



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-Compartirigual 2.5 Perú](#).

Vea una copia de esta licencia en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN - TARAPOTO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**Gestión de remuneración y la satisfacción del cliente interno en la empresa Don Pollo
San Martín S.A.C., periodo 2018**

Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración

AUTORES :

Jhunion Paolo Macedo Tuesta

Miguel Ángel Alvarado Torres

ASESOR:

CPCC. Mg. Martha Liz Reátegui Reátegui.

Tarapoto – Perú

2020

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN - TARAPOTO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



Gestión de remuneración y la satisfacción del cliente interno en la empresa
Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018

AUTORES:

Jhunion Paolo Macedo Tuesta

Miguel Ángel Alvarado Torres

Sustentada y aprobada el 15 de setiembre del 2020, por los siguientes jurados:

.....
Dra. Rossana Herminia Hidalgo Pozzi
Presidente

.....
Lic. Adm. M. Sc. Segundo Saúl Rodríguez Mendoza
Secretario

.....
Ing. Agroind. Pierre Vidaurre Rojas
Vocal

.....
CPCC. Mg. Martha Liz Reátegui Reátegui
Asesor

Declaratoria de autenticidad

Jhuniar Paolo Macedo Tuesta, con DNI N° 72396954, y Miguel Angel Alvarado Torres con DNI N° 76212555, egresados de la Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Profesional Administración de la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, con la tesis titulada: **Gestión de remuneración y la satisfacción del cliente interno en la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018.**

Declaramos bajo juramento que:

1. La tesis presentada es de nuestra autoría.
2. La redacción fue realizada respetando las citas y referencias de las fuentes bibliográficas consultadas.
3. Toda la información que contiene la tesis no ha sido auto plagiada;
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido alterados ni copiados, por tanto, la información de esta investigación debe considerarse como aporte a la realidad investigada.

Por lo antes mencionado, asumimos bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de nuestro accionar, sometiéndonos a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto.

Tarapoto, 15 de setiembre del 2020.



.....
Bach. Jhuniar Paolo Macedo Tuesta
DNI N° 72396954



.....
Bach. Miguel Angel Alvarado Torres
DNI N° 76212555

Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres:	Macedo Huasta Shunier Paolo		
Código de alumno :	72396954	Teléfono:	951917901
Correo electrónico :	podo_macedo11@hotmail.com	DNI:	72396954

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Datos Académicos

Facultad de:	Ciencias Económicas
Escuela Profesional de:	Administración

3. Tipo de trabajo de investigación

Tesis	(x)	Trabajo de investigación	()
Trabajo de suficiencia profesional	()		

4. Datos del Trabajo de investigación

Título :	Gestión de remuneración y la satisfacción del cliente interno en la empresa Don Pollo San Martín S.A.C periodo 2018.
Año de publicación:	2020

5. Tipo de Acceso al documento

Acceso público *	(x)	Embargo	()
Acceso restringido **	()		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

--

6. Originalidad del archivo digital.

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.

7. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI **“Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA”.**



Firma y huella del Autor

8. Para ser llenado en el Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto de la UNSM - T.

Fecha de recepción del documento.

26 / 11 / 2020



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN - T.
Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e
Innovación de Acceso Abierto - UNSM-T.

Ing. M. Sc. Alfredo Ramos Perea
Responsable

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

**** Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres:	Alvarado Torres Miguel Angel		
Código de alumno :	76212555	Teléfono:	935198496
Correo electrónico :	miguel.angel.alvarado.torres.25@hotmail.com DNI: 76212555		

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Datos Académicos

Facultad de:	Ciencias Económicas
Escuela Profesional de:	Administración

3. Tipo de trabajo de investigación

Tesis	(x)	Trabajo de investigación	()
Trabajo de suficiencia profesional	()		

4. Datos del Trabajo de investigación

Título :	gestión de remuneración y la satisfacción del cliente interno en la empresa Don Pollo San Martín SAC Periodo 2018.
Año de publicación:	2020

5. Tipo de Acceso al documento

Acceso público *	(x)	Embargo	()
Acceso restringido **	()		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

6. Originalidad del archivo digital.

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.


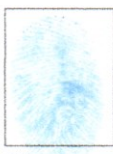
7. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI "Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA".

Firma y huella del Autor

8. Para ser llenado en el Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto de la UNSM - T.

Fecha de recepción del documento.

26 / 11 / 2020



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN - T.
Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e
Innovación de Acceso Abierto - UNSM-T.


Ing. M. Sc. Alfredo Ramos Perea
Responsable

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

**** Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

Dedicatoria

La presente investigación está dedicado a nuestra familia por haber sido nuestro apoyo a lo largo de toda nuestra carrera universitaria y a lo largo de nuestra vida. A todas las personas especiales que nos acompañaron en esta etapa, aportando a nuestra formación tanto profesional y como ser humano.

Los autores.

Agradecimiento

Nuestro agradecimiento va dirigido a nuestro Dios por ser nuestro guía en todo este proceso personal y profesional, por estar dándonos victorias en cada una de nuestras batallas, por levantarnos en los momentos más difíciles, por ser el autor fundamental de nuestra vida y por su gracia y amor inmerecido.

A nuestra familia, quienes han sido nuestro aliento y fortaleza para seguir creciendo en mi vida profesional, por sus múltiples consejos que me han guiado para seguir creyendo en mis sueños y anhelos.

Y a todos los que aportaron en el desarrollo de este trabajo de investigación.

Índice general

Dedicatoria	vi
Agradecimiento	vii
Índice general	viii
Índice tablas	ix
Índice de figuras	x
Resumen	xi
Abstract	xii
Introducción	1
CAPÍTULO I: REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	5
1.1. Antecedentes de la investigación	5
1.2. Base teórica	10
1.3. Definición de Términos Básicos	20
CAPÍTULO II: MATERIAL Y METODOS	22
2.1. Sistema de Hipótesis	22
2.2. Sistema de Variables	22
2.3. Tipo y nivel de investigación	24
2.4. Diseño de la investigación	24
2.5. Población y Muestra	25
2.6. Técnicas de recolección de datos	26
2.7. Método de análisis de datos	26
CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	27
3.1. Resultados referentes al objetivo general	27
3.2. De la Variable: Gestión de la remuneración	28
3.3. De la Variable: Satisfacción del cliente interno	31
3.4. Discusión de resultados	36
CONCLUSIONES	38
RECOMENDACIONES	39
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	40
ANEXOS	43

Índice tablas

Tabla 1. Operacionalización de la variable independiente	23
Tabla 2. Operacionalización de la variable dependiente	23
Tabla 3. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra	27
Tabla 4. Correlación (Gestión de la remuneración y satisfacción del cliente interno).....	28
Tabla 5. Frecuencia de resultados de la dimensión remuneración económica directa	28
Tabla 6. Frecuencia de resultados de la dimensión remuneración económica indirecta	29
Tabla 7. Frecuencia de resultados de la variable gestión de la remuneración	30
Tabla 8. Frecuencia de resultados dimensión beneficios laborales y/o remunerativos	31
Tabla 9. Frecuencia de resultados de la dimensión políticas administrativas	32
Tabla 10. Frecuencia de resultados de la dimensión desempeño de funciones	33
Tabla 11. Frecuencia de resultados de la dimensión relación con el superior.....	34
Tabla 12. Frecuencia de resultados de la variable satisfacción del cliente interno	35

Índice de figuras

Figura 1. Frecuencia de resultados de la dimensión remuneración económica directa.....	29
Figura 2. Frecuencia de resultados de la dimensión remuneración económica indirecta...	30
Figura 3. Frecuencia de resultados de la variable gestión de la remuneración	31
Figura 4. Frecuencia de resultados dimensión beneficios laborales y/o remunerativos.....	32
Figura 5. Frecuencia de resultados de la dimensión políticas administrativas.....	33
Figura 6. Frecuencia de resultados de la dimensión desempeño de funciones	34
Figura 7. Frecuencia de resultados de la dimensión relación con el superior	35
Figura 8. Frecuencia de resultados de la variable satisfacción del cliente interno.....	36

Resumen

La investigación titulada “Gestión de remuneración y la satisfacción del cliente interno en la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018.” tuvo como objetivo general determinar la relación de la gestión de remuneración en la satisfacción del cliente interno de la empresa en estudio. El tipo de estudio fue aplicada; el diseño de la investigación es no experimental: asimismo la investigación contó con una muestra de estudio de 30 colaboradores de la empresa, las cuales se utilizaron como recolección de datos a encuestas para ambas variables, que fueron aplicados a lo que estipula la muestra. Donde se llegó así la siguiente conclusión, se evidenció la relación entre ambas variables, ya que el valor “p” (Valor de significancia = 0.00) obtenido es menor a 0.05. Así mismo, debido a que el valor “r” es de 0,632, indica una correlación significativa, por lo que se acepta la hipótesis alterna. Al mismo tiempo se llega a la conclusión en cuanto a la variable gestión de la remuneración se encuentra en un nivel inadecuado en un 63%, siendo este el más prevalente, mientras que en un 47% los encuestados calificaron como un nivel bajo que se encuentra la variable satisfacción del cliente interno.

Palabras claves: Gestión de la remuneración, satisfacción del cliente interno, gestión de recursos humanos.

Abstract

The research entitled "Management of remuneration and internal customer satisfaction in the company Don Pollo San Martín S.A.C., period 2018" had as general objective to determine the relationship between the management of remuneration and the satisfaction of the internal customer of the mentioned company. It was an applied study; the design of the research is non-experimental: the study sample was made of 30 collaborators of the company, which were used as data collection for surveys for both variables, which were applied to what the sample stipulates. The following conclusions were reached: the relationship between both variables was evident, since the value "p" (Value of Significance = 0.00) obtained is less than 0.05. Also, because the value "r" is 0.632, it indicates a significant correlation, so the alternate hypothesis is accepted. Regarding the variable remuneration management, it is at an inadequate level in 63%, being the most prevalent, while 47% of the respondents qualified as a low level for the variable internal customer satisfaction.

Key words: Remuneration management, internal customer satisfaction, human resources managementt.



Introducción

En la actualidad la administración de los sueldos o gestión de remuneraciones se considera elemento fundamental dentro de la gestión de una empresa. Se dice que al contar con un sistema de administración de sueldos, permite tener un control adecuado de los gastos de personal, así mismo ayudara a motivar a los trabajadores a realizar mejor sus actividades y reducir la rotación de la plantilla.

De igual manera, el nivel del salario mínimo constituye un elemento fundamental para que este cumpla con su papel principal, así como también un determinante de su nivel de cumplimiento. Un salario mínimo muy bajo seguramente tendrá un alto grado de cumplimiento, pero será insuficiente en su misión de proporcionar un ingreso que permita satisfacer las necesidades básicas de los trabajadores y sus familias (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2014, p. 19)

De acuerdo a una publicación realizada por Carlos Morales, el 26 de febrero de 2018, en la que resalta un informe de una revista Colombiana, el Perú se ubica en el tercer lugar en cuanto al sueldo mínimo más bajo a nivel de toda América Latina con \$250 aproximadamente. Además señala el salario mínimo de otros países como el de Argentina que esta primero en la lista con un salario mínimo de \$544 y el de Chile con \$456 (párr. 1 – 2)

Dentro de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., por más de 5 años los sueldos han venido siendo estáticos, pese a la presencia de modificaciones en el marco legal Nacional referente al sistema remunerativo, siendo este último, el decretado en el gobierno del ex presidente Pedro Pablo Kuczynski. Con la presente investigación, se busca evaluar la gestión de remuneración de la empresa Don Pollo, para luego relacionarlo con la satisfacción que experimenta el cliente interno, es decir, los trabajadores de la empresa.

Por todo lo descrito, la investigación busca establecer la relación de la gestión de remuneración en la satisfacción del cliente, el problema principal es: ¿De qué manera la gestión de remuneración se relaciona con la satisfacción del cliente interno en la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018?, siendo los problemas específicos: ¿Cómo se encuentra la gestión de remuneración en la satisfacción del cliente interno de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018?, ¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente interno

de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018?, para abordar dichos problemas se tuvo como objetivo general determinar la relación de la gestión de remuneración en la satisfacción del cliente interno de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018, y como objetivos específicos: Evaluar el nivel de la gestión de remuneración de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018, determinar el nivel de satisfacción del cliente interno de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018. Teniéndose como hipótesis general la siguiente: La gestión de remuneración se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente interno en la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018 y H_0 : La gestión de remuneración no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente interno en la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018, y las hipótesis específicas: El nivel de la gestión de remuneración de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018, es adecuada, El nivel de satisfacción del cliente interno de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018, es alta. Las variables de estudio son: gestión de la remuneración y satisfacción del cliente interno, el diseño de la investigación no experimental, se tuvo una muestra conformada por 30 trabajadores de la empresa en estudio, se utilizó como técnicas de recolección de datos la encuesta, como instrumentos el cuestionario, llegando a concluir de acuerdo a nuestros objetivos planteados de la siguiente manera: Existe relación entre la gestión de la remuneración y la satisfacción del cliente interno, ya que la relación entre ambas variable es de 0.632, y el valor "p" (Valor de significancia = 0.00) obtenido es menor a 0.05.

