



**Universidad del Azuay**

**Facultad de Ciencias de la Administración**

**Escuela de Marketing**

**“PLAN DE POSICIONAMIENTO APLICADO A  
RESTAURANTES COPPELIA PARA EL AÑO  
2020”**

Trabajo de graduación previo a la obtención del título  
de Licenciada en Marketing

**Autora:**

Erika Samantha Andrade Altamirano

**Directores:**

Ing. María Verónica Rosales Moscoso MBA

**Cuenca – Ecuador  
2020**

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis principalmente a Dios, quien fue el principal motor para la culminación de mi carrera. A mis padres, hermano y abuela, que con su amor, cariño y apoyo logre cumplir una meta más, son la mejor familia del mundo, los amo.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi tutor, por impartirme los conocimientos necesarios para la realización de mi tesis. Al Eco. Manuel Freire, por inspirarme a ser una gran profesional. A mis amigas que con su alegría, apoyo y locuras hicieron de mi vida universitaria única.

## **RESUMEN:**

El presente Plan de Posicionamiento busca impulsar la presencia de los Restaurantes Coppelia en la ciudad de Cuenca. Mediante tres análisis. El primero consiste en el estudio de los clientes internos en base a las dimensiones del clima laboral. Segundo, por medio de una investigación de mercado determinar las necesidades y preferencias de los clientes externos según la generación a la cual pertenecen. Por último, mediante herramientas de benchmarking conocer la situación de la empresa frente a su competencia. Y con la información obtenida desarrollar propuestas de posicionamiento para clientes internos, externos y competencia de la empresa.

## ABSTRACT

This Positioning Plan seeks to boost the presence of Coppelia Restaurants in Cuenca through three analyses. The first is the study of internal clients based on the dimensions of the work environment. Second, through market research, determine the needs and preferences of external customers according to the generation to which they belong. Finally, through benchmarking tools, know the situation of the company against its competition, and with the information obtained, develop positioning proposals for internal and external clients, and competition of the company.

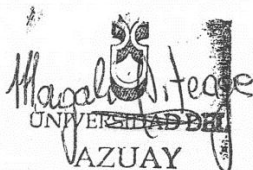
Verónica Rosales

Thesis Director

Name: Erika Samantha Andrade Altamirano

Cellular phone: 0989150580

Email: samyandrade@es.uazuay.edu.ec



Dpto. Idiomas

Translated by  
Mgt. Esteban Valdiviezo Ramirez

## Índice

|                                                                                                  |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>1. Capítulo 1: Análisis interno de la empresa .....</b>                                       | <b>1</b>   |
| <b>1.1. Filosofía Empresarial.....</b>                                                           | <b>1</b>   |
| 1.1.1. Historia del Restaurante .....                                                            | 1          |
| 1.1.2. Misión y Visión .....                                                                     | 1          |
| 1.1.3. Valores de la empresa .....                                                               | 2          |
| 1.1.4. Objetivos de la empresa .....                                                             | 2          |
| <b>1.2. Análisis del Clima laboral .....</b>                                                     | <b>2</b>   |
| 1.2.1. Antecedentes:.....                                                                        | 3          |
| 1.2.2. Definiciones .....                                                                        | 3          |
| 1.2.3. Tipos.....                                                                                | 5          |
| 1.2.4. Dimensiones .....                                                                         | 6          |
| 1.2.5. Diagnóstico de la Empresa .....                                                           | 10         |
| 1.2.6. Investigación.....                                                                        | 20         |
| 1.2.7. Proceso de comunicación interna de la empresa .....                                       | 68         |
| <b>1.3. Conclusiones .....</b>                                                                   | <b>73</b>  |
| <b>2. Capítulo 2: Análisis Externo de la Empresa.....</b>                                        | <b>78</b>  |
| <b>2.1. Análisis de los clientes .....</b>                                                       | <b>78</b>  |
| 2.1.1. Determinación del segmento .....                                                          | 78         |
| 2.1.2. Investigación de Mercado .....                                                            | 83         |
| 2.1.3. Conclusiones .....                                                                        | 102        |
| <b>3. Capítulo 3: Análisis de la Competencia.....</b>                                            | <b>105</b> |
| <b>3.1. Identificación de los Competidores de la Empresa .....</b>                               | <b>105</b> |
| <b>3.2. Benchmarking.....</b>                                                                    | <b>106</b> |
| <b>3.3. Conclusiones .....</b>                                                                   | <b>127</b> |
| <b>4. Capítulo 4: Plan de Posicionamiento.....</b>                                               | <b>129</b> |
| <b>4.1. Propuesta de Posicionamiento para Clientes Internos .....</b>                            | <b>130</b> |
| <b>4.2. Propuesta de Posicionamiento para Clientes Actuales y<br/>Nuevos de la Empresa .....</b> | <b>139</b> |

|                                                    |            |
|----------------------------------------------------|------------|
| <b>4.3. Propuesta de Ventaja Competitiva .....</b> | <b>147</b> |
| <b><i>Bibliografía .....</i></b>                   | <b>153</b> |
| <b><i>Anexos .....</i></b>                         | <b>155</b> |

## Índice de Tablas

|                                                                 |     |
|-----------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 1: Matriz de Evaluación Presidente Córdoba .....          | 11  |
| Tabla 2: Matriz de Evaluación Interna Bolívar .....             | 13  |
| Tabla 3: Matriz de Evaluación Interna Milenium Plaza .....      | 14  |
| Tabla 4: Matriz de Evaluación Interna Borrero .....             | 16  |
| Tabla 5: Balance Estratégico .....                              | 17  |
| Tabla 6: Análisis Dimensiones Clima Laboral .....               | 75  |
| Tabla 7: Estilos de Vida Generacionales .....                   | 79  |
| Tabla 9: Frecuencia de visita Solo – Género .....               | 94  |
| Tabla 10: Frecuencia de visita Solo – Edad.....                 | 95  |
| Tabla 11: Frecuencia de visita Solo – Edad.....                 | 95  |
| Tabla 12: Frecuencia de visita Familiares/Amigos – Género ..... | 96  |
| Tabla 13: Frecuencia de visita Familiares/Amigos – Edad .....   | 96  |
| Tabla 14: Frecuencia de visita Familiares/Amigos – Edad .....   | 96  |
| Tabla 15: Gasto en consumos Solo – Género .....                 | 97  |
| Tabla 16: Gasto en consumos Solo – Género .....                 | 97  |
| Tabla 17: Gasto consumo Familia/Amigos – Genero.....            | 98  |
| Tabla 18: Gasto consumo Familia/Amigos – Genero.....            | 98  |
| Tabla 19: Gasto consumo Solo – Edad .....                       | 98  |
| Tabla 20: Gasto consumo Solo – Edad .....                       | 99  |
| Tabla 21: Gasto consumo Familia/Amigos – Edad .....             | 99  |
| Tabla 22: Gasto consumo Familia/Amigos – Edad .....             | 99  |
| Tabla 23: Gasto consumo Solo – Carga Familiar .....             | 100 |
| Tabla 24: Gasto consumo Solo – Carga Familiar .....             | 100 |
| Tabla 25: Gasto consumo Familia/Amigos – Carga Familiar .....   | 101 |
| Tabla 26: Gasto consumo Familia/Amigos – Carga Familiar .....   | 101 |
| Tabla 8: Calificación Servicio .....                            | 109 |
| Tabla 27: Benchmarking Almuerzos por la Zona .....              | 110 |

|                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 28: Benchmarking Pio Pio.....                          | 111 |
| Tabla 29: Benchmarking El Manantial .....                    | 112 |
| Tabla 30: Benchmarking Tutto Fredo.....                      | 113 |
| Tabla 31: Benchmarking El Capuchino.....                     | 114 |
| Tabla 32: Benchmarking Moliendo Café .....                   | 115 |
| Tabla 33: Benchmarking La Herradura.....                     | 116 |
| Tabla 34: Benchmarking KFC .....                             | 117 |
| Tabla 35: Benchmarking Raymipampa .....                      | 118 |
| Tabla 36: Matriz Benchmarking .....                          | 120 |
| Tabla 37: Benchmarking Coppelia - Almuerzos por la Zona..... | 121 |
| Tabla 38: Benchmarking Coppelia - Pio Pio .....              | 122 |
| Tabla 39: Benchmarking Coppelia - El Manantial .....         | 122 |
| Tabla 40: Benchmarking Coppelia - Tutto Fredo .....          | 123 |
| Tabla 41: Benchmarking Coppelia - El Capuchino.....          | 123 |
| Tabla 42: Benchmarking Coppelia - Moliendo Café.....         | 124 |
| Tabla 43: Benchmarking Coppelia - La Herradura.....          | 124 |
| Tabla 44: Benchmarking Coppelia - KFC.....                   | 125 |
| Tabla 45: Benchmarking Coppelia - Raymipampa.....            | 125 |
| Tabla 46: Benchmarking Categorías.....                       | 126 |
| Tabla 47: Propuesta Incentivos.....                          | 134 |
| Tabla 48: Propuesta Programas de Crecimiento .....           | 135 |
| Tabla 49: Propuesta Planteamiento Metas a Cumplir.....       | 136 |
| Tabla 50: Propuesta Satisfacción de Necesidades.....         | 138 |

## **Índice de Gráficos**

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| Gráfico 1: Matriz de Evaluación Interna Presidente Córdova ..... | 12 |
| Gráfico 2: Matriz de Evaluación Interna Bolívar .....            | 13 |
| Gráfico 3: Matriz de Evaluación Interna Milenium Plaza.....      | 15 |
| Gráfico 4: Matriz de Evaluación Interna Borrero .....            | 16 |
| Gráfico 5: Balance Estratégico.....                              | 17 |
| Gráfico 6: Segmentación .....                                    | 84 |
| Gráfico 8: Frecuencia de Visita Coppelia.....                    | 89 |
| Gráfico 9: Frecuencia de Visita Restaurantes Solo.....           | 91 |

|                                                                       |            |
|-----------------------------------------------------------------------|------------|
| Gráfico 10: Frecuencia de Visita Restaurantes Familiares/Amigos ..... | 92         |
| Gráfico 11: Gasto Solo.....                                           | 92         |
| Gráfico 12: Gasto Familiares/Amigos .....                             | 93         |
| Gráfico 7: Calificación Servicio .....                                | 109        |
| Gráfico 13: Benchmarking Almuerzos por la Zona.....                   | 110        |
| Gráfico 14: Benchmarking Pio Pio .....                                | 111        |
| Gráfico 15: Benchmarking El Manantial .....                           | 112        |
| Gráfico 16: Benchmarking Tutto Fredo .....                            | 113        |
| Gráfico 17: Benchmarking El Capuchino .....                           | 114        |
| <i>Gráfico 18: Benchmarking Moliendo Café .....</i>                   | <i>115</i> |
| Gráfico 19: Benchmarking La Herradura .....                           | 116        |
| Gráfico 20: Benchmarking KFC .....                                    | 117        |
| Gráfico 21: Benchmarking Raymipampa .....                             | 118        |

# **1. Capítulo 1: Análisis interno de la empresa**

## **1.1. Filosofía Empresarial**

### **1.1.1. Historia del Restaurante**

Coppelia es una cadena de restaurantes, que inició en el mercado cuencano hace 30 años. En su apertura se dedicaba a la preparación de sandwiches chilenos, para luego dar paso a la venta de comida rápida. Diez años después el restaurante renovó su carta, introduciendo platos con menestra y carnes a la parrilla, volviéndose así, restaurante. Y hace siete años extendió su línea de productos a mariscos, ampliando su portafolio.

En la actualidad la empresa cuenta con cuatro sucursales propias, ubicadas en el centro de la ciudad de Cuenca. Sucursal 1: Presidente Córdova 7-84 y Luis Cordero, Sucursal 2: Bolívar y Tarqui, Sucursal 3: Centro Comercial Milenium Plaza y Sucursal 4: Borrero 5-84 y Juan Jaramillo, brindando variedad de productos a sus clientes, con un servicio rápido y alimentos de calidad.

### **1.1.2. Misión y Visión**

#### **Misión:**

Brindar a nuestros clientes productos de calidad y servicios comprometidos, de manera responsable, ética y afable.

#### **Visión:**

Ser el mejor y más confiable proveedor de servicios alimenticios a nivel local y regional.

### **1.1.3. Valores de la empresa**

Coppelia es una cadena de restaurantes comprometida en brindar a sus clientes un servicio rápido con alimentos de calidad, a precios accesibles, recibiendo una atención cálida y amable de los trabajadores.

### **1.1.4. Objetivos de la empresa**

Brindar a los consumidores experiencias satisfactorias mediante un servicio rápido, con productos de calidad a cómodos precios. Generando clientes fieles a la marca. Busca así, ser uno de los mejores restaurantes de la ciudad.

## **1.2. Análisis del Clima laboral**

El clima laboral se desarrolla en todas las empresas que ejerzan sus actividades comerciales con grupos de trabajo. Dentro del clima laboral existen varios estímulos que determinan la calidad de trabajo de los empleados. Es por ello que todas las empresas deberían realizar un análisis de las distintas percepciones de los agentes hacia su trabajo, y buscar constantemente tener un clima positivo en la empresa.

Si las empresas desean que sus clientes sean fieles a la marca y sientan confianza hacia la empresa deberían asegurarse que sus trabajadores se encuentren satisfechos al momento de laborar. Ya que son ellos los principales promotores del mensaje que quiere difundir la empresa hacia sus clientes. El posicionamiento de marca se desarrolla de manera integral, empieza desde el interior de la empresa y termina en el cliente.

