

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES



TESIS

**LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA PRODUCTIVIDAD DE LA
EMPRESA IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES FELLES
E.I.R.L DEL DISTRITO DE SANTA MARÍA, 2021**

Presentado por:

JAIME ADRIAN ECHEGARAY MATOS

ASESOR:

Dr. POLICARPO DIOMEDES MÁRQUEZ VALENCIA

Para optar el título Profesional de Licenciado en Negocios Internacionales

Huacho – Perú

2022

**LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA PRODUCTIVIDAD DE LA
EMPRESA IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES FELLES E.I.R.L
DEL DISTRITO DE SANTA MARÍA,2021**

JAIME ADRIAN, ECHEGARAY MATOS

TESIS DE PREGRADO

ASESOR: Dr. POLICARPO DIOMEDES MÁRQUEZ VALENCIA

**UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
HUACHO
2022**

DR. POLICARPO DIOMEDES MÁRQUEZ VALENCIA
ASESOR

DR. CARLOS MAXIMO GONZALES AÑORGA
PRESIDENTE

DRA. FLOR VICTORIA PICHILINGUE NUÑEZ
SECRETARIO

MG. DANIEL ALBERTO OSWALDO VALENZUELA
VOCAL

DEDICATORIA

A mis padres por su apoyo, a mi
hermana

A mi novia y a mi futuro hijo por ser el
motivo de la culminación de mi tesis.

Jaime Adrian Echegaray Matos

AGRADECIMIENTO

A nuestra casa superior de estudios y a la Escuela Profesional de Negocios Internacionales, por brindarnos los conocimientos básicos a cerca de nuestra investigación. A mi madre y mi esposa, por el apoyo incondicional que me brindan en cada paso de nuestra vida. A la Empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L por brindarnos información y poder concluir con el trabajo de tesis sin contra tiempos.

Jaime Adrian EcheGARAY Matos

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
Resumen	x
Abstract.....	xi
INTRODUCCIÓN	12

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática.....	13
1.2 Formulación del problema	15
1.2.1 Problema general	15
1.2.2 Problemas específicos	15
1.3 Objetivos de la investigación	15
1.3.1 Objetivo general.....	15
1.3.2 Objetivos específicos.....	16
1.4 Justificación de la investigación	16
1.5 Delimitación del estudio	16
1.6 Viabilidad del estudio.....	17

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación.....	18
2.1.1 Investigaciones internacionales.....	18
2.1.2 Antecedentes nacionales	19
2.2 Bases teóricas.....	21
2.3 Definiciones de términos básicos	45
2.4 Hipótesis de investigación.....	47
2.4.1 Hipótesis general	47
2.4.2 Hipótesis específicas.....	47
2.5 Operacionalización de las variables.....	48

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1	Diseño metodológico	50
3.2	Población y muestra	50
3.2.1	Población.....	50
3.2.2	Muestra	50
3.3	Técnicas de recolección de datos.....	50
3.4	Técnicas para el procesamiento de la información	51

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1.	Análisis de resultados	52
4.2.	Contrastación de hipótesis	72

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1	Discusión.....	75
------------	-----------------------	-----------

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1	Conclusiones	76
6.2	Recomendaciones.....	76

REFERENCIAS.....77

7.1	Fuentes bibliográficas.....	77
7.2	Fuentes electrónicas.....	78
7.3	Fuentes Hemerográficas.....	79

ANEXOS80

01 CUESTIONARIO80

02 MATRIZ DE CONSISTENCIA83

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Gráfico de barras del género de los empleados.	52
Figura 2. Gráfico de la pregunta formulada	54
Figura 3. Gráfico de la pregunta formulada	55
Figura 4. Gráfico de la pregunta formulada	55
Figura 5. Gráfico de la pregunta formulada	56
Figura 6. Gráfico de la pregunta formulada	57
Figura 7. Gráfico de la pregunta formulada	58
Figura 8. Gráfico de la pregunta formulada	59
Figura 9. Gráfico de la pregunta formulada	60
Figura 10. Gráfico de la pregunta formulada	61
Figura 11. Gráfico de la pregunta formulada	62
Figura 12. Gráfico de la pregunta formulada	63
Figura 13. Gráfico de la pregunta formulada	64
Figura 14. Gráfico de la pregunta formulada	65
Figura 15. Gráfico de la pregunta formulada	66
Figura 16. Gráfico de la pregunta formulada	67
Figura 17. Gráfico de la pregunta formulada	68
Figura 18. Gráfico de la pregunta formulada	69
Figura 19. Gráfico de la pregunta formulada	70
Figura 20. Gráfico de la pregunta formulada	71
Figura 21. Gráfico de Correlación entre las dos variables.....	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	48
Tabla 2.....	49
Tabla 3.....	52
Tabla 4.....	53
Tabla 5.....	54
Tabla 6.....	55
Tabla 7.....	56
Tabla 8.....	57
Tabla 9.....	58
Tabla 10.....	58
Tabla 11.....	59
Tabla 12.....	60
Tabla 13.....	61
Tabla 14.....	63
Tabla 15.....	64
Tabla 16.....	65
Tabla 17.....	66
Tabla 18.....	67
Tabla 19.....	68
Tabla 20.....	69
Tabla 21.....	70
Tabla 22.....	71
Tabla 23.....	72
Tabla 24.....	73

Resumen

Objetivo: determinar de qué manera la calidad de servicio influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021.

Métodos: La población de estudio fueron de 25 trabajadores de la empresa Importaciones y exportaciones Felles E.I.R.L. Se utilizó como instrumento de medición el cuestionario de escala de Likert. Considerandose como dimensiones: Capacidad de respuesta, Empatía, Fiabilidad, Eficiencia, Eficacia, Efectividad para ambas variables. La confiabilidad de los instrumentos fue validada mediante Shapiro Wilk. La prueba de Pearson. **Resultados:** Los resultados muestran que como se muestra en la tabla 24 se obtuvo un coeficiente de correlación de $r= 0,270$, con una $p= 0,019$ ($p > 0,05$) con lo cual se puede decir que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. **Conclusión:** Los resultados obtenidos muestran que existe relación entre las dos variables: La calidad de servicio y la Productividad, debido a que existe una correlación negativa débil, pero a su vez el nivel de significancia es mayor a 0,05, lo cual demuestra la relación entre las dos variables y sus dimensiones.

Palabras claves: Calidad de servicio, Productividad, Exportación, Importación

Abstract

Objective: To determine how quality of service influences the productivity of the company Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021. **Methods:** The study population consisted of 25 workers of the company Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. The measuring attitudes Likert scale was used. Considered as dimensions: Answer's capacity, Empathy, Reliability, Efficiency, Efficacy, Effectiveness. The reliability of the instrument was validated using Shapiro Wilk. Pearson test. **Results:** The results show that a correlation coefficient of $r= 0.270$ was obtained, with $p= 0.019$ ($p> 0.05$) with which it can be said that the alternative hypothesis is accepted and the null hypothesis is rejected. **Conclusion:** The results obtained show that there is a relationship between the two variables: Service quality and Productivity, because there is a weak negative correlation, but in turn the level of significance is greater than 0.05, which demonstrates the relationship between the two variables and their dimensions.

Keywords: Quality of service, Productivity, Export, Import

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación titulado: “La calidad de servicio y la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de santa maría,2021, se desarrolló con el objetivo de determinar de qué manera la calidad de servicio influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021.

La investigación está estructura de la siguiente manera:

Capítulo I, se realiza la descripción problemática, planteamiento del problema, se proponen los objetivos y la justificación de la investigación.

Capítulo II, se realiza los antecedentes, bases teóricas definición de los términos básicos, formulación de las hipótesis.

Capítulo III, se explica la metodología de la investigación lo cual incluye: El diseño, la población-muestra, la operacionalización de las variables, técnicas e instrumentos, y el procesamiento de la información.

Capítulo IV, contiene los resultados adquiridos.

Capítulo V, contiene las conclusiones y recomendaciones

Capítulo VI, contiene todas las fuentes bibliográficas y electrónicas utilizadas para la presente investigación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

La evolución creciente de la era digital ha traído un crecimiento considerable entre los clientes y las empresas, con lo cual muchas organizaciones han empezado a tener en cuenta la calidad de servicio que les brindan a sus clientes al momento de realizar sus exportaciones, principalmente las mypes las cuales están intentando entrar al mercado global, como el estudio de Tabares (2020) donde permitió una comprensión sobre los problemas que enfrentan las mypes, para llevar sus productos al mercado de destino como la falta de técnicas y estrategias que garanticen la cobertura de demanda. Esto conllevaría a que la productividad de las empresas no incremente.

La globalización ha hecho que los negocios internacionales cada vez tengan mayor importancia, debido a los nuevos tratados que todos los países integran. La calidad de servicio es uno de los puntos clave para que estas empresas que optan por entrar en el mercado internacional deben tener en cuenta, si estos quieren tener más accesos y más cartera de clientes en el exterior.

La importancia de la calidad de servicio ha ido teniendo en los últimos años ya que el mercado ha ido incrementándose de manera notable.

La productividad de las empresas depende de que tan buena calidad de servicio tengan hacia con sus clientes, ya que de ello depende para la producción y su duración dentro de un mercado que poco a poco se vuelve más competitivo.

Por tal motivo, con respecto a lo mencionado anteriormente y añadiendo las investigaciones resaltadas, es posible que la calidad de servicio influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles.

La empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. que se ubica en el distrito de Santa María, es una empresa que se dedica a la importación y exportación de cultivo de frutas de pepitas y hueso.

Actualmente cuenta con 25 trabajadores. Es una organización en busca de la adaptabilidad a los tiempos. Se encuentra ubicado en Jr. Santa Ana Nro. S/N Lima – Huaura – Santa María. Su razón social es Empresa Individual de Responsabilidad Limitada e inscrita en los registros públicos.

En la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. se ha detectado que tienen problemas con la productividad esto debido a la falta de estrategias para poder brindar una correcta y buena calidad de servicio. Se considera que los factores que afectan a la productividad de la empresa es lo que siempre los empresarios ignoran cuando gestionan sus procesos de compras y de sus ventas. Uno de ellos es la cantidad de tiempo que se pierde realizando tareas que se podrían hacer mejor y en menos tiempo

La productividad es una de los asuntos pendientes de la empresa lo cual genera que se desarrolle una correcta calidad de servicio. Uno de los problemas que a veces se comete es pensar que a mayor producción se obtiene mayor calidad al momento de producir la mercancía cosa que es totalmente falsa.

Con respecto a la calidad de servicio se ha detectado fallas en planeación y designación de roles con los empleados, lo cual genera pérdida de tiempo y equivocaciones y desinformación entre los mismos empleados.

Vamos a presentar algunos de los factores que influyen en la productividad de la empresa. Al incrementar la productividad, se podrá mejorar también los resultados de facturación.

Las estrategias erróneas que se utilizan para aumentar la productividad vienen a ser que, para aumentar las compras y las ventas. En cierta manera obligamos a los trabajadores a producir muchas veces más de lo que se debería y muchas de estas veces no se cuenta con la cantidad de cliente esperado y en otras ocasiones la calidad del producto no viene a ser el 100% lo cual genera que nuestra calidad de servicio no se la adecuada.

En caso la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. no ponga énfasis en solucionar los problemas mencionados con anterioridad tendrá retrasos considerables mejorar su calidad de servicio y por lo tanto en generar más productividad por lo que afectaría a su imagen en el mercado internacional.

Por tal motivo, se enfatiza a la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.r.l. en implementar un plan de capacitación a su personal de manera que afiancen sus conocimientos en los temas y apliquen lo aprendido con eficiencia mejorando así tanto la calidad de servicio como su productividad.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera la calidad de servicio influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021?

1.2.2 Problemas específicos

- a) ¿De qué manera la capacidad de respuesta influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María,2021?
- b) ¿De qué manera la empatía influye en la productividad de la empresa Importaciones y exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María,2021?
- c) ¿De qué manera la fiabilidad influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar de qué manera la calidad de servicio influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Determinar de qué manera la capacidad de respuesta influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021.
- b) Determinar de qué manera la empatía influye en la productividad de la empresa Importaciones y exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021.
- c) Determinar de qué manera la fiabilidad influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021.

1.4 Justificación de la investigación

Justificación por su conveniencia

Ya que la presente investigación busca identificar si la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L., viene desarrollando eficientemente la calidad de servicio y de esta manera analizar como esto influye en la productividad, siendo de suma importancia para la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L.

Justificación metodológica

Su utilidad metodológica está en el planteamiento del instrumento de recolección de datos, y este ayudara a las siguientes investigaciones a evaluar la calidad de servicio de una empresa y su influencia en la productividad.

1.5 Delimitación del estudio

- Delimitación geográfica: Empresa Importaciones y Exportaciones Felles. Distrito de Santa María, provincia de Huaura, departamento de Lima.

- Delimitación temporal: mayo del año 2021 a noviembre del año 2021.
- Delimitación social: trabajadores de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles.
- Delimitación semántica: Calidad de servicio y Productividad.

1.6 Viabilidad del estudio

La delimitación es viable ya que se cuenta con los recursos financieros, humanos y materiales, lo cual permiten garantizar la viabilidad y la ejecución de la investigación, Se cuenta con el acceso a la institución y el tiempo para poder realizar la investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

Lascurain (2012) realizó la investigación titulada “Diagnóstico y propuesta de mejora de calidad en el servicio de una empresa de unidades de energía eléctrica ininterrumpida” la cual fue aprobada por la Universidad Iberoamericana. La investigación tuvo como objetivo diagnosticar los principales factores que tienen influencia sobre la calidad del servicio de la empresa, para establecer una propuesta de mejora viable que incremente la satisfacción y lealtad de los clientes. La investigación fue de carácter cualitativo-descriptivo de diseño no experimental. La investigación utilizó como técnica la entrevista. La investigación concluyó que, de acuerdo a lo obtenido en el análisis, mientras el flujo de comunicación no se da en todos los sentidos, facilitando el desarrollo de un paquete de servicios que brindar al cliente, no se obtendrán resultados que ayuden a mejorar la satisfacción del cliente y por lo tanto la lealtad de los clientes.

Valle y Vicente (2015) realizaron la investigación titulada “Evaluación de la calidad en el servicio del restaurante Pizza Hut Villa Fontana de Diciembre 2014 – Enero 2015” la cual fue aprobada por la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. La investigación tuvo como objetivo evaluar la calidad en el servicio brindado en el Restaurante Pizza Hut Villa Fontana, tomando en cuenta las características socioeconómicas del segmento que mayormente hace uso de este. La investigación es de tipo descriptivo de corte transversal. La investigación utilizó como técnica la encuesta. La investigación concluyó que “En términos generales la población que visita el restaurante Pizza Hut Villa Fontana se caracteriza principalmente por ser una población joven ya que la edad con mayor afluencia oscila entre los 18 a 25 años además de ser económicamente activos al dedicarse un 74% a alguna actividad económica que le genera ingresos con una frecuencia ligeramente mayor por parte del sexo femenino y donde más de la mitad de los entrevistados se presenta con estado civil

soltero; podemos destacar que el tiempo de comida más concurrido y agitado es durante el almuerzo siendo la cena un ambiente familiar y tranquilo”.

Fuentes (2012) realizó la investigación titulada “Satisfacción laboral y su influencia en la productividad” (estudio realizado en la delegación de recursos humanos del organismo judicial en la ciudad de Quetzaltenango” la cual fue aprobada por la universidad Rafael Landívar. La investigación tuvo como objetivo establecer la influencia que tiene la satisfacción laboral en la productividad del recurso humano. La investigación es de tipo descriptivo. La investigación utilizó como técnica la encuesta. La investigación concluyó que los empleados de la Delegación tienen alta la satisfacción laboral, pero es conveniente que exista comunicación asertiva y armonía con las diferentes unidades que conforma la Delegación de Recursos Humanos.

