transportes, en donde la empresa busca constantemente la calidad en sus servicios. El objetivo principal del estudio es conocer la calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transportes. Como conclusiones tenemos: La calidad de servicio del área de carga y encomiendas es eficiente por la confianza que ésta brinda a sus clientes, y su relación con los mismos es leal, en donde el 35% acude diariamente, mientras que el 31% acude semanalmente. El atributo mejor percibido lo constituye la confiabilidad que la empresa emite a sus clientes con un 24.5%, pues la empresa le brinda un buen trato personalizado y una respuesta inmediata frente a cualquier problema que le pueda presentar, creando en ellos un alto nivel de expectativa a la hora de efectuar la elección del servicio. Las razones que generan cierta insatisfacción en los clientes son las instalaciones de la empresa, ya que el 34.11% de clientes percibieron esto, pues estas no van acorde con el servicio que ellos reciben. Así como también que la empresa no cuenta con un tarifario actualizado para que el cliente estén al 100% informado de los precios que ellos deben pagar por sus envíos.

(Zegarra, 2013) Desarrolló el estudio de la “Influencia de la gestión de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente operador turístico Muchik Tours SAC en el distrito de Trujillo”, Universidad Nacional de Trujillo. Esta investigación nace debido a la importancia que tienen los servicios en la actualidad y que se necesita mejorar la

calidad para adelantarse a las expectativas del cliente que son los turistas. El objetivo principal de esta investigación es determinar el grado de influencia de la gestión de calidad del servicio en la satisfacción del cliente turista. En donde el desarrollo de la investigación ha permitido concluir en lo siguiente: El operador turístico Muchik Tours S.A.C. tiene como clientes a los operadores mayoristas nacionales, quienes son el primer contacto con los turistas nacionales y extranjeros. La gestión de la calidad de servicio del operador turístico Muchik Tours S.A.C. influye positivamente en la satisfacción de los clientes, esto se sustenta en que los turistas se mostraron muy satisfechos con el servicio que recibieron por parte de los guías, hospedajes, transporte y restaurantes. El operador turístico Muchik Tours S.A.C. de acuerdo a los principios de la gestión de la calidad tiene un enfoque al cliente, cultura de calidad centrada en la mejora continua, la implicación de la alta dirección al tener un adecuado sistema de comunicación e involucrar a los proveedores.

1.4.5.2. A Nivel Nacional:

(Florian, 2013), desarrolló un estudio titulado “Calidad de servicio en el área de carga y encomiendas y la satisfacción de los clientes de la empresa transportes línea s.a. Trujillo”, Universidad Nacional de Trujillo. La investigación busca la relación de la calidad de servicio en el área de carga y encomiendas y la satisfacción de los clientes de la empresa de transportes, en donde la empresa busca constantemente la calidad en sus servicios. El objetivo principal del estudio es conocer la calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transportes. Como conclusiones tenemos: La calidad de servicio del área de carga y encomiendas es eficiente por la confianza que ésta brinda a sus clientes, y su relación con los mismos es leal, en donde el 35% acude diariamente, mientras que el 31% acude semanalmente. El atributo mejor percibido lo constituye la confiabilidad que la empresa emite a sus clientes con un 24.5%, pues la

empresa le brinda un buen trato personalizado y una respuesta inmediata frente a cualquier problema que le pueda presentar, creando en ellos un alto nivel de expectativa a la hora de efectuar la elección del servicio. Las razones que generan cierta insatisfacción en los clientes son las instalaciones de la empresa, ya que el 34.11% de clientes percibieron esto, pues estas no van acordes con el servicio que ellos reciben. Así como también que la empresa no cuenta con un tarifario actualizado para que los clientes estén al 100% informado de los precios que ellos deben pagar por sus envíos.

(Zegarra, 2013) Desarrolló el estudio de la “Influencia de la gestión de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente operador turístico Muchik Tours SAC en el distrito de Trujillo”, Universidad Nacional de Trujillo. Esta investigación nace debido a la importancia que tienen los servicios en la actualidad y que se necesita mejorar la calidad para adelantarse a las expectativas del cliente que son los turistas. El objetivo principal de esta investigación es determinar el grado de influencia de la gestión de calidad del servicio en la satisfacción del cliente turista. En donde el desarrollo de la investigación ha permitido concluir en lo siguiente:

El operador turístico Muchik Tours S.A.C. tiene como clientes a los operadores mayoristas nacionales, quienes son el primer contacto con los turistas nacionales y extranjeros. La gestión de la calidad de servicio del operador turístico Muchik Tours S.A.C. influye positivamente en la satisfacción de los clientes, esto se sustenta en que los turistas se mostraron muy satisfechos con el servicio que recibieron por parte de los guías, hospedajes, transporte y restaurantes. El operador turístico Muchik Tours S.A.C. de acuerdo a los principios de la gestión de la calidad tiene un enfoque al cliente, cultura de calidad centrada en la mejora continua, la implicación de la alta dirección al tener un adecuado sistema de comunicación e involucrar a los proveedores.

(Pintado, 2013), desarrolló el estudio de 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”, de la universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Esta investigación se enfoca a los clientes internos que tienen que estar satisfechos en sus labores de trabajo para que dé como resultado la mejora en la calidad de servicio y los clientes externos se sientan del mismo modo satisfechos.

El nivel de satisfacción laboral influye con la satisfacción de los clientes externos y esto lo comprobamos a través de los resultados arrojados por las medidas correlacionales de Somers, determinando que el éxito de una depende de la otra y viceversa.

El nivel de satisfacción laboral del personal de las pollerías de la Victoria, de acuerdo al factor Significación de Tareas, arroja un 76% ubicándose en una escala alta, pues observamos que los trabajadores afirman trabajar en un ambiente confortable y les gusta el trabajo que realizan. Estos trabajadores consideran su trabajo valioso y se sienten comprometidos con el éxito del lugar donde trabajan, aunque existe un pequeño porcentaje de indecisión, y de acuerdo al análisis de Somers este factor influye directamente en la calidad de servicio que prestan los trabajadores.

El nivel de satisfacción laboral del personal de las pollerías de la Victoria, teniendo en cuenta el factor Condiciones de Trabajo, está representado por un 52%, ubicándose en una escala promedio, estos trabajadores no sienten maltrato por parte de sus empleadores teniendo un sueldo aceptable que cumplen sus expectativas. Los encuestados están conformes con el ambiente donde trabajan, aunque vemos que un 64% piensa que llevarse bien con el jefe trae muchos beneficios, aquí vemos un porcentaje considerable de indecisión e inconformidad, este factor influye directamente con la dimensión de confort y ambiente por

ello se debe tratar de dar óptimas condiciones de trabajo para lograr satisfacción en los clientes externos. 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. A un 71% le desagrada que limiten su trabajo por no reconocer horas extras, por esta razón, aunque veamos que ésta dimensión se encuentra en una escala alta hay que retroalimentar las cosas que caminan mal ya que ésta dimensión influye directamente en la calidad de producto que se entrega al cliente externo.

El nivel de satisfacción laboral del personal de las pollerías de la Victoria, de acuerdo a la dimensión Beneficios Económicos arroja un 59%, pudiéndolo ubicar en una escala alta, para los encuestados su trabajo le permite cubrir sus expectativas económicas ya que el sueldo que tienen es aceptable. Pero como se ve un porcentaje considerable de indecisión, las respuestas pueden estar afectadas por distintos temores, razón por la cual se debe fortalecer esta dimensión ya que de acuerdo a la escala de Somers influye directamente con la calidad de servicio que se les brinda a los clientes externos.

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. Existe alguien que ubica a los clientes, ofrecen platos adicionales y tienen buena presencia, pero como en todo hay pollerías que en las cuales el servicio brindado no es bueno las cuales deben poner empeño y preocuparse para lograr el nivel adecuado.

El nivel de satisfacción de los clientes externos de las pollerías de la Victoria, reflejado en la Calidad del Producto que se les ofrece, arroja un 46% ubicándolo en una escala promedio, los clientes se sienten totalmente de acuerdo con la cantidad y calidad del producto entregado y lo recomendaría a otras personas, estando un 47% acorde con su precio.

Observamos que en general el producto entregado es de óptima calidad salvo excepciones, cualquier empresa de este rubro debe esforzarse en el producto que entrega, el cual debe cumplir con las normativas que lo regulan.

El nivel de satisfacción de los clientes externos de las pollerías de la Victoria, en lo referente a Confort y Ambiente con un 59%, se ubica en una escala buena, ya que están de acuerdo con la limpieza del local y con sus instalaciones modernas, aunque en pocas, hay juegos recreativos.

La tendencia innovadora en cuanto a infraestructura, ubicación, atractivo estético y sobre todo la higiene todo en su conjunto es primordial para ser líder en el mercado. Todo trabajador dentro de una entidad es un cliente a satisfacer, ambos tipos de cliente se encuentran unidos de forma indisoluble, la satisfacción del cliente externo se encuentra directamente vinculada a la satisfacción del cliente interno. Si existe un trabajador satisfecho habrá un cliente satisfecho.

1.4.5.3. A Nivel Internacional:

(Civera, 2008) estudio “Análisis de la relación de la calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario en función del modelo de gestión establecido”, determina que la importancia de la calidad y preocupación de los centros sanitarios por su mejora continua es cada vez mayor, para su investigación realizó un total de 399 entrevistas personales distribuidas entre el hospital privado de Valencia capital

“Hospital 9 de Octubre”, el Hospital Público de Sagunto-Valencia y el Hospital Público de Gestión privada de Alzira. Se realizaron 171 entrevistas en el Hospital Público de Sagunto, 92 en Hospital privado 9 de octubre de Valencia y 136 en el Hospital de Alzira, lo que hace un total de 399 encuestados. Esto da lugar a un error muestral del 5%, para un nivel de confianza del 95.5% y un $p=q=0.5$. El universo han sido individuos mayores de 18 años.

Con los datos obtenidos se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

La atención a los pacientes en estos hospitales son buenas aunque existen diferencias de acuerdo a cada hospital, pero son mínimas. Las generaciones de confianza que inspira el personal del hospital son altas.

El trato a los pacientes en los tres hospitales son buenas, y es muy personalizado.