En el presente trabajo se analizará antecedentes, conceptos, tipos y dimensiones del clima laboral. De esta manera con sustentación teórica se podrá llevar a cabo una investigación, que nos permita conocer la percepción de los trabajadores hacia Coppelia. El objetivo de esta investigación es encontrar información valiosa que ayude a la empresa a

conocer su clima laboral, y de esta manera mejorar sus puntos débiles y explotar sus fortalezas, buscando obtener un ambiente laboral positivo.

### **1.2.1. Antecedentes:**

La medición y creación del clima laboral inicio en el año 1939, fueron Lewin, Lippit y White, quienes descubrieron que existen varios factores que influyen en el tipo de trabajo que realizan las personas. (Bordas Martínez, 2016)

Posteriormente, Morse y Reimer (1956) publicaron un estudio que mostraba como una empresa desempeña sus actividades en función a la toma de decisiones de toda la empresa y como los trabajadores forman parte de ella. (Ramos Moreno, 2012)

En el año 1961 estudios de Rensis Likert señalaban que la percepción del lugar de trabajo está altamente ligado con el liderazgo, ya que el comportamiento, resultados y rentabilidad de la empresa se basan en ello. (Bordas Martínez, 2016)

Cada escritor realizó importantes descubrimientos sobre el clima laboral. Donde cada variable encontrada dependía de las características de la época. En la actualidad el clima laboral es muy importante dentro de las empresas, tanto así que los gerentes invierten recursos para obtener una percepción positiva por parte de sus trabajadores, ya que conocen la importancia de obtener un buen ambiente de trabajo, y de esta manera obtener beneficios para la empresa.

### **1.2.2. Definiciones**

Existen varias definiciones de clima laboral al largo de los años, donde cada vez más variables son tomadas en cuenta.

Según Forehand y Von Gilmer (1964) el clima laboral se define como características que describen y distinguen a una organización de otras; estas características tienen como propiedad una relativa perdurabilidad a

lo largo del tiempo que influye en el comportamiento de las personas. (Edel Navarro , García Santillán , & Casiano Bustamante, 2007)

Tagiuri (1968) lo define como la cualidad relativamente perdurable que el ambiente interno de una organización experimenta y que repercute en sus miembros y su comportamiento. Además indica que puede ser descrito en términos de valores de un conjunto específico de características o atributos de la organización". (Edel Navarro , García Santillán , & Casiano Bustamante, 2007)

La definición que da Weinert (1985) al clima laboral es la una descripción del conjunto de estímulos que estructuran su ambiente de trabajo y que son percibidos por un individuo. (Edel Navarro , García Santillán , & Casiano Bustamante, 2007)

Brunet (1987) define el clima organizacional como la percepción que tiene un individuo acerca de: valores, actitudes u opiniones personales que tienen los empleados. También se evidencia la satisfacción y la productividad que encuentran influenciadas por variables del medio y personales. (Ramos Moreno, 2012)

La consideración de Chiavenato (1990) se orienta a que el clima organizacional se conforma por la atmósfera de una organización y por su medio interno. EN esta definición existen factores como:

- la tecnología,
- las políticas,
- reglamentos,
- estilos de liderazgo,
- la etapa de la vida del negocio

Estos factores tienen gran implicancia en las actitudes, los comportamientos, el desempeño laboral y la productividad de la organización. (Ramos Moreno, 2012)

La sustentación de Goncalves (1997) indica que el clima organizacional es un mediador entre los factores de la organización y las tendencias de motivación. Esto deriva en un comportamiento que afectará

a la organización y a algunos de sus componentes como productividad, satisfacción, rotación, etc.

Brunet (2011) estima al clima organizacional al conjunto de características que se perciben en una organización y que pueden ser deducidas según la forma en la que la organización actúa de manera consciente o inconsciente con sus empleados. (Ramos Moreno, 2012)

### **1.2.3. Tipos**

Liker (1976) define dos tipos de clima laboral que a su vez contienen dos subdivisiones: (Bordas Martínez, 2016)

- **Clima Autoritario:**

- \* **Autoritarismo Explotador:** la dirección es la única que toma decisiones debido a la falta de confianza. En este modelo los empleados se rigen a obedecer órdenes y reglas. Se fundamenta en el uso de castigos, entrega de recompensas ocasionales y la mantención de las necesidades al mínimo.
- \* **Autoritarismo Paternalista:** existe un bajo nivel de confianza por parte de la dirección hacia los trabajadores, por este motivos solamente ellos toman decisiones. En muy pocas ocasiones se toman en cuenta las opiniones de los trabajadores. Su método de trabajo está basado en el cumplimiento de las ordenes, imposición de sanciones, recompensas y las necesidades son atendidas medianamente.

- **Clima Participativo:**

- \* **Consultivo:** existe una alta confianza por lo que la opinión de los trabajadores se toma en cuenta en algunas decisiones, el uso de castigos y recompensas se da con el fin de motivar al personal y se cumplen las necesidades de prestigio y estima.
- \* **Participación en Grupo:** existe una total confianza hacia los trabajadores, todas las decisiones se toman en conjunto, se plantean objetivos en conjunto y los mismos se miden para generar una relación de confianza y amistad entre el personal.

Liker considera que mientras la empresa más se apegue al tipo participativo, obtendrá mejores resultados de sus trabajadores y por ende mejor rentabilidad. Y al contrario si la empresa está más apegada al autoritarismo explotador, obtendrá resultados bajos por parte del personal y la rentabilidad de igual manera baja. Es por ello que sugiere a la empresa llegar a laborar con clima laboral participativo, ya que asegura resultados positivos.

#### **1.2.4. Dimensiones**

Diferentes autores han propuesto varias dimensiones para medir el clima laboral dentro de una empresa, cada una de ellas con un objetivo específico. Para el presente estudio se utilizarán 16 dimensiones en base a pensamientos de varios autores.

- 1. Liderazgo:** Modo en la que los empleados entienden las ordenes por parte de la dirección. (Bordas Martínez, 2016). Para Münch el liderazgo se define como una habilidad que permite inspirar y guiar

a los dependientes para lograr objetivos y el logro de una visión. (Münch, 2011)

2. **Autonomía:** Es la atribución que posee un trabajador para tomar decisiones sin consultar a sus superiores, ya sea para la realización de una actividad o para la resolución de problemas. (Bordas Martínez, 2016). Hernández y Telles explican la autonomía como una percepción de independencia o como la posibilidad de pensar y actuar de manera independiente en relación a procedimientos de trabajo, objetivos y prioridades. (Hernández Vela & Ponce Telles, s.f.)
3. **Comunicación:** se explica como la percepción de los académicos en relación a los canales de información y a su flujo en los diferentes niveles jerárquicos, así como la libertad para tener una comunicación abierta con sus superiores. También la define como la capacidad para intervenir en temas sensibles o personales con la plena confianza de que no se hará uso indebido de esa información. (Hernández Vela & Ponce Telles, s.f.)
4. **Motivación:** Liker indica que la motivación se compone de procedimientos que se utilizarán para motivar y responder a las necesidades de los empleados. Para Bowers y Taylor la motivación son las condiciones que impulsan a los trabajadores para laborar en mayor o menor cuantía. (Sandoval Caraveo, 2004)
5. **Influencia:** Para esto Liker calcula la interacción entre superiores y trabajadores para así instaurar los objetivos en la empresa. (Reyes Salazar)
6. **Objetivo de Rendimiento y Perfeccionamiento:** Se refiere a la planificación y realización de tareas. (Ramos Moreno, 2012)

- 7. Tarea:** Moos e Insel (1974) evalúan la influencia del clima organizacional sobre la planificación y eficacia en el trabajo. (Reyes Salazar).
- 8. Presión:** Moos e Insel (1974) examinan la aplicación de imposiciones que hace la gerencia sobre empleados para la obtención de resultados. (Reyes Salazar). Hernández y Telles (s.f.) argumentan que la presión se relaciona a la percepción de los académicos en relación a la exigencia laboral que se atribuye a ellos (carga de trabajo/tiempo). (Hernández Vela & Ponce Telles, s.f.)
- 9. Control:** Likert (1974) observa la forma en la que se ejerce el control en la organización. Moos e Insel (1974) califican tanto a reglamentos como a las presiones que ejerce la dirección para el control de sus empleados; y Méndez (2008) examina la forma y frecuencia en la que la dirección ejecuta la función de control. (Reyes Salazar)
- 10. Cooperación:** Méndez (2008) analiza a la cooperación como una colaboración formal en función de los objetivos comunes de la empresa y busca la integración tanto de empleados con su jefe y entre compañeros. (Hernández Vela & Ponce Telles, s.f.)
- 11. Remuneración:** Se define como la compensación económica por una actividad laboral realizada. (Reyes Salazar). Para Hernández y Telles se basa en la justicia y equidad entre el salario y las compensaciones recibidas. (Hernández Vela & Ponce Telles, s.f.)
- 12. Satisfacción:** Schnedider y Bartlett (1968) estudian el nivel de satisfacción que tiene los empleados, y Moos e Insel (1974) observan el esfuerzo que realiza la dirección con el fin de crear un ambiente sano y agradable. (Reyes Salazar)

**13.Relaciones:** Pritchard y Karasick (1973), y Toro (2000) valoran algunas variables como la atmósfera de amistad y social que existe dentro de la organización. (Reyes Salazar)

**14.Conflicto:** Schnedider y Bartlett (1968) estudian problemas podrían poner en duda la autoridad. Pritchard y Karasick (1973) comparan el conflicto y la cooperación, y estudian el nivel de colaboración para el desarrollo de un trabajo que poseen los empleados. (Reyes Salazar) Para Ramos el conflicto se refiere al nivel de colaboración entre empleados y en los apoyos que éstos reciben por parte de su organización. (Ramos Moreno, 2012)

**15.Apoyo:** Hernández y Telles cuantifican la percepción de los académicos respecto al respaldo y tolerancia de su comportamiento en la institución; esto incluye el aprendizaje de los errores, sin miedo a las represalias por parte de superiores o compañeros. (Hernández Vela & Ponce Telles, s.f.). Litwin y Stringer (1968) examinan los sentimientos de amistad y apoyo que se experimentan en el trabajo. Por otro lado Schnedider y Bartlett (1968), Brunet (1987) y Moos e Insel (1974) estudian el interés de los superiores respecto al logro y desempeño de los empleados. Y Pritchard y Karasick (1973) analizan la preocupación de los jefes ante los problemas que presentan los trabajadores. (Reyes Salazar)

**16.Pertenencia:** Para Toro (1996) la pertenencia se refiere al compromiso y lealtad que un empleado tiene con la empresa. (Hernández Vela & Ponce Telles, s.f.)

Las dimensiones explicadas anteriormente son de mucha ayuda para el estudio del clima laboral dentro de una empresa, ya que los resultados que arroje la investigación servirán de apoyo a la misma, permitiéndole conocer de mejor manera las percepciones de sus

colaboradores y como puede mejorar, para conseguir un clima organizacional positivo.

### **1.2.5. Diagnóstico de la Empresa**

Para realizar el análisis del clima laboral en la empresa, se procede a realizar previamente una análisis interno de la misma, mediante una matriz de evaluación interna. La misma que nos permitirá conocer cuáles son las fortalezas y debilidades de la empresa.

#### **1.2.5.1. Matriz de Evaluación Interna**

Para (Prieto, 2013) la matriz de evaluación interna es un análisis mediante el cual se puede conocer las fortalezas y debilidades importantes de la empresa.

Para la evaluación interna (Ramírez, 2009), sugiere la realización siete pasos:

- 1. Criterios de análisis:** para el análisis se estudiará a los distintos puntos de venta que tiene la empresa de manera individual. Debido a que cada punto de venta tiene características diferentes. Para el estudio se identificará el modo de trabajo, conocimientos y cumplimiento de órdenes.
- 2. Condiciones reales de actuación en relación a las variables internas:** se realizarán cuatro tablas, que enlistarán las debilidades y fortalezas que tiene cada sucursal, esto debido a que cada punto de venta se maneja de diferente manera por lo que el análisis debe ser individual para cada una. Cabe recalcar que cada condición está basada en las opiniones de los gerentes de la empresa.
- 3. Asignación de ponderación:** una vez identificadas las condiciones se procederá a designar una calificación. La calificación se basará en

tres rangos: alto (3), medio (2) y bajo (1), a cada variable se le otorgará una valoración, la misma que estará basada en las opiniones de los propietarios de la cadena.

4. **Cálculo y graficación de resultados:** para el cálculo de los resultados se sumará de manera vertical las calificaciones de las fortalezas y debilidades. Luego se sumará de manera horizontal las calificaciones de las fortalezas y debilidades. El total que se obtiene de la suma vertical se divide con el total que se obtuvo de la suma vertical.