Vásquez (2018) realizó la investigación titulada “Establecer la relación de la motivación intrínseca con la productividad laboral de los agentes de la PMT de la Municipalidad de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos” la cual fue aprobada por la Universidad Rafael Landívar. La investigación tuvo como objetivo Establecer la relación de la motivación intrínseca con la productividad laboral de los agentes de la PMT de la Municipalidad de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos. La investigación es de tipo cuantitativa. La investigación utilizó como técnica la escala de tipo Likert también conocida como método de evaluaciones sumarias. La investigación concluyó que La motivación intrínseca se relaciona de manera significativa con la productividad laboral de los agentes de la Policía Municipal de Tránsito de la Municipalidad de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos, porque en todas las funciones que realizan poseen sentido de trabajo, misma que hace que sean efectivos.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Pinto (2017) realizó la investigación titulada “Evaluación de la calidad del servicio del restaurante “El Tio Sam” de Casma utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, 2017” la cual fue aprobada por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. La investigación tuvo como objetivo Evaluar la calidad del servicio el restaurante “El Tío Sam” de la ciudad de Casma en base al cumplimiento de estándares

derivados de las Buenas Prácticas en el año 2017. La investigación es de tipo descriptivo de diseño transversal. La investigación utilizó como técnica guías de observación y cuestionario estructurado. La investigación concluyó que en palabras concisas “El Tío Sam” de la ciudad de Casma, cuenta con 191 de los 261 normas establecidas, lo que indica que un 73,2% del total dichas normas y esta a su vez no estaría logrando los objetivos de contar con 70 normas, lo cual indica el 26,8% estos indicadores obtenidos muestra que la calidad del servicio de la organización es normal, es necesario indicar que se puede lograr un avance y mejores resultados para el desempeño lo cual incluiría un gran número de normas de calidad que estén relacionadas a las buenas prácticas, teniendo en cuenta que se debe aplicar capacitaciones a los colaboradores. En las dimensiones estudiadas, el de mayor logro al cumplirse son las de gestión del servicio y gestión empresarial. incluyendo una mayor cantidad de estándares derivados de las Buenas Prácticas, sumándole a ello capacitaciones al personal para así ofrecer un mejor servicio, caso contrario con las gestión cultural y ambiental, las cuales fueron las de menor cumplimiento.

Rodriguez y Mallqui (2014) realizaron la investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente del banco de la nación agencia 2 Huaraz, periodo 2014” la cual fue aprobada por la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo. La investigación tuvo como objetivo determinar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente del Banco de la Nación Agencia 2 Huaraz. Periodo 2014. La investigación fue de tipo correlacional – explicativo de diseño no experimental, transeccional y correlacional. La investigación utilizó la técnica de encuesta y su instrumento el cuestionario. Dicho estudio da como conclusión que la satisfacción del cliente en el banco de la nación es considerablemente influenciada por la calidad que se brinda de servicio, los resultados obtenidos obtuvieron el valor de 0.87, lo que indicaba que había una relación positiva, mediante la estadística de Spearman.

Guillermo (2018) realizó la investigación titulada “Satisfacción laboral y la productividad de los trabajadores de la municipalidad provincial de Huaura, 2017” la cual fue aprobada por la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. La investigación tuvo como objetivo determinar en qué medida la satisfacción laboral se

relaciona con la productividad de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Huaura, 2017. La investigación fue de tipo aplicada con diseño no experimental, transeccional, correlacional. La investigación utilizó la técnica de la encuesta. La investigación concluyó que Según la Prueba de Rho de Spearman se evidencia, que el $p = 0.000$, aceptando la hipótesis alterna, donde la satisfacción laboral se relacionan con la productividad; con una correlación positiva considerable del 0.841, muy significativa.

Gallardo y Vilca (2020) realizaron la investigación titulada “Influencia del clima organizacional en la percepción de la productividad laboral de los colaboradores de la empresa Enma Luz Arribasplata Soberon – Elas Gráfica” la cual fue aprobada por la Universidad Privada del Norte. La investigación tuvo como objetivo determinar la influencia del clima organizacional en la percepción de la productividad laboral de los colaboradores de la empresa Enma Luz Arribasplata Soberon – ELAS Gráfica. La investigación fue de tipo explicativo y de diseño no experimental de corte transversal y enfoque cuantitativo. La investigación utilizó como técnica la encuesta. La investigación concluyó que, existe influencia entre las variables clima organización y la percepción de productividad laboral.

2.2 Bases teóricas

Variable independiente: Calidad de servicio

A. Definiciones

Solórzano y Aceves (2013) definen que la calidad en el servicio al cliente es:

Uno de los puntos más importantes para poder seguir estando entre la preferencia de los consumidores, es la imagen que se proyecta en ellos; siendo esto una manera de poder diferenciarse ante toda la competencia dentro del mercado, y es el momento exacto en donde los consumidores empiezan a crear una opinión ya sea a favor o en contra de la empresa u organización.

Pérez (2010) señala que la calidad de servicio representa:

Un instrumento de suma importancia que va a permitir poder otorgar un valor más agregado a los clientes con respecto a lo que la competencia pudiera ofertar y de esta manera poder conseguir la atracción del cliente y aplicarlo en toda la empresa.

Es de suma importancia darle la atención necesaria a esta área de la empresa, no importa si son micro, pequeñas o grandes empresas, ya que de esta forma se podrá otorgar y agregar una nueva fortaleza a la organización, y de esta forma será factible otorgar posibles riesgos, que de una u otra manera puedan en un futuro convertirse en una amenaza o debilidad para la empresa y estos pudieran ser irreparables.

Parasuraman, Zeithaml, Berry (1988) determinan a la calidad de servicio como la:

Desalineación que existe entre las variables de esperanzas, percepción, y la suspicacia que existe antes del servicio. Lo cual permite ser evaluado a través de los resultados que se obtenga. Cuanto más grande sea la desigualdad entre la percepción del servicio y las expectativas, se tendrá una mejor calidad. Señala que la calidad del servicio se refiere a como el consumidor lo percibe y se siente, es decir a la opinión, o actitud, en relación con la excelencia del servicio. Todo ello permite llegar a la conclusión que la diferencia de la calidad en los productos, puede ser evaluada imparcialmente por medio de ciertos indicadores los cuales pueden ser; la persistencia o número de errores; la calidad en los servicios es algo que se da de forma natural y que a su vez es difícil de medir.

(Zeithaml, Bitner, y Gremler (2009) definen la calidad en el servicio es:

Un componente de real importancia ante lo que percibe el consumidor o el cliente. En el caso de los servicios puros, la calidad es el elemento que siempre va a estar por delante al momento que un cliente realice una evaluación. En los casos en que la empresa ofrece servicios, este también puede ser suma importancia para poder evaluar la satisfacción del consumidor.

B. Dimensiones de calidad de servicio.

Cronin y Taylor (1992) definen que los estándares para la evaluación de la calidad de servicio son:

Fiabilidad:

Drucker (1999) indica que la fiabilidad es:

La habilidad o conocimiento que debe tener la empresa en el momento en que se realiza un servicio, para que de esta manera se ofrezca de forma segura, sincera y hacendosa. Con respecto a la fiabilidad se encuentran incorporadas características que logran que el consumidor permita conocer las capacidades, habilidad y conocimientos que los empleados de la empresa poseen, en otras palabras, la fiabilidad señala que se debe ofrecer el servicio de una forma adecuada, desde el primer momento, realizando lo pactado, ya sean mediante delivery, brindar un servicio, brindar algunas posibles soluciones ante inconvenientes encontrados y la fijación de precios.

Capacidad de respuesta:

Tigani (2006) define que la capacidad de respuesta:

Determina el grado de conocimientos y preparación que se tiene al momento de realizar un servicio. La demora del servicio, es algo que definitivamente no le dará ningún valor agregado al servicio o producto ante la percepción del cliente. Si se trata de servicio hospitalario, la falta de capacidad de respuesta puede ser realmente irreparable.

Seguridad:

Drucker (1999) define que es:

El afecto que tienen los consumidores y/o clientes cuándo ponen sus dificultades y su confianza ante la empresa, y confían en que estos llegarán a ser resueltos de la manera más propicia. Lo cual contiene integridad, que sea claro, franco, confiable. Lo que conlleva a que para la organización no solo debe ser importante el consumidor y/o cliente, sino que la empresa debe mostrar hacia el cliente una prevención ante los problemas y darle una mayor satisfacción al cliente.

Empatía:

Moya (2016) define que la empatía es:

Una capacidad muy esencial para desarrollarla de manera acertada en sociedad. Nos permite comprender mejor a los demás y nos ayuda a lograr el éxito personal en las relaciones con nuestro entorno familiar y social, así como en nuestra profesión, permitiéndonos percibir mejor nuestras necesidades y los deseos de las personas con las que trabajamos. Se sitúa con respecto al servicio de manera personal que las organizaciones proveen a sus consumidores. Lo cual debe ser provisto de manera personalizada lo que se adapte a como el cliente lo prefiera. Se refiere al nivel de atención individual que las empresas brindan a sus clientes.

Elementos tangibles:

Zeithaml y Bitner (2002) establecen los elementos físicos son “la percepción que tiene el cliente con respecto al personal, los equipos en la organización, instalaciones, etc.”

C. Medida de calidad de servicio**a) Escuela Americana:**

Duque (2005) menciona que luego de una encuesta y una evaluación, con base en el concepto de calidad de servicio percibida, desarrollaron una herramienta que cuantifica la calidad de servicio y denominada SERVQUAL.

Esta herramienta les permite abordar la medición evaluando por separado las expectativas y percepciones de los clientes, basándose en las opiniones de los consumidores en la investigación. Estos comentarios señalan diez aspectos establecidos por los autores y con la importancia relativa que reclaman, en función del tipo de servicio y / o cliente.

b) Modelos de los tres componentes:

Duque (2005) Señala que, en 1994 Rust y Oliver presentaron una conceptualización no probada, pero que fundamenta lo planteado por Grönroos.

Su justificación está en las evidencias encontradas por autores como McDougall y Levesque en 1994 en el sector bancario y por McAlexander y otros en el mismo año en el sector sanitario (Rust y Oliver, 1994, p. 8). El modelo se compone de tres elementos: el servicio y sus características (service roducto), el proceso de envío del servicio o entrega (service delivery) y el ambiente que rodea el servicio (environment). Su planteamiento inicial fue para productos físicos. Al aplicarlo al servicio, cambia el centro de atención, pero, como ellos afirman, se esté hablando de empresas de servicios o de productos, los tres elementos de la calidad del servicio siempre están presentes (p. 11).

El servicio y sus características se relacionan con el diseño del servicio antes de su entrega al cliente. Aquí se incluyen características específicas. Los artículos se determinan según el mercado objetivo, es decir según las expectativas. Estas expectativas se pueden vincular al índice de referencia como punto de referencia, ya sea que la industria decida o no cumplir con el estándar. El punto clave es determinar las características o especificaciones relevantes a suministrar (Rust y Oliver, 1994)). Algunos autores como De Sarbo et al. (1994)) utilizaron técnicas estadísticas para determinar esto, mientras que Bitner y Hubert (1994)) utilizaron la técnica de ventilación crítica.

Es decir; estas expectativas se pueden vincular al índice de referencia como punto de referencia, ya sea que la industria decida o no cumplir con el estándar.

c) **SERVPERF**

Duque (2005) señala que Cronin y Taylor (1992) realizaron una medida más clara que la ya conocida SERVQUAL al cual le lo denominaron SERVPERF.

Dicha medida se basó netamente en resaltar las percepciones, establecieron una escala más concisa que SERVQUAL y la llamaron SERVPERF. Esta nueva escala está basada exclusivamente en la valoración de las percepciones, Taylor indica que la primera teoría de SERVQUEAL, no llega a tener un apoyo rotundo de teoría, lo cual permitiera tener donde comenzar y de esta forma medir las

percepciones de calidades. Estos autores desarrollan su escala tras una revisión de la literatura existente

El cuestionario SERVQUAL (Zeithaml; Parasuraman; Berry, 1988 señalan que el cuestionario SERVQUAL consta de tres secciones:

-En la primera, se interroga al cliente sobre las expectativas del cliente. Lo que éste opina sobre lo que un servicio determinado debe ser. Esto se hace mediante 22 declaraciones. Sobre ellas, el usuario debe situar, en una escala de 1 a 7, el grado de expectativa para cada una de dichas declaraciones.

En la segunda se recoge toda la percepción del cliente respecto al servicio que presta la empresa. Es decir, hasta qué punto considera que la empresa posee las características descritas en cada declaración.

Finalmente, otra sección, situada entre las dos anteriores, cuantifica la evaluación de los clientes respecto a la importancia relativa de los cinco criterios, lo que permitirá ponderar las puntuaciones obtenidas.

D. Importancia de la calidad de servicio

Solórzano y Aceves (2013) definen que la competitividad:

Va en aumento, por ende, la oferta está incrementándose notablemente ello explica que cada vez son más variados, por lo que se hace importante poder brindar un producto con un valor más agregado que el de la competencia. Los competidores van mejorando la calidad y precio de sus productos, por lo que se hace siempre se hace de suma necesidad buscar ser diferentes. Los clientes a su vez se hacen más exigentes con los productos que ellos requieren, ya no sólo buscan calidad y precios bajos, sino también, un buen trato en la empresa, un salario emocional adecuado de comodidad, un trato personalizado, un servicio más eficaz y eficiente. Si un consumidor no queda satisfecho por el producto, servicio o la atención, es muy creíble que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores. Si un cliente recibe un buen

servicio o atención, es muy creíble que vuelva a pescar nuestros productos o que vuelvan a visitarnos. Si un cliente recibe una buena atención, es muy creíble que a través de el o ella nos haga llegar hacia otros clientes. Es esencial tener en mente dichos aspectos, ya que, si se pueden memorizar perfectamente cada uno de ellos y, aplicarlos de la forma correcta se logrará ocurrir un extracto competitivo. El fin de la organización dirigida hacia el cliente es ser quien ayude y brindar apoyo hacia los empleados que se desarrollan en la empresa para de esta forma poder llegar a obtener la calidad de servicio que es exigida por los clientes. Las personas aportan el valor diferenciado, es decir, el recurso humano es el factor primordial dentro de la organización. Para ofertar una excelente atención al cliente, se necesita que los empleados de la empresa desarrollen habilidades técnicas relacionadas con su área laboral, como el conocimiento de los servicios y productos que se brindan, el entorno de trabajo, procedimientos, procesos, manejo de herramientas y maquinas que se utilicen dentro de la organización. En las empresas orientadas al cliente los trabajadores ponen en práctica ambas habilidades, tanto las personales como las técnicas. Esto permite que la atención y el servicio sean un solo proceso. El consumidor y/o cliente espera calidad en la satisfacción de lo requiere y de sus expectativas. Las necesidades se satisfacen con servicios y productos buenos que cada trabajador de la empresa debe conocer con mucho detalle a lo que se llama la (habilidad técnica). Las expectativas se logran obtener con la atención que se ofrece al cliente. (habilidad interpersonal)

E. Características del servicio de calidad

Solórzano y Aceves (2013) citaron a Aniorte (2013) definiendo que algunas de las características de la calidad de servicio son:

- Se tiene que alcanzar las metas
- Tiene que usarse para lo que se creó
- Tiene que ser idóneo
- Tiene que satisfacer a los clientes
- Debe brindar conclusiones positivas

De tal forma, coexisten diversas particularidades más involucradas las cuales son citadas por Paz (citado en Verdú, 2013), las cuales será el personal quien estará a cargo de ellas, ya que son habilidades necesarias, ya que son ellos quienes tendrán directa relación y comunicación con los consumidores, estas pueden ser:

- Formalidad: Sinceridad en la manera de interactuar, la habilidad para comprometerse en los temas con mucha integridad y de una manera seria.
- Participativo: ser dinámico y activo, con inclinación a desarrollarse en situaciones diversas y dar soluciones eficaces ante los problemas.
- Ambición: tener deseos infinitos por crecer y mejorar; es decir, querer superarse.
- Autodominio: poseer habilidad de poder tener autocontrol de su manera de actuar y de todos los pasajes de la vida.
- Estar dispuesto de brindar servicio: se da de manera natural, que no se fuerza, a ayudar, atender, dar servicio al consumidor de manera entregada.
- Don de gentes: tener habilidad para poder tener una correcta relación de manera afectiva y de calidad con los demás.
- Ser colaborativo: Saber trabajar dentro de un ambiente laboral organizado y alrededor de equipos, todos en busca de un mismo objetivo.
- Positivismo: Estar siempre con la mentalidad de que todo lo que se realice siempre tendrá algún beneficio.
- Observación: Ser capaz de poder visualizar mas allá de manera experimental o de manera fija.
- Ser analítico: Habilidad que permite obtener lo esencial del resto, restar a dificultades en partes, de tal manera que permita analizar las ideas primordiales y, en función de ese análisis, ofrecer soluciones globales o una solución global.