Para la ejecución de la presente investigación se realizó un proceso minucioso y detallado de recolección y obtención de los datos, para ello se desarrollaron y utilizaron instrumentos como las encuestas, ya que la investigación así lo requiere. La investigación muestra justificación práctica porque con los conocimientos que el estudiante vaya adquiriendo durante las horas de clase, este podrá emplearse para desarrollar la investigación y dar sugerencias o recomendaciones a la empresa o institución del cual este investigando. En este caso a la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018, sobre la gestión de remuneración y la satisfacción del cliente interno. La investigación se justifica teóricamente debido a que se tuvo en cuenta algunos autores con el propósito de evaluar las variables de estudio tanto la gestión de remuneración como la satisfacción del cliente interno y así poder encontrar los resultados esperados y determinar en qué medida se relacionan dichas variables. Partiendo por la primera variable (gestión de remuneración) el autor que se

considerara es Chiavenato (2011), quien a partir de su definición nos facilita determinar la manera en la que va a realizar la evaluación. De la misma manera para la segunda variable (satisfacción del cliente interno), será tomada en cuenta la teoría de Paima (2005).

Importancia del estudio

Muchas veces que hemos tenido la oportunidad de entrar en contacto con empresarios que dirigen una pequeña o mediana empresa (PYME), hemos encontrado una cierta resistencia del empresario a siquiera hablar de la forma como compensan a su personal; es decir, de la manera como determinan los sueldos, los incentivos, en caso de que existan, y las prestaciones, que otorgan al personal.

Todo colaborador espera un reintegro por los servicios prestados, ya sea en dinero o especie para satisfacer sus necesidades. Estas remuneraciones son calculadas tomando en cuenta una serie de parámetros legales con el fin de que el trabajador sea más productivo y esté motivado económicamente para desempeñar de forma contenta y armoniosa su labor.

Los Sueldos y Salarios forman una gran importancia para cada uno de nosotros como trabajadores dentro de una organización, debido a que es una labor que prestamo para recibir algo a cambio.

Y a la vez beneficiarnos nosotros y nuestros familiares, el Sueldo es la remuneración colectiva que se paga por horas trabajadas dentro de cualquier organización sea que se pague por mes o quincena. En cambio el Salario es el esfuerzo dedicado a la producción de bienes y servicios por la cual recibimos la compensación de pagos de cada trabajador. Sin beneficios la empresa pierde su capacidad de crecer y desarrollarse. Como organización debe competir con otras que realizan idénticos productos o servicios. Una empresa que no obtenga beneficios, a pesar de la buena voluntad de sus gestores, no es productiva, ya que sus colaboradores no se encuentran satisfecho con la reciprocidad de sus empleadores, por lo que estos tienen que gestionar perfectamente los recursos de la organización, tanto disponibles como obtenibles, para alcanzar aquellos la satisfacción de los empleados, tratando por todos los medios de conseguir un óptimo equilibrio entre los mismos.

Las compensaciones son elementos esencial o importante tanto en el grado competitivo de la empresa, como en las relaciones de la organización con los trabajadores. La compensación es el área relacionada con la remuneración, básicamente es una relación de intercambio entre las personas y las organización.

Las compensaciones pueden ser directas o indirectas; son directas cuando el empleado recibe el pago de su trabajo en forma de sueldos, salarios, primas y comisiones; e indirectas cuando recibe toda clase de recompensas que están incluidas en las compensaciones directas como vacaciones, gratificaciones, horas extras, seguros, etc. La suma del salario directo y del salario indirecto, es decir, la remuneración constituye todo cuanto el empleado recibe, directa o indirectamente, como consecuencia del trabajo que desarrolla en una organización seda el nombre de compensación al sistema de incentivos y recompensas a las personas que trabajan en ella.

Al mismo tiempo está compuesto por tres capítulos:

CAPÍTULO I: REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Se considera los trabajos previos, las teorías relacionadas y la definición de términos.

CAPÍTULO II: MATERIAL Y MÉTODOS

Se menciona el diseño de investigación; variables, operacionalización; población y muestra; técnicas e instrumentos de recolección de datos, métodos de análisis de datos y la estadística utilizada.

CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En esta parte se menciona las consecuencias del procesamiento de la información, acompañado de la discusión de los resultados, conclusiones y las recomendaciones.

CAPÍTULO I

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

1.1. Antecedentes de la investigación

Para abordar las investigaciones anteriores con respecto a las variables en estudio es necesario abarcar antecedentes en tres niveles como son:

A nivel internacional

De Guevara, U. (2015), en su tesis *“Medición de la satisfacción del cliente interno en una empresa de transformación”*. (Tesis de maestría). Universidad Veracruzana. Veracruz – México. Del cual pretendió obtener el nivel de satisfacción del cliente interno en una empresa de transformación dedicada a la impresión digital en gran formato para conocer si la satisfacción del cliente interno influye directamente dentro de una organización y cuales los beneficios de advertir dicho nivel de satisfacción. La metodología en la que se baso fue aplicada. Así mismo conto con una muestra de 40 clientes, para lo cual empleo como instrumento de recolección de datos. Los resultados que obtuvo fue que un 77.5% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo con el puesto actual dentro de la empresa. Por otra parte un 65% estuvo totalmente de acuerdo respecto al horario actual de trabajo. Además de ello un 70% consideró que si tiene buenas expectativas del jefe de turno respecto al cliente interno. Llego a la conclusión que:

A partir de qué ítems son los necesarios incluir en un estudio de esta índole, haciendo mención que la empresa que requiera un análisis de este tipo tendrá la libertad de incluir o de excluir ítems de acuerdo a las necesidades que tenga y los objetivos de su investigación sobre la satisfacción del cliente interno.

Caldera, E. y Giraldo, L. (2015) en su tesis *“Propuesta de un sistema de compensación que impacte directamente la satisfacción laboral de la empresa de servicios Temporales S&A Servicios Y Asesorías S.A.”*(Tesis de maestría). Universidad de Medellín. Medellín - Colombia. En su investigación pretendieron realizar una propuesta de sistema de compensación laboral para la empresa de servicios temporales S&A Servicios y Asesorías S.A, identificando los factores que impactan sobre la satisfacción laboral de sus empleados a través de un instrumento de medición de su motivación, y planteando estrategias y

recomendaciones con base en los resultados del estudio. Así mismo el nivel de investigación que desarrollo fue descriptiva. En tanto su muestra considerada fue 24 empleados de la empresa y por lo cual aplicó cuestionarios a dichos trabajadores. Los resultados que presento fue un 34.78% lleva más de tres meses en la pero menos de un año en la empresa. Además de ello el 41.67% de los trabajadores manifestó estar satisfecho en la empresa, ello se refleja en que el 45.83% está satisfecho con el salario que recibe y un 54% refiere que existe oportunidades de ascenso. Finalmente llego a la conclusión de que:

Las oportunidades de desarrollo, los beneficios sociales e incentivos de la empresa influyen en la satisfacción laboral de los empleados. De igual modo la flexibilidad en el horario de trabajo en S&A Servicios y Asesoría S.A afecta positivamente la satisfacción laboral de los trabajadores.

Dávila, A. (2015), en su tesis *“La satisfacción del cliente interno a través del endomarketing”*. (Tesis de grado). Universidad EAN. Bogotá – Colombia. Su propósito principal fue explorar estrategias y prácticas de endomarketing desarrolladas por empresas de diferentes sectores económicos. Su metodología respecto al tipo de investigación fue aplicada. Tomo en consideración para su muestra a 20 empresas a nivel de Latinoamérica. Utilizando guías de análisis documental para recopilar información. Resultando que dentro de los países de México, Perú, Colombia y Chile desarrollan estrategias siendo gestores de acción empresarial y líderes del proceso implementado en los departamentos de recursos humanos en un 50% de las empresas analizadas, 40% comunicaciones internas, 50% publicidad & mercado, 30% gestión del conocimiento. Concluyo que:

Su investigación servirá como un medio para lograr personas motivadas comprometidas y consientes de la importancia que tiene el cambio y como a través de este se logran resultados, reflejados en el incremento de la rentabilidad, la productividad de los clientes internos y la satisfacción de los clientes externos.

Cevallos, J. (2015) en su tesis *“Modelo de gestión de remuneraciones de la dirección de gestión económica y financiera del gobierno autónomo descentralizado de la provincia de pichincha”*. (Tesis de grado). Universidad Central del Ecuador. Quito – Ecuador. Con el propósito de diseñar un Modelo de Gestión de Remuneraciones de la Dirección de Gestión Económica y Financiera del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pichincha; que permita instituir la oportunidad, seguridad de la información a fin de

optimizar tiempo, aumentar la confiabilidad de la institución con sus funcionario, ayudando así en la toma de decisiones. Su investigación fue de tipo aplicada con una muestra que estuvo compuesta la información de la unidad de remuneraciones con el propósito de obtener elementos de juicio y valor; es decir, las herramientas necesarias para tomar las decisiones correctas. Por lo que empleo una guía de análisis documental como instrumento de recolección de datos. Concluyo que:

La institución no ha desarrollado normativas específicas para una gestión institucional eficiente, los procesos son conocidos por tradición, pero no están establecidos por escrito, por lo tanto existen actividades que no tienen manuales, instructivos y existen otros que deben ser actualizados.

Abad, M. y Pincay, D. (2014), en su tesis *“Análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para la propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil”*. (Tesis de grado). Universidad Politécnica Salesiana. Guayaquil - Ecuador. Cuyo objeto de estudio fue analizar la calidad de servicio interno y externo en una empresa aseguradora de la ciudad de Guayaquil para incrementar el nivel de ventas de la organización. Respecto a su metodología fue una investigación de campo. Su muestra estuvo conformada por 105 empleados a quienes aplico un cuestionario y una guía de entrevista a 10 asesores de seguros. Dentro de sus resultados evidencio que en el área de servicio al cliente es donde mayor quejas se ha presentado (42%), así mismo en cuanto al tiempo de respuesta para resolver los inconvenientes es de 24 a 48 horas, lo que se ve reflejado en que no existe una cultura de servicio, lo cual representa el 84% de los encuestados. Por todo ello llego a la conclusión que:

Analizo el nivel de satisfacción de los clientes internos (colaboradores) y clientes externos (asesores, productores de seguros), donde se observó deficiencias en cuanto a la calidad del servicio y cultura organizacional, originadas por el incumplimiento en el 80% de la producción para el año 2013.

A nivel nacional

Medina, S. (2017), en su tesis *“La gestión de remuneración y la satisfacción laboral del servidor de la administración pública en la Red Lima Ciudad 2016”*. (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo. Lima – Perú. Busco como propósito fundamental establecer el

nivel de relación que existe entre la gestión de remuneración con la satisfacción laboral del servidor de la administración pública en la Red de Lima-Ciudad, 2016. Respecto a su metodología su investigación fue aplicada, por lo que su muestra considerada fue de 132 trabajadores a quienes aplico cuestionarios con el objeto de recabar información. En la cual sus resultados evidenciaron que 68 trabajadores, representado por el (51,5%) manifestaron que existe un nivel alto de la gestión de remuneración en la Administración Pública en la Red Lima-Ciudad, 2016, seguido por un 37,9% (50) que considera de nivel medio la gestión de remuneración. Por otra parte en lo que respecta a la satisfacción del cliente interno, el 47% de los encuestados considero como un nivel alto la satisfacción laboral en la Administración Pública en la Red Lima-Ciudad, 2016, mientras que un 42,4% califico como un nivel medio a la satisfacción laboral, y solo un 10,6% manifestó que era un nivel bajo. Por todo ello pudo concluir:

Que la presencia de una relación significativa entre la gestión de remuneración y la satisfacción laboral del servidor, la misma que resulto un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0,299** interpretándose como correlación positiva baja entre las variables.