Les falta una mejor infraestructura con respecto a la comodidad en la sala de espera y consultas en los hospitales.

(Wong; García; Rodríguez, 2002) Estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua - 2003 en su estudio “Percepción de la calidad de la atención de los servicios de salud: Perspectiva de los Pacientes, Matagalpa durante Noviembre 2002”, donde analizaron la percepción de la calidad de la atención recibida por los usuarios externos en servicios ambulatorios de salud en el Sistema Local de Atención Integral en Salud (SILAIS) Matagalpa, en Noviembre 2002, este estudio se realizó en 30 municipios mediante entrevistas a 1630 usuarios en 95 unidades de Salud. La información se recopiló a través de entrevistas guiadas con un cuestionario que incluye el trato que recibieron, el tiempo de espera, para recibir la atención, la duración de consulta entre otros, concluyendo:

La percepción con respecto al tiempo de contacto para recibir la atención es de muy corta duración, esto genera insatisfacción. Los pacientes que más frecuentan las unidades de salud son mujeres de 20 a 34 años. La larga distancia desde sus casas a las unidades de salud es una barrera muy importante.

Los principales problemas identificados por los usuarios y que ocasiona insatisfacción en la atención recibida son: falta de medicamentos, tiempo de espera prolongados y corta duración de la consulta. (Buitrago, 2007), en la tesis satisfacción de los clientes con los servicios hospitalarios en el área de Mayaguez, realizó un estudio descriptivo para determinar el grado de satisfacción de los clientes con los servicios hospitalarios en un hospital del área de Mayagüez, seleccionó una muestra conveniente de 51 participantes. El instrumento para la colección de datos utilizado es el The Key Quality Characteristics Assessment for Hospitals (KQCAH) que identifica ocho factores: 1) respeto y cuidado, 2) efectividad y continuidad, 3) conveniencia, 4) información, 5) eficiencia, 6) comidas, 7) primera impresión y 8) diversidad de personal. Los resultados demostraron que existe una relación significativa entre el trato del personal hospitalario y la satisfacción.

La investigación concluye, que las variables comunicación y satisfacción del cliente no mostraron una relación significativa, pero sí los cuatro de los ocho factores fueron de mayor interés como son: 1) conveniencia, 2) primera impresión, 3) respeto y cuidado y 4) efectividad y continuidad.

1.4.6. Que es el Usuario:

El diccionario de la Real Academia Española (RAE) define el concepto de usuario con simpleza y precisión: un usuario es quien usa ordinariamente algo. El término, que procede del latín usuarios, hace mención a la persona

que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público.

La calidad implica la capacidad de satisfacer los deseos de los consumidores. La calidad de un producto depende de cómo éste responda a las preferencias de los clientes, por lo que se dice que la calidad es adecuación al uso.

(Evans; Lindsay, 2008) la calidad se determina de acuerdo con lo que el cliente quiere. Las personas tienen distintos deseos y necesidades y, por tanto, diferentes normas de cantidad lo que nos lleva a una definición basada en el usuario: “la calidad es la adaptación al uso para el cual el producto se compra”, o la manera en que el producto cubre la función para la que está destinado.

El interés por realizar estudios de usuarios data de las primeras décadas del siglo pasado, es hasta las dos últimas décadas que ha crecido el interés por estudiar la satisfacción de usuarios. Sin embargo, no se ha enfatizado que el sentido ontológico de nuestra disciplina es precisamente cubrir las expectativas que las comunidades de usuarios tienen. El objetivo de este trabajo es establecer la importancia que tienen los estudios de satisfacción dentro de las actividades de información. Se abordan diversos temas: el sentido ontológico de la bibliotecología y de los estudios de la información; antecedentes y definición de satisfacción de usuarios; tendencias metodológicas (modelos teóricos, métodos, técnicas e instrumentos de medida); y las categorías o las variables que determinan la satisfacción de usuarios.

1.4.6.1. Relación de Cliente y Usuario:

Posted in Bibliometria, Bibliotecas, profesionales de la información y usuarios By David LHE On diciembre 9,2010

Ya no se les llama usuarios a esas señoras, señores, niñas y niños que se acercan a nuestros mostradores para llevarse una peli o

preguntarnos dónde están las novelas policíacas. Ahora se les dice clientes. Y parece que no es una moda.

Desde hace tiempo no hay conferencia, curso, jornada bibliotecaria, libro o artículo sesudo sobre gestión de bibliotecas en el que no se inserte el término “cliente” para rebautizar al usuario de toda la vida.

Nos dicen que hay que tratarlos como verdaderos clientes, es decir, como auténticos bienes cuantificables de la biblioteca, y no como planos usuarios que vienen, usan y se van. Los oradores nos arengan, arropados por el manto de la calidad total, que debemos asumir este nuevo término y hacerlo nuestro en el día a día. Que a estos llamados clientes, a diferencia de los antiguos usuarios, hay que buscarlos, mimarlos, analizarlos, radiografiarlos para desentrañar cuáles son sus necesidades ocultas. Que hay que hacerles sentirse importantes. Que estos clientes son el corazón de la biblioteca. Que sin ellos no existiría... ¡Cómo pudimos vivir en las bibliotecas sin ser conscientes de la importancia de los clientes!

Se desatan encarnizadas discusiones sobre si lo de llamarles “clientes” es una moda, si es que todo eso no lo hacíamos ya cuando eran sólo usuarios, si es que vamos a privatizar las bibliotecas públicas, si es que el marketing lo devora todo...

¿Debemos tratar a los visitantes de la biblioteca pública como clientes de un cine? ¿Debemos aceptar sin vacilación que “el cliente siempre tiene la razón”? ¿Debemos decirles “cliente” a la cara? ¿Y por qué cliente y no otros términos igual de defendibles?

Antes se les llamaba “lectores”, porque ¿a qué se iba a la biblioteca sino a leer libros, periódicos y cuentos? Pero luego

resultó que a la biblioteca se iba a más cosas que a leer, ¿o es que a los que vienen a llevarse pelis en DVD los vamos a sacar de las estadísticas?

Entonces cambiamos el punto de vista desde el documento hacia el servicio. La biblioteca ha cambiado. Ahora vienen a leer, ver películas, pedir ayuda para hacer un trabajo de clase, conectarse a Internet, charlar y conocer gente... Por lo tanto, ya no son lectores, sino “usuarios” de los servicios bibliotecarios. Pero esto queda un poco vago ¿no?

Para hacerse notar, una corriente elitista va y los llama “socios” o “miembros”. ¿No tienen un carné? ¿No contribuyen con sus opiniones y desideratas a que esto funcione mejor? ¿No desarrollan un especial sentido de pertenencia hacia la biblioteca? Pues eso, son socios de la biblioteca.

Paradójicamente, otra corriente más socializadora, propone llamarlos sencillamente “ciudadanos”. Con el carné de ciudadano que se obtiene en muchos municipios se puede utilizar la biblioteca sin otro requisito. ¿Por qué diferenciar al usuario de la biblioteca, del usuario de la piscina o del transporte municipal? ¿No es la biblioteca pública un servicio más del municipio, de la comunidad autónoma o del estado?

Y en éstas llega el bendito marketing a dar su toque de gracia: para crecer en el mercado es preciso conocer y adaptarse a las necesidades de los Clientes. Eso: Clientes, con C mayúscula. Son los reyes de la biblioteca. Todo gira en torno a ellos. Debemos saber cuáles son potenciales y cuáles reales. Cuántos son activos y cuántos pasivos. Debemos segmentarlos por edades, nivel educativo, frecuencia o tipo de uso. Incluso debemos considerar al personal de la biblioteca o a la institución de la cual depende, como otro cliente más... Y luego hay que desmenuzar todos estos

datos para desarrollar acciones de marketing dirigidas a cada tipo de cliente con el fin de incrementar nuestra cuota de mercado... ¡Ah, el mercado! Siempre el mercado.

Sin duda el marketing está proporcionando interesantes ideas al mundo de las bibliotecas. Cliente puede ser una palabra mágica para invocar un cambio en la forma de gestionar los servicios bibliotecarios, para incorporar un mayor nivel de autoexigencia, de evaluación y control, de dinamismo, un mejor análisis sobre quién compite por nuestros usuarios y cómo garantizar el futuro de nuestros servicios. Tal vez “cliente” es el MacGuffin que necesitaba la profesión, sobre todo en las bibliotecas públicas, para hacerse más eficaz.

Pero debemos ser prudentes y no dejarnos arrastrar por grandilocuencias verbales. El marketing comercial debe ser adaptado al sector de los servicios públicos con cautela. Puede ser una buena herramienta de gestión interna, pero en mi relación diaria con los usuarios, el término “cliente” sigue sonándome demasiado mercantilista, demasiado ajeno al trato personal necesario en una biblioteca pública. No creo que sea una buena idea decirle “cliente” al señor, señora, niño y niña que se presentan frente a mí en el mostrador... ¿Lector? ¿Socio? ¿Ciudadano, tal vez...? Por ahora sigo pensando que el mejor nombre para nuestros usuarios es Pedro, Gorka, Lola, Eusebio, Merche... vamos...el suyo propio.

1.4.6.2. Finalidad:

La evaluación de desempeño tiene la finalidad primordial de determinar el valor del trabajo desplegado por el empleado en la organización, a la vez sirve para medir el nivel competitivo de la empresa ya que la suma de todos los puestos con buen desempeño

refleja eficiencia y logro de los objetivos de las unidades y de la empresa en su conjunto.

Otra finalidad importante dice Santiago Mora: “es que la evaluación de méritos busca tanto expresar el reconocimiento empresarial a los mejores colaboradores, como alentar a los demás a estimularlos, generando a su una espiral que apunta a elevar la actuación en su conjunto”.