- Ser imaginativo: es la habilidad de obtener y crear ideas de manera innovadoras y, de ofrecer diversas alternativas al abordar una situación.
- Recursos: Tener la capacidad de poder recurrir a los métodos para poder lograr objetivos.
- Aspecto externo: es la importancia de generar una buena impresión al momento en que los clientes se apersonan a los establecimientos para poder realizar su compra.

F. Principios de la atención al cliente

Como principios de la atención al consumidor se definen que el consumidor es el que brinda la valoración sobre la calidad en la atención recibida. Toda consejo o sugerencia es de suma importancia para que la empresa vea los aspectos a mejorar. Toda acción en la prestación de algún servicio debe estar proyectada a alcanzar la satisfacción del consumidor. Esta satisfacción debe garantizar la cantidad, calidad, precio y tiempo. Las exigencias del consumidor están orientada a las tácticas de la organización con respecto a la producción de bienes y servicios. El modelo del servicio que se desarrolla tiene que satisfacer totalmente los requerimientos de los consumidores, además de poder garantizar la competitividad de la organización de forma tal que pueda permanecer circulando en el mercado

G. Modelos de Calidad

Para poder entender cómo desarrollan los clientes la medida de la calidad del servicio se revisan distintos métodos referidos a la calidad que con el pasar de los años se han estado realizando.

Un arquetipo de calidad de servicio es una manera más sencilla de ser interpretada y mostrada, que se basan en arquetipos básicos que pueden explicar convenientemente el grado de calidad obtenido por una empresa desde la percepción de sus clientes. En adición, tales arquetipos señalan que la calidad es de percepción del cliente a través de la comparación entre lo que espera obtener el clientes y como se desarrolla el servicio.

El modelo de Sasser, Olsen y Wyckoff

El modelo Sasser, Olsen, & Wyckoff, (1978) abarca en la hipótesis de que el cliente cambia sus expectativas en atributos que están conectados tanto al servicio base como a los servicios periféricos.

Para poder medir la calidad de servicio, se puede decidir por cualquiera de los procedimientos señalados.

- Seleccionar un atributo especial y único de (el que para el cliente llegue a tener un significado específico mayor que las demás características del servicio).
- Seleccionar un atributo en específico, para que las demás características tengan una satisfacción mínima.
- Considerar el **conjunto de características** según un arquetipo compensatorio (El cliente acepta tener mayor cantidad de atributos en específico dejando de lado otras características, por las anteriores ya elegidas).

Por lo tanto y considerando que dentro de las particularidades que existen en el servicio o bien se podrá lograr generar un mayor impacto en el público objetivo, esto debe ser medido de manera general con el fin de ver cual fuera la calidad total.

El método de Gronross

Según Gronroos (1984) existen tres modelos que identifican a la calidad de servicio:

La calidad de método o conclusiones del proceso de las prestaciones del servicio, es lo que los consumidores obtienen, qué se oferta en el servicio. La calidad del bien en oferta, tiene un criterio objetivo mucho mayor, por lo cual, el impedimento de ser evaluados por los clientes es menor.

La calidad práctica o apariencias ligadas con el proceso, cómo sería la calidad al prestar un servicio, experiencia del consumidor con el proceso de consumo y

producción, se refiere a cómo se realiza el servicio. Está directamente relacionada con la relación e interacción entre el personal de la empresa y el consumidor, es la relación cliente-empleado.

Posteriormente, Grönroos (1984) define la existencia de una tercera dimensión que denomina:

La calidad organizativa o imagen corporativa, lo cual quiere decir que, la calidad que reciben los consumidores de la empresa. Se relaciona con la relación que el consumidor ha tenido con la empresa al momento de realizar el servicio o la compra de algún producto, la imagen de la empresa será evaluar al momento del trato.

Por lo tanto, Grönroos (1984) señala que el subproceso de rendimiento instrumental se corresponde con:

La dimensión denominada calidad técnica, lo cual quiere decir, lo que se le brinda al cliente o lo que el cliente obtiene. La manera en que se evalúa esto es más sencillo de valorar por los clientes, ya que se tienen muchos más criterios. Por otro lado, el subproceso de rendimiento expresivo está más relacionado en cómo se presta el servicio.

Llega a la conclusión de que la calidad del servicio es un conjunto de evaluaciones, desde la percepción recibida al momento de realizada la compra de un producto o servicio. Esto quiere decir que las variables para la evaluación de esto son, el servicio recibido y el servicio esperado.

a. Modelo de Brechas en el Servicio

El Modelo de las deficiencias o de los GAPS, propuesto por Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988) intentan de identificar por qué un servicio es deficiente; de esta forma se puede identificar las diferencias de las percepciones del servicio que se recibe y las expectativas.

La primera explica en como los consumidores se van a hacer una opinión o reflexión acerca de la empresa y de la atención recibida en ella.

La segunda explica sobre como las organizaciones tienen deficiencias y esto explicaría la falta de calidad en los servicios.

b. Modelo de Samart Powpaka

Gonzales, (2018) cita a Powpaka (1994, señalando su modelo, este modelo señala que no solo se debe evaluar o medir la calidad de servicio por el proceso a la entrega de los servicios, sino que se debe analizar la calidad de servicio a través de la satisfacción, intenciones de compra del cliente y el comportamiento de los consumidores.

La teoría del modelo está conformada por el enfoque de Grönroos, además determina que los clientes se sienten insatisfechos con un servicio cuando perciben servicios satisfactorios, pero procesos insatisfactorios.

Entre los atributos de calidad que propone este modelo se encuentran:

- Atributos de Búsqueda de calidad: La evaluación de la calidad del producto o servicio antes de ser brindado puede ser evaluado con anterioridad, la calidad de esta forma puede ser mejor.
- Atributos de experiencia de calidad: La evaluación de la calidad del producto o servicio se realiza después de haber sido ofrecido.
- Atributos de creencias de calidad: La evaluación de la calidad del producto o servicio no puede ser evaluada, ni antes ni después.

Entre las recomendaciones que el modelo ofrece se encuentran:

- Los encargados de las organizaciones son quienes deben diferenciar y establecer el tipo de servicio que se ofrece: Ya sea con atributos de búsqueda, experiencia o creen en calidad.
- Y que tenga mejores principios de la categoría de atributos de la clase del servicio para cada categoría; incluso proponerlo para llevar a cabo prospección

competitiva, determinando el desempeño de la calidad del servicio de los competidores.

- El modelo se utiliza de manera gradual para poder identificar los cambios más significativos de la calidad de servicio en la organización.

El valorar un servicio durante todas las etapas de cumplimentación, es una de las ventajas de esta norma, dado que para ganar un servicio de calidad es forzoso que esta se presente en todas las etapas de procesamiento. aunque, cabe exagerar que para valorar el servicio logrado hay que analizarlo mano en el proceso de elaboración como en el otorgamiento concluido.

c. **Modelo de Johnson, Tsiros y Lancioni.**

Johnson, Tsiros, y Lancioni (1995) establecen su modelo, los autores modelan la calidad del servicio en las siguientes dimensiones.

- *Input*. Esta dimensión evalúa las condiciones necesarias para que se puedan realizar los servicios de igual forma todo lo relacionado con la infraestructura requerida para ella.
- *Process*. Se refiere a la calidad de la interacción entre proveedores del servicio y clientes, en otras palabras, cuando el servicio se produce (visto que la consecución y el consumo son inseparables), los clientes a menudo se relacionan con el personal del servicio y así se ven incluidos y de lleno afectados en el proceso de elaboración del servicio
- *Output*. Es la medida entre lo que se ha producido y dado como resultado del servicio proveído. En esta etaa se obtiene el feedback entre del consumidor y la empresa, ya que implica el cambio del estado mental y físico del cliente después del servicio.

Variable dependiente: Productividad

A. Definiciones de productividad

Carro y González (2012) señalan que la productividad demanda:

Actualizar todos los procesos productivos de la empresa. Mejorar todo el proceso productivo significa ser más eficientes y eficaces dentro de la empresa y esto traería una comparación muy favorable. En otras palabras, la productividad es la medida de todos los servicios o bienes producidos entre la cantidad de recursos implicados en el.

Koontz, Weihrich, y Cannice (2008) señalan que las organizaciones “siempre producen más de lo que se les solicita, sin necesidad de estar ser requeridas, a esto se le llama o se le conoce como la relación de (salidas-insumos) dentro de un periodo”.

Prokopenko (1989) señala que la productividad es:

La relación entre todo lo que se ha producido, lleva a cabo por un sistema de recursos utilizado para la creación de los productos o servicios. Por ende, la productividad se define como el correcto uso de los recursos, ya sea recursos humanos y materiales, así como también, el capital, información, etc.

Tener una mayor productividad significa que los recursos están siendo utilizados de manera eficiente y eficaz, al tener realizados con la misma cantidad de recursos y logrando cada vez mayor productividad.

La productividad se explica como la interrelación que puede existir entre el tiempo que se toma producir con los resultados que obtienen al final. Es el tiempo, el que va a determinar la eficacia de la productividad, ya que esto es una medida universal y que no puede ser controlado por el humano. En conclusión, mientras menor sea el tiempo en usar para obtener los resultados, más eficaz y productividad es el conjunto de sistemas dentro de la organización.

B. Dimensiones de la productividad

Koontz, Weihrich, y Cannice (2008) señalan que existen tres principios que son normalmente utilizados al evaluar el desempeño de un sistema, los cuales están relacionados con la productividad.

a) Eficiencia:

Es el vínculo que se tiene con el cumplimiento de lo que se tiene programado con los recursos que se emplean en la producción o actividades. Así mismo, como el nexo que existe entre la proporción de recursos que se utilizan y la proporción de recursos que se han estimados en utilizar en la producción y el nivel de aprovechamiento de estos recursos al producirlos en bienes. La eficiencia está relacionada en la productividad; pero no se puede tener este como único indicador en la medición de la productividad de una organización, ya que solo se mediría la productividad de bienes en ese caso se estaría midiendo cantidad y no la calidad, la empresa siempre pone mayor vehemencia hacia dentro de la empresa, buscando ser más eficiente y siendo más analistas obteniendo un control de gastos, de horas entre otras.

b) Efectividad:

Es la correlación entre los resultados establecidos con los resultados obtenidos, esto admite evaluar el novel en el que se están cumpliendo y realizando las metas de la organización. Aquí se considera como criterio primordial a la cantidad, esto se basa en el resultado, mas no, en cuanto costó, la efectividad se correlaciona con la productividad tratando de lograr mejores y más cantidad de productos (bienes)

c) Eficacia

La eficacia se encarga de evaluar la impresión de lo que se realiza, del servicio o producto. No es suficiente con que el producto o servicio sea producido con efectividad, ya sea en calidad y cantidad, también es necesario que sea adecuado, que logre satisfacer las necesidades del cliente y se pueda posicionar en el mercado a través de un gran impacto. De los tres indicadores nombrados se llega a la conclusión que ninguno de estos puede ser evaluado o desarrollado independientemente, ya que cada uno brinda una evaluación que no es imparcial, así que se deben de utilizar de manera integral al evaluar o medir la productividad.

C. Medida de productividad

Koontz, Weihrich, y Cannice (2008) definen que la productividad es:

La clasificación de entradas y salidas dentro de un periodo con la debida consideración por la calidad. Dicha definición es aplicable en todas las áreas de la empresa y de igual manera para medir la productividad, como la del personal y de los mismos administradores. La evaluación o medición del trabajo humano es por lo general sencilla, pero se torna complicado al medir la productividad en áreas donde se trabaja con conocimiento y no habilidades. Existe una clara diferencia entre el tipo de trabajo por conocimiento y el tipo de trabajo por habilidades. Así, a una persona en la línea de producción se le conoce como un trabajador cuya acción principal es el uso de habilidades, mientras que un trabajador en oficina, en la cual su función es realizar planeaciones o documentos, se vuelve un trabajador teórico. Gerentes, Especialistas en ingeniería y programación son trabajadores teóricos porque su labor no consiste en hacer uso de maquinarias como las utilizarían los mecánicos, los trabajadores de mantenimiento, etc. De igual forma, no se trata de decir que el puesto no amerita distinciones. El trabajo del trabajador teórico es mucho más complicado de medir debido a que este hace uso de un trabajo artificial.

Otra complejidad es que los trabajadores intelectuales constantemente asisten a otras unidades organizacionales. Una complejidad más es que la calidad de los resultados de los trabajadores intelectuales es complicada de medir. Los efectos de una elección estratégica, ejemplificando, tienen la posibilidad de no ser evidentes en diversos años y hasta el momento, el triunfo o fracaso de la nueva dirección estratégica es dependiente de muchas fuerzas externas más allá del control del administrador.

En otras palabras, una complejidad más es que la calidad de los resultados de los trabajadores intelectuales es complicada de medir. Los efectos de una elección estratégica, ejemplificando, tienen la posibilidad de no ser evidentes en diversos

años y hasta el momento, el triunfo o fracaso de la nueva dirección estratégica es dependiente de muchas fuerzas externas más allá del control del administrador.

Delgado (2010) señala que:

Se usan varios indicadores para identificar el grado de significancia ya que ninguno permite tener importancia, pero ninguno por sí solo permite obtener una apreciación general del empeño realizado en dentro del sistema. El coste laboral, las horas trabajadas, el recurso humano, la rotación de los trabajadores, las ratios establecidas, el nivel de satisfacción laboral, las horas perdidas, entre otras, señalan que son sub indicadores, que se deben seguir pero que no van a determinar que el sistema de la organización vaya a mejorar o si están yendo por el camino correcto, pero la productividad laboral como indicador sí.

La variabilidad de este propósito indicador, es muy amplio y se aplica en todas las áreas y actividades dentro de la organización. En las empresas se pueden medir las ventas entre el número de trabajadores para desarrollar la productividad laboral, así como también las utilidades entre el número de colaboradores. De forma se puede descender a nivel de gerencia o unidades de negocios pudiendo señalar contribución a gastos directos o indirectos con el número de trabajadores, ventas, unidades producidas entre total de trabajadores, unidades despachadas, unidades entregadas, unidades acondicionadas, productos transformados entre el total de trabajadores.