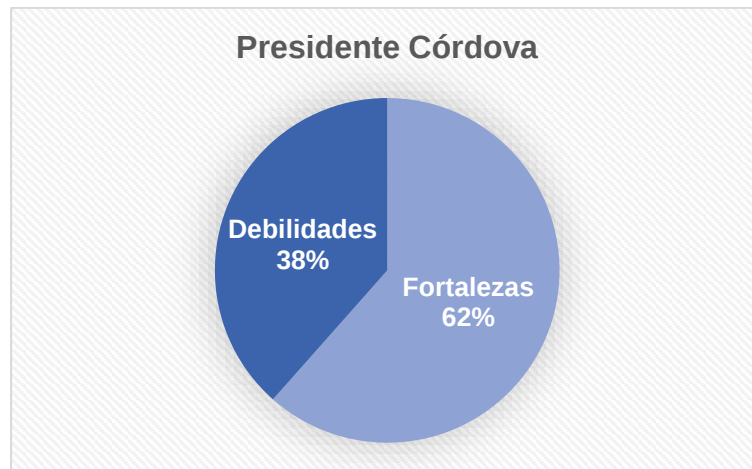
#### **Presidente Córdoba:**

**Tabla 1: Matriz de Evaluación Presidente Córdoba**

| <b>Presidente Córdoba</b>                         |                     |                                                                  |                     |              |
|---------------------------------------------------|---------------------|------------------------------------------------------------------|---------------------|--------------|
| <b>Fortalezas</b>                                 | <b>Calificación</b> | <b>Debilidades</b>                                               | <b>Calificación</b> | <b>Total</b> |
| Equipo de trabajo joven                           | 3                   | Dificultad de adaptarse al cambio                                | 2                   | 5            |
| Poca rotación del personal                        | 2                   | Desconocimiento sobre temas relacionados a computación           | 3                   | 5            |
| Equipo de trabajo fuerte                          | 2                   | Deficiencia en la comunicación con las otras áreas de la empresa | 2                   | 4            |
| Capacidad de trabajar a presión                   | 3                   | Conformidad                                                      | 1                   | 4            |
| Habilidades para preparar al personal nuevo       | 3                   | Desconocimiento de conversiones de medida                        | 3                   | 6            |
| Cuidado en la calidad de los productos            | 1                   | Limpieza del local                                               | 2                   | 3            |
| Calidad en la preparación de los distintos platos | 1                   | Faltantes de inventarios altos                                   | 2                   | 3            |
| Responsabilidad                                   | 1                   |                                                                  |                     | 1            |
| Predisposición                                    | 3                   |                                                                  |                     | 3            |
| Organización                                      | 2                   |                                                                  |                     | 2            |
| Éxito en ventas extras                            | 3                   |                                                                  |                     | 3            |
| <b>Total</b>                                      | <b>24</b>           | <b>Promedio</b>                                                  | <b>15</b>           | <b>39</b>    |
| <b>Porcentaje</b>                                 | <b>62%</b>          | <b>Porcentaje</b>                                                | <b>38%</b>          | <b>100%</b>  |

Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 1: Matriz de Evaluación Interna Presidente Córdova**



Fuente: Elaboración Propia

El análisis del punto de venta Presidente Córdova, muestra 11 fortalezas y 7 debilidades. El punto de venta cuenta con una calificación del 62% en cuanto a fortalezas y 38% en relación a las debilidades. Existe una gran diferencia entre estos porcentajes, esto es debido a que el punto de venta cuenta con mayor número de fortalezas. Esta sucursal tiene un gran equipo de trabajo por lo que las debilidades son menos, sin embargo, la empresa debe mejorar las debilidades de la sucursal para obtener mejores resultados internos como externos.

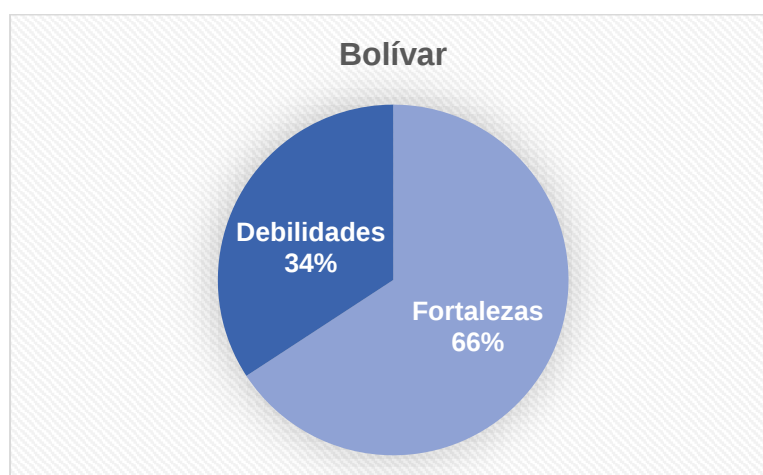
## Bolívar:

**Tabla 2: Matriz de Evaluación Interna Bolívar**

| Bolívar                                                |              |                                                           |              |             |
|--------------------------------------------------------|--------------|-----------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| Fortalezas                                             | Calificación | Debilidades                                               | Calificación | Total       |
| Responsables                                           | 3            | Desconocimiento sobre temas relacionados a la computación | 2            | 5           |
| Organizadas                                            | 2            | Desconocimiento de conversiones de medidas                | 2            | 4           |
| Predisposición                                         | 3            | Faltante en inventarios altos                             | 3            | 6           |
| Conocimiento del personal en todas las áreas           | 2            | Designación de las tareas                                 | 3            | 5           |
| Manejo de todo los productos que ofrece el restaurante | 3            | Dificultad en ventas extras                               | 2            | 5           |
| Cuidado en la calidad de los productos                 | 2            | Olvido de las ordenes                                     | 1            | 3           |
| Correcta preparación de los platos                     | 1            |                                                           |              | 1           |
| Fácil adaptación a los cambios                         | 2            |                                                           |              | 2           |
| No se conforman                                        | 2            |                                                           |              | 2           |
| Capacidad de trabajar a presión                        | 1            |                                                           |              | 1           |
| Compañerismo                                           | 2            |                                                           |              | 2           |
| Equipo de trabajo fuerte                               | 2            |                                                           |              | 2           |
| <b>Total</b>                                           | <b>25</b>    | <b>Total</b>                                              | <b>13</b>    | <b>38</b>   |
| <b>Porcentaje</b>                                      | <b>66%</b>   | <b>Porcentaje</b>                                         | <b>34%</b>   | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 2: Matriz de Evaluación Interna Bolívar**



Fuente: Elaboración Propia

El análisis del punto de venta Bolívar, muestra 12 fortalezas y 6 debilidades. La sucursal cuenta con una calificación del 66% en relación a sus fortalezas y 34% en cuanto a sus debilidades. De igual manera que el punto de venta estudiado anteriormente, esta sucursal cuenta con una calificación mayor en cuanto a sus fortalezas, sin embargo es la sucursal con mayor puntuación en fortalezas, por lo que puede servir de guía para mejorar otros locales que no cuenten con buenas calificaciones.

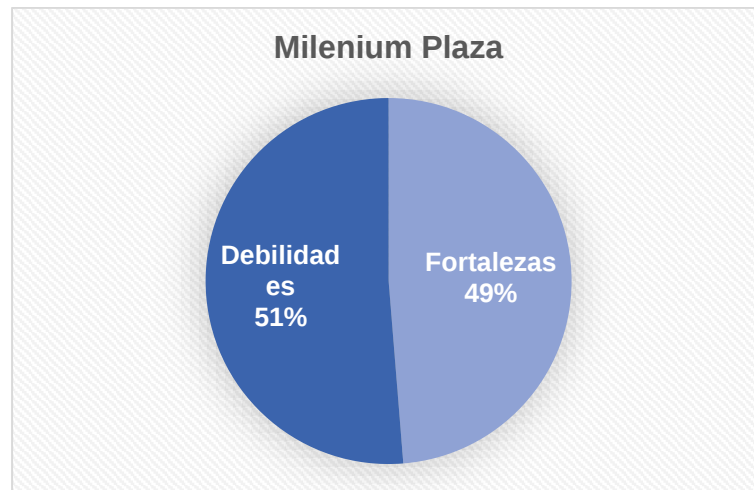
### Milenium Plaza:

**Tabla 3: Matriz de Evaluación Interna Milenium Plaza**

| Milenium Plaza                                     |              |                                           |              |             |
|----------------------------------------------------|--------------|-------------------------------------------|--------------|-------------|
| Fortalezas                                         | Calificación | Debilidades                               | Calificación | Total       |
| Poca rotación del personal                         | 2            | Irresponsabilidad                         | 3            | 5           |
| Compañerismo                                       | 3            | Descuido en la calidad de los productos   | 3            | 6           |
| Fácil adaptación al cambio                         | 2            | Descuido en armar los platos              | 3            | 5           |
| Conocimiento en todo lo relacionado con tecnología | 2            | Desconocimiento en conversiones de medida | 2            | 4           |
| Éxito en lograr ventas extras                      | 2            | Limpieza del local                        | 2            | 4           |
| Capacidad de trabajar a presión                    | 3            | Puntualidad                               | 3            | 6           |
| Experiencia adquirida por los años trabajados      | 3            | Conformidad                               | 2            | 5           |
| Equipo de trabajo fuerte                           | 2            | Baja colaboración en momentos emergentes  | 2            | 4           |
| <b>Total</b>                                       | <b>19</b>    | <b>Total</b>                              | <b>20</b>    | <b>39</b>   |
| <b>Porcentaje</b>                                  | <b>49%</b>   | <b>Porcentaje</b>                         | <b>51%</b>   | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 3: Matriz de Evaluación Interna Milenium Plaza**



Fuente: Elaboración Propia

Al analizar la sucursal de Milenium Plaza se establecieron ocho fortalezas y ocho debilidades. Obteniendo una calificación del 49% en relación a las fortalezas y 51% en cuenta a las debilidades. El punto de venta con una puntuación más alta con respecto a las debilidades, sin embargo la diferencia que existe entre las dos variables es mínima, esto debido a que los puntos buenos del local tienen altas puntuaciones.

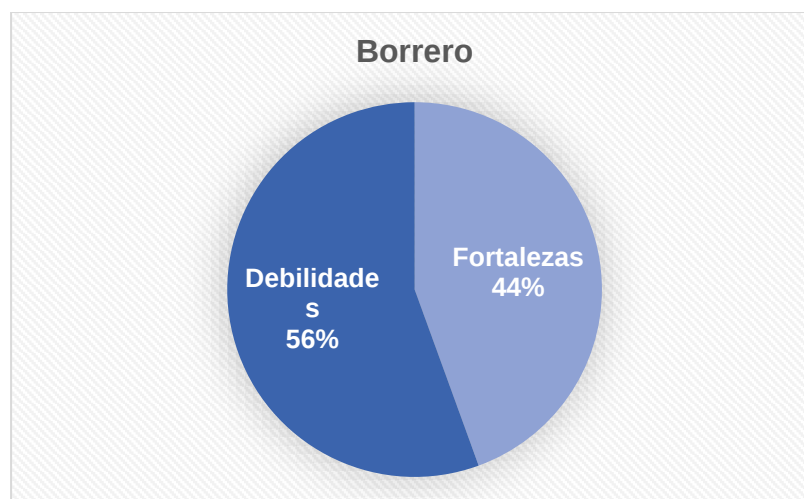
## Borrero:

**Tabla 4: Matriz de Evaluación Interna Borrero**

| Borrero                                                       |              |                                                          |              |             |
|---------------------------------------------------------------|--------------|----------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| Fortalezas                                                    | Calificación | Debilidades                                              | Calificación | Total       |
| Adaptación al cambio                                          | 2            | Descuido en la calidad de los productos                  | 3            | 5           |
| Predisposición                                                | 2            | Desconocimiento en conversiones de medidas               | 3            | 5           |
| Alta colaboración en momentos emergentes                      | 3            | Irresponsabilidad                                        | 2            | 5           |
| Limpieza del punto de venta                                   | 2            | Alta rotación de personal                                | 3            | 5           |
| Cuidado con la presentación de los platos                     | 3            | Equipo de trabajo débil                                  | 3            | 6           |
| Acatan las ordenes rápidamente                                | 2            | Poco compañerismo                                        | 2            | 4           |
| Predisposición en aprender todo lo relacionado con la empresa | 2            | Desconocimiento en todo lo relacionado con la tecnología | 2            | 4           |
|                                                               |              | Alto nivel de faltantes en inventarios                   | 2            | 2           |
| <b>Total</b>                                                  | <b>16</b>    | <b>Total</b>                                             | <b>20</b>    | <b>36</b>   |
| <b>Porcentaje</b>                                             | <b>44%</b>   | <b>Porcentaje</b>                                        | <b>56%</b>   | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 4: Matriz de Evaluación Interna Borrero**



Fuente: Elaboración Propia

Al estudiar el punto de venta de la Borrero se obtuvo un total de siete fortalezas y ocho debilidades. Es la primera sucursal que cuenta con más debilidades que fortalezas. Como calificación final se obtuvo un 44% en fortalezas y 56% en debilidades. Las debilidades establecidas

están basadas en desconocimiento y descuidos del personal, por lo que puede ser un indicador fuerte de las bajas calificaciones.

5. **Balance estratégico:** el balance se utiliza para conocer cuál es el porcentaje sobre 100% de las fortalezas y debilidades que obtuvo cada punto de venta.