La evaluación del desempeño en la organización tiene varias finalidades adicionales; siendo las más importantes las siguientes:

- Efectuar la medición del potencial humano en el desarrollo de sus tareas.
- Establecer criterios y estándares para medir la productividad de los trabajadores.
- Implementar políticas salariales y de compensaciones, basados en el desempeño.
- Detectar necesidades y programar actividades de capacitación y desarrollo.
- Evaluar la productividad y la competitividad de las unidades y la organización.
- Establecer políticas de promoción, ascensos y rotaciones adecuadas.
- Mejorar las relaciones humanas en el trabajo y elevar el clima organizacional. Validar los procesos de selección y asignación de personal.
- Mejorar las relaciones jefe-subordinado basadas en la confianza mutua.
- Actualizar las descripciones de los puestos

Objetivos de la Evaluación del Desempeño

El objetivo principal de la evaluación de desempeño es medir el rendimiento y el comportamiento del trabajador en su puesto de trabajo y de manera general en la organización y sobre esa base establecer el nivel de su contribución a los objetivos de la empresa. Indirectamente sirve para establecer el sistema de evaluación con las respectivas normas para su aplicación.

La evaluación del desempeño tiene a la vez los siguientes objetivos específicos:

- Verificar el cumplimiento de los objetivos y los estándares individuales en cuanto a productividad, cantidad y calidad del trabajo.
- Valorar periódicamente la importancia del aporte individual de cada trabajador y de las unidades o grupos de trabajo.
- Medir y determinar con precisión el rendimiento de los trabajadores y sobre esa base asignar bonificaciones e incentivos.
- Reforzar el uso de los métodos de evaluación como parte de la cultura organizacional.
- Mejorar la relación superior y subordinado, al verificar el desempeño individual.
- Prever información de retroalimentación para mejorar el comportamiento laboral de los trabajadores.
- Proporcionar datos para efectuar promociones de los colaboradores a puestos o cargos de mayor nivel.
- Efectuar rotación del personal de acuerdo a los conocimientos, habilidades y destrezas mostradas en su desempeño.
- Detectar necesidades de capacitación de los colaboradores

La acción de satisfacer o satisfacerse se conoce como satisfacción. El término puede referirse a saciar un apetito, compensar una exigencia, pagar lo que se debe, deshacer un agravio o premiar un mérito.

Ciente, por otra parte, es la persona que realiza un determinado pago y accede a un producto o servicio. El cliente, por lo tanto, puede ser un usuario (quien usa un servicio), un comprador (el sujeto que adquiere un producto) o un consumidor (la persona que consume un servicio o producto).

La noción de satisfacción del cliente refiere al nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio. La lógica indica que, a mayor satisfacción, mayor posibilidad de que el cliente vuelva a comprar o a contratar servicios en el mismo establecimiento.

Es posible definir la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de un individuo que resulta de la comparación entre el rendimiento percibido del producto o servicio con sus expectativas.

Esto quiere decir que el objetivo de mantener satisfecho al cliente es primordial para cualquier empresa. Los especialistas en mercadotecnia afirman que es más fácil y barato volver a vender algo a un cliente habitual que conseguir un nuevo cliente.

Los beneficios de la satisfacción al cliente son numerosos: un cliente satisfecho es fiel a la compañía, suele volver a comprar y comunica sus experiencias positivas en su entorno. Es importante, por lo tanto, controlar las expectativas del cliente de manera periódica para que la empresa esté actualizada en su oferta y proporcione aquello que el comprador busca.

Satisfacción del cliente Para ello, muchas compañías aprovechan los recursos que les brinda Internet, especialmente las encuestas a través del correo electrónico o bien en alguna sección del sitio

corporativo, como ser en el panel de control del usuario. Existen diversas formas de encarar esta recopilación de información acerca de la experiencia de los clientes, y una de ellas consiste en realizarles una serie de preguntas inmediatamente después de haberles brindado un servicio o de haber concluido una transacción.

1.4.6.3. Importancia:

Desempeño laboral, alta productividad y calidad son características de las organizaciones bien administradas.

El interés por realizar estudios de usuarios data de las primeras décadas del siglo pasado, es hasta las dos últimas décadas que ha crecido el interés por estudiar la satisfacción de usuarios. Sin embargo, no se ha enfatizado que el sentido ontológico de nuestra disciplina es precisamente cubrir las expectativas que las comunidades de usuarios tienen. El objetivo de este trabajo es establecer la importancia que tienen los estudios de satisfacción dentro de las actividades de información. Se abordan diversos temas: el sentido ontológico de la bibliotecología y de los estudios de la información; antecedentes y definición de satisfacción de usuarios; tendencias metodológicas (modelos teóricos, métodos, técnicas e instrumentos de medida); y las categorías o las variables que determinan la satisfacción de usuarios.

1.4.6.4. El Usuario y sus Características:

Al pensar en la forma de satisfacer la necesidad de un usuario para crear un producto primero hay que identificar el comportamiento del usuario.

Esto da claridad de sus reales necesidades y señala las directrices de la estrategia que se debe adoptar para satisfacerla, así como la forma de comercializar el producto posteriormente.

En resumen, conocer y determinar oportunamente las características específicas del usuario, dará una alta probabilidad de dejarlo complacido, ya que el objeto diseñado estará satisfaciendo su necesidad.

Tipos de usuarios.

En esta diversidad influyen factores culturales, sociales, personales y psicológicos que inciden en la decisión de compra y afectan fuertemente la elección de un producto y una marca.

Factores culturales:

Son la suma de creencias, valores y costumbres que se adquieren y transmiten de generación en generación, ofreciendo orden y guía en una sociedad. Se transmiten por medio de la familia, la Iglesia, la escuela y los medios de comunicación.

Factores sociales

Son los grupos de referencia (familia, amistades, colegas de profesión, etc.)

Factores personales:

Son características que definen a cada individuo en su singularidad. Será la edad, ocupación, situación económica, el estilo de vida, la personalidad, la etapa de la vida y muchas otras.

Factores psicológicos:

Son la motivación, la percepción, el aprendizaje y la aptitud. Están en relación con la formación de cada individuo. Cuando se decide adquirir o cambiar un producto por otro de mejor calidad o con más funciones, se está realizando un acto de referencia.

Las preferencias se concretan según el presupuesto del consumidor, y la disponibilidad del producto en el mercado, entre otras

condiciones. Es por estos motivos que existen tantos productos y precios diferentes en el mercado y por lo que han surgido tipos diferentes de empresas que tratan de cubrir todas las preferencias del usuario.

1.4.7. Trabajadores

Trabajador o trabajadora es la persona física que con la edad legal mínima presta sus servicios retribuidos subordinados a otra persona, a una empresa o institución. Si su edad es menor o legal establecida, puede ser considerado trabajo infantil y puede ser ilegal a menos que tenga, en ciertos casos, permiso de sus padres o tutores. Si no presta los servicios de forma voluntaria, se considera esclavitud o servidumbre.

El trabajador, para poder desempeñarse como tal debe tener la edad legal que en su país debe tener para convertirse en tal, por ejemplo, dieciocho años.

En caso de que el trabajador no tenga dicha edad, y aun así trabaje, se lo considera trabajo infantil, lo cual en la mayoría de los países constituye, por parte de quien lo emplea, una violación de las leyes. En caso de que el trabajador realice sus trabajos de manera involuntaria o sea forzada a realizar un tipo de trabajo que él no desea o no presta su voluntad para hacerlo, es considerado como servidumbre o más conocido como esclavitud.

Con la revolución industrial que se desarrolló durante el siglo XIX, surgieron dos conceptos fundamentales del mundo de hoy: trabajador y empresario.

A partir de estos dos conceptos, se establece una dicotomía o diferencia social, por la cual surgirán diferentes clases sociales: por una parte, los capitalistas, que son aquellos que poseen los medios de producción y el recurso económico en la relación de producción; y el trabajador, que no posee dichos recursos, pero si puede prestar

su fuerza o intelecto para desarrollar determinadas acciones dentro de la relación de producción.

Sin embargo, en la actualidad ambas figuras han comenzado a no ser tan fáciles de clasificar, o al más allá de estas dos que expusimos en el párrafo anterior.

Una de estas figuras es el trabajador autónomo, que posee medios de producción y recursos económicos, pero que a su vez también realiza trabajos de fuerza o intelectuales, o incluso puede ser el único trabajador de su “empresa” personal.

1.4.7.1. Importancia de los Trabajadores

La importancia de la participación de los trabajadores en la empresa. Formar parte de una empresa no solo implica ir a la oficina cada día, sino que implica ser uno más de la organización; y esto es algo que desde el órgano administrativo de la empresa se tiene que tener en cuenta. 4 jul. 2013. Implicar a los trabajadores en el funcionamiento de la empresa supone un mayor compromiso por parte de estos; y al final esto se traduce en una mejora de los resultados de la empresa. En Jobandtalent vamos a dedicar este post a la importancia que tiene una administración de la empresa en la que de una forma u otra participen todos los empleados.

La administración participativa surge de la idea de involucrar a los empleados en el proceso de la toma de decisiones. Sentir que se nos valora en nuestro puesto de trabajo es un elemento clave para la productividad; el reconocimiento es algo que cualquier empleado busca cuando desempeña sus funciones. En otras ocasiones ya hemos hablado de que no solo el rango salarial es lo que les importa a los trabajadores, sino que muchas veces buscan más un trabajo que les motive. Y, por tanto, desde el punto de vista del empresario es importante incentivar la participación en la empresa de los empleados; consiguiendo así una motivación en los

empleados que al final se va a traducir en una mayor productividad para la empresa. Por tanto, la gestión participativa supone la satisfacción por un lado de las necesidades de autorrealización de los trabajadores, y por otro la necesidad de solucionar los problemas que surgen en la empresa.

Seguir una estrategia en la que se promueva la participación de los empleados no implica que se deleguen todos los problemas a éstos, o por el contrario los problemas sin importancia; sino que consiste en la intervención activa de los trabajadores a la hora de identificar, analizar y solucionar problemas que dificultan alcanzar los objetivos empresariales.

Las empresas que siguen una estrategia de administración participativa pueden utilizar diferentes mecanismos para que se de esta participación de los empleados en la empresa. Pueden hacerlo a través de un buzón de sugerencias a través del cual los trabajadores pueden hacer llegar sus ideas para mejorar la situación laboral, también pueden hacerlo a través de sindicatos mediante los cuales se puede modificar diferentes condiciones laborales, otra manera de gestionar la participación administrativa es a través de la administración por objetivos que consiste en un sistema para que tanto directivos como empleados establezcan y revisen los objetivos de desempeño del trabajo. También puede llevarse a cabo la administración participativa a través de comités, de equipos para trabajos especiales, de consejos de empresa... Además, también se puede llevar a cabo a través de comités, es decir grupos de personas en los que participan trabajadores de diferentes niveles.