Acuña, R. y Villalobos, H. (2016), en su tesis *“Relación de la satisfacción laboral del cliente interno con la calidad del servicio de atención al cliente externo en el área plataforma del Banco de Crédito del Perú agencia Cajamarca, 2016”*. (Tesis de maestría) Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Cajamarca – Perú. Su trabajo de investigación pretendió determinar la relación entre la satisfacción laboral del cliente interno con la calidad del servicio de atención al cliente externo del área Plataforma de la Agencia Principal del BCP. Misma que tuvo como tipo de estudio básica. Su muestra estuvo conformada por 12 trabajadores, por ende utilizo como instrumentos cuestionarios para ambas variables. Dándole como resultado acerca de la satisfacción laboral que en la organización entre cuatro a cinco años (25%) y entre seis a más años (8.33%). Por otro lado la puntuación más alta sobre la calidad del servicio a la atención se debe a aspectos físicos del servicio como tal, le sigue la satisfacción del usuario externo. Por lo que concluye que:

Existe una correlación moderada y significativa entre satisfacción laboral y la calidad de servicio. Es decir, entre mayor satisfacción laboral, mayor será la calidad del servicio de atención.

Rodríguez, J. (2016), en su tesis *“Análisis de las competencias directivas y su incidencia en la satisfacción del cliente interno de ElectroSur S.A., en el periodo 2010”*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Tacna – Perú. Cuyo objeto de estudio fue determinar la incidencia de las competencias directivas de los gerentes sobre la satisfacción del cliente interno de la empresa ElectroSur - 15- S.A., que permita proponer alternativas de mejora en la gestión institucional. Su investigación fue de tipo aplicada hacia una muestra de 84 trabajadores de la empresa. Por lo cual decidieron aplicar un test y cuestionario para obtener su información. En sus resultados acerca de las competencias directas observo que para el indicador denominado competencia para comunicar, que resume la capacidad de lograr acuerdos que tiendan a desarrollar un trabajo más eficaz que mejore la gestión de la empresa ElectroSur S.A. obtuvo un valor medio de 4,07 y en cuanto a la competencia para planear y administrar obtuvo un valor medio de 4.10, mientras que la competencia para trabajar en equipo resulto con un puntaje de 3.83. Para la satisfacción laboral mostro que en base a su dimensión expectativa entre esfuerzo y desempeño tuvo un valor medio de 3.76, así mismo las expectativas de exigencia del trabajo, tuvo un valor medio de 3.42. Por lo que se concluye que:

Existe una incidencia significativa de las competencias directivas de los gerentes sobre la satisfacción del cliente interno de ElectroSur S.A.

Maesaka, L. (2017) en su tesis *“Compensación laboral y recompensas organizacionales a los trabajadores del Gobierno Regional del Callao – 2016”*. (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo. Lima – Perú. Su objetivo principal fue determinar la relación entre la compensación laboral y las recompensas organizacionales a los trabajadores del Gobierno regional del Callao 2016. En lo que respecta a su metodología fue descriptiva y su muestra lo conformo 90 trabajadores a quienes aplico los instrumentos de entrevista y cuestionario. Resultando que de la totalidad de la muestra; un 44.44% de los encuestados percibió que la compensación laboral presento un nivel “bajo”; mientras que para el 38.89% de los trabajadores lo considera dentro de un nivel “intermedio” y solo el 16.67% señalo estar en un nivel “alto”. De igual manera las recompensas organizacionales evidencio que un 43.33% de los encuestados percibe que se encuentra en un nivel “intermedio”, así mismo para el 32.22% de los encuestados lo califico en un nivel “bajo” y solo el 24.44% afirmo que se encuentra en un nivel alto. Con ello concluye que:

La compensación laboral se relaciona con las recompensas organizacionales a los trabajadores del Gobierno regional del Callao, según la correlación de Spearman de 0,711 representando este resultado como una correlación positiva media, con una significancia bilateral de $p=0,000$ siendo menor que el 0,01.

A nivel local

En el ámbito local no se encontraron investigaciones pasadas respecto a las variables de estudio por ende no se consideró ninguna en este punto.

1.2. Base teórica

1.2.1. Gestión de Remuneración

Chiavenato (2011) manifiesta que la remuneración son las recompensas que recibe el individuo a cambio de realizar las tareas organizacionales. Se trata, básicamente de una relación de intercambio entre las personas y la organización. Cada empleado negocia su trabajo para obtener un pago económico. La remuneración económica puede ser directa o indirecta (p. 234)

Castillo (2012) constituye salario no sólo la remuneración fija u ordinaria, sino todo lo que recibe el trabajador en dinero o en especie y que implique retribución de servicios, sea cualquiera la forma o denominación que se adopte, como las primas, sobresueldos, bonificaciones habituales, valor del trabajo suplementario o de las horas extras, valor del trabajo en días de descanso obligatorio, porcentaje sobre ventas, comisiones o participación de utilidades (p. 201)

Según IPLACEX tecnológico Nacional (2017) es el pago que se le entrega a un empleado, de manera periódica por parte de un empleador, a cambio del trabajo para el cual fue contratado. Es la compensación monetaria que reciben los trabajadores por su servicio. En otras palabras, es el dinero que recibe una persona de la empresa, o entidad para la que trabaja, por un tiempo de trabajo determinado o por la realización de una tarea específica o fabricación de un producto determinado (p. 8)

Othón (2014) la compensación es aquello que la empresa otorga a sus empleados para resarcirles del daño o perjuicio que les ocasiona su trabajo. Evidentemente, en la mayor parte de las empresas actuales no ocurre una situación de este tipo. Por tanto, tal vez sería más conveniente utilizar, en vez del término compensación, alguno de los siguientes: retribución, remuneración o recompensa (p. 8)

Días (2012) es un procedimiento o sistema administrativo que es parte de las actividades de una organización de cualquier índole o condición y cuyo programa o función es administrar las remuneraciones de los trabajadores, sean estos directivos, ejecutivos, empleados u obreros (p. 39)

Modalidades de remuneración

Castillo (2012) existen dos modalidades básicas de remuneración del trabajo: a) por unidad de tiempo y b) por tarea realizada (p. 205)

- **Remuneración por unidad de tiempo.** El salario basado en el tiempo, ya sea por hora, día, semana o mes, es de fácil administración. Este método de compensación es especialmente aplicable en situaciones en las cuales el trabajo es difícil de estandarizar y su volumen no está bajo el control del operario. Tiene la desventaja de no facilitar la predeterminación de los costos de mano de obra y de crear en los trabajadores la idea de que se les paga por permanecer en el trabajo y no por lo que hacen (p. 205)
- **Remuneración por tarea realizada.** El salario es asignado por unidad de trabajo realizado. Este segundo método de remuneración ha sido designado con el nombre genérico de incentivos, de los cuales existen múltiples variantes que describiremos más adelante (p. 205)

Importancia de administrar la compensación

Othón (2014) la administración de la compensación es un proceso gerencial clave en la empresa y, como tal, representa un instrumento muy valioso que se utiliza para alinear a la organización, sus integrantes y la cultura de trabajo con la estrategia del negocio. Administrar la compensación exige, por una parte, que tanto la dirección general como los responsables de recursos humanos precisen las intenciones que se persiguen con las decisiones relativas a los sueldos, los incentivos, en caso de que existan, y las prestaciones y, por otra parte, que cuenten con un conjunto de conceptos, principios e instrumentos analíticos que les permitan tomar eficazmente esas decisiones (p. 10)

Objetivos de la administración de la compensación

Othón (2014) hace mención respecto a la eficacia de un enfoque o procedimiento específico, para tomar las decisiones relacionadas con la compensación de personal, primero es necesario plantearse cuáles son los objetivos que se persiguen con la administración de la compensación. Por consiguiente, a continuación se analizan los tres propósitos básicos que, desde nuestra perspectiva, debe procurar un proceso eficaz de la compensación (p. 11-12)

Equidad interna

Othón (2014).da una concepción sobre la equidad interna de la compensación tiene su fundamento en el precepto legal que establece que “a trabajo igual, desempeñado en puesto, jornada y condiciones de eficiencia también iguales, debe corresponder salario 3 igual” y, como consecuencia, “a mayor trabajo, desempeñado también en igualdad de condiciones de puesto, jornada y condiciones de eficiencia, debe corresponder también mayor salario” (p. 12)

Competitividad externa

Othón (2014) en nuestro medio es un hecho que las empresas compiten entre sí por conseguir en el mercado laboral el talento humano que exige su estrategia de negocio. Por tal motivo, con independencia de la forma que adopte la equidad interna de sus prácticas de compensación, las organizaciones necesitan decidir un nivel de pago que les permita atraer, motivar y conservar al personal calificado que requieren para obtener los resultados que se plantean en sus estrategias de negocio (p. 12)

Estimular niveles superiores de desempeño del personal

Othón (2014) llevar a cabo un proceso de administración de la compensación al personal, sin tener presente este objetivo carece de sentido. Ahora bien, ¿cuáles son los aspectos críticos que hay que tener en cuenta a fin de que el proceso de administración de la compensación maximice su potencial para estimular niveles superiores de desempeño en el personal de la empresa? (p. 13)

Funciones de la remuneración

Fernández (2009) considera que las remuneraciones cumplen con cuatro funciones (p. 5):

1. Alineamiento estratégico

Las remuneraciones y beneficios son un medio privilegiado para asociar directamente las metas y valores de una organización con la motivación y desempeño de los trabajadores. En varias empresas hemos encontrado misiones organizacionales que ponderan el trabajo en equipo como un eje valórico. Sin embargo, la remuneración es individual, no se asocia a metas de equipo ni variabiliza el ingreso en función de esfuerzos grupales. Ante esta obvia inconsistencia, el trabajador "le cree" a las ideas tras lo concreto: el pago de su sueldo (p. 5)

Los trabajadores entienden claramente qué valora la empresa mediante lo que se les está pagando. Del mismo modo, si las compensaciones están bien diseñadas e indican qué busca una organización, los empleados ajustarán su desempeño a la expectativa de la misma, en la medida que su trabajo, coherente con las metas de la organización, sea recompensado (p. 5)

2. Equidad interna

Se debe pagar según el impacto de cada cargo en los resultados del negocio. Para ello es necesario evaluar dicho impacto mediante técnicas de evaluación de cargos que garanticen una mirada ecuánime y sistemática a todos los cargos de la organización. Lo equitativo está en que se usa el mismo conjunto de variables y las mismas unidades de medida para ponderar la importancia relativa de todos los cargos. Dado que la remuneración total es la suma de pago por el cargo y pago por resultados, la equidad interna asociada al cargo es un criterio central al momento de contratación de una persona, pues, ya que se desconoce su desempeño real, se le paga según el sueldo asignado al cargo. Por lo mismo, la equidad es determinante en las rentas de ingreso de una persona. No es posible hacer una mirada de "sueldos iguales a cargos iguales" con el paso de los años, ya que las rentas se diferenciarán naturalmente según el mejor o peor resultado alcanzado por cada trabajador. El crecimiento de las remuneraciones se asocia a los méritos propios (p. 5)

3. Competitividad externa.

Las compensaciones deben permitir la contratación y mantención del personal que la organización requiera. Para ello es necesario mirar al mercado y establecer en qué nivel

de remuneración se busca posicionarse. Si no se paga lo que el mercado comparativo paga, la probabilidad de no encontrar los talentos necesarios, de rotación lamentada y de daño a la eficiencia organizacional es alta (p. 5)

4. Dirección del desempeño

Concebir el desempeño de las personas como el activo más relevante que debe administrar la jefatura muestra que el rol de las compensaciones es direccionar el desempeño de las personas a lo que la empresa espera. Esto le atribuye un carácter individual y de particularidad a las compensaciones, pues deben considerar el tipo de trabajo de la persona, los resultados que se esperan de su cargo y cómo recompensarle por los logros demostrados, tanto a nivel de remuneración como de recompensas no pecuniarias (p. 6)

Política salarial

Para IPLACEX tecnológico Nacional (2017) definir una política salarial constituye una de las funciones principales de la administración de recursos humanos, lo cual nos servirá para apoyar al activo más valioso de la organización, sus recursos humanos. Una política salarial debe ser equitativa, estructurada y comprendida claramente. A través de estos componentes, más los que veremos a continuación, una organización puede comprender acerca de su política salarial pasada y presente, y así poder establecer una política salarial sólida (p. 2)

Chiavenato (2011) es el conjunto de principios y directrices que refleja la orientación y filosófica de la organización respecto de los asuntos de remuneración de sus colaboradores. Por tanto esos principios y directrices deben guiar las normas presentes y futuras, así como las decisiones sobre cada caso individual (p. 251)

Objetivos de una política salarial

IPLACEX tecnológico Nacional (2017) señala que los principales objetivos de implementar una política salarial son (p. 2):

- Conseguir a las personas disponibles mejor calificadas, para así lograr la misión de la organización
- Entregar una remuneración constante y equitativa a los trabajadores en función a las tareas que desempeñan y a las responsabilidades asignadas

- Alentar y motivar a los trabajadores a mejorar su nivel de desempeño;
- Estimular la productividad y retención del recurso humano calificado;
- Notificar a los trabajadores respecto a los parámetros básicos que se utilizan para establecer los niveles salariales (p. 2)

Contenido de la política salarial

Chiavenato (2011) señala que una política salarial debe incluir (p. 251):

a) Estructura de puestos y salarios

Se refiere a la clasificación de los puestos y las bandas salariales para cada clase de puestos (p. 251)

b) Salarios de admisión

Para las diversas escalas salariales; el salario de admisión para cada puesto coincide con el límite inferior de la escala salarial (p. 251)

c) Previsión de reajustes salariales

Por determinación legal (en sentencias de juicios laborales en torno a contratos colectivos o espontáneos, los reajustes salariales pueden ser: reajustes colectivos y reajustes individuales (p. 252)

Evaluación de la gestión de remuneración

Chiavenato (2011) señala que todo trabajador puede negociar el trabajo en el que se encuentra para ver la manera en la que pueda obtener una retribución económica o extraeconómica. Estas remuneraciones pueden darse de forma directa o indirecta (p. 234).