D. Herramientas para mejorar la productividad.

Koontz, Weihrich, y Cannice (2008) señalan que:

Hay muchas técnicas y herramientas dispuestas para obtener mayores beneficios en la manufactura y operaciones y servicios, que añaden el control de los inventarios y la planeación, el sistema del inventario just in time, benchmarking, ingeniería de valor, los círculos de calidad, calidad total, los diseños asistidos por las computadoras y de igual forma la manufactura asistida por el sistema informático.

a) Planeación y control de inventarios

A través de la historia de la investigación en las operaciones, se ha basado más en la atención con el control de los inventarios de la empresa y no en otras prácticas de las operaciones. Todas las relaciones de sistemas esenciales llegan a verse como “caja negra”.

b) Sistema de inventario justo a tiempo

En Japón una de las razones de la alta productividad se basa en la reducción de sus costos debido al método de inventario llamado justo a tiempo. Los proveedores son los encargados de entregar todos las partes y componentes que serán para de la línea de producción cuando estos sean necesarios y en el tiempo establecido para ser ensamblados. Otros de los nombres que se le otorga es producción sin inventario y/o cero inventarios.

c) Contratación externa (outsourcing)

Una inclinación en Europa y Estados Unidos son las contrataciones externas, también conocido como (outsourcing). Lo cual indica que el sistema de la producción se realiza con proveedores externos, no se concentran dentro de la empresa. Ya que el objetivo y la meta es el poder hacer que los costos se reduzcan al ahorrar en los beneficios de los empleados. De igual forma el outsourcing, es una técnica que se utiliza para poder expandir la organización y poder obtener una posición competitiva en el mercado.

d) Investigación de operaciones

Para los objetivos de este análisis, se puede decir que la investigación de operacionabilidad es un método para poder aplicarlo de manera científica, al realizar estudios de alternativas ante posibles problemas, con el fin de poder obtener una base cuantitativa para poder lograr la mejor solución posible.

e) Ingeniería de valor

La producción de un bien puede desarrollarse de mejor manera y reducir los costos gracias a la ingeniería de valor, ya que esta consiste en evaluar todas las operaciones por las que tiene que pasar el producto o servicio y enfocarse en mejorar la línea de producción al mantener los costos reducidos.

f) Simplificación del trabajo

El desarrollo de los trabajos dentro de las organizaciones se puede mejorar debido a la simplificación del trabajo ya que este es el proceso que invita a los trabajadores a participar de manera conjunta para poder simplificar el trabajo.

g) Círculos de calidad

Un círculo de control de la calidad, o llamado también como círculo de calidad (CC), es un equipo de trabajadores, empleados o personas que trabajan en la misma área dentro de la organización y que constantemente se reúnen para poder resolver y llegar a soluciones ante los problemas que atraviesan en el trabajo.

h) 7 consejos para aumentar la productividad laboral

Business School (2016) en este sitio web indican que:

Uno de los problemas o temas que más preocupan a las organizaciones es el de cómo llegar a aumentar la productividad y de generar rentabilidad a la inversión del personal. ¿El aumento de la productividad no debería ser parte de los profesionales? En estos días se ve que los jóvenes y lo mayores están en constante competición con el fin de poder permanecer dentro del mercado laboral, que cada día es más fuerte y difícil de entrar. Saber y tener en cuenta cuales son las posibles ayudas o pasos para aumentar la productividad laboral en las organizaciones podría ser la clave para que los profesionales puedan integrar un equipo de mucho valor en las organizaciones. Por ende, se van a señalar cuatro consejos que los profesionales pueden aplicar para mejorar la

productividad laboral y otros tres para que las organizaciones puedan mejorar su productividad junto con los empleados.

1. Consejos para profesionales

a. La planificación.

Las organizaciones en estos días están en constante movimiento dentro del mercado, por lo que buscan a profesionales que puedan y tengan la capacidad de poder planificar y establecer su horario y le dé prioridad a las actividades de la empresa. La organización, ser capaz de cumplir con las tareas, ser participativo son punto claves que las organizaciones a través de los reclutadores toman en cuenta para la selección de sus trabajadores.

b. Evita a los “ladrones de tiempo”.

Un término muy utilizado dentro de las organizaciones cuando se habla de la productividad empresarial es el de “ladrones de tiempo” a aquellas actividades o circunstancias que ocasionan que el personal se distraiga y no puedan cumplir con sus tareas, y así se genera una merma con su productividad laboral. El uso de las redes sociales, es una de las principales causas de que se generen estos “ladrones de tiempo” los cuales se deben evitar para mejorar y obtener mayor productividad laboral.

c. Haz pausas controladas.

Tener ciertos momentos en los que se pueda tomar un descanso es necesario dentro de las organizaciones de esta forma, evitamos que los trabajadores no sufran de estrés, dolor de cabeza o de espalda por el gran tiempo que permanecen sentados, Por ende, tomar descanso no es lo mismo que los “ladrones de tiempo” es tomar pequeñas pausas por necesidad.

d. Cuidado con la procrastinación.

Dejar las tareas o actividades para algún otro momento es la manera equivocada de querer generar mayor productividad. Cumplir con las tareas

en el momento establecido y planificado ayudará a mejorar la productividad a pesar de que estas demanden una gran cantidad de tiempo y esfuerzo.

2. Consejos para empresarios:

a. El descanso activo.

Los empleados necesitan de espacios donde puedan realizar ciertos descansos, donde puedan relajarse, ya sea una cafetería, comedores, o salas de reuniones, hoy en día las empresas tecnológicas, tienen estos espacios, con el fin de evitar que sus empleados no sufran a lo que se llama como "trabajador quemado" (Síndrome de Burnout) y de esta forma poder lograr que los empleados generen mayor productividad.

b. El Mobile Learning.

Hoy en día, cada vez son más los profesionales que adquieren información y conocimiento a través de sus móviles, y esta es una manera de que los empleados puedan compartir conocimientos entre ellos, y de igual forma también funciona como motivación para poder mejorar su productividad laboral.

c. El teletrabajo.

Hoy en día las organizaciones, permiten que sus empleados, trabajen desde sus casas, y de esta forma ahorrar costos, gastos ya sea en mobiliarios, en sistema de cómputos y también generan una mejor relación con sus empleados. El teletrabajo bien realizado genera que las empresas generen mejorar productividad laboral. Obviamente siempre supervisando y evaluando las actividades que vayan realizando los empleados.

E. ¿Cómo se puede potenciar y desarrollar la productividad laboral?

Delgado (2010) señala que:

Se potencia la productividad laboral utilizando y explotando el talento humano, pero siempre usando buenas prácticas ya sea locales e internacionales. Hoy en día, las organizaciones tienen muchos más procesos y cargos para gestionar, los cuales son perfeccionados por los profesionales. Actualmente contamos con muchos procesos a cargo y requerimos herramientas de gestión, las que son continuamente perfeccionadas y los profesionales interesados deben estar atentos para elegir las mejores. Como ejemplo, entendemos que debemos integrar a ayudantes con el ingenio, valores y comportamiento conveniente, atraer y retener al mejor ingenio disponible; conseguir un índice de satisfacción gremial correcto; indemnizar de forma fija y variable de consenso al mercado y consistencia interna; excitar la idea y emprendimiento de cada colaborador; liderar planes de sucesión para poder hacer la continuidad de los negocios, comerciar pliegos de reclamos donde todos ganen; brindar perfeccionamiento gremial constante; brindar formación en conocimientos y competencias para conformar a los futuros ejecutivos; evaluar el manejo ascendente, descendente y de 360° para desarrollar planes de reconocimiento, corrección y optimización continua; implantar planes de indemnización por resultados; utilizar la normatividad legal correctamente, etcétera.

F. Importancia de la productividad.

Prokopenko, (1989) señala que:

Es fundamental ya que una sección más grande del crecimiento del ingreso nacional bruto, o del PNB, se crea por medio del mejoramiento de la efectividad y la calidad de la mano de obra, y no por medio de la implementación de más trabajo y capital. En otros términos, el ingreso nacional, o el PNB, crece más veloz que los componentes del insumo una vez que la productividad optimización. Por consiguiente, el mejoramiento de la productividad genera aumentos directos de los niveles de vida una vez que el reparto de las ventajas de la productividad se efectúa acorde a la contribución.

En otros términos, el ingreso nacional, o el PNB, crece más veloz que los componentes del insumo una vez que la productividad optimización. Por

consiguiente, el mejoramiento de la productividad genera aumentos directos de los niveles de vida una vez que el reparto de las ventajas de la productividad se efectúa acorde a la contribución.

G. ¿Considera usted que las leyes peruanas generan una mejor productividad laboral? ¿Cómo?

No, la legislación gremial no sigue ni estimula con reglas la más grande productividad gremial. Aún nos falta seguir en temas de legislación para impulsar el aumento de la productividad gremial nacional.

La legislación compulsiva sobre seguridad basada en consideraciones políticas es por otro lado una enemiga de la productividad gremial si la meritocracia no se considera. Si la igualdad se da a un colaborador por consideraciones ajenas a su bajo funcionamiento se atenta contra la optimización continua de este objetivo; el mensaje que se da al resto de sus compañeros es errado y lo tomarán como una verdad, lo cual alejará dicha colectividad de la productividad gremial deseada.

La Legislación peruana no condecora a las organizaciones que invierten en capacitación de su fuerza gremial. El criterio para la devolución como un crédito tributario es el siguiente: el razonamiento se vuelve parte del “activo” del colaborador y no queda en la compañía, el colaborador se vuelve más “empleable” y su contribución al territorio durante su historia gremial es más grande al territorio que a una organización.

Manejado tal el equilibrio se convierte en un instrumento motivacional y de altura de la productividad gremial. La legislación compulsiva sobre seguridad basada en consideraciones políticas es por otro lado una enemiga de la productividad gremial si la meritocracia no se considera. Si la igualdad se proporciona a un colaborador por consideraciones ajenas a su bajo funcionamiento se atenta contra la optimización continua de este objetivo; el mensaje que se da al resto de sus compañeros es errado y lo tomarán como una verdad, lo cual alejará dicha colectividad de la productividad gremial deseada.

H. Modelo de contingencia de Vroom

Chiavenato (2011) cita a Vroom definiendo que:

La teoría de Maslow se fundamenta en una composición uniforme y jerárquica de las necesidades, y la de Herzberg, en 2 clases de componentes. Vroom se limita a la motivación para crear, rechaza nociones preconcebidas y reconoce las diferencias particulares. Según con Vroom, en cada persona hay 3 componentes que determinan su motivación para generar:

1. Los objetivos individuales, son en otras palabras todos los deseos, metas y objetivos que tienen las personas para alcanzar en un futuro.
2. La relación que el individuo logra obtener entre lo que produce con sus objetivos personales.
3. La capacidad o habilidad para poder persuadir en el propio nivel y grado de productividad, mientras de persuade en él.

Según Vroom, una persona puede desear aumentar la productividad cuando se dan tres condiciones:

1. Objetivos personales. Éstos tienen la posibilidad de integrar dinero, estabilidad en el puesto, aprobación social, reconocimiento y trabajo interesante.
2. Relación percibida entre logro de los objetivos y alta productividad. Si un objetivo fundamental del trabajador es tener un sueldo alto y labora basado en la remuneración por la producción, va a tener una intensa motivación para generar más. Sin embargo, si es más relevante su necesidad de aprobación social en su conjunto, va a tener una productividad inferior al grado que considere como jefe informal de producción. En otras palabras, empero si es más relevante su necesidad de asentimiento social en su conjunto, va a tener una productividad inferior al grado que considere como jefe informal de producción.

3. Percepción de su influencia en su productividad. Si un empleado cree que la realización de un gran esfuerzo tiene poco efecto en el resultado, tenderá a no esforzarse mucho, como ocurre con personas en un puesto sin la capacitación adecuada o con un operario en una línea de montaje con velocidad fija

I. Teoría Z

Chiavenato (2011) señala que en las organizaciones japonesas:

El proceso de toma de decisiones es participativo y consensual (se consulta a todo los accesorios para llegar a un consenso), resultado de una extensa tradición de colaboración y compromiso de sus miembros en la vida organizacional. Tal cual, la productividad es una cuestión de organización social: la más grande productividad no nace de un trabajo más arduo, sino de una perspectiva cooperativa vinculada a la confianza. En otras palabras, Tal cual, la productividad es una cuestión de organización social: la más grande productividad no nace de un trabajo más arduo, sino de una perspectiva cooperativa vinculada a la confianza.

2.3 Definiciones de términos básicos

Calidad de servicio

Solórzano y Aceves (2013) indican que la calidad de servicio es:

Primordial para que las organizaciones dentro de un mercado sigan siendo preferidas por los consumidores, ya que esto va a depender de la imagen que se crean, lo que tiene que llevar a generar una ventaja competitiva.

Productividad

Carro y González (2012) señalan que la evaluación de la productividad en el nivel macroeconómico “consiste en la medición del nivel absoluto de productividad y sus tendencias históricas representados por medio de una serie de índices”.

Capacidad de respuesta

Liao, Welsch, y Stoica (2003) definen a la capacidad de respuesta al entorno tiene que ver con:

La acción tomada en base al conocimiento adquirido y a las habilidades desarrolladas que potencian a la organización para comprender y actuar efectivamente; se relaciona con el desempeño, la velocidad y la coordinación con que las acciones son implementadas y periódicamente revisadas.

Nonaka y Takeuchi (1995) de esta forma las empresas con rápida respuesta tienden a ser competidores superiores reconocidos por su agilidad, ingenio y por su capacidad de aprender de sus errores.

Empatía

Moya (2016) indica que la empatía es:

Base esencial para la relación con la sociedad, ya que logra poder ser mas comprensivos en la sociedad, la empatía logra poder lograr exitos personales que esten vinculados o relaconados con la sociedad, familia, amistades,etc. La sociedad que es mas empática, es la sociedad que vive de manera mas feliz que otras, ya que uno se sente bien al ayudar y comprender a los demás. Los científicos muestran que la empatía trae beneficios a la sociedad, ya que es adquirida de manera adecuad y va en contra de la violencia, genera solidaridad, a ser más tolerables, etc.

Fiabilidad

Drucker (1999) señala que la fiabilidad es:

La habilidad que debe ser adquirido para poder brindar un mejor servicio y de manera sincera en la empresa. Dentro de este, se puede encontrar características, que van permitir que los consumidores, encuentren en los colaborades capacidad y habilidades adecuadas en el servicio, en otras palabras, ser fiable, significa brindar seguridad en todos los sentidos a los consumidores, dejarles saber que la organización o empresa cuenta con profesionales de calidad y que brindan un servicio adecuado.

Eficiencia

Mokate (2001) señala que la eficiencia se puede entender como:

El grado en que se cumplen los objetivos de una iniciativa al menor costo posible. El no cumplir cabalmente los objetivos y/o el desperdicio de recursos o insumos hacen que la iniciativa resulte ineficiente (o menos eficiente). Por lo tanto, para ser eficiente, una iniciativa tiene que ser eficaz.

Eficacia

Mokate (2001) define la eficacia de una política o programa a podría entenderse como:

El grado en que se producen los logros buscados. Una organización eficaz cumple cabalmente su misión. Un programa es eficaz si logra los objetivos que le dieron razón de ser.

Efectividad

First workplace (2019) señala que, en cuanto a la efectividad, “ésta normalmente tiene que ver con la calidad del resultado final. Es decir, seremos efectivos si somos capaces de conseguir los objetivos marcados (eficacia) de la mejor manera posible (eficiencia)”.