1.4.7.2. Finalidad de Trabajadores

Durante mi desempeño en el servicio de atención al cliente, he visto a veces (además de haberlo sufrido) un desequilibrio en la

valoración que se brinda a los empleados de los que a su vez se espera que valoren a los clientes.

Las empresas a menudo se olvidan de que los empleados son seres humanos y no robots. Es imperativo que las empresas se esfuercen por hacer que sus empleados se sientan valorados pues ese “sentimiento” produce un impacto positivo inmediato, que fluye del empleado hacia el cliente.

Es importante involucrar a los empleados al establecer estándares de desempeño, metas operativas y en el desarrollo de proyectos de mejora.

Si un/a empleado/a considera que su carga de trabajo no es realista y dificulta sus esfuerzos para cumplir sus objetivos de rendimiento, el cliente interno / externo se verá afectada debido a la conducta apresurada del empleado/a, y por el mayor nivel de frustración y de falta de voluntad para hacer un esfuerzo adicional.

Es preciso desarrollar normas de funcionamiento basadas en la calidad – no sólo en cantidad. Este método incentiva al empleado/a, a esforzarse para atender al cliente. Anteponer la calidad sobre la cantidad también promueve a hacer el trabajo correctamente la primera vez reduciendo la necesidad de rehacer el trabajo.

1.4.7.3. Características de los Trabajadores

Llevarte bien con los demás te ayudará a obtener ayuda o colaboración en un momento determinado. No podemos olvidarnos de la puntualidad, una característica clave de los trabajadores eficientes, a pesar de que muchos empleados no le dan la importancia que se merece.

Como bien sabes, vivimos en un mundo tremendamente competitivo, especialmente dentro de las empresas. Esto se debe,

entre otras cosas, a la globalización de la economía y a la introducción continua de nuevas tecnologías tanto en el proceso de producción como en el de administración de las compañías. Como consecuencia, las empresas buscan empleados que puedan desempeñar su trabajo con mayor eficiencia, es decir, trabajadores competentes.

1.4.8. Variables, Dimensiones e Indicadores

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Desempeño laboral	Productividad laboral	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivos a los Trabajadores • Manejo de técnicas 	Nominal
Satisfacción del Usuario	Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de interés en el trabajo • Grado de promoción por el trabajo bien realizado en la empresa 	Nominal
	Eficacia	<ul style="list-style-type: none"> • El resultado final que espera (satisfacción del usuario) • Nivel de ingresos e incentivos en la empresa 	

5. Hipótesis

El Desempeño laboral influye positivamente en la satisfacción del usuario del Restaurant “el Zarco Gourmet”, Cajabamba, 2017.

6. Objetivos

6.1. Objetivo General:

Analizar y determinar el Desempeño laboral, satisfacción del usuario del Restaurant “el Zarco Gourmet”, Cajabamba, 2017.

6.2. Objetivos Específicos:

- 6.2.1** Determinar en qué medida la gestión administrativa influye en el desempeño laboral, satisfacción del usuario.
- 6.2.2** Precisar como el desempeño laboral influye en la satisfacción del usuario del Restaurant el Zarco Gourmet.
- 6.2.3** Determinar si existe una relación directa entre el Desempeño laboral, satisfacción del usuario del Restaurant el Zarco Gourmet.

CAPÍTULO II
METODOLOGÍA

2. Metodología de la investigación

De acuerdo al propósito de la investigación y la naturaleza del problema y objetivos formulados en el trabajo, el presente estudio es considerado descriptivo; en el cual se describirán fenómenos, situaciones y contextos desarrollados y como se manifestaron.

2.1. Tipo y diseño de investigación

2.1.1. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo descriptivo y diseño descriptivo.

2.1.2. Diseño de investigación

La investigación es del nivel descriptivo-explicativo, por cuanto se describirá y explicará el grado de Desempeño laboral y satisfacción del usuario del Restaurant “el Zarco Gourmet”.

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población = Muestra

La población muestral está compuesta de 40 usuarios del Restaurant “el Zarco Gourmet” de la provincia de Cajabamba.

2.3. Técnicas e instrumentos de investigación

2.3.1. Técnicas:

- Observación directa
- La encuesta

2.3.2. Instrumentos de recolección de datos

- Cuestionario

2.4. Procesamiento y análisis de la información

Para el procesamiento de datos se realizó los siguientes procedimientos:

- Se ordenó y tabulo los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a la muestra.
- Se utilizó el programa Microsoft Excel 2013 para ordenar, procesar y analizar los datos obtenidos. Y presentarlos mediante cuadros y gráficos con sus respectivas interpretaciones para una mejor comprensión.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

3. Ficha de encuesta

3.1. ¿Sabes de que se encarga el desempeño laboral?

Tabla n° 01 conocimiento sobre el desempeño laboral

alternativa	frecuencia	Porcentaje
a) si	30	75.00
b) no	10	25.00
total	40	100

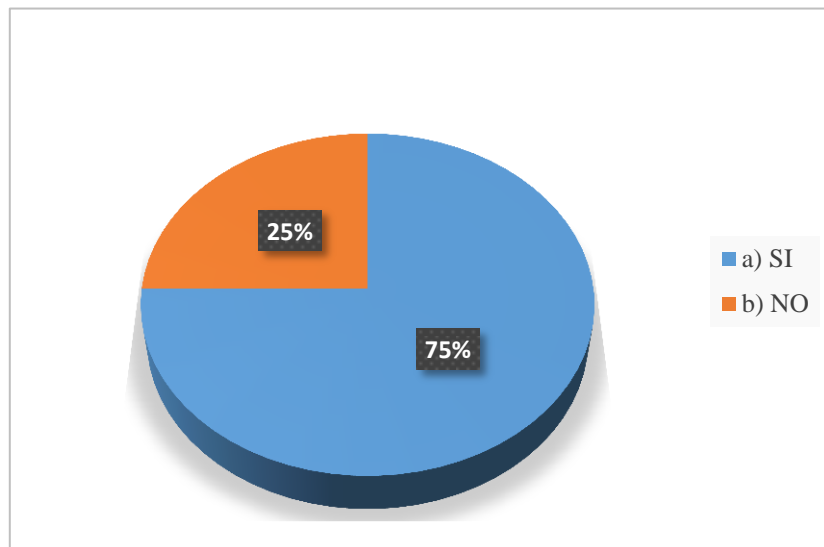


Figura N° 01 Conocimiento sobre el desempeño laboral

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del total de encuestados, un 75% manifiesta conocer de qué se encarga el desempeño laboral, mientras que un 25% desconoce qué significado tiene el desempeño laboral.

3.2. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿De qué servicio se encarga el restaurant?

Tabla n° 02 conocimientos acertados sobre el restaurant

Alternativa	frecuencia	porcentaje
a) servicio	40	100.00
b) jurídico		
c) tributario		
Total	40	100

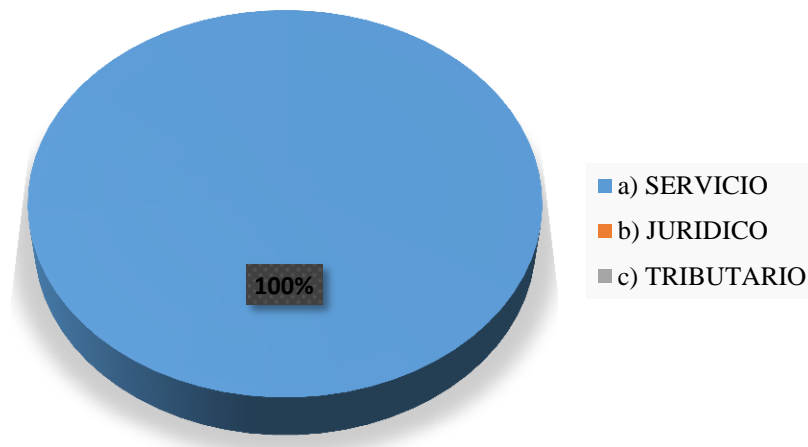


Figura N° 02 Conocimientos acertados sobre el restaurant

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del total de personas que afirman saber de qué se encarga el restaurant, el 100% acertó que se encarga de un servicio.

3.3. ¿Qué sientes cuando escuchas restaurant?

Tabla n° 03 Deseos sobre restaurant

alternativa	frecuencia	porcentaje
a) hambre	36	90
b) ganas	4	10
c) cólera		
d) nada		
total	40	100

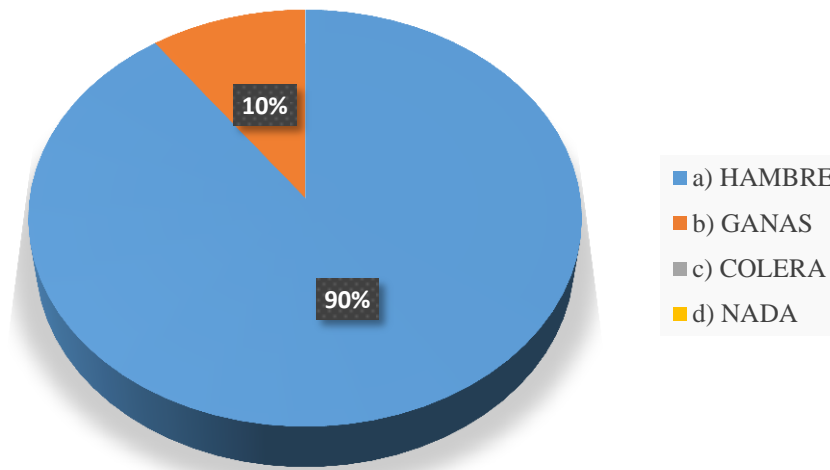


Figura N° 03 Deseos sobre restaurant

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del total de personas encuestadas, el 90% manifiesta tener un deseo al escuchar de restaurant, el 10% dice tener ganas al escuchar restaurant.

3.4. ¿Qué concepto tienes sobre desempeño laboral?