Remuneración económica directa

Es el desembolso de dinero que recibe el trabajador de una empresa por la prestación de su servicio en forma de salario, bonos, premios e incluso hasta comisiones por su labor realizada (p. 234)

- **Salario:** Representa el elemento más importante dentro de la empresa ya que gracias a ella podemos reconocer el esfuerzo de un trabajador que realiza por la empresa, pudiendo pagarse mensual, quincenal o semestralmente (p. 234)
- **Bonos:** El bono, es una manera de reconocer y premiar el desempeño y los resultados obtenidos de una buena gestión por parte del trabajador con el fin de buscar que ese

o aquellos trabajadores talentosos sigan laborando para la organización y así evitar considerar otras opciones laborales (p. 234)

- **Premios:** Los premios son una forma de motivar a todos los trabajadores a que puedan desarrollar sus tareas con más eficacia, para que sirva de ejemplo a los demás compañeros de trabajo a realizar bien las cosas no solo por obtener el premio, sino por ayudar al crecimiento de la empresa (p. 234)
- **Comisiones:** Las comisiones son un complemento adicional al sueldo que recibe un trabajador, por lo general estas se pactan en el contrato de trabajo, como también en cualquier momento de la relación laboral, estas son determinadas según la realización de un negocio por parte del trabajador y en un periodo concreto (p. 234)

Remuneración económica indirecta

Se considera como el salario indirecto, las mismas que se encuentran estipuladas en el contrato colectivo del trabajo y de acuerdo al plan de prestaciones y servicios sociales que ofrece la empresa. Dentro de ellas tenemos: las gratificaciones, vacaciones pagadas, CTS, Horas extras, etc. (p. 235)

Vacaciones pagadas

Las vacaciones pagadas es uno de los derechos que tiene un trabajador a percibir por parte del empleador, el cual le otorgara un descanso pagado por el desarrollo de tareas según el tiempo establecido, de acuerdo a lo acordado en el contrato con el colaborador de la empresa (p. 235)

Gratificaciones

Es la cantidad de dinero recibida como un pago adicional al sueldo del trabajador que por lo general se considera como legal ya que así lo disponen las leyes y normas de un país (p. 235)

Compensación por Tiempo de Servicio (CTS)

Se considera como un beneficio social de previsión de las posibles contingencias que origina el cese en el trabajo y de promoción del trabajador y de su familia. La CTS tiene por finalidad cubrir las necesidades del trabajador y de su familia en caso de desempleo (p. 235)

Horas extras

Se denomina horas extras o horas extraordinarias a la prolongación de horas de trabajo, es decir, el tiempo extra consiste en continuar trabajando después de concluir la jornada establecida en este caso las 8 horas diarias (p. 235)

Nuevos planteamiento de la remuneración

Chiavenato (2011) refiere que en la actualidad en un mundo globalizado que entra en cambios constantes respecto a la economía y con la profunda influencia de la tecnología de la información, los programas de remuneraciones no pueden quedar al margen (p. 253)

Remuneración fija

Chiavenato (2011) la remuneración fija privilegia la homogeneización y estandarización de los salarios, facilita la posibilidad de alcanzar el equilibrio interno y externo de la remuneración (p. 253)

Remuneración por habilidades

Chiavenato (2011) este tipo de remuneración pretende pagar los salarios con base en lo que los colaboradores demuestran saber y no por los puestos que ocupan (p. 253)

Remuneración por competencias

Chiavenato (2011) las competencias se refieren a las características que las personas necesitan para obtener y sustentar una ventaja competitiva. Por lo común, las competencias son más genéricas que los bloques de habilidades (p. 253)

Ciente interno

Pérez, Noda & García (2009) cuando se refiere al cliente interno, hubieron autores como Maslow, Mac. Gregor que han descrito el conjunto de necesidades que se pueden satisfacer mediante el trabajo para la mayoría de las personas el único o el fin fundamental que persigue un trabajador es la satisfacción de una necesidad fisiológica mediante la obtención del dinero y rara vez reconocen en los otros las necesidades de seguridad, sociales, de autorrealización y auto estima (p. 5).

Pérez (2006) manifiesta que son las personas que trabajan en la empresa y hacen posible la producción de bienes o servicios. Cada unidad, departamento o área es cliente y proveedora de servicios al mismo tiempo, garantizando la calidad interna de los procesos de trabajo se refleje en la que reciben los clientes externos (p. 20).

1.2.2. Satisfacción del cliente interno

Chiang, & Núñez (2010) entiende aquel conjunto de respuestas afectivas que una persona experimenta ante su trabajo y los diferentes aspectos del mismo (p. 156).

Efectos de la satisfacción laboral

Frisancho (2013) señala que los efectos que genera la satisfacción laboral para un trabajador dentro en la empresa son (p. 12):

- **Satisfacción y ausentismo**

El ausentismo se manifiesta mediante “enfermedades”, “problemas familiares”, etc. El ausentismo hace que se incurra en mayores gastos médicos, baja de productividad, incremento en costos por personal de reemplazo, etc. Múltiples estudios han sugerido que la insatisfacción conduce al ausentismo (p. 12)

- **Satisfacción y rotación**

La satisfacción está relacionada negativamente con la rotación. Los costos de la rotación crecen significativamente a medida que los trabajadores son más calificados o de mayor nivel jerárquico. La rotación demanda mayores gastos en selección de personal y en entrenamiento hasta que la persona alcanza el nivel de competencia requerido (p. 12)

- **Satisfacción y salud de la persona**

La relación entre la salud psicológica de la persona y el nivel de satisfacción con el trabajo no ha sido muy bien investigada. Sin embargo, se asume que hay una correlación positiva. Es necesario determinar hasta qué punto la persona satisfecha con su trabajo lo está también con su vida familiar, con sus amigos, etc. (p. 12)

Evaluación de la satisfacción del cliente interno

Con el objeto de realizar la evaluación de la variable se tomara en consideración la escala de satisfacción laboral elaborada por Paima (2005), la misma que será adaptada en base lo que se desea determinar. Respecto a la satisfacción de los beneficios laborales y/o remunerativos, las políticas administrativas, el desempeño de funciones y la relación con el superior.

Beneficios laborales y/o remunerativos

Es la satisfacción del trabajador con relación al pago de la remuneración legal o adicional que percibe como parte del pago por el desarrollo de las actividades realizadas.

Remuneración percibida

Es el monto de dinero percibido dependiendo de la realización de un trabajo dentro de una empresa.

Expectativa económica

Es la percepción que tiene el trabajador respecto al sueldo que recibe y que le permite cubrir sus necesidades personal y familiares.

Políticas administrativas

El grado de acuerdo frente a los lineamientos o normas institucionales dirigidas a regular la relación laboral y asociada directamente con el trabajador.

Trato al trabajador

En lo que respecta al trato que recibe el trabajador, se considera como un factor para que el colaborador sienta una satisfacción dentro de la empresa, pues en muchas ocasiones no hay una buena comunicación con sus superiores e incluso se siente explotado

Horario de trabajo

La satisfacción depende también del horario que le designan a un trabajador, además de su pago por la cantidad de horas laboradas.

Desempeño de funciones

La valoración con la que asocia el trabajador sus tareas cotidianas en la entidad en que labora.

Actividades en la empresa

La satisfacción de un trabajador también se evidencia en la designación de la actividad que va a realizar y si considera que la tarea es muy importante para el crecimiento de la empresa.

Comodidad en el trabajo

En lo que respecta a la comodidad con el desarrollo de la actividad, en ocasiones algunos trabajadores consideran que son aburridos o no se sienten a gusto con la tarea designada como parte de la política administrativa de la organización.

Relación con el superior

La apreciación valorativa que realiza el trabajador de su relación con el jefe directo y respecto a sus actividades cotidianas.

Comunicación

Parte de la satisfacción del trabajador está relacionada con la comunicación que tiene el superior con él, a veces ocurre en que el jefe es una persona de carácter fuerte y no es comprensivo, además que no suele dar una respuesta cuando uno de sus colaboradores tiene dudas respecto a su trabajo.

1.3. Definición de Términos Básicos

Adaptación a los cambios: Hace referencia al planeamiento estratégico de la organización, que genere la riqueza estructural en la comunidad y la competitividad de los recursos humanos de la empresa, evitándose reestructuraciones sectoriales traumáticas en los colaboradores o impactos socioeconómicos en la comunidad. (Ruiz, 2013).

Bonos: El bono, es una manera de reconocer y premiar el desempeño y los resultados obtenidos de una buena gestión por parte del trabajador con el fin de buscar que ese o aquellos trabajadores talentosos sigan laborando para la organización y así evitar considerar otras opciones laborales (Chiavenato, 2011, p. 234).

Competitividad externa: Othón (2014) en nuestro medio es un hecho que las empresas compiten entre sí por conseguir en el mercado laboral el talento humano que exige su estrategia de negocio. (p. 12)

Equidad interna: Othón (2014).da una concepción sobre la equidad interna de la compensación tiene su fundamento en el precepto legal que establece que “a trabajo igual, desempeñado en puesto, jornada y condiciones de eficiencia también iguales, debe corresponder salario 3 igual” y, como consecuencia, “a mayor trabajo, desempeñado también en igualdad de condiciones de puesto, jornada y condiciones de eficiencia, debe corresponder también mayor salario” (p. 12)

Gestión de los Recursos Humanos: Hace referencia a las actividades que realiza el área de recursos humanos y que consiste en la fidelización de trabajadores cualificados, conciliación de la vida laboral y social y la igualdad en la selección y contratación de trabajadores sin importa el género, posición social, discapacidad, etc. (Ruiz, 2013)

Política salarial: Para IPLACEX tecnológico Nacional (2017) definir una política salarial constituye una de las funciones principales de la administración de recursos humanos, lo cual nos servirá para apoyar al activo más valioso de la organización, sus recursos humanos (p. 2)

Salario: Representa el elemento más importante dentro de la empresa ya que gracias a ella podemos reconocer el esfuerzo de un trabajador que realiza por la empresa, pudiendo pagarse mensual, quincenal o semestralmente (Chiavenato, 2011, p. 234)

Salud y seguridad en el puesto de trabajo: Se refiere a la salud y seguridad de los colaboradores de la empresa, de los proveedores y de los contratistas a los que haya fragmentado la cadena de producción y prestación del servicio. (Ruiz, 2013)

CAPÍTULO II

MATERIAL Y METODOS

2.1. Sistema de Hipótesis

Hipótesis general

Hi: La gestión de remuneración se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente interno en la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018.

Ho: La gestión de remuneración no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente interno en la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018.

Hipótesis específicas

H1: El nivel de la gestión de remuneración de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018, es adecuada.

H2: El nivel de satisfacción del cliente interno de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018, es alta.