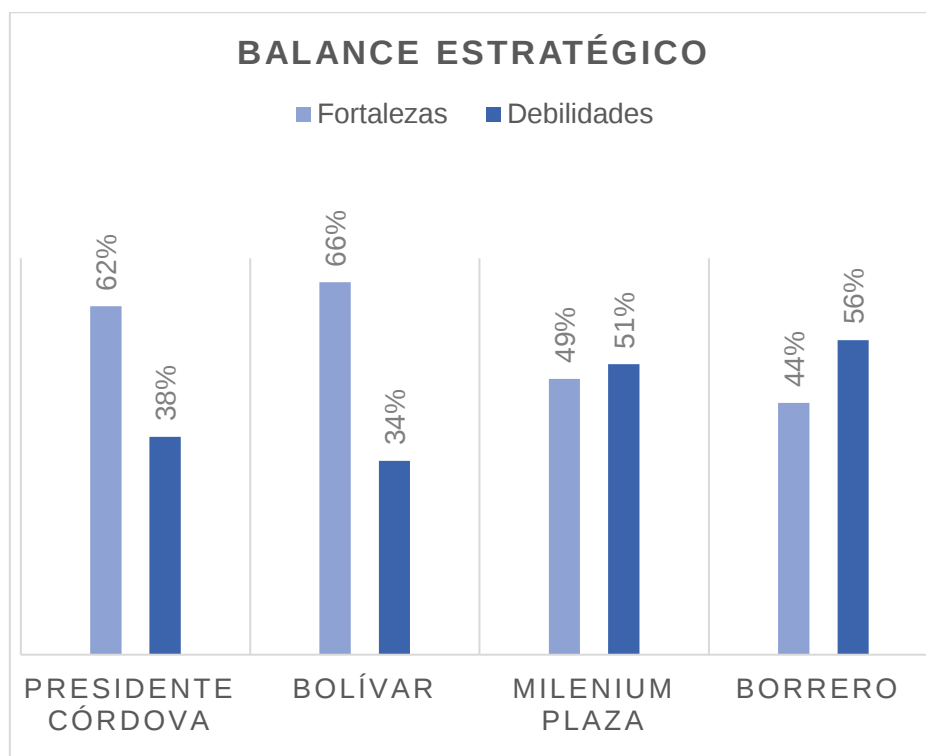
El siguiente cuadro indica cuales son los valores de las fortalezas y debilidades encontrados de cada sucursal. Estos valores son sobre 100%

**Tabla 5: Balance Estratégico**

| Punto de Venta     | Fortalezas | Debilidades |
|--------------------|------------|-------------|
| Presidente Córdova | 62%        | 38%         |
| Bolívar            | 66%        | 34%         |
| Milenium Plaza     | 49%        | 51%         |
| Borrero            | 44%        | 56%         |

Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 5: Balance Estratégico**



Fuente: Elaboración Propia

De los cuatro puntos de venta que cuenta la empresa, dos se encuentran con calificaciones positivas, es decir porcentajes mayores en sus fortalezas, y dos con malas calificaciones debido a sus bajos porcentajes en las fortalezas.

## **6. Conclusiones**

La empresa cuenta con cuatro sucursales, y cada una de ellas tiene diferentes maneras de laboral. Por lo que se ha visto necesario realizar un análisis y conclusiones individuales.

En lo que se refiere al punto de venta Presidente Córdova se puede decir que su larga trayectoria en el mercado junto con su baja rotación del personal le es de ayuda para laborar de mejor manera ya que la experiencia sirve de mucho, sin embargo esta amplia trayectoria ha llevado al personal a ser un poco conformista y a ser reacios a los cambios que se implementan. El personal tiene una alta capacidad de trabajar a presión, y para ello se necesita responsabilidad y organización, y esto es algo que el personal lo maneja muy bien.

Una de las fortalezas más grandes que la sucursal tiene según los gerentes, es la forma que el personal antiguo enseña o capacita al personal nuevo, ya que cada trabajador que ingresa aprende de manera rápida. Por lo que se sugiere la alternativa de la creación de una escuela de Coppelia basada en los métodos de enseñanza del equipo de trabajo de esta sucursal.

Con respecto al punto de venta Bolívar es una de las mejores sucursales a comparación de las otras, debido a que cuenta con la puntuación más alta en cuanto a fortalezas. Su predisposición y adaptación a los cambios le es de ayuda para trabajar de mejor manera. De igual manera su compañerismo les facilita organizarse de la mejor forma para realizar una atención al cliente correcta. El equipo de trabajo siempre está buscando más, no se conforman con lo que obtienen, siendo esto algo muy positivo para la empresa.

Uno de los puntos más fuertes de este equipo de trabajo son los conocimientos que tienen al manejar toda la carta que ofrece el restaurante, esto debido a que es la única sucursal que cuenta con la carta completa. Por lo que se propone que cuando la empresa desee unificar la carta en todas las sucursales, el personal de las otras sucursales sea capacitado por este equipo de trabajo.

Las debilidades que tiene el equipo de trabajo es el olvido de las nuevas órdenes que se realizan por el supervisor, o por los distintos jefes. Por lo que se considera la creación de un espacio en el cual se pueda señalar las nuevas órdenes y de esta manera no existe problemas de olvido.

Al analizar el punto de venta Milenium Plaza se encontró que es el punto de venta neutro, ya que se encuentra en la mitad de las buenas y malas calificaciones. Ya que las diferencias que existen entre fortalezas y debilidades es mínima, esto se da debido a que el personal rinda solo al 50%, los trabajadores se adapta al cambio fácilmente, pero es conformista. Existe un alto nivel de compañerismo, pero en momentos emergentes no existe colaboración. El equipo de trabajo es fuerte y labora varios años en la empresa, pero existe descuido en la calidad y presentación del producto. Se podría decir que el personal hace su trabajo 50% bien y 50% mal. Se sugiere que la empresa analice el motivo por el cual el personal está rindiendo a la mitad de su capacidad.

Dentro de las debilidades el conformismo y la irresponsabilidad pueden estar ligados, por lo que se realizará un análisis de la motivación y de esta manera poder obtener alternativas motivacionales para mejoren las debilidades existentes.

Del punto de venta Borrero, es el local más débil a comparación de las otras sucursales, esto debido a que cuenta con mayor número de debilidades que fortalezas. La alta rotación del personal es un impedimento de que se forme un equipo de trabajo fuerte, o incluso formar características positivas o negativas del grupo. Sin embargo cuenta con fortalezas que para la empresa son muy importantes, como lo es la alta

colaboración del personal en situaciones emergentes, la alta adaptación al cambio y la predisposición les permiten a los trabajadores de esta sucursal ajustarse fácilmente a los cambios que realice la empresa para mejorar el equipo de trabajo.

Las debilidades que se repiten en todos los puntos de venta es la falta de conocimiento en ciertos ámbitos importantes, como lo es manejo del sistema y conversiones de medidas. Los altos niveles de faltante de inventarios es de igual manera una debilidad de todos los puntos de venta, este factor puede darse justamente por la falta de conocimiento mencionado anteriormente. Es por ello que la empresa debe realizar capacitaciones que le sea de ayuda a los trabajadores, y de esta manera disminuir sus debilidades.

Luego de realizar las distintas matrices y cálculos de las fortalezas y debilidades que tienen los cuatro puntos de venta la empresa, se puede concluir que la misma se encuentra dividida. Esto debido a que dos puntos de venta son fuertes y los dos restantes son débiles. Por lo que se sugiere analizar como los dos puntos de venta que se encuentran bien, realizan ciertos trabajos donde las otras sucursales fallan y tratar de aplicarlos, de esta manera disminuir las debilidades de las dos sucursales que se encuentran mal.

### **1.2.6. Investigación**

#### **1.2.6.1. Determinación del Problema**

La empresa no ha realizado anteriormente un análisis de su personal, por lo que no conoce si sus trabajadores se sienten satisfechos al momento de laborar. Este desconocimiento impide realizar mejoras para el equipo de trabajo. Por lo que se propone empezar el plan de posicionamiento al interior de la empresa, evaluando la percepción de los trabajadores y creando posicionamiento en ellos. Para que sean ellos quienes lleven el mensaje correctamente a los clientes.

#### **1.2.6.2. Objetivos**

Conocer cuál es la percepción de los trabajadores hacia Coppelia, para la creación de estrategias que cree un posicionamiento interno de la marca.

#### **1.2.6.3. Metodología**

La presente investigación será de tipo aplicada, ya que responderá algunas inquietudes sobre las distintas dimensiones del clima laboral. El diseño de la investigación se basará en: investigación cualitativa, mediante la aplicación de entrevistas y grupos focales a los trabajadores y supervisores de la empresa, e investigación cuantitativa, a través de encuestas a todos los trabajadores.

#### **1.2.6.4. Segmentación**

La empresa está dividida en cinco áreas funcionales: gerencia, contabilidad e inventarios, producción y puntos de venta. Debido a que la empresa no ha realizado anteriormente una investigación sobre su personal, los gerentes desean que el presente estudio se realice inicialmente con el personal de los puntos de venta, ya que son ellos los que tienen contacto directo con los clientes y todas sus acciones son reflejo de cómo trabajan las otras áreas, es por ello que el segmento será únicamente los trabajadores de los puntos de venta. Que será detallado a continuación.

#### **1.2.6.5. Cuestionario**

Para la realización del cuestionario, se utilizó las opiniones de los trabajadores obtenidas en entrevistas a profundidad y grupos focales, como también de la investigación bibliográfica de las dimensiones del clima laboral. Las dimensiones que se utilizaron son: liderazgo, autonomía, comunicación, motivación, influencia, objetivo de rendimiento y

perfeccionamiento, tarea, presión, control, cooperación, remuneración, satisfacción, relaciones, conflicto, apoyo y pertenencia.

Las preguntas de las encuestas deben ser respondidas por el grado de acuerdo o desacuerdo de los trabajadores. Es por ello que para la medición que se plantea usar es escala de Likert. Existe también preguntas dicotómicas, donde los empleados deben responder con un sí o un no, la mayoría de estas preguntas son de tipo ramificadas, es decir su respuesta se ve ligada con la continuación de la encuesta. Por otro lado la encuesta consta con preguntas de medición, el encuestado debe elegir un número determinado de opciones, que en este caso son tres de todas las opciones propuestas.

Para la investigación se crearon dos encuestas. Una para el personal y otra para el supervisor, esto se debe a que el supervisor debe evaluar a su equipo de trabajo y a sus jefes, mientras que los trabajadores deben evaluar a sus compañeros, supervisor y a sus jefes. Por lo que la encuesta no puede mezclar estos análisis.

Debido a que el cuestionario se basa en la calificación de jefes, supervisores y trabajadores, las respuestas pueden generar conflicto entre trabajadores, o pueden no ser respondidas honestamente por temor. Es por ello que la encuesta será llenada por el propio personal. Únicamente contarán con la guía del encuestador en preguntas que no se entiendan claramente.

Las entrevistas a profundidad, grupos focales se pueden visualizar en anexos.

# Cuestionario Trabajadores



Encuesta PERSONAL N° \_\_\_\_\_

UNIVERSIDAD DEL AZUAY  
MARKETING  
TRABAJO DE TITULACION  
OCTUBRE 2019

Buenos días/tardes. Actualmente estamos realizando una encuesta sobre la percepción de los trabajadores dentro de la empresa Coppelía, por lo cual le solicitamos nos conceda unos minutos de su tiempo. Pedimos que las respuestas sean lo más sinceras posibles. Las respuestas serán de mucha importancia para esta investigación. Sus datos serán únicamente utilizados para el motivo previamente mencionado, y son totalmente anónimas.

## 1. Sucursal

- ☐ 1 Presidente Córdova  
☐ 2 Bolívar

- ☐ 3 Milenium Plaza  
☐ 4 Borrero

## 2. Antigüedad

- ☐ 1 3-6 Meses ☐ 3 Más de 1 año  
☐ 2 6-12 Meses ☐ 4 Menos de tres mes (TERMINA LA ENCUESTA)

## 3. Estado civil

- ☐ 1 Soltera  
☐ 2 Casada  
☐ 3 Viuda

- ☐ 4 Unión Libre  
☐ 5 Divorciada

## 4. Edad

- ☐ 1 18-23 ☐ 3 30-35  
☐ 2 23-30 ☐ 4 Más de 35

## 5. Región

- ☐ 1 Costa  
☐ 2 Sierra

- ☐ 3 Oriente  
☐ 4 Galápagos

## 6. Carga familiar

- ☐ 1 Sin Hijos ☐ 3 2-3 Hijos  
☐ 2 1 Hijo ☐ 4 Más de 3 Hijos

## 7. Cargo

- ☐ 1 Ayudante del supervisor ☐ 2 Trabajador

| Liderazgo                                                                              | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 8. Mi relación con mi jefe es buena                                                    | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 9. Mi relación con mi supervisor es buena                                              | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 10. Mi jefe me ayuda a lograr los objetivos de la empresa                              | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 11. Mi supervisor me ayuda a lograr los objetivos de la empresa                        | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 12. El supervisor toma decisiones correctas para el bienestar del restaurante          | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 13. El supervisor se adapta fácilmente a los cambios que se realizan en el restaurante | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 14. Los jefes se dirigen con palabras respetuosas y cordiales hacia nosotros           | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 15. El supervisor se dirige con palabras respetuosas y cordiales hacia nosotros        | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

| Autonomía                                                                                                                               | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 16. Tengo la confianza de tomar decisiones al momento de realizar mi trabajo                                                            | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 17. Cuando existe algún problema dentro del local me siento en la capacidad de tomar decisiones sin consultarlas a mi supervisor o jefe | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

## 18. Luego de cuánto tiempo se sintió en la capacidad de tomar decisiones

- ☐ 1 15 días ☐ 3 3 Meses ☐ 5 No me siento aun en capacidad  
☐ 2 Mes ☐ 4 Más de 3 Meses

| Comunicación                                                                                                     | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 19. Es accesible comunicarse con su jefe                                                                         | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 20. Cree usted que existe conexión en las ordenes que recibe por sus distintos jefes                             | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 21. Cuando los jefes dan una orden, la comprendo fácilmente                                                      | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 22. Cuando el supervisor da una orden, la comprendo fácilmente                                                   | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 23. Las ordenes que dan los jefes son comunicadas a todo el personal por igual                                   | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 24. Las ordenes que da el supervisores son comunicadas a todo el personal por igual                              | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 25. El proceso de comunicación con el área administrativa me es de ayuda para realizar correctamente mis labores | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 26. Las ordenes que da administración son comunicadas a todo el personal por igual                               | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 27. Cuando la administración da una orden, la comprendo fácilmente                                               | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 28. El proceso de comunicación con el área de cocina me es de ayuda para realizar sus labores correctamente      | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 29. El proceso de comunicación con el área de bodega me es de ayuda para realizar sus labores correctamente      | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 30. Antes de realizar un cambio en el restaurante somos entrenados o capacitados                                 | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 31. La forma de enseñanza de mi jefe me permite realizar mis labores correctamente                               | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 32. La forma de enseñanza de mi supervisor me permite realizar mis labores correctamente                         | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