Tabla n° 04 Concepto sobre desempeño laboral

alternativa	frecuencia	porcentaje
a) servicio	10	25.00
b) trabajo	29	72.50
c) orientador		
d) otro (especificar)	1	2.50
total	40	100

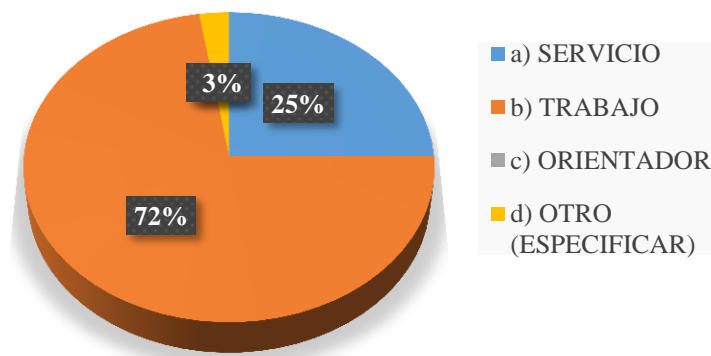


Figura N° 04 Concepto sobre desempeño laboral

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del total de personas encuestadas, el 25% cree que es un servicio, el 72% de ellas tiene el concepto que desempeño laboral es un trabajo, y el 3% cree otro especificar.

3.5. ¿De qué manera influye el desempeño laboral en la satisfacción del usuario?

Tabla n° 05 Influencia de desempeño laboral

alternativa	frecuencia	porcentaje
a) positivo	33	82.50
b) negativo	6	15.00
c) no influye	1	2.50
total	40	100

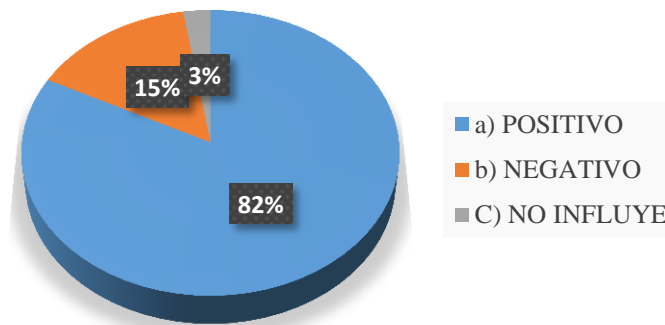


Figura N° 05 Influencia de desempeño laboral

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del total de personas encuestadas, el 82 % de ellas manifiesta que desempeño laboral tiene una influencia positiva en la satisfacción del usuario, el 15% manifiesta que el desempeño laboral es negativo en la satisfacción del usuario y el 3% manifiesta que el desempeño laboral no influye en la satisfacción del usuario.

3.6. ¿Sientes al desempeño laboral como tu satisfacción?

Tabla n° 06 Desempeño laboral

alternativa	frecuencia	porcentaje
a) si	31	77.50
b) no	9	22.50
total	40	100

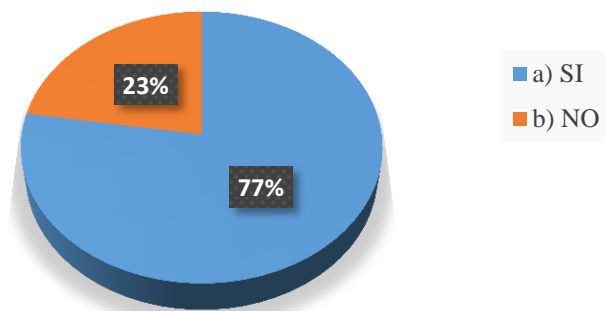


Figura N° 06 Desempeño laboral

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del total de personas encuestadas, el 77% siente al desempeño como su satisfacción, mientras que el 23% de ellas ignora al desempeño.

3.7. ¿Sientes que el desempeño laboral te satisface?

Tabla n° 07 Ayuda del desempeño laboral

alternativa	frecuencia	porcentaje
a) si	29	72.50
b) no	11	27.50
total	40	100

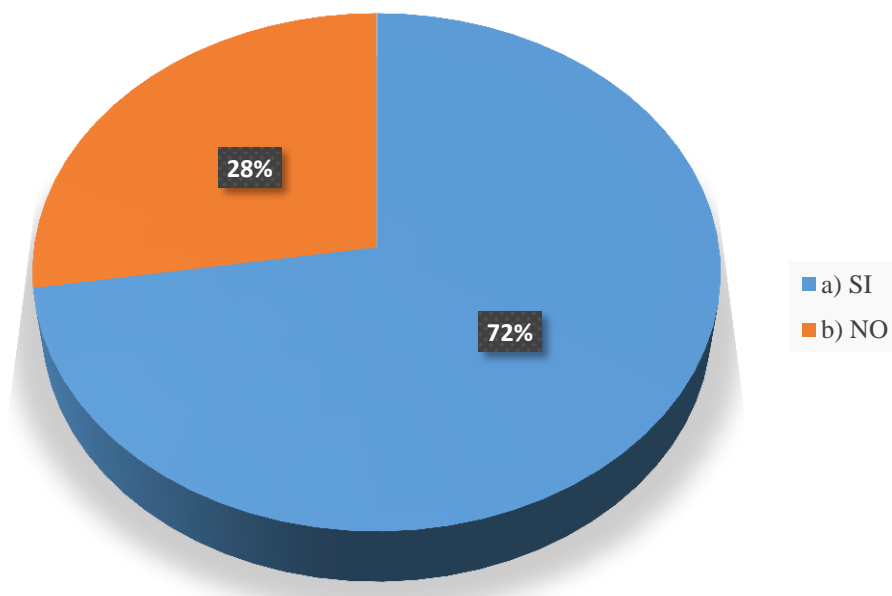


Figura N° 07 Ayuda del desempeño laboral

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del total de personas encuestadas, el 72% de ellas piensa que el desempeño laboral les puede ayudar, mientras que el 28% siente que el desempeño laboral no les puede ayudar.

3.8. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿Cómo te podría ayudar el desempeño laboral?

Tabla n° 08 Manera de ayudar del desempeño laboral

alternativa	frecuencia	porcentaje
a) incentivos	20	50.00
b) orientación	20	50.00
c) otro (especificar)		
total	40	100

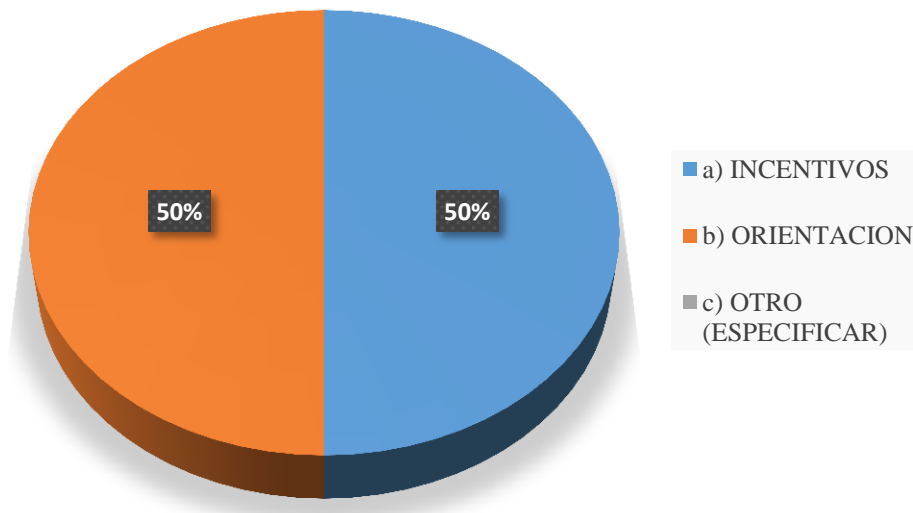


Figura N° 08 Manera de ayudar del desempeño laboral

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del total de personas que afirma que desempeño laboral les puede ayudar, el 50% asegura que les podría ayudar orientándolos, el 50% manifiesta que lo podría hacer con incentivos.

3.9. En tu opinión ¿podría mejorar desempeño laboral?

Tabla n° 09 Mejoría de desempeño laboral

alternativa	frecuencia	porcentaje
a) si	33	82.50
b) no	7	17.50
total	40	100

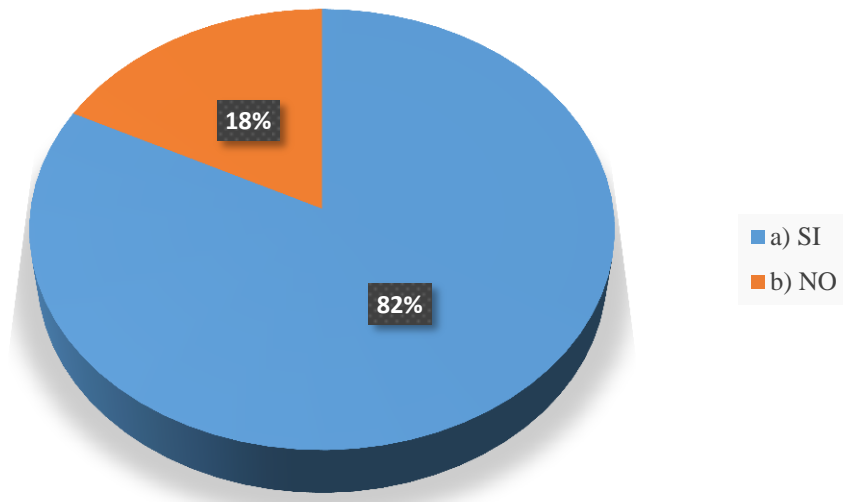


Figura N° 09 Mejoría de desempeño laboral

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del total de personas encuestadas, el 82% de ellas afirma que desempeño laboral podría mejorar, mientras que sólo el 18% cree que no podría.

3.10. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿En qué podría mejorar Desempeño laboral?