2.2. Sistema de Variables

- Variable independiente : Gestión de la remuneración
- Variable dependiente : Satisfacción del cliente interno

Tabla 1*Operacionalización de la variable independiente*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Gestión de la remuneración	Chiavenato (2011) manifiesta que la remuneración son las recompensas que recibe el individuo a cambio de realizar las tareas organizacionales. Se trata, básicamente de una relación de intercambio entre las personas y la organización. Cada empleado negocia su trabajo para obtener un pago económico. La remuneración económica puede ser directa o indirecta (p. 234).	De la definición presentada por el autor podemos resaltar dos tipos de remuneraciones económicas tanto directas como indirectas, precisamente las mismas serán tomadas en cuenta como dimensión para realizar la respectiva evaluación de la variable	Remuneración económica directa	Sueldos	Ordinal
				Bonos	
				Premios	
			Remuneración económica indirecta	Comisiones	
				Vacaciones pagadas	
				Gratificaciones	
				Compensación por Tiempo de Servicio	
Horas extras					

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2*Operacionalización de la variable dependiente*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Satisfacción del cliente interno	Con el objeto de realizar la evaluación de la variable se tomara en consideración la escala de satisfacción laboral elaborada por Paima (2005), la misma que será adaptada en base lo que se desea determinar. Respecto a la satisfacción de los beneficios laborales y/o remunerativos, las políticas administrativas, el desempeño de funciones y la relación con el superior.	Para evaluar la variable se tuvo en cuenta cuatro aspectos a evaluar según el problema que se pretende investigar	Beneficios laborales y/o remunerativos	Remuneración percibida	Ordinal
				Expectativa económica	
			Políticas administrativas	Trato al trabajador	
				Horario de trabajo	
			Desempeño de funciones	Actividades en la empresa	
				Comodidad en el trabajo	
Relación con el superior	Comunicación				

Fuente: Elaboración propia

2.3. Tipo y nivel de investigación

Tipo de investigación

Según Hernández (2010) “la presente investigación a desarrollar, según la finalidad que persigue, es aplicada, ya que se busca obtener y recopilar información para ir construyendo una base de conocimiento que se va agregando a la información previa existente” (p.164)

El nivel de investigación

La investigación tendrá un nivel de investigación descriptiva correlacional.

Descriptivo: La presente tiene la propiedad de describir los hechos y/o acontecimientos que vienen pasando en la Don Pollo San Martín S.A.C.; buscando de esta forma los aspectos importantes de la gestión de remuneración y la satisfacción del cliente interno.

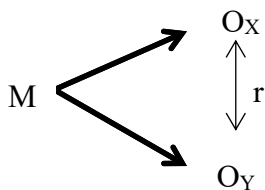
Correlacional: La presente investigación fue correlacional; ya que la presente busca establecer el grado y/o nivel de relación entre las variables de investigación. Asimismo, estará direccionado en base a la gestión de remuneración y su relación con satisfacción del cliente interno de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C.

2.4. Diseño de la investigación

La investigación presentó un diseño no experimental, la misma que tiene la propiedad de no manipular las variables de manera independiente. Asimismo, con todo ello; el análisis será realizado a través de la observación directa según como se presenten en su contexto natural. De la misma manera la investigación no experimental determina que no es posible asignar aleatoriedad a la muestra de estudio.

El esquema empleado es el siguiente.

Dónde:



Dónde:

M: Trabajadores de los diferentes niveles de la empresa Don Pollo.

Ox: Gestión de remuneración

Oy: Satisfacción del cliente interno

r: Relación

2.5. Población y Muestra**Población.**

Para la población se consideró a los trabajadores de los diferentes niveles de la empresa Don Pollo, la cual consta de la siguiente manera:

Niveles	Nº de trabajadores
Gerente	1
Administración	2
Personal	20
Choferes	5
Seguridad	2
TOTAL	30

Muestra

Para la presente investigación la muestra estuvo conformada por la totalidad de la población es decir los 30 trabajadores de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C.

Muestro no probabilístico

En la presente investigación se desarrolló el muestro no probabilístico por conveniencia, teniendo en cuenta el grado de afinidad con los trabajadores para que puedan responder las preguntas, ya que es una técnica comúnmente usada consistente en seleccionar una muestra de la población por el hecho de que sea accesible. Es decir, los individuos empleados en la investigación se seleccionan porque están fácilmente disponibles y porque sabemos que pertenecen a la población de interés, no porque hayan sido seleccionados mediante un criterio estadístico. Esta conveniencia, que se suele traducir en una gran facilidad operativa y en bajos costes de muestreo, tiene como consecuencia la imposibilidad de hacer afirmaciones generales con rigor estadístico sobre la población.

2.6. Técnicas de recolección de datos

Técnicas: La técnica de la encuesta se empleó para investigar y obtener información, una de las características que presenta es la sencillez, utilidad, versatilidad y objetividad de la información que con él se obtienen. La encuesta se le conoce como la técnica de investigación social debido a las actividades, capacidades y habilidades para la obtención de información (Carrasco, 2018).

Instrumentos: El cuestionario fue de tipo escala “Likert” debido a que, las alternativas estuvieron graduadas y calificaron la reacción del sujeto ante la variable sujeto a medición (Córdova, 2018). Pero antes de ser aplicados serán evaluados por expertos, mismos que autorizarán la aplicación de los mismos.

2.7. Método de análisis de datos

El estudio se desarrolló de acuerdo a la estructura de la Universidad Nacional de San Martín de Tarapoto, es decir, iniciando por el planteamiento del problema, marco teórico, hipótesis, metodología, aspectos administrativos. Sin embargo, en la parte del desarrollo se buscó dar respuesta de forma secuencial tal y como se presentaron los objetivos del estudio, a través de del método hipotético deductivo ya que se trata del método que parte de una hipótesis o explicación inicial, para luego obtener conclusiones particulares de ella, que luego serán a su vez comprobadas experimentalmente. Es decir, comprende un paso inicial de inferencias empíricas (observación, por ejemplo) que permiten deducir una hipótesis inicial que sea luego sometida a experimentación

Los datos obtenidos han sido procesados según la aplicación del instrumento en forma manual utilizando el programa de Excel, utilizando una tabla de matriz de las dos variables. Para el análisis se empleó el software estadístico SPSS V.21 y según las escalas de medición de ambas variables. Los estadísticos fueron: Tabla de frecuencia para datos agrupados, prueba de Pearson.

Para medir las dos variables se utilizó una escala Likert, donde para el procesamiento de los datos se procedió a realizar una escala de la valoración mediante intervalos.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Resultados referentes al objetivo general

La hipótesis general de la investigación buscó determinar si existe relación significativa entre la gestión de la remuneración y la satisfacción del cliente interno en la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018, por tanto, a continuación, se presenta el análisis de estadístico que se realizó para comprobar la hipótesis.

Para dar solución a este objetivo, se procedió a aplicar la prueba de normalidad a los resultados de las variables, posterior a ello se utilizó el estadístico de correlación de Pearson, finalmente se contrasta la hipótesis planteada en la presente investigación.

Tabla 3

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra

		Gestión de la remuneración	Satisfacción del cliente interno
N		30	30
Parámetros normales^{a,b}	Media	52.58	40.27
	Desviación típica	11.651	10.435
Diferencias más extremas	Absoluta	.121	.090
	Positiva	.061	.090
	Negativa	-.121	-.088
Z de Kolmogorov-Smirnov		.693	.519
Sig. asintót. (bilateral)		.518	.891

a. La distribución de contraste es la Normal.

b. Se han calculado a partir de los datos.

Fuente: Empresa Don Pollo San Martín S.A.C. (Elaboración propia)

Interpretación

En la tabla 3 se evidencia que la Sig. Asintót. (Bilateral) es $>$ a 0,05 de ambas variables (Gestión de la remuneración 0,518 y satisfacción del cliente interno 0,891), por lo tanto, se considera que las variables presentan una distribución normal, motivo por el cual se aplicó la correlación de Pearson.

Tabla 4*Correlación (Gestión de la remuneración y satisfacción del cliente interno)*

		Gestión de la remuneración	Satisfacción del cliente interno
Gestión de la remuneración	Correlación de Pearson	1	,632**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Satisfacción del cliente interno	Correlación de Pearson	,632**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Empresa Don Pollo San Martín S.A.C. (Elaboración propia)

Interpretación:

En la tabla 4, muestra la existencia de una correlación significativa debido a que el valor P (Sig. Bilateral) es $< 0,05$ es decir “0,000”; así mismo se observa que el coeficiente de correlación muestra un valor positivo de 0,632 lo cual evidencia que la correlación es media alta, es por ello que se acepta la H_1 , la cual señala que “La gestión de remuneración se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente interno en la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018”

3.2. De la Variable: Gestión de la remuneración

Para evaluar la variable calidad de servicio de la empresa en estudio, se ha considerado evaluarlos en cuanto a sus dimensiones, como se muestra en las siguientes tablas y figuras.

Tabla 5*Frecuencia de resultados de la dimensión remuneración económica directa*

Calificación del instrumento	f	%	Calificación de la variable
Nunca	7	23%	Muy inadecuado
Casi Nunca	16	53%	Inadecuado
A veces	5	17%	Ni inadecuado ni adecuado
Casi siempre	1	3%	Adecuado
Siempre	1	4%	Muy adecuado
TOTAL	30	100%	

Fuente: Empresa Don Pollo San Martín S.A.C. (Elaboración propia)

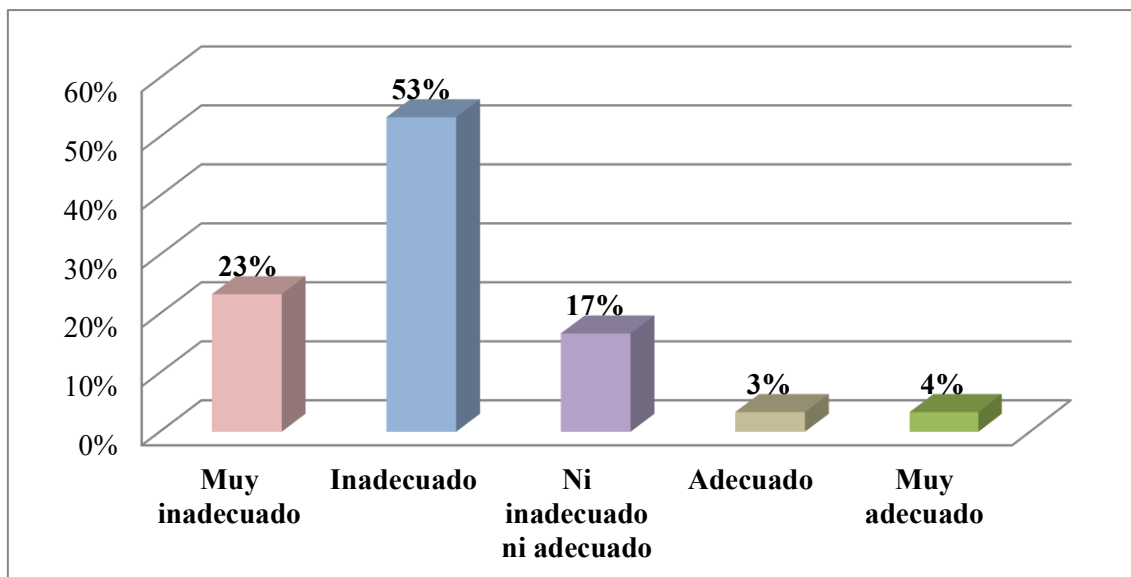


Figura 1. Frecuencia de resultados de la dimensión remuneración económica directa

Fuente: Empresa Don Pollo San Martín S.A.C. (Elaboración propia)

Interpretación:

Se muestra en la tabla 5 y figura 1, que el 53% de los encuestados señalaron que la gestión de la remuneración en cuanto a su dimensión de remuneración económica directa es inadecuado, un 23% manifestaron que se encuentra en un nivel muy inadecuado, un 17% mencionaron que se encuentra en un nivel ni inadecuado ni adecuado, un 3% señalaron que se encuentra en un nivel adecuado y en un nivel muy adecuado un 4%.