**Motivación:**

**33. Con que frecuencia realiza su jefe charlas motivacionales**

- ☐ 1 Cada Semana
 ☐ 3 Cada Mes
 ☐ 5 Nunca  
☐ 2 Cada 15 días
 ☐ 4 Cada 2 meses o más

**34. Con que frecuencia realiza su supervisor charlas motivacionales**

- ☐ 1 Cada Semana
 ☐ 3 Cada Mes
 ☐ 5 Nunca  
☐ 2 Cada 15 días
 ☐ 4 Cada 2 meses o más

**35. Le gusta o le gustaría recibir con mas frecuencia charlas motivacionales de sus jefes y de su supervisor**

- ☐ 1 SI
 ☐ 2 NO (Si su respuesta es no, continúe a la pregunta 40)

|                                                                                       | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 36. Las charlas motivacionales son positivas para su correcto desempeño en la empresa | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

**37. Con que frecuencia le gustaría recibir charlas motivacionales por su Jefe**

- ☐ 1 Cada Semana
 ☐ 3 Cada Mes  
☐ 2 Cada 15 días
 ☐ 4 Cada 2 meses o más

**38. Con que frecuencia le gustaría recibir charlas motivacionales por su supervisor**

- ☐ 1 Cada Semana
 ☐ 3 Cada Mes  
☐ 2 Cada 15 días
 ☐ 4 Cada 2 meses o más

**39. Que temas se deben mencionar en las charlas (SELECCIONE SOLO 3)**

- ☐ 1 Objetivos a cumplir
 ☐ 3 Fallas del personal
 ☐ 5 Problemas suscitados  
☐ 2 Logros obtenidos
 ☐ 4 Equipamiento faltante
 ☐ 6 Cambios a realizar

**40. Le gusta recibir incentivos por sus logros**

- ☐ 1 SI
 ☐ 2 NO (Si su respuesta es no, continúe a la pregunta 41)

**41. Como les gustaría que sean los incentivos (SELECCIONE SOLO 3)**

- ☐ 1 Dinero
 ☐ 3 Cine
 ☐ 5 Día de descanso en fin de semana  
☐ 2 Día de descanso adicional
 ☐ 4 Consumo en el local
 ☐ 6 Cupones en distintos locales comerciales (supermalia, tiendas de ropa,

**42. Le motiva tener la posibilidad de crecer dentro de la empresa**

- ☐ 1 SI
 ☐ 2 NO (Si su respuesta es no, continúe a la pregunta 43)

**43. Como le gustaría que fuese el crecimiento**

- ☐ 1 Mediante Rangos de Crecimiento
 ☐ 3 Aprender con fechas limites cada área  
☐ 2 Crecimiento en base a méritos
 ☐ 4 Crecimiento en base a conocimientos

**44. Cuando realiza un buen trabajo es felicitado por sus jefes**

- ☐ 1 SI
 ☐ 2 NO

**45. Cuando realiza un buen trabajo es felicitado por su supervisor**

- ☐ 1 SI
 ☐ 2 NO

**46. Le gustaría que su jefe invierta en capacitaciones sobre temas relacionadas al trabajo**

- ☐ 1 SI
 ☐ 2 NO (Si su respuesta es no, continúe a la pregunta 48)

**47. Que capacitaciones le gustaría recibir (SELECCIONES SOLO 3)**

- ☐ 1 Ingles
 ☐ 4 Computación
 ☐ 7 Liderazgo  
☐ 2 Atención al Cliente
 ☐ 5 Administración
 ☐ 8 Crecimiento Personal  
☐ 3 Incremento de ventas
 ☐ 6 Cocina
 ☐ 9 Manejo de Inventarios

| Influencia                                                                         | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 48. Las actitudes en el trabajo de mi jefe influencia mi manera de trabajar        | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 49. Las actitudes en el trabajo de mi supervisor influencia mi manera de trabajar  | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 50. Las actitudes en el trabajo de mis compañeros influencia mi manera de trabajar | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

**51. Qué actitudes le inspiran de sus jefes para realizar un buen trabajo (SELECCIONE SOLO TRES)**

- ☐ 1 Liderazgo
 ☐ 4 Justicia
 ☐ 7 Apoyo  
☐ 2 Respeto
 ☐ 5 Colaboración
 ☐ 8 Innovación

**52. Qué actitudes le inspiran de sus compañeros para realizar un buen trabajo**

- ☐ 1 Compañerismo
 ☐ 4 Puntualidad
 ☐ 7 Entusiasmo  
☐ 2 Responsabilidad
 ☐ 5 Positivismo
 ☐ 8 Honestidad

**Objetivo de Rendimiento y Perfeccionamiento:**

**53. Conoce usted los objetivos que tiene la empresa**

- ☐ 1 SI (Si su respuesta es SI, continúe a la pregunta 55)
 ☐ 2 NO

**54. Le gustaría conocer cuáles son los objetivos de la empresa**

- ☐ 1 SI
 ☐ 2 NO

|                                                                                                                                 | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 55. En cada área en la que he laborado he sido capacitada correctamente para realizar un buen trabajo                           | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 56. Tengo los conocimientos necesarios para desempeñarme en cada área que se me ha enseñado                                     | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 57. El nivel de conocimientos de mis jefes con respecto a la administración son adecuados para manejar correctamente la empresa | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 58. El nivel de conocimientos de mi supervisor con respecto al restaurante son adecuados para manejar correctamente el local    | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

| Tarea                                                                          | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 59. El clima laboral es el adecuado para desempeñarme de la mejor manera en la | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

| Presión                                                                                                                    | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 60. La manera en la que los jefes ejercen presión en el trabajo es la necesaria para lograr los objetivos de la empresa    | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 61. La manera en la que el supervisor ejerce presión en el trabajo es la necesaria para lograr los objetivos de la empresa | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

| Control                                                                               | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 62. Estoy de acuerdo la manera en la que mis jefes controlan las siguientes variables |                          |               |             |            |                       |
| Inventarios                                                                           | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Calidad de los productos                                                              | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Limpieza del local                                                                    | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Atención al cliente                                                                   | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Puntualidad                                                                           | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Presentación del personal                                                             | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Rapidez en el servicio                                                                | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Cumplimiento de la tareas                                                             | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Orden de las distintas áreas                                                          | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

| 63. Estoy de acuerdo la manera en la que mi supervisor controlan las siguientes variables | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| Inventarios                                                                               | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Calidad de los productos                                                                  | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Limpieza del local                                                                        | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Atención al cliente                                                                       | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Puntualidad                                                                               | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Presentación del personal                                                                 | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Rapidez en el servicio                                                                    | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Cumplimiento de la tareas                                                                 | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Orden de las distintas áreas                                                              | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

64. Ha sido sancionado alguna vez por el control que se ha realizado en el restaurante

☐ 1 SI ☐ 2 NO (Si su respuesta es NO, continúe a la pregunta 67)

65. Cual de las siguientes sanciones usted recibe con mayor frecuencia (SELECCIONES SOLO 3)

- |                                                   |                                                   |                                                         |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 Inventario             | <input type="checkbox"/> 4 Limpieza del local     | <input type="checkbox"/> 8 Presentación de Personal     |
| <input type="checkbox"/> 2 Calidad de Productos   | <input type="checkbox"/> 5 Atención al cliente    | <input type="checkbox"/> 9 Orden de las distintas áreas |
| <input type="checkbox"/> 3 Rapidez en el servicio | <input type="checkbox"/> 6 Cumplimiento de tareas |                                                         |

66. Cual cree usted que son los motivos por lo que usted es multado (SELECCIONES SOLO 3)

- |                                                   |                                                       |                                                        |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 Descuido               | <input type="checkbox"/> 4 Falta de capacitación      | <input type="checkbox"/> 7 Errores de otras áreas      |
| <input type="checkbox"/> 2 Despreocupación        | <input type="checkbox"/> 5 Olvido                     | <input type="checkbox"/> 8 Errores de otras compañeras |
| <input type="checkbox"/> 3 Falta de Conocimientos | <input type="checkbox"/> 6 Temor por tomar decisiones |                                                        |

| Cooperación                                                                                   | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 67. Existe alto nivel de compañerismo entre mis compañeras                                    | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 68. Todos los trabajadores colaboramos entre nosotros para lograr los objetivos de la empresa | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 69. Cada que tengo un problema mi jefe me brinda todo el apoyo necesario                      | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

| Remuneración                                                                   | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 70. Estoy satisfecha con el sueldo que recibo                                  | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 71. El sueldo que recibo es el justo para el nivel de trabajo que realizo      | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 72. El sueldo que recibo me motiva para realizar mi trabajo de la mejor manera | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

| Satisfacción                                                                 | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 73. Me gusta trabajar en Coppelia                                            | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 74. Coppelia es un buen lugar para trabajar                                  | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 75. Mi jefe se esfuerza para que me sienta bien el trabajo                   | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 76. Mi supervisor se esfuerza para que usted se sienta a gusto en el trabajo | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

| Relaciones                                                 | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 77. Estoy altamente ligado emocionalmente con Coppelia     | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 78. Coppelia es mi segundo hogar                           | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 79. Tengo un lazo de amistad con mis compañeros de trabajo | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 80. Mi jefe se ha ganado mi aprecio                        | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 81. Mi supervisor se ha ganado mi aprecio                  | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

**82. Conoce a los trabajadores de otras sucursales**

☐ 1 SI (Si su respuesta es SI, pase a la pregunta 80) ☐ 2 NO

**83. Le gustaría conocer a todos los trabajadores de la empresa**

☐ 1 SI ☐ 2 NO

**84. Le gustaría tener momentos de interacción con todo el personal de la empresa**

☐ 1 SI ☐ 2 NO

| Conflicto                                                                                             | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 85. Tengo algún problema o rose con mi jefe                                                           | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 86. Tengo algún problema o rose con mi supervisor                                                     | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 87. Tengo algún problema o rose con algún compañero de trabajo                                        | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 88. Cuando ha existido algún problema entre compañeros, mi jefe se empeñan en resolverlo              | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 89. Cuando ha existido algún problema entre compañeros, mi supervisor se empeña en resolverlo         | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 90. Mi jefe ha tenido actitudes que le han hecho perder su autoridad                                  | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 91. Mi supervisor ha tenido actitudes que le han hecho perder su autoridad                            | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 92. Para que su trabajo sea realizado con comodidad, cree usted que la empresa invierte en materiales | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

**93. Cuáles son las necesidades que usted considera que se deben solucionar (SELECCIONE SOLO 3)**

- |                                              |                                                    |                                                               |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 Remodelación      | <input type="checkbox"/> 5 Mejorar el botiquín     | <input type="checkbox"/> 8 Utensilios de cocina               |
| <input type="checkbox"/> 2 Baños privados    | <input type="checkbox"/> 6 Atención medica privada | <input type="checkbox"/> 9 Uniformes para el frio             |
| <input type="checkbox"/> 3 Casilleros        | <input type="checkbox"/> 7 Mejor alimentación      | <input type="checkbox"/> 10 Ventiladores en lugares calientes |
| <input type="checkbox"/> 4 Incrementar mesas |                                                    |                                                               |

| Apoyo                                                                                            | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 94. Siento confianza de preguntarle a mi jefe alguna inquietud que tenga sobre el trabajo        | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 95. Siento confianza de preguntarle a mi supervisor alguna inquietud que tenga sobre el trabajo  | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 96. En la mayoría de las ocasiones, Antes de ser sancionado por algún error, fui bien capacitado | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 97. Las sanciones a los trabajadores se realizan de la forma correcta                            | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 98. Las sanciones son necesarias para mantener una correcta supervisión en el local              | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

**99.Cuál es la mejor forma de sancionar para usted (SELECCIONE MAXIMO 2)**

- |                                                  |                                                  |
|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 Sanciones progresivas | <input type="checkbox"/> 5 Por rango de gravedad |
| <input type="checkbox"/> 2 Negación de prestamos | <input type="checkbox"/> 6 Otro _____            |

| Pertenencia                                                 | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 100. La empresa me da la posibilidad de crecer laboralmente | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 101. La empresa merece que de lo mejor de mi en el trabajo  | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

**102. Que es lo que le motiva a trabajar en la empresa**

- |                                    |                                      |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Necesidad | <input type="checkbox"/> Distracción |
| <input type="checkbox"/> Gusto     | <input type="checkbox"/> Otro _____  |

# Cuestionario Supervisor:



Encuesta SUPERVISOR N° \_\_\_\_\_

UNIVERSIDAD DEL AZUAY  
MARKETING  
TRABAJO DE TITULACION  
OCTUBRE 2019

Buenos días/tardes. Actualmente estamos realizando una encuesta sobre la percepción de los trabajadores dentro de la empresa Coppel, por lo cual le solicitamos nos conceda unos minutos de su tiempo. Pedimos que las respuestas sean lo mas sinceras posibles. Las respuestas serán de mucha importancia para esta investigación. Sus datos serán únicamente utilizados para el motivo previamente mencionado, y son totalmente anónimas.