Como ves, se trata de términos diferentes, pero todos están relacionados:

Eficacia + Eficiencia = Efectividad

Se podría decir que la efectividad engloba a la eficacia y la eficiencia; por lo tanto, el cálculo de estas dos permitirá tener una idea general del funcionamiento de la empresa.

2.4 Hipótesis de investigación

2.4.1 Hipótesis general

La calidad de servicio influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021.

2.4.2 Hipótesis específicas

- a) La capacidad de respuesta influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021.
- b) La empatía influye en la productividad de la empresa Importaciones y exportaciones

Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021.

- c) La fiabilidad influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021.

2.5 Operacionalización de las variables

Tabla 1.

Variable independiente	Dimensiones	Indicadores
CALIDAD DE SERVICIO	Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> - Garantizar el cumplimiento de lo pactado con los clientes - Información sobre productos y servicios - Empleados siempre dispuestos a ayudar a los clientes
	Empatía	<ul style="list-style-type: none"> - Los empleados comunican a los clientes exactamente cuándo se realizarán los servicios - Los empleados brindan un servicio rápido a los clientes - Los empleados siempre ayudan a los clientes - Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las solicitudes de los clientes con prontitud
	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Claridad de la información enviada al cliente. - Realizar bien el servicio a la primera vez.

		- Los servicios se concluyen en los plazos prometidos.
--	--	--------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración por Cronin y Taylor (1992)

Tabla 2.

Variable dependiente	Dimensiones	Indicadores
PRODUCTIVIDAD	Eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> - Comparte información - Trabajo en equipo. - Uso adecuado de los equipo. - Evita sanciones.
	Eficacia	<ul style="list-style-type: none"> - Puntualidad en entrega de trabajos. - Conocimientos adecuados del puesto de trabajo.
	Efectividad	<ul style="list-style-type: none"> - Asume responsabilidades - Trabaja bajo presión. - Consulta información.

Fuente: Guillermo (2018)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

Esta investigación es de tipo básica, para Alvarez (2020) cuando la investigación se involucra en conseguir nuevos conocimientos de modo sistemático, con el único propósito de incrementar el conocimiento de una realidad concreta.

El nivel de la investigación es correlacional ya que se indican las relaciones entre las variables de estudio (Hernández, Fernández , y Baptista (2014)

El diseño de la investigación es no experimental ya que no se manipuló las variables de estudio (Hernández, Fernández , y Baptista (2014)

Es de enfoque cuantitativo ya que se utiliza a la ciencia estadística para llegar a conclusiones sobre el objeto de estudio, teniendo aspectos numéricos que ayudan a entender la realidad y valorarlos (Muñoz (2011)

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población está representada por 25 trabajadores de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L, del distrito de Santa María.

3.2.2 Muestra

Por contar con una población de tamaño factible para poder ejecutar la investigación, no fue necesario el cálculo de la muestra.

3.3 Técnicas de recolección de datos.

La técnica propuesta es la encuesta. El instrumento propuesto es un cuestionario, el cual evaluará las variables, La calidad de servicio y la Productividad. El cuestionario será respondido por los trabajadores de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles

E.I.R.L, del distrito de Santa María.

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Para el procesamiento de la información se empleará el análisis de la técnica estadística descriptiva de distribución de frecuencias.

El software a emplear será el Statical Package for the Social Sciences – SPSS. Los resultados serán presentados en tablas y barras.

La contrastación de hipótesis se usó la Prueba de Pearson.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Análisis de resultados

Tabla 3.

Masculino o Femenino

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	11	44
Femenino	14	56
Total	25	100,0

Para poder apreciar los resultados de manera mas detallada, se muestra el siguiente gráfico.

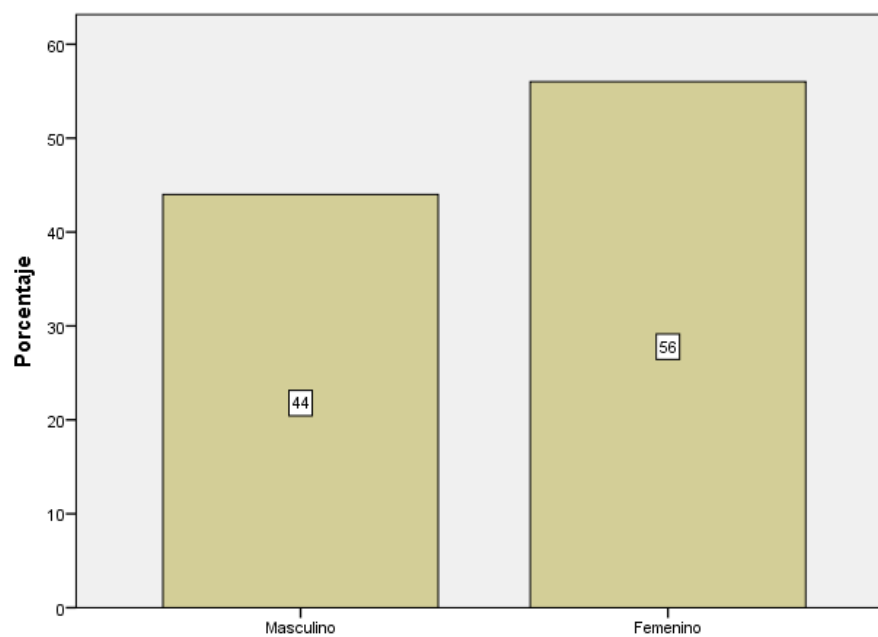


Figura 1. Gráfico de barras del género de los empleados.

De la fig. 1, un 44.0% de los empleados de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. son del género masculino y el 56,0% de los empleados de la empresa son del género femenino.

Análisis de resultados por variables:

Variable independiente: Calidad de servicio

Tabla 4.

¿Considera que la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. garantiza el cumplimiento de lo pactado con los clientes?

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Siempre	4	16,0
	Casi siempre	8	32,0
	A veces	9	36,0
	Casi nunca	3	12,0
	Nunca	1	4,0
	Total		25

Para poder apreciar los resultados de manera más detallada, se muestra el siguiente gráfico.

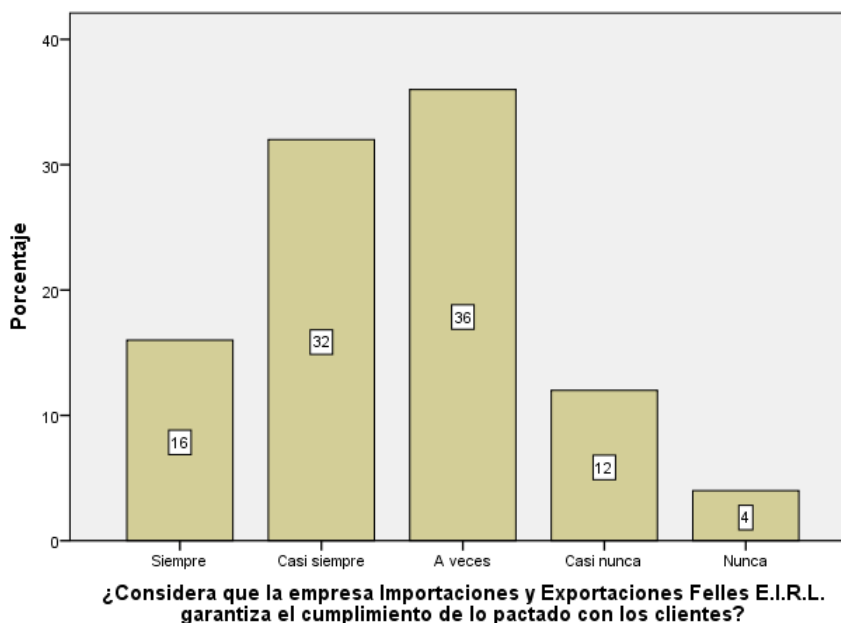


Figura 2. Gráfico de la pregunta formulada

De la fig. 2, un 16,0% considera que la empresa siempre garantiza el cumplimiento de lo pactado con los clientes, un 32,0% considera que casi siempre garantiza el cumplimiento de lo pactado con los clientes, un 36,0% considera que la empresa a veces garantiza el cumplimiento de lo pactado con los clientes, un 12,0% considera que la empresa casi nunca garantiza el cumplimiento de lo pactado con los clientes, un 4,0% considera que la empresa nunca garantiza el cumplimiento de lo pactado con los clientes.

Tabla 5.

¿Considera que la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. informan sobre los productos y servicios?

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Siempre	10	40,0
	Casi siempre	11	44,0
	A veces	4	16,0
	Total	25	100,0

Para poder apreciar los resultados de manera más detallada, se muestra el siguiente gráfico.

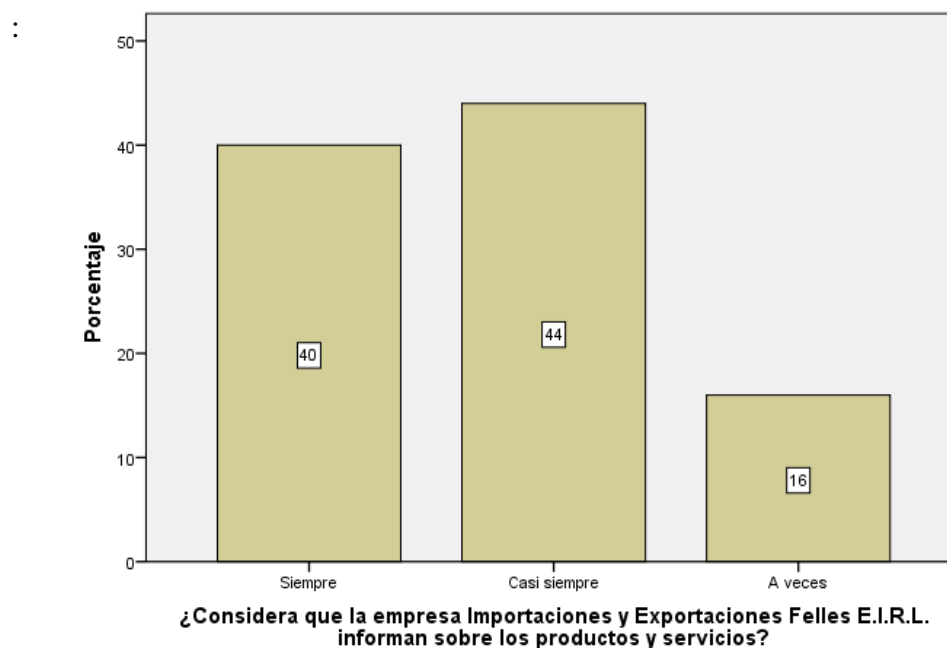


Figura 3. Gráfico de la pregunta formulada

De la fig. 3, un 40,0% considera que la empresa siempre informa sobre los productos y servicios, un 44,0% considera que la empresa casi siempre informa sobre los productos y servicios y un 16,0% considera que la empresa a veces informa sobre los productos y servicios.

Tabla 6.

¿Considera que en la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. empleados siempre dispuestos a ayudar a los clientes?

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Siempre	13	52,0
	Casi siempre	12	48,0
	Total	25	100,0

Para poder apreciar los resultados de manera más detallada, se muestra el siguiente gráfico.

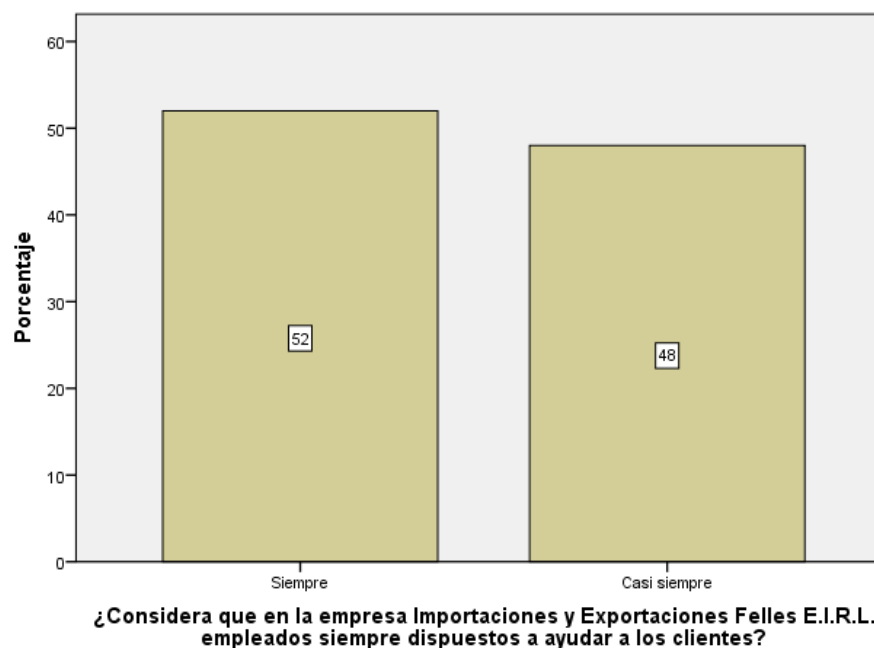


Figura 4. Gráfico de la pregunta formulada

De la fig. 4 un 52,0% considera que en la empresa los empleados están siempre dispuestos a ayudar a los clientes, un 48,0% considera que en la empresa los empleados casi siempre están dispuestos a ayudar a los clientes.

Tabla 7.

¿Considera que en la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. los empleados comunican a los clientes exactamente cuándo se realizarán los servicios?

Niveles		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Siempre	13	52,0
	Casi siempre	12	48,0
	Total	25	100,0

Para poder apreciar los resultados de manera más detallada, se muestra el siguiente gráfico.

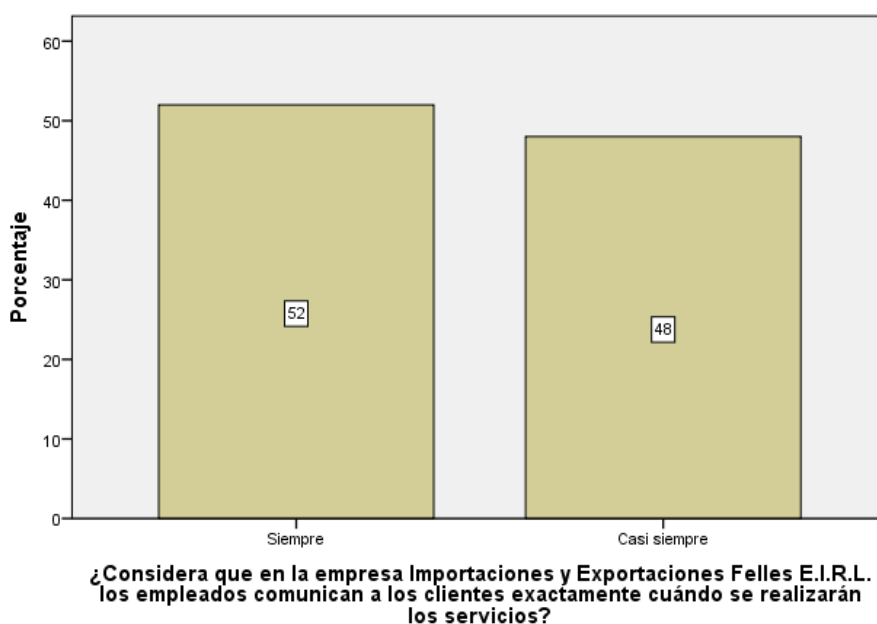


Figura 5. Gráfico de la pregunta formulada

De la fig.5, un 52% considera que en la empresa los empleados siempre comunican a los clientes cuando exactamente se realizarán los servicios, un 48% considera que los empleados casi siempre comunican a los clientes cuando exactamente se realizarán los servicios.

Tabla 8.