Tabla 6

Frecuencia de resultados de la dimensión remuneración económica indirecta

Calificación del instrumento	f	%	Calificación de la variable
Nunca	6	20%	Muy inadecuado
Casi Nunca	17	57%	Inadecuado
A veces	4	13%	Ni inadecuado ni adecuado
Casi siempre	1	3%	Adecuado
Siempre	2	7%	Muy adecuado
TOTAL	30	100%	

Fuente: Empresa Don Pollo San Martín S.A.C. (Elaboración propia)

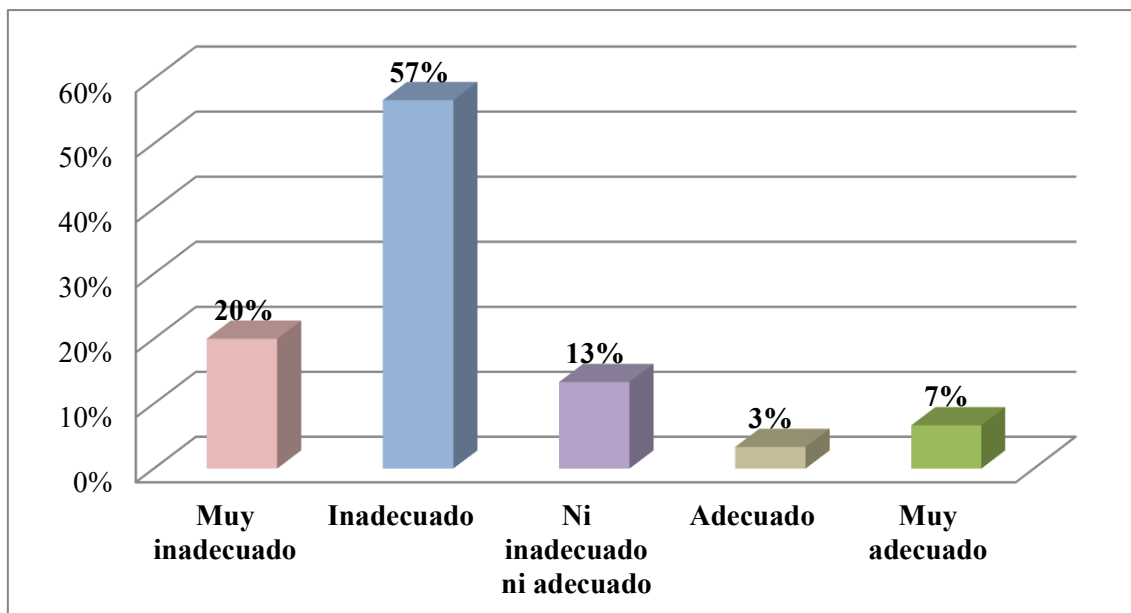


Figura 2. Frecuencia de resultados de la dimensión remuneración económica indirecta

Fuente: Empresa Don Pollo San Martín S.A.C. (Elaboración propia)

Interpretación:

Se muestra en la tabla 6 y figura 2, que el 57% de los encuestados señalaron que la gestión de la remuneración en cuanto a su dimensión de remuneración económica indirecta es inadecuado, un 20% manifestaron que se encuentra en un nivel muy inadecuado, un 13% mencionaron que se encuentra en un nivel ni inadecuado ni adecuado, un 7% señalaron que se encuentra en un nivel muy adecuado y un 3% se encuentra en un nivel adecuado.

Tabla 7

Frecuencia de resultados de la variable gestión de la remuneración

Calificación del instrumento	f	%	Calificación de la variable
Nunca	6	20%	Muy inadecuado
Casi Nunca	19	63%	Inadecuado
A veces	3	10%	Ni inadecuado ni adecuado
Casi siempre	1	3%	Adecuado
Siempre	1	4%	Muy adecuado
TOTAL	30	100%	

Fuente: Empresa Don Pollo San Martín S.A.C. (Elaboración propia)

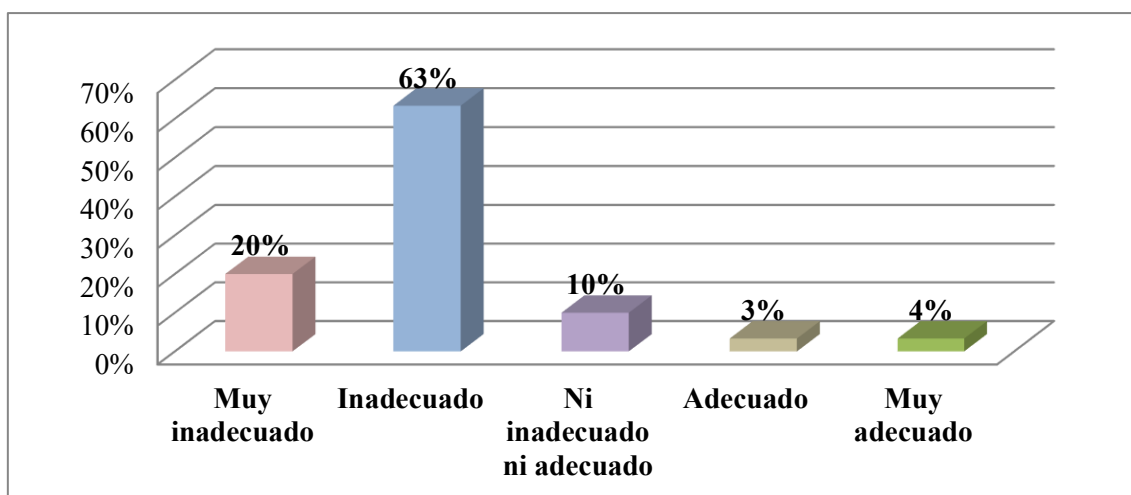


Figura 3. Frecuencia de resultados de la variable gestión de la remuneración

Fuente: Empresa Don Pollo San Martín S.A.C. (Elaboración propia)

Interpretación:

Se muestra en la tabla 6 y figura 3, que el 63% de los encuestados señalaron que la gestión de la remuneración es inadecuado, un 20% manifestaron que se encuentra en un nivel muy inadecuado, un 10% mencionaron que se encuentra en un nivel ni inadecuado ni adecuado, un 3% señalaron que se encuentra en un nivel adecuado y 4% se encuentra en un nivel muy adecuado.

3.3. De la Variable: Satisfacción del cliente interno

Para evaluar la variable satisfacción de los clientes de la empresa en estudio, se ha considerado evaluarlos en cuanto a sus dimensiones, como se muestra en las siguientes tablas y figuras.

Tabla 8

Frecuencia de resultados dimensión beneficios laborales y/o remunerativos

Calificación del instrumento	f	%	Calificación de la variable
Nunca	3	10%	Muy bajo
Casi Nunca	14	47%	Bajo
A veces	12	40%	Regular
Casi siempre	1	3%	Alto
Siempre	0	0%	Muy alto
TOTAL	30	100%	

Fuente: Empresa Don Pollo San Martín S.A.C. (Elaboración propia)

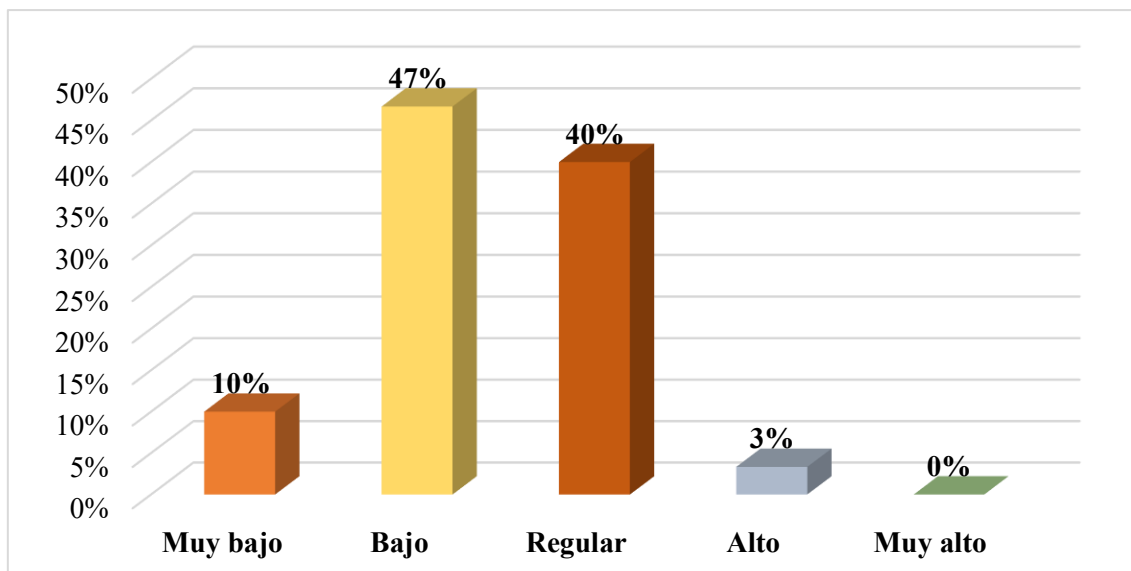


Figura 4. Frecuencia de resultados dimensión beneficios laborales y/o remunerativos

Fuente: Empresa Don Pollo San Martín S.A.C. (Elaboración propia)

Interpretación:

Se muestra en la tabla 8 y figura 4, que el 47% de los encuestados señalaron que la satisfacción del cliente interno en su dimensión beneficios laborales y/o remunerativos es bajo, un 40% manifestaron que se encuentra en un nivel regular, un 10% mencionaron que se encuentra en un nivel muy bajo, y un 3% señalaron que se encuentra en un nivel alto.

Tabla 9

Frecuencia de resultados de la dimensión políticas administrativas

Calificación del instrumento	f	%	Calificación de la variable
Nunca	1	3%	Muy bajo
Casi Nunca	10	33%	Bajo
A veces	12	40%	Regular
Casi siempre	5	17%	Alto
Siempre	2	7%	Muy alto
TOTAL	30	100%	

Fuente: Empresa Don Pollo San Martín S.A.C. (Elaboración propia)

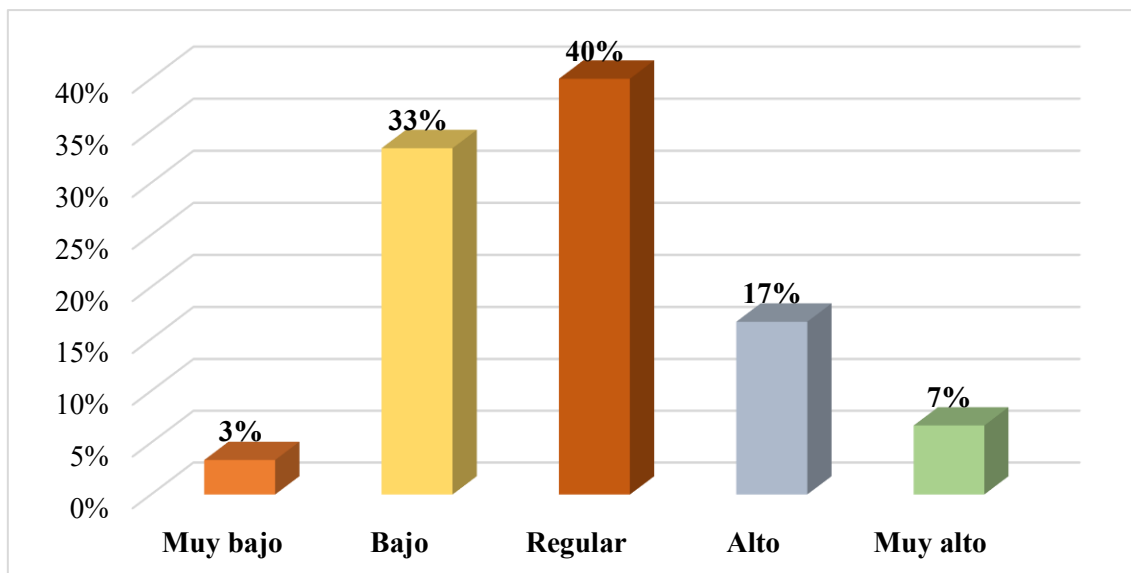


Figura 5. Frecuencia de resultados de la dimensión políticas administrativas

Fuente: Empresa Don Pollo San Martín S.A.C. (Elaboración propia)

Interpretación:

Se muestra en la tabla 9 y figura 5, que el 40% de los encuestados señalaron que la satisfacción del cliente interno en su dimensión de política administrativas es regular, un 33% manifestaron que se encuentra en un nivel bajo, un 17% mencionaron que se encuentra en un nivel alto, un 7% señalaron que se encuentra en un nivel muy alto y un 3% señalaron que se encuentra en un nivel muy bajo.