## 1. Sucursal

- ☐ 1 Presidente Córdova  
☐ 2 Bolívar

- ☐ 3 Milenium Plaza  
☐ 4 Borrero

## 2. Antigüedad

- ☐ 1 3-6 Meses ☐ 3 Más de 1 año  
☐ 2 6-12 Meses ☐ 4 Menos de tres mes (TERMINA LA ENCUESTA)

## 3. Estado civil

- ☐ 1 Soltera  
☐ 2 Casada  
☐ 3 Viuda

- ☐ 4 Unión Libre  
☐ 5 Divorciada

## 4. Edad

- ☐ 1 18-23 ☐ 3 30-35  
☐ 2 23-30 ☐ 4 Más de 35

## 5. Región

- ☐ 1 Costa  
☐ 2 Sierra

- ☐ 3 Oriente  
☐ 4 Galápagos

## 6. Carga familiar

- ☐ 1 Sin Hijos ☐ 3 2-3 Hijos  
☐ 2 1 Hijo ☐ 4 Más de 3 Hijos

## Liderazgo

|                                                                             | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 7. Mi relación con mi jefe es buena                                         | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 8. Mi jefe me ayuda a lograr los objetivos de la empresa                    | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 9. Los jefes se dirigen con palabras respetuosas y cordiales hacia nosotros | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

## Autonomía

|                                                                                                                            | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 10. Tengo la confianza de tomar decisiones al momento de realizar mi trabajo                                               | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 11. Cuando existe algún problema dentro del local me siento en la capacidad de tomar decisiones sin consultarlas a mi jefe | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

## 12. Luego de cuánto tiempo se sintió en la capacidad de tomar decisiones

- ☐ 1 15 días ☐ 3 3 Meses ☐ 5 No me siento aun en capacidad  
☐ 2 Mes ☐ 4 Más de 3 Meses

## Comunicación

|                                                                                                                  | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 13. Es accesible comunicarse con su jefe                                                                         | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 14. Cree usted que existe conexión en las ordenes que recibe por sus distintos jefes                             | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 15. Cuando los jefes dan una orden, la comprendo fácilmente                                                      | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 16. Las ordenes que dan los jefes son comunicadas a todo el personal por igual                                   | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 17. El proceso de comunicación con el área administrativa me es de ayuda para realizar correctamente mis labores | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 18. Las ordenes que da administración son comunicadas a todo el personal por igual                               | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 19. Cuando la administración da una orden, la comprendo fácilmente                                               | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 20. El proceso de comunicación con el área de cocina me es de ayuda para realizar sus labores correctamente      | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 21. El proceso de comunicación con el área de bodega me es de ayuda para realizar sus labores correctamente      | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 22. Antes de realizar un cambio en el restaurante somos entrenados o capacitados                                 | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 23. La forma de enseñanza de mi jefe me permite realizar mis labores correctamente                               | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

## Motivación:

### 24. Le gusta o le gustaría recibir con mas frecuencia charlas motivacionales de sus jefes y de su supervisor

- ☐ 1 SI ☐ 2 NO (Si su respuesta es no, continúe a la pregunta 40)

|                                                                                       | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 25. Las charlas motivacionales son positivas para su correcto desempeño en la empresa | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

### 26. Con que frecuencia le gustaría recibir charlas motivacionales por su Jefe

- ☐ 1 Cada Semana ☐ 3 Cada Mes  
☐ 2 Cada 15 días ☐ 4 Cada 2 meses o más

**27. Que temas se deben mencionar en las charlas (SELECCIONE SOLO 3)**

- |                                                |                                                  |                                                 |
|------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 Objetivos a cumplir | <input type="checkbox"/> 3 Fallas del personal   | <input type="checkbox"/> 5 Problemas suscitados |
| <input type="checkbox"/> 2 Logros obtenidos    | <input type="checkbox"/> 4 Equipamiento faltante | <input type="checkbox"/> 6 Cambios a realizar   |

**28. Le gusta recibir incentivos por sus logros**

- ☐ 1 SI ☐ 2 NO (Si su respuesta es no, continúe a la pregunta

**29. Como les gustaría que sean los incentivos (SELECCIONE SOLO 3)**

- |                                                      |                                                |                                                                                                   |
|------------------------------------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 Dinero                    | <input type="checkbox"/> 3 Cine                | <input type="checkbox"/> 5 Día de descanso en fin de semana                                       |
| <input type="checkbox"/> 2 Día de descanso adicional | <input type="checkbox"/> 4 Consumo en el local | <input type="checkbox"/> 6 Cupones en distintos locales comerciales (supermalia, tiendas de ropa, |

**30. Le motiva tener la posibilidad de crecer dentro de la empresa**

- ☐ 1 SI ☐ 2 NO (Si su respuesta es no, continúe a la pregunta

**31. Como le gustaría que fuese el crecimiento**

- |                                                           |                                                                  |
|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 Mediante Rangos de Crecimiento | <input type="checkbox"/> 3 Aprender con fechas limites cada área |
| <input type="checkbox"/> 2 Crecimiento en base a méritos  | <input type="checkbox"/> 4 Crecimiento en base a conocimientos   |

**32. Cuando realiza un buen trabajo es felicitado por sus jefes**

- ☐ 1 SI ☐ 2 NO

**33. Le gustaría que su jefe invierta en capacitaciones sobre temas relacionadas al trabajo**

- ☐ 1 SI ☐ 2 NO (Si su respuesta es no, continúe a la pregunta 48)

**34. Que capacitaciones le gustaría recibir (SELECCIONES SOLO 3)**

- |                                                 |                                           |                                                  |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 Ingles               | <input type="checkbox"/> 4 Computación    | <input type="checkbox"/> 7 Liderazgo             |
| <input type="checkbox"/> 2 Atención al Cliente  | <input type="checkbox"/> 5 Administración | <input type="checkbox"/> 8 Crecimiento Personal  |
| <input type="checkbox"/> 3 Incremento de ventas | <input type="checkbox"/> 6 Cocina         | <input type="checkbox"/> 9 Manejo de Inventarios |

| Influencia                                                                         | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 35. Las actitudes en el trabajo de mi jefe influencia mi manera de trabajar        | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 36. Las actitudes en el trabajo de mis compañeros influencia mi manera de trabajar | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

**37. Qué actitudes le inspiran de sus jefes para realizar un buen trabajo (SELECCIONE SOLO TRES)**

- |                                      |                                         |                                       |
|--------------------------------------|-----------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 Liderazgo | <input type="checkbox"/> 4 Justicia     | <input type="checkbox"/> 7 Apoyo      |
| <input type="checkbox"/> 2 Respeto   | <input type="checkbox"/> 5 Colaboración | <input type="checkbox"/> 8 Innovación |

**38. Qué actitudes le inspiran de sus compañeros para realizar un buen trabajo**

- |                                            |                                        |                                       |
|--------------------------------------------|----------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 Compañerismo    | <input type="checkbox"/> 4 Puntualidad | <input type="checkbox"/> 7 Entusiasmo |
| <input type="checkbox"/> 2 Responsabilidad | <input type="checkbox"/> 5 Positivismo | <input type="checkbox"/> 8 Honestidad |

**Objetivo de Rendimiento y Perfeccionamiento:**

**39. Conoce usted los objetivos que tiene la empresa**

- ☐ 1 SI (Si su respuesta es SI, continúe a la pregunta 55) ☐ 2 NO

**40. Le gustaría conocer cuáles son los objetivos de la empresa**

- ☐ 1 SI ☐ 2 NO

|                                                                                                                                 | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 41. En cada área en la que he laborado he sido capacitada correctamente para realizar un buen trabajo                           | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 42. Tengo los conocimientos necesarios para desempeñarme en cada área que se me ha enseñado                                     | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 43. El nivel de conocimientos de mis jefes con respecto a la administración son adecuados para manejar correctamente la empresa | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

| Tarea                                                                          | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 44. El clima laboral es el adecuado para desempeñarme de la mejor manera en la | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

| Presión                                                                                                                 | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 45. La manera en la que los jefes ejercen presión en el trabajo es la necesaria para lograr los objetivos de la empresa | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

### Control

| 46. Estoy de acuerdo la manera en la que mis jefes controlan las siguientes variables | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| Inventarios                                                                           | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Calidad de los productos                                                              | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Limpieza del local                                                                    | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Atención al cliente                                                                   | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Puntualidad                                                                           | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Presentación del personal                                                             | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Rapidez en el servicio                                                                | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Cumplimiento de la tareas                                                             | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| Orden de las distintas áreas                                                          | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

47. Ha sido sancionado alguna vez por el control que se ha realizado en el restaurante

- ☐ 1 SI ☐ 2 NO (Si su respuesta es NO, continúe a la pregunta 67)

48. Cual de las siguientes sanciones usted recibe con mayor frecuencia (SELECCIONES SOLO 3)

- ☐ 1 Inventario ☐ 4 Limpieza del local ☐ 8 Presentación de Personal  
☐ 2 Calidad de Productos ☐ 5 Atención al cliente ☐ 9 Orden de las distintas áreas  
☐ 3 Rapidez en el servicio ☐ 6 Cumplimiento de tareas

49. Cual cree usted que son los motivos por lo que usted es multado (SELECCIONES SOLO 3)

- ☐ 1 Descuido ☐ 4 Falta de capacitación ☐ 7 Errores de otras áreas  
☐ 2 Despreocupación ☐ 5 Olvido ☐ 8 Errores de otras compañeras  
☐ 3 Falta de Conocimientos ☐ 6 Temor por tomar decisiones

### Cooperación

|                                                                                               | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 50. Existe alto nivel de compañerismo entre mis compañeras                                    | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 51. Todos los trabajadores colaboramos entre nosotros para lograr los objetivos de la empresa | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 52. Cada que tengo un problema mi jefe me brinda todo el apoyo necesario                      | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

### Remuneración

|                                                                                | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 53. Estoy satisfecha con el sueldo que recibo                                  | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 54. El sueldo que recibo es el justo para el nivel de trabajo que realizo      | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 55. El sueldo que recibo me motiva para realizar mi trabajo de la mejor manera | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

### Satisfacción

|                                                            | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 56. Me gusta trabajar en Coppelia                          | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 57. Coppelia es un buen lugar para trabajar                | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 58. Mi jefe se esfuerza para que me sienta bien el trabajo | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

### Relaciones

|                                                            | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 59. Estoy altamente ligado emocionalmente con Coppelia     | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 60. Coppelia es mi segundo hogar                           | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 61. Tengo un lazo de amistad con mis compañeros de trabajo | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 62. Mi jefe se ha ganado mi aprecio                        | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

63. Conoce a los trabajadores de otras sucursales

- ☐ 1 SI (Si su respuesta es SI, pase a la pregunta 80) ☐ 2 NO

64. Le gustaría conocer a todos los trabajadores de la empresa

- ☐ 1 SI ☐ 2 NO

65. Le gustaría tener momentos de interacción con todo el personal de la empresa

- ☐ 1 SI ☐ 2 NO

### Conflicto

|                                                                                                       | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 66. Tengo algún problema o rose con mi jefe                                                           | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 67. Tengo algún problema o rose con algún compañero de trabajo                                        | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 68. Cuando ha existido algún problema entre compañeros, mi jefe se empeñan en resolverlo              | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 69. Mi jefe ha tenido actitudes que le han hecho perder su autoridad                                  | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 70. Para que su trabajo sea realizado con comodidad, cree usted que la empresa invierte en materiales | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

**71. Cuáles son las necesidades que usted considera que se deben solucionar (SELECCIONE SOLO 3)**

|                                              |                                                    |                                                               |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 Remodelación      | <input type="checkbox"/> 5 Mejorar el botiquín     | <input type="checkbox"/> 8 Utensilios de cocina               |
| <input type="checkbox"/> 2 Baños privados    | <input type="checkbox"/> 6 Atención medica privada | <input type="checkbox"/> 9 Uniformes para el frio             |
| <input type="checkbox"/> 3 Casilleros        | <input type="checkbox"/> 7 Mejor alimentación      | <input type="checkbox"/> 10 Ventiladores en lugares calientes |
| <input type="checkbox"/> 4 Incrementar mesas |                                                    |                                                               |

| Apoyo                                                                                            | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 72. Siento confianza de preguntarle a mi jefe alguna inquietud que tenga sobre el trabajo        | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 73. En la mayoría de las ocasiones, Antes de ser sancionado por algún error, fui bien capacitado | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 74. Las sanciones a los trabajadores se realizan de la forma correcta                            | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 75. Las sanciones son necesarias para mantener una correcta supervisión en el local              | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

**76.Cuál es la mejor forma de sancionar para usted (SELECCIONE MAXIMO 2)**

|                                                  |                                                  |
|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 Sanciones progresivas | <input type="checkbox"/> 5 Por rango de gravedad |
| <input type="checkbox"/> 2 Negación de prestamos | <input type="checkbox"/> 6 Otro _____            |

| Pertenencia                                                | Totalmente en Desacuerdo | En Desacuerdo | Indiferente | De Acuerdo | Totalmente de Acuerdo |
|------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------|------------|-----------------------|
| 77. La empresa me da la posibilidad de crecer laboralmente | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |
| 78. La empresa merece que de lo mejor de mi en el trabajo  | 1                        | 2             | 3           | 4          | 5                     |

**79. Que es lo que le motiva a trabajar en la empresa**

|                                    |                                      |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Necesidad | <input type="checkbox"/> Distracción |
| <input type="checkbox"/> Gusto     | <input type="checkbox"/> Otro _____  |

### 1.2.6.6. Tamaño de la muestra

Coppelia cuenta con cuatro puntos de venta en la ciudad de Cuenca. Cada sucursal cuenta con seis trabajadores. Obteniendo un total de 24 trabajadores en el área de atención al cliente. Cabe recalcar que cada punto de venta existe un supervisor. Al ser una población muy pequeña y totalmente accesible se procederá a realizar un censo, es decir se realizará la encuestas a todos los trabajadores de los puntos de venta

### 1.2.6.7. Hallazgos:

Al realizar las dos encuestas se pudo conocer cómo se encuentra el clima laboral dentro de la empresa, tanto de la perspectiva de los trabajadores como la de los supervisores.