Tabla n° 10 Forma de mejoría de desempeño laboral

alternativa	frecuencia	Porcentaje
a) mejorar el trato con el usuario	25	62.50
b) brindar mayor satisfacción	10	25.00
c) disminuir las insatisfacciones	5	12.50
d) otro (especificar)		
total	40	100

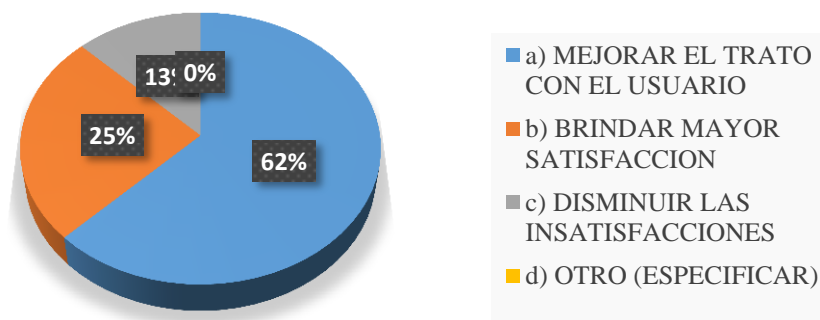


Figura N° 10 forma de mejoría de desempeño laboral

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del total de personas encuestadas que respondieron que desempeño laboral podría mejorar, el 62% de ellas piensa que podría mejorar brindando mayor trato con el usuario, el 25% asegura que brindando mayor satisfacción y el 13% asevera que disminuir las insatisfacciones.

3.11. ¿Tienes conocimiento acerca de la satisfacción del usuario?

Tabla n° 11 Conocimiento sobre satisfacción

alternativa	frecuencia	porcentaje
a) si	30	75.00
b) no	10	25.00
total	40	100

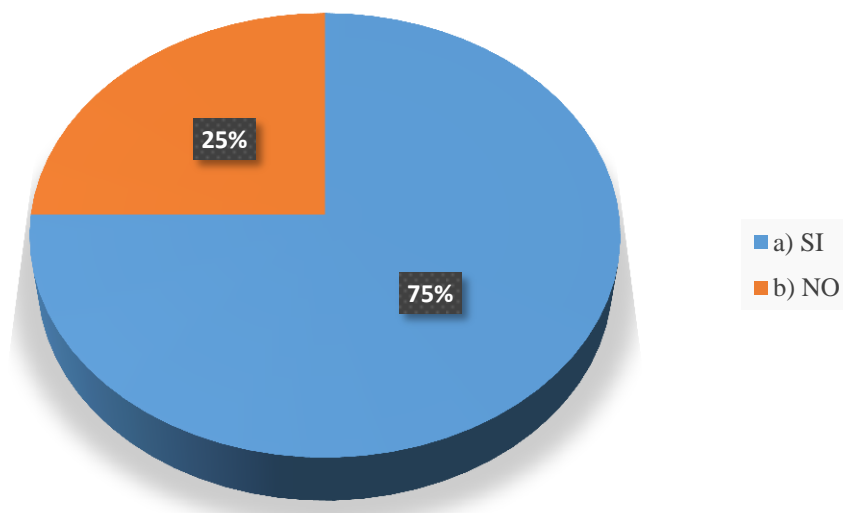


Figura N° 11 Conocimiento sobre satisfacción

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del total de personas encuestadas, el 75% manifiesta tener conocimiento sobre satisfacción y el 25% tiene desconocimiento sobre satisfacción.

3.12. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿Qué tanto conoces acerca del tema?

Tabla n° 12 Grado de conocimiento sobre satisfacción

alternativa	frecuencia	Porcentaje
a) muy poco	13	32.50
b) poco	18	45.00
c) regular	5	12.50
d) mucho	4	10.00
total	40	100

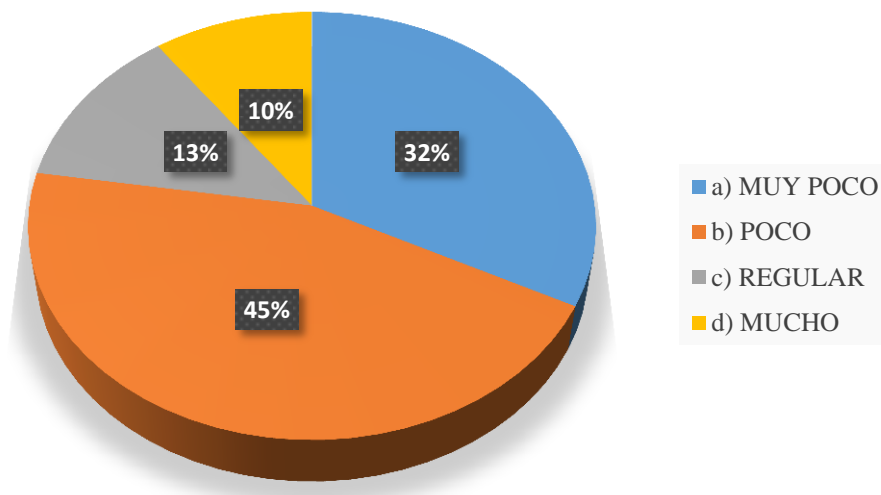


Figura N° 12 Grado de conocimiento sobre satisfacción

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del total de personas que respondieron tener conocimientos sobre satisfacción, el 32% asegura tener muy poco conocimiento, el 45% de ellos manifiesta tener un poco conocimiento, el 13% manifiesta tener un poco conocimiento promedio (regular) y el 10% dice conocer mucho sobre el tema.

3.13. ¿Sabes de qué manera apoyan a la sociedad con la satisfacción?

Tabla n° 13 Apoyo de satisfaccion

alternativa	frecuencia	Porcentaje
a) si	24	60.00
b) no	16	40.00
total	40	100

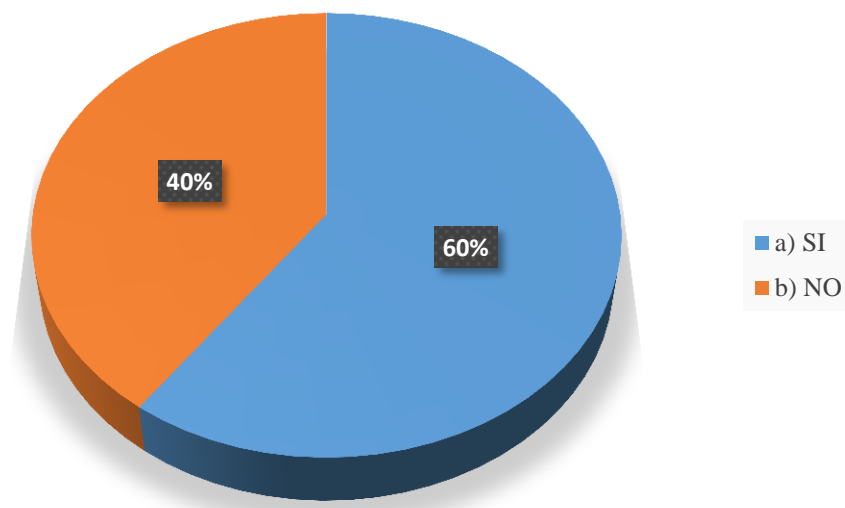


Figura N° 13 Apoyo de satisfacción

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del total de personas encuestadas, el 60% manifiesta conocer del apoyo de satisfacción con la sociedad mientras que el 40% asegura ignorar que se hacen con los mismos.

3.14. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿Qué tan bien utilizados son los servicios del restaurant?

Tabla n° 14 Opinión del apoyo de satisfacción

alternativa	frecuencia	Porcentaje
a) nada	3	7.50
b) muy poco	7	17.50
c) poco	18	45.00
d) regular	10	25.00
e) muy bien	2	5.00
total	40	100

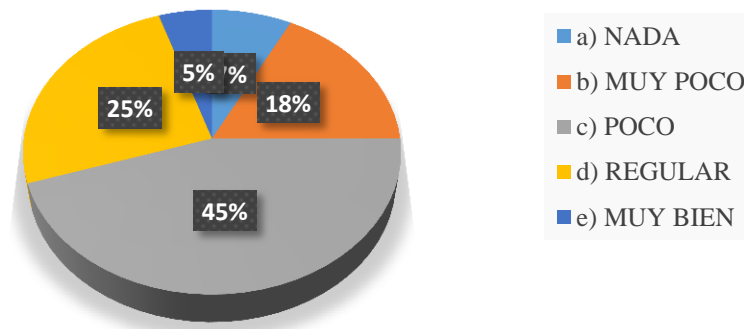


Figura N° 14 Opinión del apoyo de satisfacción

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

De las personas que respondieron conocer el destino de los servicios, el 7% cree no conocer, el 18% piensa que son muy poco bien utilizados, el 45% cree que son poco bien utilizados, el 25% piensa que son en promedio (regular), y el 5% cree que son muy bien utilizados.

3.15. ¿Estarías dispuesto a dar una propina por el servicio?

Tabla n° 15 Dejar propina

alternativa	frecuencia	Porcentaje
a) si	34	85.00
b) no	6	15.00
total	40	100

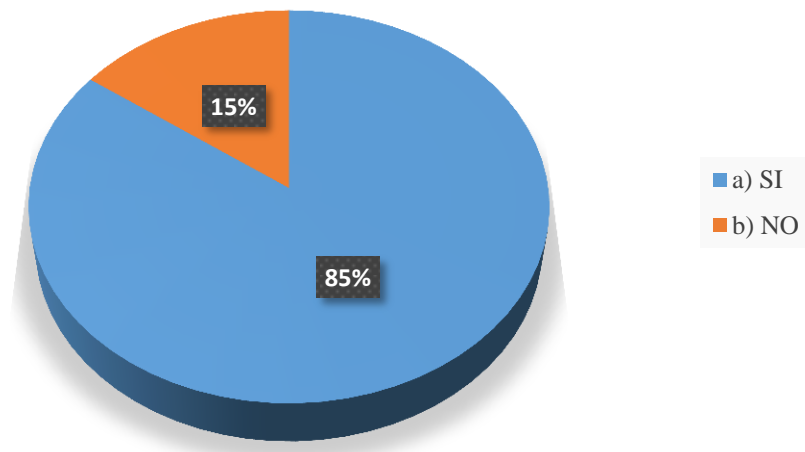


Figura N° 15 Dejar propina

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del total de personas encuestadas, el 85% tiene una disposición voluntaria de dejar propina que sirve de motivación a los colaboradores, mientras que el 15% no tiene disposición a dejar propina.

3.16. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿Cuánto te parecería justo tributar?