Tabla 10

Frecuencia de resultados de la dimensión desempeño de funciones

Calificación del instrumento	f	%	Calificación de la variable
Nunca	2	7%	Muy bajo
Casi Nunca	14	47%	Bajo
A veces	12	40%	Regular
Casi siempre	2	6%	Alto
Siempre	0	0%	Muy alto
TOTAL	30	100%	

Fuente: Empresa Don Pollo San Martín S.A.C. (Elaboración propia)

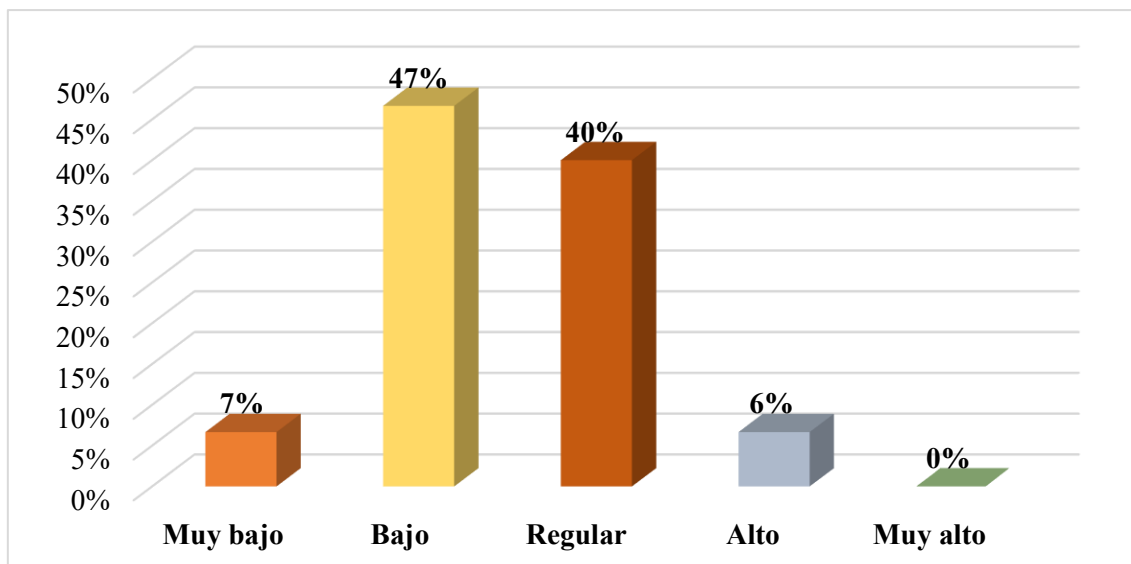


Figura 6. Frecuencia de resultados de la dimensión desempeño de funciones

Fuente: Empresa Don Pollo San Martín S.A.C. (Elaboración propia)

Interpretación:

Se muestra en la tabla 10 y figura 6, que el 47% de los clientes señalaron que la satisfacción de los clientes en su dimensión desempeño de funciones es bajo, un 40% manifestaron que se encuentra en un nivel regular, y un 6% mencionaron que se encuentra en un nivel muy bajo y a la vez un nivel alto.

Tabla 11

Frecuencia de resultados de la dimensión relación con el superior

Calificación del instrumento	f	%	Calificación de la variable
Nunca	9	30%	Muy bajo
Casi Nunca	19	63%	Bajo
A veces	2	7%	Regular
Casi siempre	0	0%	Alto
Siempre	0	0%	Muy alto
TOTAL	30	100%	

Fuente: Elaboración propia

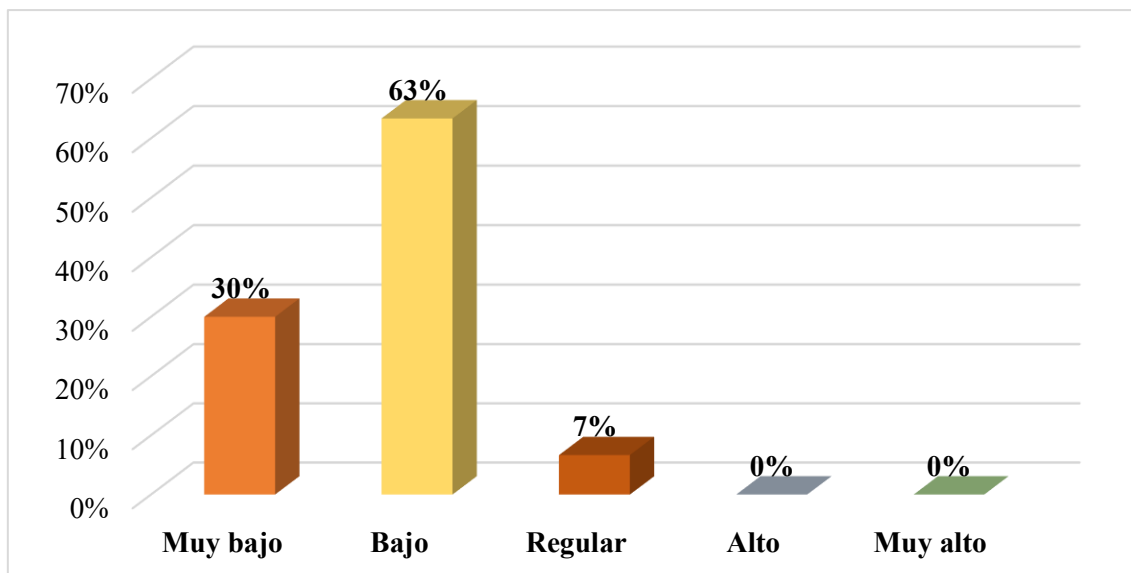


Figura 7. Frecuencia de resultados de la dimensión relación con el superior

Fuente: Empresa Don Pollo San Martín S.A.C. (Elaboración propia)

Interpretación:

Se muestra en la tabla 11 y figura 7, que el 63% de los clientes señalaron que la satisfacción de los clientes en su dimensión de relaciones con el superior es bajo, un 30% manifestaron que se encuentra en un nivel muy bajo, y un 7% mencionaron que se encuentra en un nivel regular.

Tabla 12

Frecuencia de resultados de la variable satisfacción del cliente interno

Calificación del instrumento	f	%	Calificación de la variable
Nunca	2	7%	Muy bajo
Casi Nunca	14	47%	Bajo
A veces	11	37%	Regular
Casi siempre	3	9%	Alto
Siempre	0	0%	Muy alto
TOTAL	30	100%	

Fuente: Empresa Don Pollo San Martín S.A.C. (Elaboración propia)

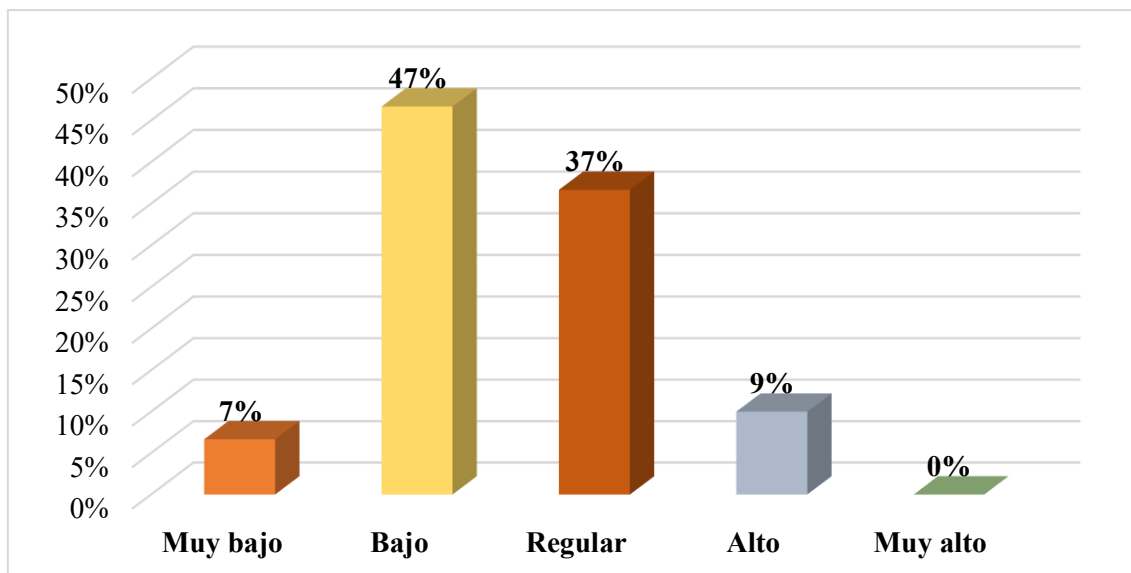


Figura 8. Frecuencia de resultados de la variable satisfacción del cliente interno

Fuente: Empresa Don Pollo San Martín S.A.C. (Elaboración propia)

Interpretación:

Se muestra en la tabla 12 y figura 8, que el 47% de los clientes señalaron que la satisfacción de los clientes es bajo, un 37% manifestaron que se encuentra en un nivel regular, un 9% mencionaron que se encuentra en un nivel alto, y un 7% se encuentra en un nivel muy bajo.

3.4. Discusión de resultados

En la elaboración del presente trabajo se ha tenido en consideración investigaciones previas que han servido para ampliar el conocimiento referente a las teorías abordadas y comprender el comportamiento de las variables y sus componentes lo cuales serán útiles en este apartado para contrastar los resultados de la presente investigación y determinar la concordancia:

- Los resultados de la investigación mostraron la existencia de correlación significativa entre las variables gestión de la remuneración calidad de servicio y satisfacción del cliente interno de la empresa Don Pollo San Martín .S.A.C., este resultado concuerda con el estudio de Cevallos (2015), en el cual se muestra como resultado que la institución no ha desarrollado normativas específicas para una gestión institucional eficiente, los procesos son conocidos por tradición, pero no están establecidos por escrito, por lo tanto existen actividades que no tienen manuales, instructivos y existen

otros que deben ser actualizados, otro estudio que rescata la relación significativa entre ambas variables es el de Medina (2017), quien destaca que una relación significativa, ya que la gestión de remuneración y la satisfacción laboral del servidor, da como resultado una correlación positiva baja, demostrando así que mientras mayor sea la remuneración mayor será la satisfacción laboral

- Otros resultados de la investigación encontraron que la variable gestión de la remuneración se encuentra en un nivel inadecuado con un 63%, siendo este resultado es más resaltante, esto debido a que se manifiesta que la remuneración son las recompensas que recibe el individuo a cambio de realizar las tareas organizacionales. Se trata, básicamente de una relación de intercambio entre las personas y la organización. Cada empleado negocia su trabajo para obtener un pago económico. La remuneración económica puede ser directa o indirecta, este resultado al ser comprados con De Guevara, U. (2015), menciona a partir de qué ítems son los necesarios incluir en un estudio de esta índole, haciendo mención que la empresa que requiera un análisis de este tipo tendrá la libertad de incluir o de excluir ítems de acuerdo a las necesidades que tenga y los objetivos de su investigación sobre la satisfacción del cliente interno. Lo mismo sucede con Acuña, R. y Villalobos, H. (2016), menciona como resultado acerca de la satisfacción laboral que en la organización entre cuatro a cinco años (25%) y entre seis a más años (8.33%). Por otro lado la puntuación más alta sobre la calidad del servicio a la atención se debe a aspectos físicos del servicio como tal, le sigue la satisfacción del usuario externo.
- En cuanto a los resultados de la variable satisfacción del cliente interno, los encuestados manifestaron que el 47% se encuentra en un nivel bajo, este resultado muestra cierta similitud con la investigación de Rodríguez, J. (2016), quienes en su estudio mencionan obtuvo un valor medio de 4,07 y en cuanto a la competencia para planear y administrar obtuvo un valor medio de 4.10, mientras que la competencia para trabajar en equipo resulto con un puntaje de 3.83. Para la satisfacción laboral mostro que en base a su dimensión expectativa entre esfuerzo y desempeño tuvo un valor medio de 3.76, así mismo las expectativas de exigencia del trabajo.

CONCLUSIONES

- Con respecto al objetivo general, se llegó a determinar tras la aplicación de la prueba de Pearson, se evidencio la relación entre ambas variables, ya que el valor “p” (Valor de significancia = 0.00) obtenido es menor a 0.05. Así mismo, debido a que el valor “r” es de 0.632, indica una correlación significativa, por lo que se acepta la hipótesis alterna “La gestión de remuneración se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente interno en la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018”
- De acuerdo a la variable gestión de la remuneración se encuentra que el 63% de los encuestados señalaron que se encuentra en un nivel inadecuado, el 20% manifestaron que se encuentra en un nivel muy inadecuado, lo que significa que la empresa de Don Pollo San Martín S.A.C., no tiene un plan de remuneración implementado.
- Con respecto a la satisfacción del cliente interno, los encuestados manifestaron que el 47% está en un nivel bajo, mientras que el 37% presenta una baja satisfacción, lo que significa que la empresa Don Pollo San Martín S.A. no se preocupa por la satisfacción de cada de sus colaboradores.