Los hallazgos obtenidos se agrupan en diferentes tablas, divididas por las distintas dimensiones, las mismas se podrán encontrar en Anexos.

A continuación se mostrarán los hallazgos obtenidos del supervisor y personal de cada sucursal, en base a las dimensiones del clima laboral propuestas.

## **Presidente Córdova**

### **Liderazgo**

#### **Supervisor**

El liderazgo de los jefes para el supervisor se realiza de manera efectiva, ya que existe una buena relación, el supervisor recibe ayuda de los jefes cuando lo necesita y el trato es cordial y respetuoso por parte de los jefes.

#### **Trabajadores**

Al analizar el liderazgo, se obtuvo como resultado que los jefes realizan correctamente su trabajo. Mientras que el liderazgo del supervisor tiene algunas debilidades. Los resultados se encuentran de la siguiente manera: los trabajadores sienten que tienen una buena relación con el jefe, pero en cuanto al supervisor los resultados están divididos, debido a que la mitad del grupo de trabajo siente que tiene una buena relación con el supervisor y la otra mitad siente lo contrario. El apoyo que reciben los trabajadores para lograr los objetivos de la empresa, reciben mayormente de los jefes, mientras que el apoyo del supervisor es del 50% de lo que necesita el grupo de trabajo. Las decisiones que toma el supervisor no son las correctas para el personal. En cuanto a la adaptación a los cambios, el supervisor lo hace de una manera rápida y correcta. Tanto los jefes como el supervisor se dirigen a los trabajadores de una manera respetuosa y cordial.

## **Autonomía**

### **Supervisor:**

El supervisor siente que tiene la capacidad de tomar decisiones en lo relacionado con el trabajo. El tiempo que le tomo sentirse en capacidad fue tres meses.

### **Trabajadores:**

Los trabajadores de este punto de venta sienten confianza y capacidad de tomar decisiones al momento de laboral, el tiempo en los que los empleados se sintieron seguros de tomar decisiones fue dentro de: 15 días a un mes de labor.

## **Motivación**

### **Supervisor**

El supervisor opina que las charlas motivacionales son importantes para laboral y le gusta recibirlas. Considera que estas charlas se deben realizar cada mes por parte de los jefes. Los temas que le interesa tratar son: objetivos a cumplir, logros obtenidos y fallas del personal.

Para el supervisor los incentivos son necesarios para la motivación del personal, por lo que considera los siguientes incentivos son los de mejor aceptación: dinero, días de descanso adicional y días de descanso en fines de semana.

Tener la posibilidad de crecer dentro de la empresa es un factor motivante para el supervisor, y desea hacerlo en base a conocimientos.

El supervisor no es felicitado por los jefes cuando realiza bien su trabajo.

El supervisor está dispuesto a recibir capacitaciones que le ayude a mejorar su trabajo, por lo que opina que se debe preparar en: ingles, atención al cliente y administración.

### **Trabajadores:**

Para los trabajadores del punto de venta las charlas motivacionales son importantes para ellos y están dispuestos a ser parte de ellas, y les interesaría recibirlas cada 15 días por parte de los jefes y cada mes con el supervisor. Sin embargo actualmente no están recibiendo estas charlas como ellos la necesitan, ya que los jefes realizan las mismas cada dos meses o más, y el supervisor no las realiza por igual, ya que el 50% recibe las charlas cada 15 días y el 50% restante no las ha recibido nunca. Los temas de interés de las charlas para el personal son: los objetivos a cumplir, las fallas de personal y los cambios que se van a realizar.

A todo el personal le motiva recibir incentivos por realizar bien su trabajo. Los incentivos que el personal desea recibir es: dinero, entradas al cine y días de descanso adicionales en fin de semana.

El personal desea crecer dentro de la empresa y desea hacerlo con fechas límites de aprendizaje.

Los empleados afirmaron que reciben felicitaciones tan solo de los jefes, y no de su supervisor.

El equipo de trabajo le interesa y más que todo está dispuesto a recibir capacitaciones de temas que desconozcan, ya sean laborales o externos. El personal desea obtener más conocimientos en: atención al cliente, computación y manejo de inventarios.

### **Influencia**

#### **Supervisor:**

El supervisor siente que las actitudes de los jefes influyen en su manera de trabajar, mientras que las de sus compañeros no. Las actitudes como liderazgo, justicia y apoyo de los jefes influyen en el supervisor.

**Trabajadores:**

El equipo de trabajo se siente influenciado únicamente por las actitudes del jefe y de los compañeros de trabajo. Mientras que las actitudes del supervisor no tienen influencia en ellos. Las actitudes de los jefes que les inspiran a realizar mejor su trabajo son: respeto, colaboración y apoyo. Y las actitudes de los compañeros que les inspiran son: compañerismo, responsabilidad y entusiasmo.

**Objetivo de rendimiento y perfeccionamiento****Supervisor:**

El supervisor está al tanto de los objetivos que tiene la empresa. El supervisor es indiferente en cuanto a las capacitaciones que ha recibido en cada área que haya laborado. Actualmente el supervisor siente que tiene los conocimientos necesarios para laborar en cada área que se le designe. Y considera que los jefes cuentan con la capacidad necesaria para dirigir la empresa.

**Trabajadores:**

El personal de este punto de venta no está al tanto de los objetivos de la empresa y están dispuestos a conocerlos.

En cuanto a las capacitaciones para laboral, todas las respuestas son iguales, ya que el 33% del personal no percibe que fue capacitado adecuadamente para realizar su trabajo, el 33% siente que si fue capacitado para realizar sus labores, y el 33% restante es indiferente a las capacitaciones recibidas para trabajar. Lo mismo sucede con los conocimientos necesarios para trabajar, debido a que el 50% siente que cuenta con los conocimientos necesarios, mientras que el 50% restante percibe que no los tiene.

Para el personal los jefes cuentan con los conocimientos necesarios para dirigir a un grupo de trabajo, y en cuanto al supervisor opinan que no tiene los conocimientos necesarios.

### **Tarea**

#### **Supervisor:**

El supervisor opina que el clima laboral es adecuado para trabajar

#### **Trabajadores:**

El clima laboral de esta sucursal cuenta con opiniones divididas, ya que el 50% siente que existe buen ambiente de trabajo. Mientras que el 50% que no existe un buen clima laboral.

### **Presión**

#### **Supervisor:**

Para el supervisor le es indiferente la presión que ejercen los jefes en el trabajo.

#### **Trabajadores:**

La presión que ejercen los jefes para que los objetivos de la empresa se cumplan, es aceptada por los trabajadores, sin embargo, el personal no está de acuerdo con la manera en la que el supervisor los presiona.

### **Control**

#### **Supervisor:**

Para el supervisor el control de los jefes en los siguientes aspectos se realiza correctamente:

- control de inventarios
- calidad de los productos
- limpieza del local
- atención al cliente
- puntualidad
- presentación del personal
- rapidez en el servicio
- cumplimiento de las tareas
- orden de las distintas áreas.

El supervisor ha sido sancionado en alguna ocasión, y las causas más frecuentes de las sanciones que ha recibido son: calidad de productos, rapidez en el servicio y cumplimiento de tareas. Y los motivos son: olvido, errores de otras áreas y descuido.

### **Trabajadores:**

Con respecto al control en las distintas áreas, el personal opina que el jefe maneja un correcto control en

- calidad de los productos
- limpieza del local
- atención al cliente
- puntualidad
- presentación del personal
- cumplimiento de las tareas
- orden de las distintas áreas.
- El control y la rapidez en el servicio las opiniones están divididas que el 50% piensa que se controla de manera adecuada y el 50% restante considera lo contrario.
- Existe un control deficiente en los inventarios.

Para el personal el control de supervisor es el adecuado en:

- control de inventarios

- calidad de los productos
- limpieza del local
- atención al cliente
- puntualidad
- presentación del personal
- rapidez en el servicio
- cumplimiento de las tareas
- orden de las distintas áreas.

El 83% del personal ha sido multado alguna vez. Las multas más frecuentes que recibe son: calidad del producto, limpieza del local y cumplimiento de las tareas. Los motivos más frecuentes de las sanciones son por: descuido, falta de capacitación y temor de tomar decisiones.

### **Cooperación**

#### **Supervisor:**

El supervisor no siente que existe compañerismo y colaboración por parte de los compañeros al momento de trabajar. Sin embargo si reciben apoyo de los jefes cuando existe algún problema entre compañeros.

#### **Trabajadores:**

Las opiniones del personal se encuentran divididas ya que el 50% opina que existe compañerismo, y el 50% restante opina lo contrario. De igual manera sucede con la colaboración entre compañeros, el 50% considera que existe colaboración y el 50% restante opina lo contrario. Con respecto al apoyo que reciben de los jefes en distintos problemas que se suscitan, los trabajadores opinan que si existe apoyo por parte de los jefes.

## **Remuneración**

### **Supervisor:**

El sueldo que recibe el supervisor genera en el satisfacción, motivación y siente que es justo para el trabajo que realiza.

### **Trabajadores:**

El personal está conforme con el sueldo que recibe, y les motiva a realizar un buen trabajo. Sin embargo, con respecto a un sueldo justo, las respuestas están divididas en tres partes, 33,3% considera que recibe un sueldo justo, el 33,3% siente que no recibe un sueldo justo y el 33,3% es indiferente.

## **Satisfacción**

### **Supervisor:**

Para el supervisor trabajar en Coppelia es un buen lugar para trabajar, y considera que los jefes no se esfuerzan lo necesario para crear un buen ambiente de trabajo.

### **Trabajadores:**

Los trabajadores consideran que les gusta trabajar en la empresa, y que es un buen lugar para laborar. Los jefes se esfuerzan para que los trabajadores se sientan bien en el trabajo, mientras que el supervisor no realiza ningún esfuerzo para que esto suceda.

## **Relaciones**

### **Supervisor:**

El supervisor está ligado emocionalmente con la empresa, siente que es su segundo hogar. No ha creado muchas relaciones de amistad con sus compañeros. Los jefes se han ganado el aprecio del supervisor.

El supervisor no conoce a todos los trabajadores de la empresa y desea conocerles y tener momentos de interacción con ellos.

#### **Trabajadores:**

El personal de esta sucursal se encuentra ligado emocionalmente con la empresa, y siente que es su segundo hogar. No sienten que existe un lazo de amistad entre compañeros. Los jefes se han ganado el aprecio del personal, mientras que el supervisor no tanto, ya que el 33,3% del personal siente aprecio, el 16,7% no siente aprecio y el 50% es indiferente.

El equipo de trabajo no conoce al personal de las otras sucursales y están interesados en conocerlos y tener momentos de interacción con ellos.

#### **Conflicto**

##### **Supervisor:**

En la actualidad el supervisor no tiene problemas ya sea con compañeros o con los jefes, y cuando existe algún problema el jefe resuelve los mismos. Los jefes no han realizado ninguna acción que les haya hecho perder la autoridad ante el supervisor.

En cuanto a las inversiones que realizan los jefes, el supervisor cree que no se invierte lo necesario. Actualmente el supervisor considera que la sucursal necesita: casilleros, mejorar el botiquín y mejorar la alimentación.

##### **Trabajadores:**

En el punto de venta no existen actualmente problemas con: jefes, supervisores y compañeros. Cuando existe algún inconveniente entre compañeros los jefes se empeñan en resolverlos, mientras que el supervisor no lo hace.

Tanto los jefes como el supervisor no han realizado ninguna actividad por las que hayan perdido su autoridad.

El personal opina que los jefes invierten recursos en materiales que el punto de venta necesita. Actualmente los empleados consideran que necesitan: remodelación del punto de venta, mejorar la alimentación y uniformes para el frío.

### **Apoyo**

#### **Supervisor:**

El supervisor siente confianza en sus jefes para realizarles preguntas relacionadas al local. Con respecto a las sanciones el supervisor siente que fue capacitado previo a ser multado, percibe también que las sanciones no se están realizando de manera correcta. Para el supervisor la mejor forma de sancionar al grupo de trabajo es mediante sanciones progresivas.

#### **Trabajadores:**

El personal siente confianza en realizar preguntas a los jefes y el supervisor sobre cualquier inquietud que tengan del trabajo. El 33,3% siente que fue capacitado antes de ser sancionado, el 33,3% siente que no lo fue y el 33,3% restante es indiferente. El personal considera que las sanciones se realizan de manera correcta. Sin embargo, el 50% cree que no son necesarias para mantener un control y el 50% restante siente que sí.

La mejor manera de llevar a cabo las sanciones para el personal es: sanciones progresivas o negación de préstamos.

### **Pertenencia.**

#### **Supervisor:**

El supervisor siente que dentro de la empresa tiene la capacidad de crecer, y que la misma merece lo mejor. Los motivos por los que el supervisor trabaja en la sucursal son por necesidad.

**Trabajadores:**

El personal considera que la empresa les permite crecer laboralmente, y que la misma merece que den lo mejor de ellos. La mayor parte del personal trabaja por necesidad y por gusto.