¿Considera que en la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E?I.R.L los empleados brindan un servicio rápido a los clientes?

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Siempre	8	32,0
	Casi siempre	12	48,0
	A veces	5	20,0
	Total	25	100,0

Para poder apreciar los resultados de manera más detallada, se muestra el siguiente gráfico.

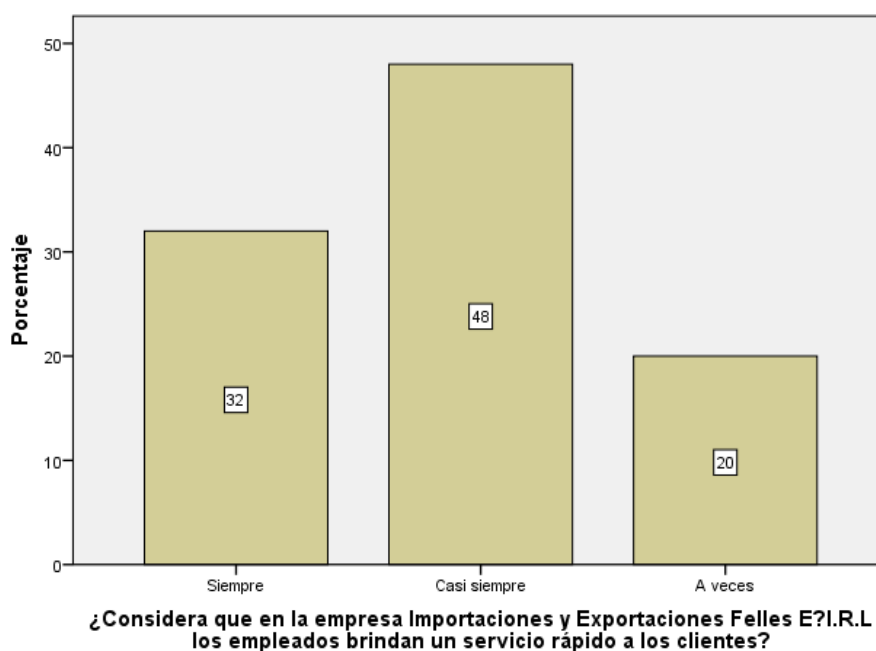


Figura 6. Gráfico de la pregunta formulada

De la fig. 6, un 32% de los empleados considera que los empleados de la empresa siempre brindan un servicio rápido a los clientes, un 48% de los empleados considera que los empleados de la empresa casi siempre brindan un servicio rápido a los clientes, un 20,0% de los empleados considera que los empleados de la empresa a veces brindan un servicio rápido a los clientes.

Tabla 9.

¿Considera que en la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L los empleados siempre ayudan a los clientes?

Niveles		Frecuencia	Porcentaje
	Siempre	13	52,0
Válidos	Casi siempre	12	48,0
	Total	25	100,0

Para poder apreciar los resultados de manera más detallada, se muestra el siguiente gráfico.

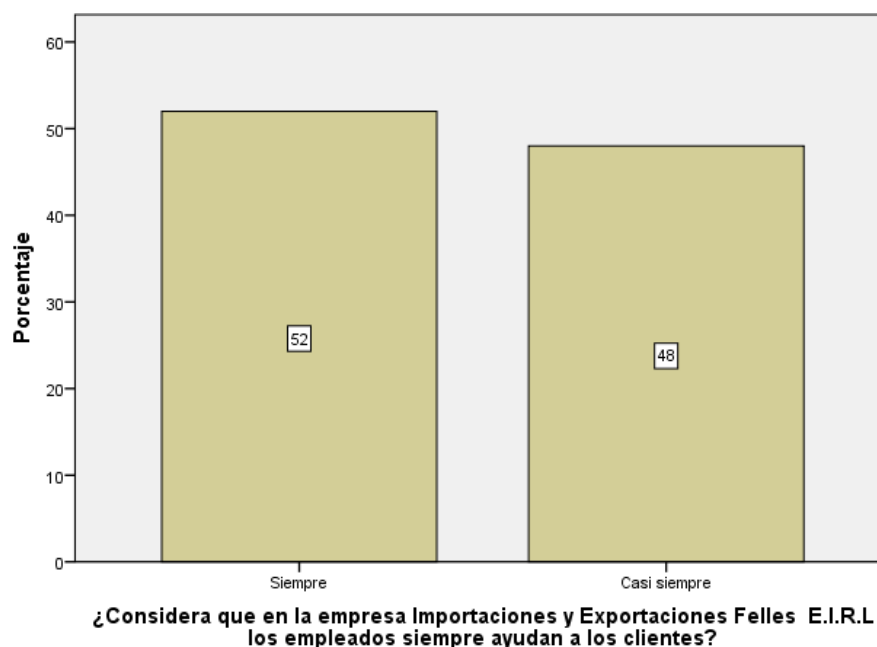


Figura 7. Gráfico de la pregunta formulada

De la fig.7 un 52,0% considera que en la empresa los empleados siempre ayudan a los clientes, un 48,0% considera que en la empresa lo empleados casi siempre ayudan a los empleados.

Tabla 10.

¿Considera que en la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. los empleados nunca están ocupados para responder a las solicitudes de los clientes con prontitud?

Niveles		Frecuencia	Porcentaje
	Siempre	2	8,0
	Casi siempre	4	16,0
Válidos	A veces	18	72,0
	Casi nunca	1	4,0
	Total	25	100,0

Para poder apreciar los resultados de manera más detallada, se muestra el siguiente gráfico.

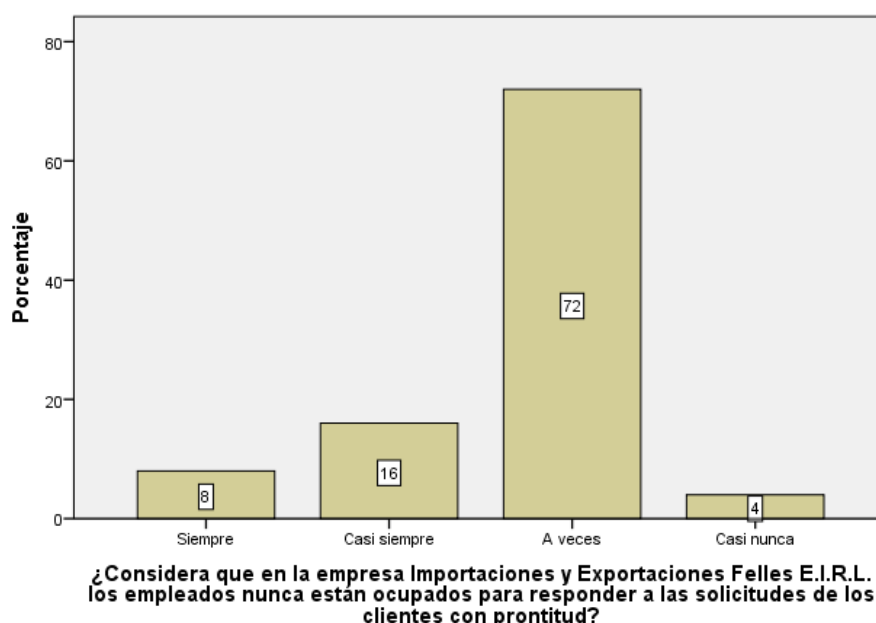


Figura 8. Gráfico de la pregunta formulada

De la fig. 8, un 8,0% considera que los empleados nunca están ocupados para responder a las solicitudes de los clientes con prontitud, un 16,0% considera que los empleados casi siempre pueden responder a las solicitudes de los clientes con prontitud, un 72,0% considera que los empleados a veces están ocupados para responder a las solicitudes de los clientes con prontitud, un 4,0% considera que casi nunca pueden responder a las solicitudes de los clientes con prontitud.

Tabla 11.

¿Considera que la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. tiene claridad en la información enviada al cliente?

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Casi siempre	12	48,0
	A veces	13	52,0
	Total	25	100,0

Para poder apreciar los resultados de manera más detallada, se muestra el siguiente gráfico.

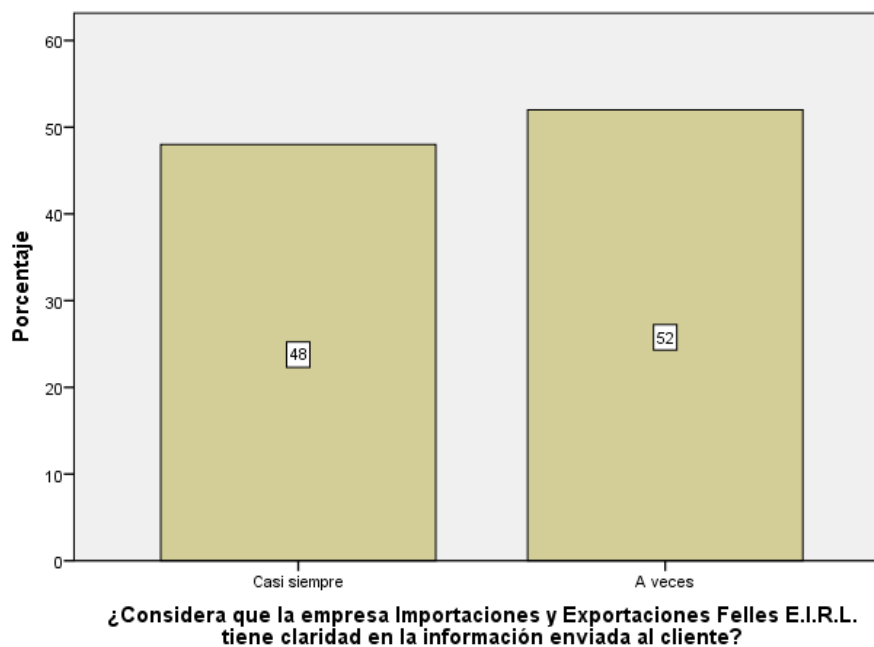


Figura 9. Gráfico de la pregunta formulada

De la fig. 9, un 48,0% considera de los empleados indican que la empresa casi siempre tiene claridad en la información enviada al cliente, un 52,0% considera de los empleados indican que la empresa a veces tiene claridad en la información enviada al cliente.

Tabla 12.

¿Considera que la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L realiza bien el servicio la primera vez que se negocia?

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Siempre	5	20,0
	Casi siempre	14	56,0
	A veces	6	24,0
	Total	25	100,0

Para poder apreciar los resultados de manera más detallada, se muestra el siguiente gráfico.



Figura 10. Gráfico de la pregunta formulada

De la fig 10. Un 20,0% de los empleados considera que la empresa siempre realiza bien el servicio la primera vez que se negocia, un 56,0% de los empleados considera que la empresa casi siempre realiza bien el servicio la primera vez que se negocia, un 24,0% de los empleados considera que la empresa realiza bien el servicio la primera vez que se negocia.

Tabla 13.

¿Considera que la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L concluye su servicio en los plazos prometidos?

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Siempre	4	16,0
	Casi siempre	12	48,0
	A veces	9	36,0
	Total	25	100,0

Para poder apreciar los resultados de manera más detallada, se muestra el siguiente gráfico.

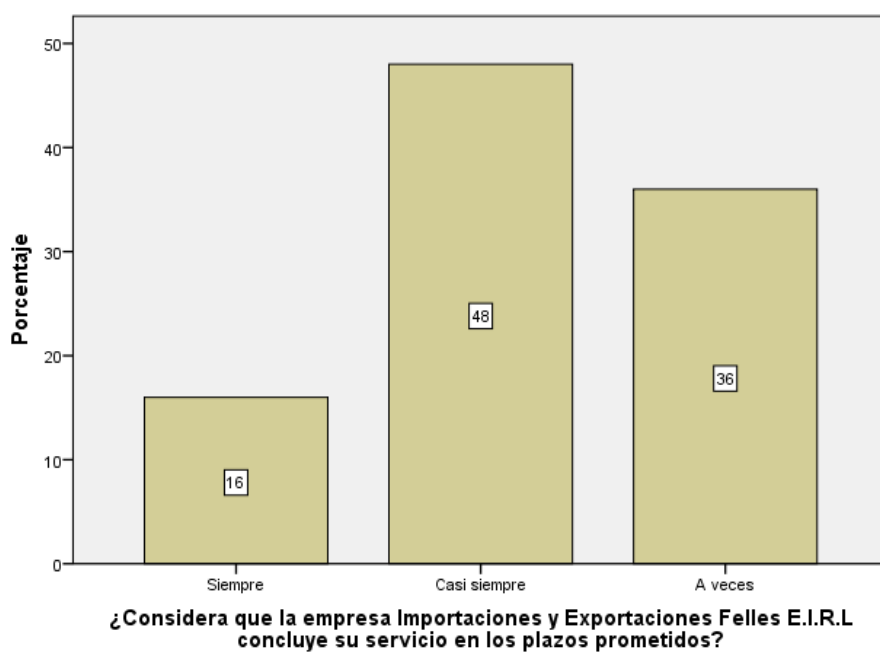


Figura 11. Gráfico de la pregunta formulada

De la fig. 11. Un 16,0% de los empleados consideran que la empresa siempre concluye su servicio en los plazos prometidos, un 48,0% de los empleados consideran que la empresa casi siempre concluye su servicio en los plazos prometidos, un 36,0% de los empleados consideran que la empresa a veces concluye su servicio en los plazos prometidos.

Variable dependiente: La productividad

Tabla 14.

¿Considera que en la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L comparte información con sus empleados?

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	A veces	6	24,0
	Casi nunca	11	44,0
	Nunca	8	32,0
	Total	25	100,0

Para poder apreciar los resultados de manera más detallada, se muestra el siguiente gráfico.

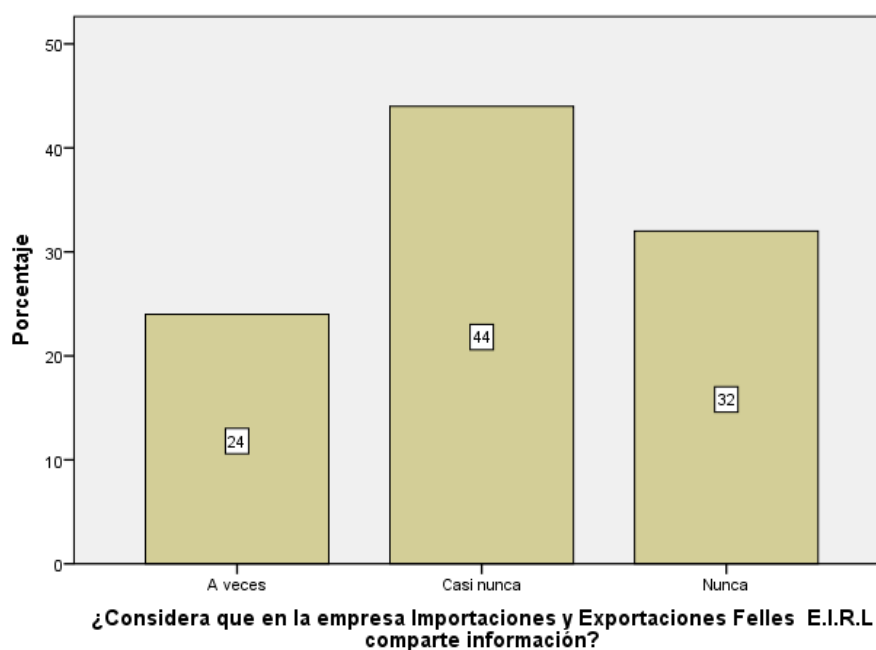


Figura 12. Gráfico de la pregunta formulada

De la fig. 12 un 24,0% de los empleados consideran que la empresa a veces comparte información con ellos, un 44,0% de los empleados consideran que la empresa casi nunca comparte información con ellos, un 32,0% consideran que la empresa nunca comparte información con ellos.