RECOMENDACIONES

- A la empresa Don Pollo San Martín S.A.C. diseñar e implementar estrategias institucionales que mejoren las condiciones laborales de los trabajadores con la finalidad de generar un mayor compromiso para el cumplimiento de los objetivos y metas planificadas por la empresa.
- La empresa debe promover directivas que mejoren las condiciones salariales de los trabajadores como elemento clave de reconocimiento por su desempeño y compromiso con los objetivos institucionales.
- El cliente interno debe poder acceder a la formación necesaria para evitar la inseguridad y angustia que produce una situación de cambio y transformar ésta en algo positivo y enriquecedor para evitar el rechazo a las nuevas acciones. Es importante que llegue a percibir la formación como una oportunidad para el crecimiento personal y como una inversión que la empresa hace en él.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad, M. y Pincay, D. (2014) *Análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para la propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil*. (Tesis de grado). Universidad Politécnica Salesiana. Guayaquil - Ecuador. Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7451/1/UPS-GT000777.pdf>
- Acuña, R. y Villalobos, H. (2016) *Relación de la satisfacción laboral del cliente interno con la calidad del servicio de atención al cliente externo en el área plataforma del Banco de Crédito del Perú agencia Cajamarca, 2016*. (Tesis de maestría) Universidad Privada Antonio Guillermo Urrello. Cajamarca – Perú. Recuperado de: <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/127/Villalobos%20-%20Acu%C3%B1a.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Caldera, E. y Giraldo, L. (2015) *Propuesta de un sistema de compensación que impacte directamente la satisfacción laboral de la empresa de servicios Temporales S&A Servicios Y Asesorías S.A.* (Tesis de maestría). Universidad de Medellín. Medellín - Colombia. Recuperado de: <http://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/186/Propuesta%20de%20un%20sistema%20de%20compensaci%C3%B3n%20que%20impacte%20directamente%20la%20satisfacci%C3%B3n%20laboral%20de%20la%20empresa%20de%20servicios%20temporales%20S%26A%20Servicios%20y%20Asesor%C3%ADas%20S.A.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castillo, J. (2012). *Administración de personal: un enfoque hacia la calidad*. Bogotá: Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=3198451&query=administraci%C3%B3n+de+los+recursos+humanos>
- Cevallos, J. (2015) *Modelo de gestión de remuneraciones de la dirección de gestión económica y financiera del gobierno autónomo descentralizado de la provincia de pichincha*. (Tesis de grado). Universidad Central del Ecuador. Quito – Ecuador. Recuperado de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/8422/1/T-UCE-0003-CA135-2015.pdf>
- Chiang, M., Martín, M., & Núñez, A. (2010). *Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral*. España: Universidad Pontificia Comillas. Obtenido de

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=4776121&query=satisfacci%C3%B3n+laboral>

Dávila, A. (2015) *La satisfacción del cliente interno a través del endomarketing*. (Tesis de grado). Universidad EAN. Bogotá – Colombia. Recuperado de: <http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/3831/DavilaAna2013.pdf?sequence=1>

De Guevara, U. (2015). *Medición de la satisfacción del cliente interno en una empresa de transformación*. (Tesis de maestría). Universidad Veracruzana. Veracruz – México. Recuperado de: <https://www.uv.mx/gestion/files/2013/01/URIEL-LADRON-DE-GUEVARA-ACUNA.pdf>

Fernández, I. (2009). *La gestión de compensaciones como posibilidad valórica*. Córdoba: El Cid Editor | apuntes. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=3182607&query=gesti%C3%B3n+de+remuneraciones>

Frisancho (2013). Diagnóstico del clima laboral entre administrativos nombrados y contratados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la universidad nacional mayor de San Marcos. *Rev. de Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas*, 7-17. Obtenido de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/viewFile/8665/7523>

IPLACEX tecnológico Nacional. (2017). *Gestión de remuneraciones y beneficios*. Chile. Obtenido de biblioteca.iplacex.cl/MED/Gesti%C3%B3n%20de%20remuneraciones%20y%20beneficios.pdf

Maesaka, L. (2017) *Compensación laboral y recompensas organizacionales a los trabajadores del Gobierno Regional del Callao – 2016*. (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo. Lima – Perú. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6547/MAESAKA_KLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Medina, S. (2017) *La gestión de remuneración y la satisfacción laboral del servidor de la administración pública en la Red Lima Ciudad 2016*. (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo. Lima – Perú. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6585/Medina_ASM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Morales, C. (2018). Diario Perú 21. Obtenido de <https://peru21.pe/economia/rmv-peru-sueldos-minimos-bajas-america-latina-397315>
- Organización de las Naciones Unidas para la alimentación. (2014). INCUMPLIMIENTO CON EL SALARIO MÍNIMO EN AMÉRICA LATINA: El peso de los factores económicos e institucionales. Chile: Organización Internacional del Trabajo. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-az995s.pdf>
- Othón, J. (2014). Administración de la compensación, sueldos, salarios incentivos y prestaciones. México D.F.: Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=3227580&query=compensaci%C3%B3n+salarial>
- Pérez, R., Noda, M., & Carcía, G. (2009). Cliente interno y externo diferencias y semejanzas. Córdoba: El Cid Editor | apuntes. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=3181115&query=satisfacci%C3%B3n+del+cliente+interno>
- Pérez, V. (2006). Calidad Total en la Atención Al Cliente. España: Ideaspropias Editorial. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=xXdBBinORegC&pg=PT12&dq=satisfaccion+del+cliente+interno&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjJrZKU3uDbAhUhrVkkHXDWA94Q6AEIODAD#v=onepage&q=satisfaccion%20del%20cliente%20interno&f=true>
- Rodríguez, J. (2016) *Análisis de las competencias directivas y su incidencia en la satisfacción del cliente interno de Electrosur S.A., en el periodo 2010.* (Tesis de maestría). Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Tacna – Perú. Recuperado de: <http://repositorio.unjbg.edu.pe/bitstream/handle/UNJBG/634/TM0083.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE INDEPENDIENTE	TIPO DE INVESTIGACIÓN
¿De qué manera la gestión de remuneración se relaciona con la satisfacción del cliente interno en la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018?	Determinar la relación de la gestión de remuneración en la satisfacción del cliente interno de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018.	Hi: la gestión de remuneración se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente interno en la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018.	Gestión de remuneración	Según Hernández (2010), la presente investigación a desarrollar, según la finalidad que persigue, es de Aplicada, ya que se busca obtener y recopilar información para ir construyendo una base de conocimiento que se va agregando a la información previa existente. (p.164)
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS SECUNDARIAS	VARIABLE DEPENDIENTE	TECNICAS E INSTRUMENTOS
¿Cómo se encuentra la gestión de remuneración en la satisfacción del cliente interno de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018? ¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente interno de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018?	Determinar el nivel de la gestión de remuneración de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018. Determinar el nivel de satisfacción del cliente interno de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018.	H1: El nivel de la gestión de remuneración de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018, es adecuada. H2: El nivel de satisfacción del cliente interno de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018, es alta.	Satisfacción del cliente interno	La técnica que se utilizará para la presente investigación es: una encuesta. El instrumento es un cuestionario. POBLACIÓN La población está conformada por los 30 trabajadores de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C, la misma que cuenta con 4 niveles dentro de la empresa. MUESTRA la muestra estará conformada por la totalidad de la población es decir los 30 trabajadores de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C.

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTIN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



Cuestionario sobre la gestión de remuneración

Buen día, reciba un cordial saludo, el motivo de mi presencia es para solicitarle unos minutos de su tiempo para contestar el presente cuestionario que tiene como determinar el nivel de la gestión de remuneración de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018, para lo cual se le pide marque la respuesta de manera objetiva y sincera según las preguntas que han sido planteadas, debiendo marcar con una (X) dentro del recuadro, en función a los indicaciones detallados.

Marcando con una (X) la respuesta a la cual usted considere correcta

Valor	1	2	3	4	5
Significado	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

N°	ITÉMS	Escala de medición				
		1	2	3	4	5
	Remuneración económica directa					
	Sueldos					
1	¿Considera usted que el sueldo que recibe en la empresa es el adecuado?					
2	¿Con que frecuencia los pagos realizados por la empresa se ajustan a las normas establecidas por ley?					
	Bonos					
3	¿Con que frecuencia la empresa otorga bonos a los trabajadores?					
4	¿Con que frecuencia la entrega de bonos son proporcionales a la actividad que realiza?					
	Premios					
5	¿Con que frecuencia la empresa otorga premio a los trabajadores por su desempeño?					
6	¿Cree usted que los premios sirven de motivación para los trabajadores?					
	Comisiones					
7	¿Con que frecuencia la empresa realiza el pago de comisiones a sus trabajadores?					
8	¿Considera que el pago por comisiones debe darse solo al personal de ventas?					
	Remuneración económica indirecta					
	Vacaciones pagadas					
9	¿Con que frecuencia la empresa cumple con realizar el pago de vacaciones a sus trabajadores?					

10	¿Con que frecuencia usted determina la negociación de sus vacaciones pagadas?					
Gratificaciones						
11	¿Cree usted que las gratificaciones recibidas se ajustan a las leyes del estado?					
12	¿Con que frecuencia la empresa ha dejado de pagar las gratificaciones a sus trabajadores?					
Compensación por Tiempo de Servicio						
13	¿Con que frecuencia ha observado que el monto de su CTS percibido no fue el adecuado?					
14	¿Considera usted que el pago de CTS es importante para los trabajadores?					
Horas extras						
15	¿Con que frecuencia percibe usted un pago por horas extras?					
16	¿Considera usted que el pago por sus horas extras son justos de acuerdo a su actividad realizada?					

Fuente: Elaboración propia en base a la teoría de Chiavenato (2011).



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTIN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



Cuestionario sobre la satisfacción del cliente interno

Señor/señora:

Buen día, reciba un cordial saludo, el motivo de mi presencia es para solicitarle unos minutos de su tiempo para contestar el presente cuestionario que tiene como determinar el nivel de satisfacción del cliente interno de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C., periodo 2018, para lo cual se le pide marque la respuesta de manera objetiva y sincera según las preguntas que han sido planteadas, debiendo marcar con una (X) dentro del recuadro, en función a los indicaciones detallados

Marcando con una (X) la respuesta a la cual usted considere correcta.

Valor	1	2	3	4	5
Significado	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

N°	ITÉMS	Escala de medición				
		1	2	3	4	5
	Beneficios laborales y/o remunerativos					
	Remuneración percibida					
1	¿Considera que la remuneración que percibe está acorde a la actividad que realiza?					
2	¿Con que frecuencia la remuneración que percibe usted se encuentra en los parámetros acorde a la ley?					
	Expectativa económica					
3	¿Con que frecuencia el pago que recibe le genera buenas expectativas económicas?					
4	¿Con que frecuencia se siente a gusto que el pago por sus tareas realizadas?					
	Políticas administrativas	1	2	3	4	5
	Trato al trabajador					
5	¿Con que frecuencia ha recibido malos tratos por parte de sus superiores?					
6	¿Con que frecuencia se siente explotado dentro de la empresa por parte de sus superiores?					
	Horario de trabajo					
7	¿Con que frecuencia la empresa respeta mi horario de trabajo?					

8	¿Considera usted justo el pago que recibe por el horario que labora?					
	Desempeño de funciones	1	2	3	4	5
	Actividades en la empresa					
9	¿Con que frecuencia me siento a gusto con las actividades que realizo en la empresa?					
10	¿Considera usted que las actividades que le designan son de importancia para la empresa?					
	Comodidad en el trabajo					
11	¿Con que frecuencia se siente a gusto con la actividad que realiza?					
12	¿Considera que los trabajos siempre son aburridos?					
	Relación con el superior	1	2	3	4	5
	Comunicación					
13	¿Con que frecuencia ha observado su superior es una persona de carácter fuerte y poco comprensivo?					
14	¿Considera usted que su jefe es poco comunicativo con su trabajadores?					

Fuente: Elaboración propia en base a la teoría de Paima (2005).