Tabla n° 16 Cuantificación de propina

alternativa	Frecuencia	Alternativa
a) 10 soles-diario		
b) 20 soles-mensual	1	2.50
c) un porcentaje de mi sueldo	3	7.50
d) un porcentaje de mi ganancia-mensual	36	90.00
total	40	100

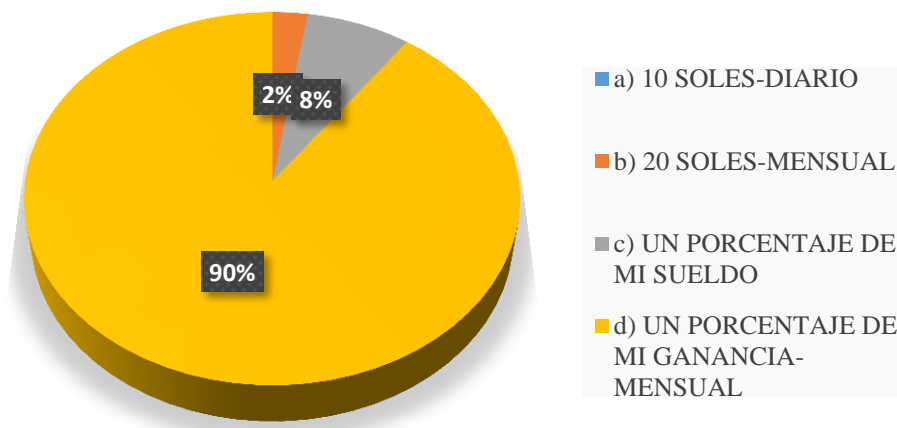


Figura N° 16 Cuantificación de propina

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del total de personas con cuantificación de propina ,90% manifestó que está dispuesta a dejar propina de un porcentaje de mi ganancia-mensual, el 8% está dispuesta a pagar un porcentaje de su sueldo el 2% está dispuesta a pagar s/. 20 mensual.

3.17. ¿Sientes que das propinas por el servicio?

Tabla n° 17 Contribución por el servicio

alternativa	frecuencia	porcentaje
a) si	30	75.00
b) no	10	25.00
total	40	100

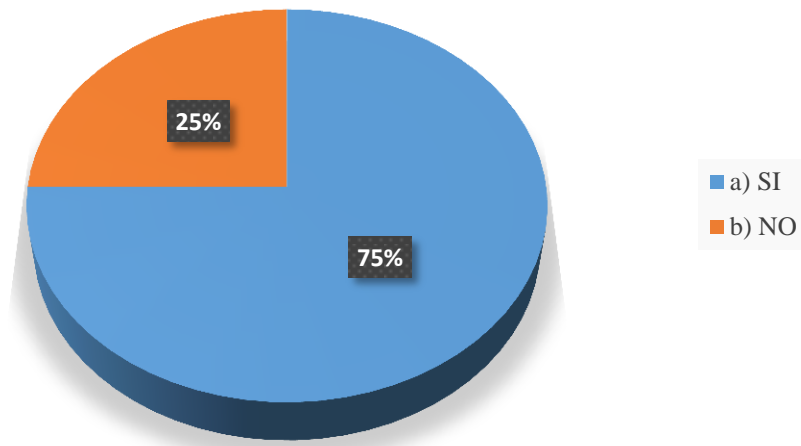


Figura N° 17 Contribución por el servicio

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del total de personas encuestadas, el 75% asevera sentir que da propinas por el servicio, mientras que el 25% manifiesta no sentir que aporta.

3.18. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿Cuánto sientes que aportas al restaurant?

Tabla n° 18 Cuantificación de propinas por el servicio

alternativa	frecuencia	Porcentaje
a) muy poco	22	55.00
b) poco	15	37.50
c) regular	3	7.50
d) mucho		
total	40	100

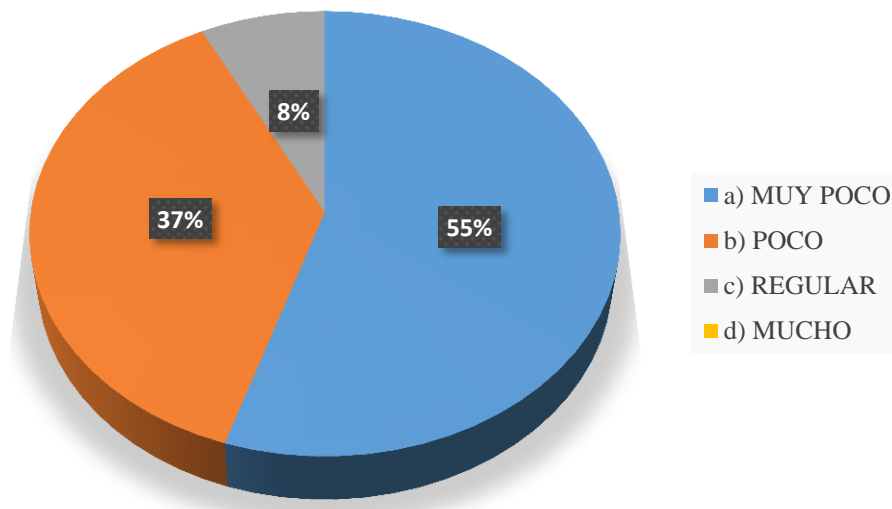


Figura N° 18 Cuantificación de propinas por el servicio

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del total de personas que sienten aportar al restaurant, el 55 asevera contribuir muy poco, el 37% siente aportar poco, el 8% cree que aporta en promedio (regular).

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

A continuación, se presenta los resultados obtenidos después de aplicar la observación directa y la encuesta para conocer el Desempeño laboral, satisfacción del usuario del Restaurant el Zarco Gourmet, Cajabamba, después de la encuesta aplicada e interacción se obtuvo como resultado lo siguiente:

En el cuadro y figura N° 01 se ilustra que un 75% manifiesta tener algún conocimiento acerca de desempeño laboral mientras que sólo un 25% asegura desconocer de qué se encarga el desempeño laboral; sin embargo, de las personas que manifestaron tener algún conocimiento de desempeño laboral, gracias al cuadro y figura N° 02 podemos comprender que sólo el 100% de ellos tiene un conocimiento sobre restaurant. Finalmente podemos decir que del 100% de encuestados sólo ellos tienen conocimiento sobre restaurant.

Del cuadro y figura N° 03 podemos ver que el 90% siente hambre al escuchar restaurant, esto está claramente relacionado con la falta de cultura de los encuestados que ya observamos en el punto anterior, el 10% tiene ganas al oír sobre restaurant ya que ven a el restaurant como un servicio bien definido a nivel local.

Los resultados obtenidos de identificar, analizar y fundamentar los conceptos de desempeño laboral expuestos en el cuadro y figura N° 04 podemos darnos cuenta que el 72% tiene el concepto que desempeño laboral es un trabajo, 25% cree que es un servicio. Así mismo es un concepto forjado por los usuarios que pasa de boca en boca, mientras que el 3% cree otra cosa cuando escucha el tema.

Del total de personas encuestadas en el cuadro y figura N° 05 el (82%) manifiesta ser positiva la influencia de desempeño laboral en la satisfacción del usuario, el resto de usuarios 15% manifiesta que el desempeño laboral es negativo en la satisfacción y el 3% manifiesta que no influye cuando le preguntan acerca del tema.

De acuerdo a lo expuesto en el cuadro y figura N° 06 podemos percibir que hay una ventaja de personas que consideran al desempeño como una satisfacción (77%) sobre los que no (23%) estos resultados podrían resultar favorables como decir que desempeño laboral es su aliado para la satisfacción de cada usuario.

La mitad (50%) asegura que el desempeño laboral les satisface y la diferencia (50%) no cree que lo pueda hacer respecto a lo apreciado en el cuadro y figura N° 07, a su vez la manera de lo cual los usuarios quieren que se le ayude casi en su totalidad (72%) brindándoles capacitación frente al mercado tan competitivo para que sus deseos sean satisfechos frente a un reducido grupo (28%) que opina que les puede ayudar con alguna clase de incentivos todo aquello plasmado en cuadro y figura N° 08.

La gran mayoría de los encuestados (82%) manifiesta que desempeño laboral podría mejorar, para cumplir todas las expectativas de cada usuario para que pueda volver adquirir el servicio, y finalmente (18%) cree que no podría mejorar el tema todo aquello plasmado en el cuadro y figura N° 09.

De acuerdo a lo expuesto la gran mayoría manifiesta que desempeño laboral podría mejorar y en los puntos que podrían hacerlo están en mejorar el trato con el usuario con un (62%), luego brindar mayor satisfacción con un (25%) y finalmente disminuir las insatisfacciones (13%) todo lo antes señalado en el cuadro y figura N° 10.

De las personas encuestadas manifiesta que (75%) manifiesta si tener conocimientos sobre satisfacción, solo el (25%) manifiesta no tener conocimientos acerca del tema esto se hace referencia en el cuadro y figura N° 11.

De los datos recaudados en el cuestionario la mayoría manifiesta tener un conocimiento acerca de satisfacción, dentro de ellos un (45%) cree tener poco conocimiento, el (32%) estima conocer muy poco sobre el tema, el (13%) cree tener un promedio (regular), y el (10%) dice conocer mucho sobre el tema, esto se hace referencia al cuadro y figura N° 12.

De las personas encuestadas (60%) manifiestan conocer del apoyo de la satisfacción con la sociedad, y el (40%) cree que no son bien utilizados, esto se ilustra en el cuadro y figura N° 13.

De las personas encuestadas que manifiestan conocer qué tan bien utilizados son los servicios del restaurant, sólo el (45%) cree que son poco bien utilizados, el (25%) restante piensa que son en promedio (regular), el (18%) dice que son muy

poco bien utilizados, mientras que el (7%) piensa no conocer, y (5%) cree que son muy bien utilizados los servicios del restaurant, esto se ilustra en el cuadro y figura N° 14.

La mayoría de los encuestados, el (85%) manifiestan tener una disposición voluntaria de dejar una propina que sirve de motivación a los colaboradores, el (15%) cree no dejar propina o no tener disposición, esto se ilustra en el cuadro y figura N° 15.

La mayoría de los encuestados, el (90%) manifestó que están dispuestos a dejar una propina siendo un porcentaje de mi sueldo que en su mayoría creen justo contribuir mensualmente, mientras que el (8%) está dispuesto a pagar un porcentaje su sueldo, y (2%) mientras está dispuesto a dejar propina siendo s/. 20 la cantidad que en su mayoría creen justo contribuir mensualmente, lo antes expuesto se manifiesta en el cuadro y figura N° 16.