Tabla 15.

¿Considera que la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L los empleados trabajan en equipo?

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Siempre	12	48,0
	Casi siempre	11	44,0
	A veces	2	8,0
	Total	25	100,0

Para poder apreciar los resultados de manera más detallada, se muestra el siguiente gráfico.



Figura 13. Gráfico de la pregunta formulada

De la fig. 13, un 48,0% considera que los empleados siempre trabajan en equipo, un 44,0% considera que los empleados casi siempre trabajan en equipo, un 8,0% considera que los empleados a veces trabajan en equipo.

Tabla 16.

¿Considera que la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L se tiene un buen uso de los equipos?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	5	20,0
Casi siempre	11	44,0
Válidos A veces	6	24,0
Casi nunca	3	12,0
Total	25	100,0

Para poder apreciar los resultados de manera más detallada, se muestra el siguiente gráfico.



Figura 14. Gráfico de la pregunta formulada

De la fig,14, un 20,0% de los empleados de la empresa consideran que siempre tiene un buen uso de los equipos, un 44,0% de los empleados de la empresa consideran que casi siempre se tiene un buen uso de los equipos, un 24,0% de los empleados de la empresa consideran que a veces se tiene buen uso de los

equipos, un 12,0% de los empleados de la empresa consideran que casi nunca se tiene buen uso de los equipos.

Tabla 17.

¿Considera que la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. evita sanciones a través de su buen servicio?

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Siempre	3	12,0
	Casi siempre	13	52,0
	A veces	9	36,0
	Total	25	100,0

Para poder apreciar los resultados de manera más detallada, se muestra el siguiente gráfico.

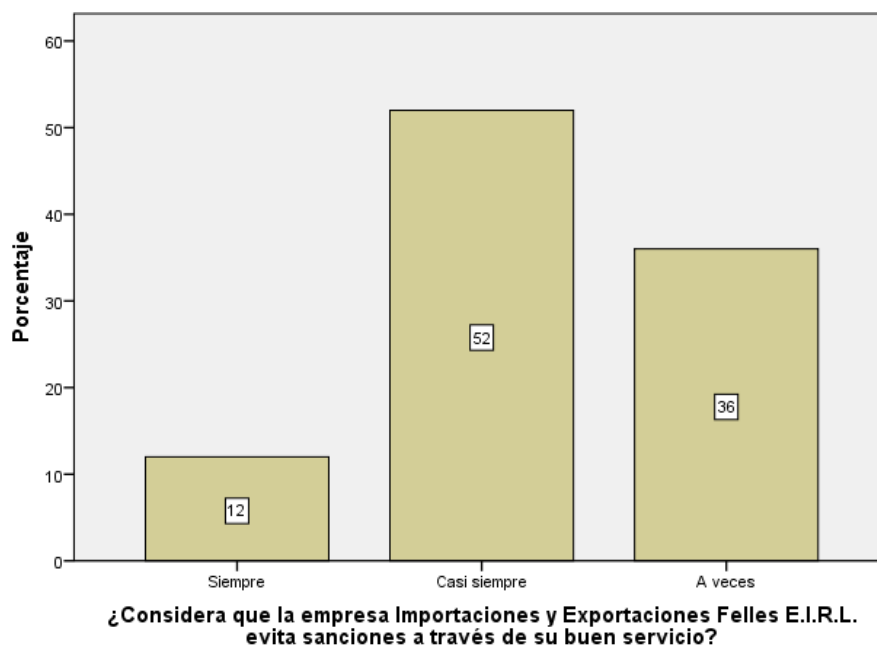


Figura 15. Gráfico de la pregunta formulada

De la fig. 15, un 12,0% de los empleados consideran que la empresa siempre evita sanciones a través de su buen servicio, un 52,0% de los empleados consideran que la empresa casi siempre evita sanciones a través de su buen

servicio, un 36,0% de los empleados consideran que la empresa a veces evita sanciones a través de su buen servicio.

Tabla 18.

¿Considera que la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L es puntual al momento de la entrega de sus trabajos?

Niveles		Frecuencia	Porcentaje
	Casi siempre	11	44,0
Válidos	A veces	14	56,0
	Total	25	100,0

Para poder apreciar los resultados de manera más detallada, se muestra el siguiente gráfico.

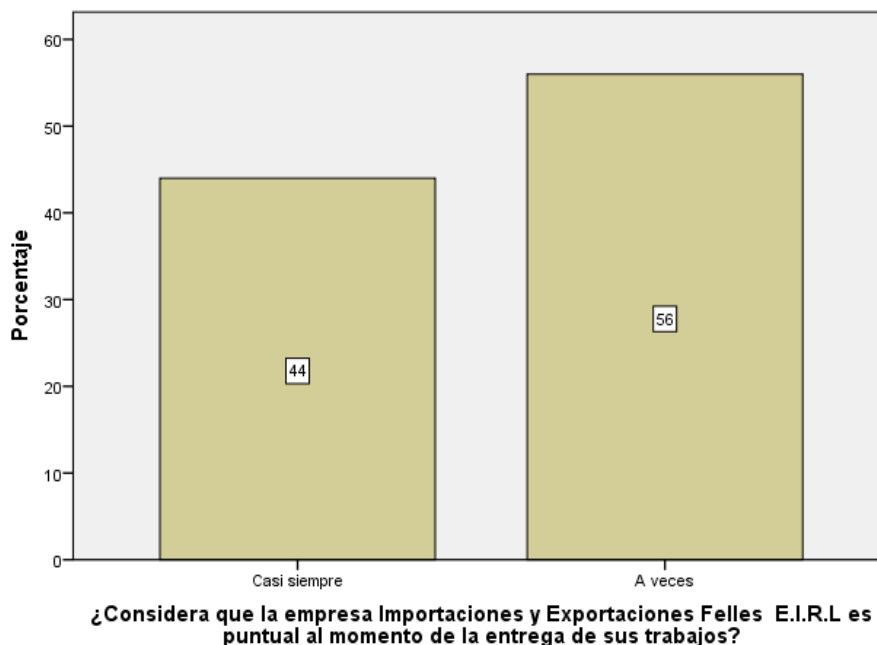


Figura 16. Gráfico de la pregunta formulada

De la fig. 16, un 44,0% de los empleados consideran que casi siempre se es puntual al momento de la entrega de sus trabajos, un 56,0% de los empleados consideran que a veces se es puntual al momento de la entrega de sus trabajos.

Tabla 19.

¿Considera que en la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L los empleados tienen los conocimientos adecuados para el puesto de trabajo?

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Casi siempre	7	28,0
	A veces	12	48,0
	Casi nunca	6	24,0
	Total	25	100,0

Para poder apreciar los resultados de manera más detallada, se muestra el siguiente gráfico.

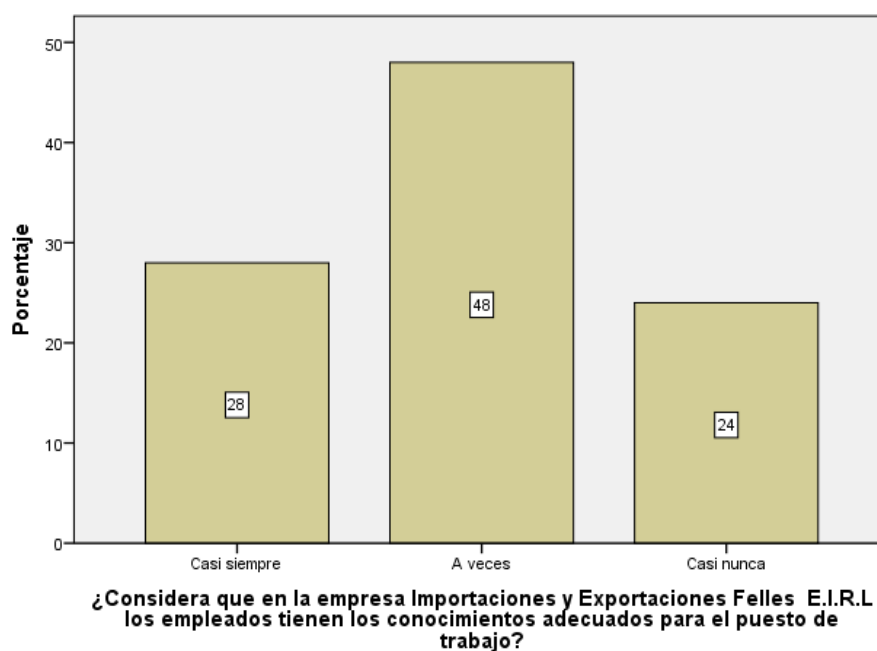


Figura 17. Gráfico de la pregunta formulada

De la fig.17, un 28,0% de los empleados considera que los empleados casi siempre tienen los conocimientos adecuados para el puesto de trabajo, un 48,0% de los empleados considera que los empleados a veces tienen el conocimiento adecuado para el puesto de trabajo, un 2,0% de los empleados considera que los empleados tienen los conocimientos adecuados para el puesto de trabajo.

Tabla 20.

¿Considera que la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L asume responsabilidades al igual que sus empleados?

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Siempre	8	32,0
	Casi siempre	11	44,0
	A veces	6	24,0
	Total	25	100,0

Para poder apreciar los resultados de manera más detallada, se muestra el siguiente gráfico.

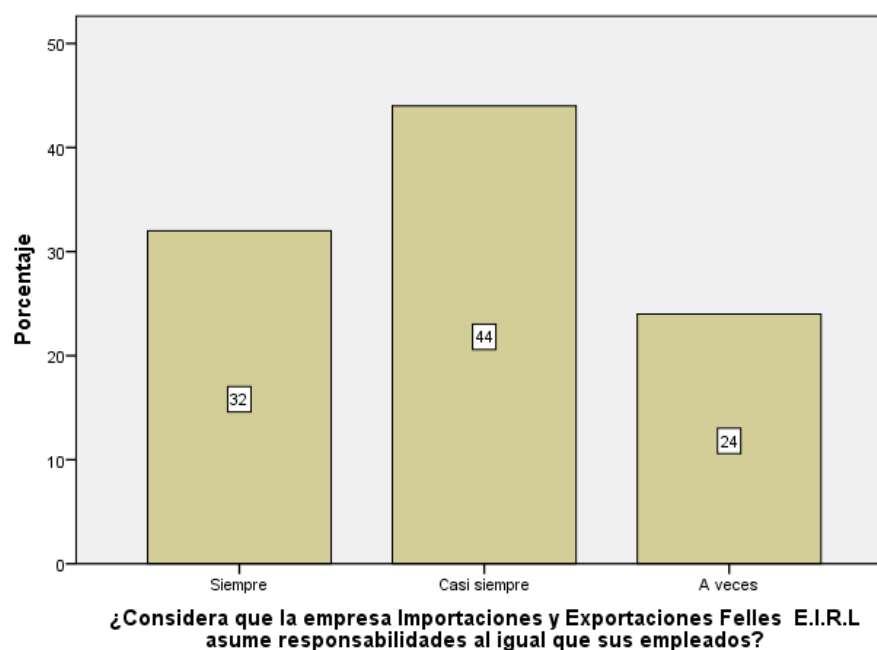


Figura 18. Gráfico de la pregunta formulada

De la fig, un 32,0% de los empleados consideran que la empresa siempre asume responsabilidades al igual que sus empleados, un 44,0% de los empleados consideran que la empresa casi siempre asume responsabilidades al igual que sus empleados, un 24,0% de los empleados considera que a veces la empresa asume responsabilidades al igual que sus empleados.

Tabla 21.

¿Considera que en la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L los empleados trabajan bajo presión?

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Casi siempre	7	28,0
	A veces	9	36,0
	Casi nunca	8	32,0
	Nunca	1	4,0
	Total	25	100,0

Para poder apreciar los resultados de manera más detallada, se muestra el siguiente gráfico.

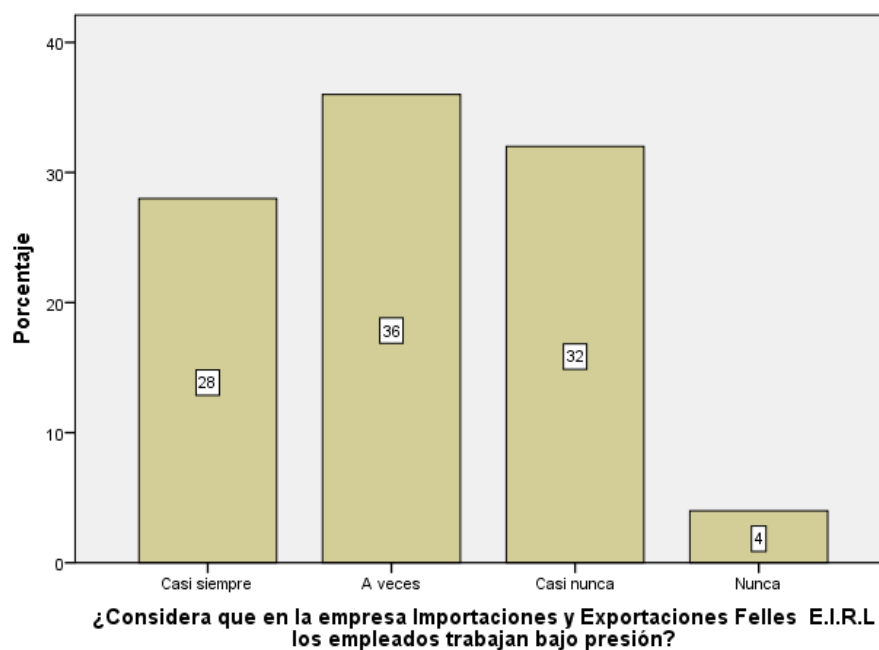


Figura 19. Gráfico de la pregunta formulada

De la fig.19, un 28,0% de los empleados consideran que casi siempre trabajan bajo presión, un 36,0% de los empleados consideran que a veces trabajan bajo presión, un 32,0% de los empleados consideran que casi nunca trabajan bajo presión, un 4,0% de los empleados consideran que nunca trabajan bajo presión.

Tabla 22.

¿Considera que en la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L consulta información empleador- empleados?

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Casi siempre	4	16,0
	A veces	15	60,0
	Casi nunca	6	24,0
	Total	25	100,0

Para poder apreciar los resultados de manera más detallada, se muestra el siguiente gráfico.

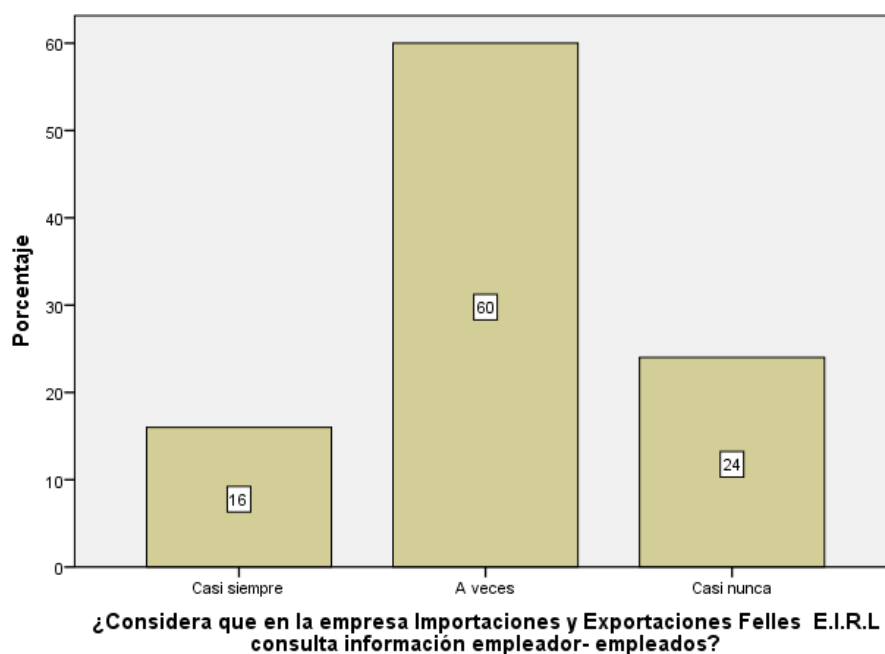


Figura 20. Gráfico de la pregunta formulada

De la fig. 20, un 16,0% de los empleados consideran que casi siempre la empresa consulta información entre empleador-empleados, un 60,0% de los empleados consideran que a veces la empresa consulta información entre empleador-empleados, un 24,0% de los empleados consideran que casi nunca la empresa consulta información empleador- empleados.

4.2. Contrastación de hipótesis

Hipótesis de normalidad

Hipótesis Nula H_0 : Los datos no siguen una distribución normal.

Hipótesis Alternativa H_a : Los datos siguen una distribución normal.

El tamaño de muestra es de 25 personas, por lo tanto, la prueba de normalidad a usar será de Shapiro-Wilk.

Tabla 23.

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de servicio	,233	25	,001	,882	25	,007
Productividad	,244	25	,001	,874	25	,005

a. Corrección de significación de Lilliefors

Como se puede ver en la tabla 23, el nivel de significancia de ambas variables es igual o superior a 0,005, por lo tanto, la muestra es normal. Por lo cual se acepta la hipótesis alterna.

Hipótesis General

Hipótesis nula H_0 . La calidad de servicio no influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021.

Hipótesis alterna H_a : La calidad de servicio influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021.

Tabla 24.

Correlación entre la calidad de servicio y productividad

		Calidad de servicio	Productividad
Calidad de servicio	Correlación de Pearson	1	-,270
	Sig. (bilateral)		,191
	N	25	25
Productividad	Correlación de Pearson	-,270	1
	Sig. (bilateral)	,191	
	N	25	25

Como se muestra en la tabla 24 se obtuvo un coeficiente de correlación de $r = 0,270$, con una $p = 0,019$ ($p > 0,05$) con lo cual se puede decir que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se puede evidenciar estadísticamente que existe relación entre la calidad de servicio y la productividad en la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. distrito de Santa María, 2021. Basándonos en el grado de relación según coeficiente de correlación: Existe una correlación negativa débil

Para poder apreciar los resultados de manera más detallada, se muestra el siguiente gráfico.

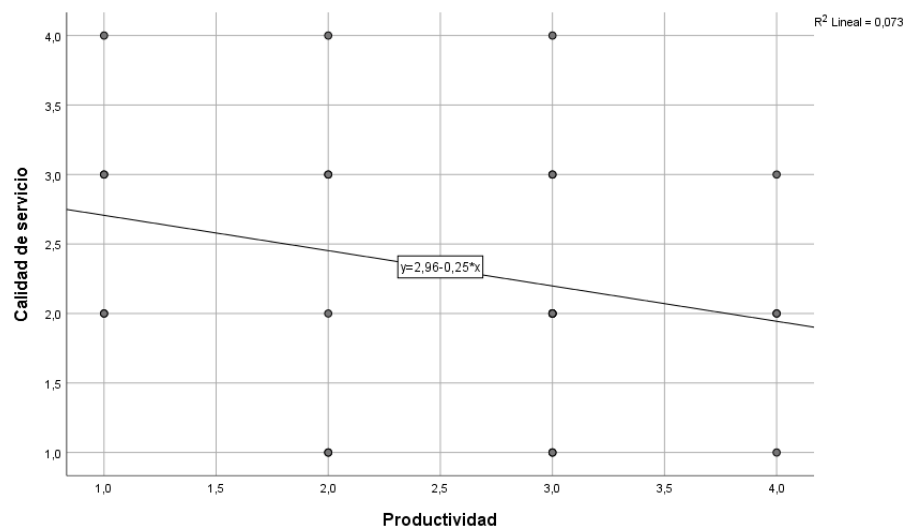


Figura 21. Gráfico de Correlación entre las dos variables

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión

De los resultados obtenidos en la presente investigación, considero que:

- Dado que la Calidad de servicio tiene diversos elementos por trabajar según un número grande de autores, se podría emplear otras dimensiones o elementos que en esta investigación no se han considerado.
- De igual forma la Productividad es un tema con gran amplitud, se ha tratado solo puntos específicos, pero podría ampliarse más la investigación utilizando las dimensiones de esta variable.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- Como conclusión general tenemos que si existe relación entre las dos variables: La calidad de servicio y la Productividad, debido a que existe una correlación negativa débil, pero a su vez el nivel de significancia es mayor a 0,05, lo cual demuestra la relación entre las dos variables y sus dimensiones.
- La calidad de servicio influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021.
Esto indica que la calidad de servicio está influyendo en la productividad. Lo que deja un área menos por investigar

6.2 Recomendaciones

Incentivar no solo a las grandes empresas tener en cuenta cada una de su área, sino también a los pequeños empresarios, a esas pequeñas empresas, que poco a poco, intentan incrementar sus ganancias, intentan entrar en el mercado internacional.

La empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. debe centrarse en mejorar ciertos aspectos como la productividad y calidad de servicio, ya que estos dos puntos son cruciales para que una organización siga presente dentro del mercado.

La calidad de servicio como la productividad deben ser temas de suma importancia en las empresas, lo cual no deben de perder de vista estos dos puntos.

REFERENCIAS

7.1 Fuentes bibliográficas

- Carro Paz, R., & González Gómez, D. (2012). *Productividad y competitividad*.
- Chiavenato, I. (2011). Administración de recursos humanos. El capital humano de las organizaciones. En I. Chiavenato, *Administración de recursos humanos. El capital humano de las organizaciones* (pág. 47). Mexico DF.
- Díaz, F., Escalona, M., Castro, D., León, A., & Ramirez, M. (2013). *Metodología de la investigación*. México.
- Drucker, P. (1999). *Los desafíos de la administración en el siglo XXI*.
- Fuentes Navarro, S. M. (2012). *"Satisfacción laboral y su influencia en la productividad" (estudio realizado en la delegación de recursos humanos del organismo judicial en la ciudad de Quetzaltenango)*. Quetzaltenango.
- Gallardo Vidaurre, M. A., & Vilca Olertegui, L. M. (2020). *Influencia del clima organizacional en la percepción de la productividad laboral de los colaboradores de la empresa Enma Luz Arribasplata Soberon – Elás Gráfica*.
- Gonzales, G. R. (2018). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la librería Servicio Educativo Hogar y Salud (SEHS) sede Tarapoto, 2018. En S. Powpaka.
- Gronroos, C. (1984). *A Service Quality Model and Its Marketing Implications*.
- Guillermo Herrera, Y. M. (2018). *Satisfacción laboral y la productividad de los trabajadores de la municipalidad provincial de Huaura, 2017*. Huacho.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico DF.
- Johnson, R., Tsiros, M., & Lancioni, R. (1995). *Measuring Service Quality: A System Approach*.
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2008). *ADMINISTRACIÓN - Una perspectiva global y empresarial*.
- Lascurain Gutierrez, I. (2012). *Diagnóstico y propuesta de mejora de calidad en el servicio de una empresa de unidades de energía eléctrica ininterrumpida*. Mexico DF.
- Liao, J., Welsch, H., & Stoica, M. (2003). *Organizational Absorptive Capacity and Responsiveness: An Empirical Investigation of Growth-Oriented SMEs*.
- Moya Albiol, L. (2016). *La empatía en la empresa*. España: Plataforma editorial.
- Muñoz, C. (2011). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. México.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-creating Company*.
- Pérez Torres, V. C. (2010). *Calidad Total en la Atención Al Cliente*. Ideaspropias Editorial.

- Pinto Carranza, L. J. (2017). *Evaluación de la calidad del servicio del restaurante "El Tio Sam" de Casma utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, 2017*. Chimbote.
- Prokopenko, J. (1989). *La gestión de la productividad*. Ginebra.
- Rodríguez Flores, B. F., & Mallqui Apolonio, V. J. (2014). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente del banco de la nación agencia 2 Huaraz, periodo 2014*. Huaraz.
- Sasser, w., Olsen, R., & Wyckoff, D. (1978). *Man-agement of service operations*.
- Solórzano Barrera, G., & Aceves López, J. N. (2013). Importancia de la calidad del servicio del cliente para el funcionamiento de las empresas. *El buzón de Pacioli*.
- Tabares, C. (2020). *Análisis de exportaciones:ecuatorianas de productos no tradicionales*. Guayaquil.
- Tigani, D. (2006). *Excelencia en Servicio*. Dunken.
- Valle Lopez, M., & Vicente Escobar, E. (2015). *Evaluación de la calidad en el servicio del restaurante Pizza Hut Villa Fontana de Diembre 2014 - Enero 2015*. Managua.
- Vásquez Perez, M. L. (2018). *Establecer la relación de la motivación intrínseca con la productividad laboral de los agentes de la PMT de la Municipalidad de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos*. Quetzaltenango.
- Zeithaml, V., & Bitner, M. (2002). *Marketing de servicios*.
- Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2009). *Services Marketing* (Quinta ed.).

7.2 Fuentes electrónicas

- Alvarez, R. (2020) Obtenido de Nota Académica 2C - Clasificación de Investigaciones.pdf (ulima.edu.pe)
- Business, S. (2016). OBS Business School. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/7-consejos-para-aumentar-la-productividad-laboral>
- First workplaces. (2019). Obtenido de <https://blog.firstworkplaces.com/la-importancia-de-las-3e-en-tu-negocio>
- Delgado, J. P. (2 de 10 de 2010). Bumeran. Obtenido de <https://www.bumeran.com.pe/noticias/productividad-laboral/>
- First workplaces. (2019). Obtenido de <https://blog.firstworkplaces.com/la-importancia-de-las-3e-en-tu-negocio>
- Mokate, K. (2001). Inter- American Development Bank. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Eficacia-eficiencia-equidad-y-sostenibilidad-%C2%BFQu%C3%A9-queremos-decir.pdf>

7.3 Fuentes Hemerográficas

Duque Oliva, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar, Revista de ciencias administrativas y sociales*.

Solórzano Barrera, G., & Aceves López, J. N. (2013). Importancia de la calidad del servicio del cliente para el funcionamiento de las empresas. *El buzón de Pacioli*.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*.

Cronin, J., & Taylor, F. (1992). Measuring service quality. *Journal of Marketing*, 55.

ANEXOS

01 CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene como propósito fundamental reunir información sobre las variables de calidad de servicio y productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L., distrito de Santa María. El cuestionario es anónimo y la información será utilizada únicamente para fines académicos y se garantiza estricta confidencialidad.

I. Por favor marque con un aspa (X) en el espacio correspondiente:

a. Género

Masculino	
Femenino	

b. Instrucciones

En el siguiente cuadro de preguntas marcar con una equis “X” según corresponda, teniendo en cuenta el cuadro de calificación siguiente:

ITEM	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
PREGUNTAS					
1. ¿Considera que la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. garantiza el cumplimiento de lo pactado con los clientes?					
2. ¿Considera que la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. informan sobre los productos y servicios?					
3. ¿Considera que en la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. empleados siempre					

dispuestos a ayudar a los clientes?					
4. ¿Considera que en la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. los empleados comunican a los clientes exactamente cuándo se realizarán los servicios?					
5. ¿Considera que en la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L los empleados brindan un servicio rápido a los clientes?					
6. ¿Considera que en la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L los empleados siempre ayudan a los clientes?					
7. ¿Considera que en la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. los empleados nunca están ocupados para responder a las solicitudes de los clientes con prontitud?					
8. ¿Considera que la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. tiene claridad en la información enviada al cliente?					
9. ¿Considera que la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L realiza bien el servicio la primera vez que se negocia?					
10. - ¿Considera que la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L concluye su servicio en los plazos prometidos?					
11. ¿Considera que en la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L comparte información?					
12. ¿Considera que la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L los empleados trabajan en equipo?					
13. ¿Considera que la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L se tiene un buen uso de los equipos?					
14. ¿Considera que la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. evita sanciones a través de su buen servicio?					
15. ¿Considera que la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L es puntual al momento de la entrega de sus trabajos?					
16. ¿Considera que en la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L los empleados tienen los conocimientos adecuados para el puesto de trabajo?					
17. ¿Considera que la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L assume					

responsabilidades al igual que sus empleads?					
18. ¿Considera que en la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L los empleados trabajan bajo presión?					
19. ¿Considera que en la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L consulta información empleador- empleados?					

Elaboracion propia

02 MATRIZ DE CONSISTENCIA

LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES FELLES E.I.R.L DEL DISTRITO DE SANTA MARÍA, 2021

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>Problema Principal</p> <p>¿De qué manera la calidad de servicio influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar de qué manera la calidad de servicio influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>La calidad de servicio influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021.</p>	<p>Variable Independiente:</p> <p>CALIDAD DE SERVICIO</p> <p><i>Capacidad de respuesta</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Garantizar el cumplimiento de lo pactado con el cliente. - Información sobre productos y servicios. - Empleados siempre dispuestos a ayudar a los clientes. <p><i>Empatía</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Los empleados comunican a los clientes exactamente cuándo se realizarán los servicios. - Los empleados brindan un servicio rápido a los clientes. - Los empleados siempre ayudan a los clientes. - Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las solicitudes de los clientes con prontitud. <p><i>Fiabilidad</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Claridad de la información enviada al cliente. 	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>Tipo básica.</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN</p> <p>Correlacional.</p> <p>DISEÑO:</p> <p>No experimental.</p> <p>ENFOQUE:</p> <p>Cuantitativo.</p> <p>TÉCNICA:</p> <p>Encuesta.</p> <p>INSTRUMENTO:</p> <p>Cuestionario.</p> <p>POBLACIÓN:</p> <p>Consta de 25 trabajadores.</p>
<p>Problemas Específicos</p> <p>¿De qué manera la capacidad de respuesta influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021?</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>Determinar de qué manera la capacidad de respuesta influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021.</p>	<p>Hipótesis Específicos</p> <p>La capacidad de respuesta influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021.</p>		
<p>¿De qué manera la empatía influye en la productividad de la</p>	<p>Determinar de qué manera la empatía influye en la productividad de la empresa Importaciones y</p>	<p>La empatía influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de</p>		

<p>empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021?</p> <p>¿De qué manera la fiabilidad influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021?</p>	<p>Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021.</p> <p>Determinar de qué manera la fiabilidad influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021</p>	<p>Santa María, 2021.</p> <p>La fiabilidad influye en la productividad de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L. del distrito de Santa María, 2021.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar bien el servicio a la primera vez. - Los servicios se concluyen en los plazos prometidos <p>Variable Dependiente: PRODUCTIVIDAD</p> <p><i>Eficiencia</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Comparte información - Trabajo en equipo. - Uso adecuado de los equipo. - Evita sanciones <p>Eficacia.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Puntualidad en entrega de trabajos. - Conocimientos adecuados del puesto de trabajo. <p>Efectividad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asume responsabilidades - Trabaja bajo presión. - Consulta información 	<p>MUESTRA: No se calculó.</p> <p>SOFTWARE: Statical Package for the Social Sciences – SPSS</p> <p>ESTADÍSTICO DE PRUEBA</p> <p>Shapiro Wilk</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------