De las personas encuestadas, el (75%) la gran mayoría asevera sentir que, si da propinas por el servicio, mientras que el (25%) manifiesta no sentir que aporta con el servicio, según datos obtenidos en el cuadro y figura N° 17.

La mayoría de los encuestados, el (55%) siente que aporta muy poco al restaurant por el servicio que reciben al satisfacer sus necesidades, solo el (37%) siente aportar poco por el servicio recibido, y el (8%) cree que aporta en promedio (regular) por el servicio, esto se ilustra en el cuadro y figura N° 18.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

V. CONCLUSIONES:

- 5.1.** La gestión administrativa (Desempeño laboral) tiene influencia positiva en la satisfacción del usuario del Restaurant el Zarco Gourmet debido a los conceptos positivos que estos se forman sobre la satisfacción del usuario.

- 5.2.** Se ha determinado que a pesar de que la satisfacción en su gran mayoría es poco, si existe una relación directa entre el desempeño laboral y satisfacción del usuario.

- 5.3.** Se ha establecido que no se realiza una adecuada capacitación sobre el desempeño laboral en los colaboradores como en atención al usuario, donde los colaboradores muestran un desconocimiento y mala información, generando que el servicio de atención sea deficiente.

VI. RECOMENDACIONES:

- 6.1. Promover incentivos y/o estímulos económicos a los colaboradores, que tengan una destacada actuación en el cumplimiento de sus actividades laborales.

- 6.2. Realizar capacitaciones a los colaboradores sobre temas relacionados a mejorar el desempeño laboral y satisfacción a los usuarios, que permita incrementar la cartera de clientes y por ende los ingresos propios del negocio.

- 6.3. Efectuar una adecuada selección de colaboradores que muestren experiencia en manipuleo, preparación de alimentos y sobre todo que posean capacidad para atención a los usuarios.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez, señala que el Clima Organizacional puede ser vínculo u obstáculo para el buen desempeño de la institución, puede ser un factor de distinción e influencia en el comportamiento de quienes la integran.

Bedoya, 2003), realizo la investigación: La nueva gestión de personas y el desempeño laboral por competencias.

(Chiavenato, 2000), define el desempeño, como las acciones o comportamientos observados en los empleados que son relevantes en el logro de los objetivos de la organización.

(Civera, 2008) estudio “Análisis de la relación de la calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario en función del modelo de gestión establecido”.

Cobali, 2009), realizo la investigación: La nueva gestión del potencial humano y su evaluación del desempeño en las instituciones de huamanga”.

Espino (2014) “Los factores motivacionales que influyen en el desempeño laboral del personal administrativo del hospital Regional de Cajamarca”

Espino (2014), en su tesis pregrado no publicada en la Universidad Nacional de Cajamarca “Los factores motivacionales que influyen en el desempeño laboral del personal administrativo del Hospital Regional de Cajamarca:

Florian, 2013), desarrollo un estudio titulado “calidad de servicio en el área de carga y encomiendas y la satisfacción de los clientes de la empresa transportes línea s.a. Trujillo”.

Mayory, 2006), realizo la investigación: Capacitación Empresarial y diseño laboral en el fondo de empleados del Banco de la Nación-FEBAN 2006, LIMA.

(Morales, 2010), realizo la investigación: La Relación entre Clima Organizacional y desempeño laboral del personal operativo en una dependencia gubernamental, en la Universidad Salesiana de México.

Nieves (2003) estudio la relación existente entre el Desempeño Docente y el Clima Organizacional en una institución educativa pública del Estado. Aragua.

(Ojeda, 2011), realizo la investigación: Propuesta para determinar la relación entre el clima organizacional y el desempeño laboral, en la Universidad Nacional Autónoma de México.

(Osco, 2015), realizo la siguiente investigación: Gestión del talento humano y su relación con el desempeño laboral del personal de la Municipalidad Distrital Pacucha-Andahuaylas-Apurímac, 2014.

(Pintado, 2013), desarrolló el estudio de 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”.

(Ramírez, 2015), de la Universidad Nacional José María Arguedas en donde se hizo su estudio para identificar la relación que existe entre calidad de atención y satisfacción del usuario externo del Hospital Hugo Pesce Pescetto de la ciudad de Andahuaylas.

Silva (1996), muchas veces las organizaciones ponen en marcha programas de intervención o capacitaciones, sin analizar convenientemente todos los elementos importantes que deben ser mejorados.

Villavicencio, 2015), realizo la investigación: Efectos de una intervención ad hoc sobre el clima organizacional y el desempeño laboral en la Universidad Nacional Autónoma de México.

(Zegarra, 2013) Desarrollo el estudio de la “Influencia de la gestión de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente operador turístico Muchik Tours SAC en el distrito de Trujillo”.

**ANEXOS Y
APÉNDICES**

Anexo N°1

MATRIZ DE CONSISTENCIA				
TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	METODOLOGIA
“Desempeño laboral, satisfacción del usuario del Restaurant el Zarco Gourmet, Cajabamba, 2017”	¿Cómo es el Desempeño laboral, satisfacción del usuario del Restaurant “el Zarco Gourmet”, Cajabamba, 2017?	<p>Objetivo General</p> <p>Analizar y determinar el Desempeño laboral, satisfacción del usuario del Restaurant el Zarco Gourmet, Cajabamba, 2017.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar en qué medida la gestión administrativa influye en el Desempeño laboral, satisfacción del usuario del Restaurant “el Zarco Gourmet”. - Precisar como el Desempeño laboral influye en la satisfacción del usuario del Restaurant “el Zarco Gourmet. - Determinar si existe una relación directa entre el Desempeño laboral, satisfacción del usuario del Restaurant “el Zarco Gourmet”. 	INFLUYE EL Desempeño laboral positivamente en la satisfacción del usuario del Restaurant el Zarco Gourmet, Cajabamba, 2017.	<p>Tipo: descriptiva.</p> <p>Diseño: Descriptivo.</p> <p>Población – Muestra: 40 usuarios del Restaurant “El Zarco gourmet”.</p> <p>Técnicas: Observación directa y encuesta.</p> <p>Instrumentos de recolección de datos: Cuestionario.</p>

Anexo N° 2

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES					
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
INDEPENDIENTE: Desempeño laboral	Chiavenato, 2000) define el desempeño, como las acciones o comportamientos observados en los empleados que son relevantes en el logro de los objetivos de la organización. En efecto, afirma que un buen desempeño laboral es la	Es la respuesta que proporciona el trabajador a la escala siempre, casi siempre, algunas veces, muy pocas veces y nunca.	Satisfacción del trabajo	- Carga de trabajo	Nominal
				- Remuneración	
DEPENDIENTE: Satisfacción Del usuario	La calidad de servicio y la satisfacción del usuario son de gran beneficio para todos los clientes, se produce cuando el desempeño percibido coincide con las expectativas del usuario.	Busca el desempeño y la conducta intachable ante el cliente dependerá mucho de los valores y cultura del trabajador que ayuden a mejorar la atención al cliente que se sienta satisfecho.	Personal calificado	- Conocimiento en su campo	Nominal
				- Buen desenvolvimiento	
			Ambientes adecuados	- Buenas instalaciones	
				- Espacio distribuido	
				- Capacidad suficiente	
- Áreas de atención señalizadas					

Anexo N° 3 Cuestionario

TÍTULO: “Desempeño laboral, satisfacción del usuario del Restaurante el Zarco Gourmet, Cajabamba, 2017”

El presente cuestionario está vinculado a un proyecto de tesis, el cual tiene como finalidad investigar el desempeño laboral del restaurant, y como ésta influye en la satisfacción del usuario.

Por lo tanto se les pide contestar con seriedad y veracidad esta encuesta, así mismo es preciso señalar que ninguna de las respuestas es correcta o incorrecta.

1. ¿Sabes de que se encarga el desempeño laboral?

a. Sí

b. No

2. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿De qué servicio se encarga el restaurant?

a. Servicio

b. Jurídico

c. Tributario

3. ¿Qué sientes cuando escuchas restaurant?

a. Hambre

b. Ganas

c. Cólera

d. Nada

4. ¿Qué concepto tienes sobre desempeño laboral?

a. Servicio

b. Trabajo

c. Orientador

d. Otro (especificar):

5. ¿De qué manera influye el desempeño laboral en la satisfacción del usuario?

- a. Positivo
- b. Negativo
- c. No influye

6. ¿Sientes al desempeño laboral como tu satisfacción?

- a. Sí
- b. No

7. ¿Sientes que el desempeño laboral te satisface?

- a. Sí
- b. No

8. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿Cómo te podría ayudar el desempeño laboral?

- a. Incentivos
- b. Orientación
- c. Otro (especificar):

9. En tu opinión ¿podría mejorar desempeño laboral?

- a. Sí
- b. No

10. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿En qué podría mejorar desempeño laboral?

- a. Mejorar el trato con el usuario
- b. Brindar mayor satisfacción
- c. Disminuir las insatisfacciones
- d. Otro (especificar):

11. ¿Tienes conocimiento acerca de la satisfacción del usuario?

a. Sí

b. No

12. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿Qué tanto conoces acerca del tema?

a. Muy poco

b. Poco

c. Regular

d. Mucho

13. ¿Sabes de qué manera apoyan a la sociedad con la satisfacción?

a. Sí

b. No

14. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿Qué tan bien utilizados son los servicios del restaurant?

a. Nada

b. Muy Poco

c. Poco

d. Regular

e. Muy Bien

15. ¿Estarías dispuesto a dar una propina por el servicio?

a. Sí

b. No

16. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿Cuánto te parecería justo tributar?

- a. 10 soles-diario
- b. 20 soles-mensual
- c. Un porcentaje de mi sueldo
- d. Un porcentaje de mi ganancia-mensual

17. ¿Sientes que das propinas por el servicio?

- a. Sí
- b. No

18. Sí la pregunta anterior respondiste SI, responde: ¿Cuánto sientes que aportas al restaurant?

- a. Muy poco
- b. Poco
- c. Regular
- d. Mucho