**Bolívar****Liderazgo****Supervisor:**

El supervisor considera que el liderazgo que manejan los jefes es bueno, ya que la relación con los mismos es buena, existe apoyo y el trato es cordial y respetuoso en todo momento.

**Trabajadores:**

El liderazgo que manejan los jefes y el supervisor en este punto de venta es el correcto, ya que obtuvieron calificaciones positivas por parte del equipo de trabajo en: buena relación, apoyo en lograr los objetivos, correctas decisiones del supervisor, adaptación al cambio, y el trato cordial y respetuoso

**Autonomía****Supervisor:**

El supervisor tiene capacidad y confianza para tomar decisiones, el periodo en el que se sintió en capacidad es luego de tres meses laborando.

**Trabajadores:**

La autonomía del grupo de trabajo es positiva, ya que actualmente los trabajadores sienten confianza y capacidad de tomar decisiones cuando

están trabajando. El tiempo que les tomo tomar decisiones fue de un mes a tres meses.

### **Motivación**

#### **Supervisor:**

Para el supervisor las charlas motivacionales son importantes para mejorar su rendimiento, es por ello que está dispuesta a recibirlas cada mes por parte de los jefes. Los temas que le interesa tratar son: objetivos a cumplir, logros obtenidos y cambios a realizar.

Al supervisor le motiva recibir incentivos por parte de los jefes, los incentivos que más le atraen son: dinero, día de descanso adicional y día de descanso en fin de semana.

La posibilidad de crecer dentro de la empresa es motivante para que supervisor, según la opinión del supervisor la mejor forma de crecer es mediante rangos de crecimiento.

El supervisor recibe felicitaciones de sus jefes cuando realiza un buen trabajo.

Las capacitaciones recibidas por la empresa es otro factor que le motiva al supervisor. Las capacitaciones que desea recibir por parte de la empresa es: inglés, cocina y crecimiento personal.

#### **Trabajadores:**

Los jefes y el supervisor están realizando un buen trabajo con respecto a las charlas motivacionales, ya se acercan bastante a como los trabajadores necesitan. Los empleados prefieren que las charlas por parte de los jefes y supervisores se realicen cada mes, sin embargo si el jefe las realiza cada 2 meses o más, ellos seguirían a gusto, ya que este tiempo contó con un porcentaje significativo de votos. Para los empleados los

temas que se deben tratar en las charlas son: objetivos a cumplir, logros obtenidos y fallas del personal.

Los trabajadores desean recibir incentivos por logros obtenidos o por la realización de un buen trabajo. Los incentivos que le motivan es: dinero, día de descanso adicional y día de descanso adicional en fin de semana.

El equipo de trabajo le es de interés crecer dentro de la empresa, y prefiere que su progreso sea mediante rangos de crecimiento.

En este punto de venta, los trabajadores son felicitados por un buen trabajo tanto por los jefes como por el supervisor.

En cuanto a las capacitaciones para el personal, los votos se encierran divididos ya que el 50% desea recibirlas mientras que el 50% restante no lo desea. Las capacitaciones que desean recibir son: inglés, computación y cocina.

### **Influencia**

#### **Supervisor:**

El supervisor se siente influenciado por las actitudes de sus jefes y compañeros. Las actitudes que le influyen de su jefe son: respeto, apoyo e innovación. Mientras que la de sus compañeros: compañerismo, responsabilidad y positivismo.

#### **Trabajadores:**

El personal se siente influenciado por las actitudes de los jefes, supervisor y compañeros al momento de trabajar. Y las actitudes que les inspiran al momento de laboral de los jefes son: el liderazgo, el respeto y la colaboración. Y las actitudes de los compañeros que les motiva son: compañerismo, entusiasmo, responsabilidad y puntualidad.

## **Objetivo de rendimiento y perfeccionamiento**

### **Supervisor:**

El supervisor no conoce los objetivos de la empresa y desea conocerlos. En cada área en la que el supervisor trabajó fue capacitado correctamente y adquirió los conocimientos necesarios para laborar. Para el supervisor el nivel de conocimiento de los jefes es el adecuado para guiar al equipo.

### **Trabajadores:**

Gran parte del equipo de trabajo conoce los objetivos de la empresa, sin embargo el personal que no los conoce está dispuesto a estar al tanto de los mismos.

El personal siente que para laborar correctamente en el punto de venta fue capacitado correctamente y que cuenta con los conocimientos necesarios para realizar un buen trabajo.

Según los trabajadores tanto los jefes como el supervisor, poseen los conocimientos necesarios para llevar correctamente al equipo de trabajo.

## **Tarea**

### **Supervisor:**

El clima laboral es bueno para trabajar según el supervisor.

### **Trabajadores:**

Todo el personal opinó que el ambiente de trabajo es el óptimo para realizar sus actividades.

## **Presión**

### **Supervisor:**

La presión que los jefes ejercen en los trabajadores es necesaria y se realiza de la manera correcta para el supervisor.

### **Trabajadores:**

Tanto los jefes como el supervisor presionan a los trabajadores de la manera correcta, para realizar un buen trabajo.

## **Control**

### **Supervisor:**

Para el supervisor los jefes controlan de manera adecuada las siguientes variables:

- calidad de productos
- limpieza del local
- atención al cliente
- presentación del personal
- rapidez en el servicio
- cumplimiento de las tareas
- orden de las distintas áreas.

Para el supervisor la puntualidad debe ser mejor controlada por los jefes.

El supervisor ha sido sancionado en alguna ocasión, los motivos de las sanciones son: calidad de los productos, atención al cliente y orden de las distintas áreas. Los motivos de estas sanciones son: olvido y errores de otras áreas.

### **Trabajadores:**

Los trabajadores consideraron que los jefes y el supervisor controlan de manera correcta:

- control de inventarios
- calidad de productos
- limpieza del local
- atención al cliente
- puntualidad
- presentación del personal
- rapidez en el servicio
- cumplimiento de las tareas
- orden de las distintas áreas.

El 75% de los empleados han sido sancionados alguna vez. Las sanciones más frecuentes que recibe el personal de esta sucursal son: inventarios atención al cliente y calidad de los productos. El motivo de estas sanciones son: descuido, olvido y errores de otras áreas.

### **Cooperación**

#### **Supervisor:**

Para el supervisor en la sucursal existe un nivel de compañerismo medio, sin embargo la colaboración es alta. En cuanto a los jefes, cuando la sucursal los necesitan los mismos siempre los apoyan según el supervisor.

#### **Trabajadores:**

El personal opina que existe un alto nivel de compañerismo y colaboración entre trabajadores. Y en cuanto al apoyo de los jefes en problemas, consideran que si este tal apoyo.

## **Remuneración**

### **Supervisor:**

El supervisor se siente satisfecho y motivado por el sueldo que percibe y siente que es justo para el laboral que realiza.

### **Trabajadores:**

El equipo de trabajo se encuentra satisfecho con el sueldo que recibe, considera que es justo y le motiva para realizar un buen trabajo.

## **Satisfacción**

### **Supervisor:**

Al supervisor le gusta trabajar en la sucursal, siente que es su segundo hogar y considera que los jefes se esfuerzan para que exista un buen ambiente en el punto de venta.

### **Trabajadores:**

El personal opina que les gusta trabajar en Coppelia, y que es un buen lugar para laborar. Tanto el jefe como el supervisor se esfuerzan para que todos los trabajadores se sientan cómodos en el trabajo.

## **Relaciones**

### **Supervisor:**

El supervisor se encuentra altamente ligado emocionalmente con la empresa, siente que es su segundo hogar y ha formado lazos de amistad con sus compañeros. En cuanto al jefe, se ha ganado el aprecio del supervisor.

El supervisor no conoce a los trabajadores de las otras sucursales y le gustaría conocerlos y tener momentos de interacción con los mismos.

**Trabajadores:**

El equipo de trabajo siente que está ligado emocionalmente con la empresa, y que la misma es su segundo hogar y han creado lazos de amistad entre compañeros.

El jefe y el supervisor se han ganado el aprecio de todo el personal.

El equipo de trabajo no conoce al personal de las otras sucursales y están interesados en conocerlos y tener momentos de interacción con ellos.

**Conflicto**

**Supervisor:**

El supervisor no tiene actualmente problemas con los jefes y compañeros. Cuando se suscita algún problema los jefes le ayudan a solucionarlos. Los jefes no han realizado ninguna acción que les haya hecho perder la autoridad frente al supervisor.

El supervisor considera que la empresa invierte en las distintas necesidades de los trabajadores. Actualmente según el supervisor la sucursal necesita inversión en: mejorar el botiquín, mejorar la alimentación y ventiladores en zonas calientes.

**Trabajadores:**

No existe actualmente problemas con los jefes, con el supervisor y entre compañeros, y cuando existe alguno, tanto el jefe como el supervisor se empeñan en resolverlos.

Los jefes y el supervisor no han realizada ninguna acción por la que hayan perdido su autoridad.

El 50% opina que la empresa invierte recursos que necesita el punto de venta y el 50% restante opina que no invierte. Actualmente el personal opina que el local necesita: mejorar el botiquín, mejorar la alimentación y uniformes para el frío.

### **Apoyo**

#### **Supervisor:**

El supervisor siente confianza con los jefes para realizarle preguntas relacionadas al trabajo. Considera también que antes de ser sancionado fue capacitado previamente y que las sanciones son necesarias y se efectúan de manera correcta en la sucursal. Para el supervisor la mejor forma de sancionar es mediante: sanciones progresivas.

#### **Trabajadores:**

El jefe y el supervisor han creado confianza en los trabajadores para la realización de preguntas de trabajo.

El personal percibe que fue capacitado antes de ser sancionado. Los empleados consideran que las sanciones se efectúan de manera correcta y son necesarias para un correcto control. Para los trabajadores el mejor tipo de sanción son: rango de gravedad y sanciones progresivas.

### **Pertenencia.**

#### **Supervisor:**

El supervisor siente que en la empresa merece que de lo mejor de él y que dentro de la misma tiene la capacidad de crecer. El supervisor trabaja en la empresa por necesidad.

**Trabajadores:**

El personal considera que la empresa les permite crecer laboralmente, y que la misma merece que den lo mejor de ellos. La mayor parte del personal trabaja por necesidad y por gusto.

**Milenium Plaza****Liderazgo****Supervisor:**

El supervisor de la sucursal percibe que el liderazgo de los jefes es el óptimo para laboral, ya que existe buena relación, apoyo, respeto y cordialidad por parte de los jefes.

**Trabajadores:**

El liderazgo de esta sucursal se encuentra bien en cuanto a los jefes, ya que los trabajadores perciben buena relación con los mismos, apoyo para lograr los objetivos, y el trato cordial y respetoso. Mientras que el supervisor tiene falencias únicamente en el apoyo a los compañeros para lograr los objetivos, las otras variables mencionadas anteriormente cuentan con buenas valoraciones.

**Autonomía****Supervisor:**

El supervisor del establecimiento siente confianza en tomar decisiones, pero no se siente en la capacidad, el tiempo que le tomo tomar decisiones sin consultarlas fue más de tres meses.

### **Trabajadores:**

Al analizar la autonomía del personal, se obtuvo como resultado que el 75% de los trabajadores siente confianza y capacidad para tomar decisiones, mientras que el 25% no siente confianza y capacidad. El tiempo en el que los trabajadores se sintieron seguros de decidir en el trabajo fue en un rango de uno a tres meses.

### **Motivación**

#### **Supervisor:**

Para el supervisor las charlas motivaciones ayudan a realizar un buen trabajo, por lo que está dispuesto a recibirlas. Para el supervisor estas charlas deben dictarse cada mes por parte de los jefes. Y los temas a tratar deberían ser: objetivos a cumplir, logros obtenidos e equipamiento faltante.

Recibir incentivos de los jefes por realizar un buen trabajo, es motivante para el supervisor. Los incentivos que más son de su agrado son: dinero y día de descanso en fin de semana.

Otro factor motivador para el supervisor es la capacidad de crecer dentro de la empresa, y desea que el crecimiento sea en base a conocimientos.

Los jefes felicitan al supervisor cuando el mismo realiza un buen trabajo en el punto de venta.

El supervisor está dispuesto a recibir capacitaciones por parte de los jefes en temas que mejoren su conocimiento laboral. Los temas que necesita ser capacitado son: inglés, computación y cocina.

### **Trabajadores:**

Los trabajadores de esta sucursal piensan que las charlas motivacionales son de gran importancia al momento de laboral y están dispuestos a recibirlas. En cuanto al trabajo que realizan los jefes. Se

podría decir que se está efectuando de manera correcta, ya que estas charlas se realizan cada mes o cada dos meses y lo trabajadores prefieren que se realice cada 15 días. En cuanto al supervisor, los compañeros necesitan que se realicen charlas cada mes y el supervisor las está realizando cada dos meses o más. Los temas que desean tratar es: objetivos a cumplir, fallas del personal y problemas suscitados.

A los empleados les motiva recibir incentivos por sus logros, y desean ser premiados con: días de descanso adicional, días de descanso en fin de semana y cupones de consumo en distintos locales.

El personal le interesa crecer dentro de la empresa, y para ello dese que ese crecimiento se desempeñe mediante crecimiento en base de méritos.

El personal es felicitado por un buen trabajo por parte de los jefes y del supervisor. Con respecto a las capacitaciones, todo el personal está dispuesto a recibirlas, y opinan que necesitan adquirir conocimientos de: ingles, atención al cliente e inventarios.

## **Influencia**

### **Supervisor:**

El supervisor se siente influenciado por comportamientos de los jefes y compañeros al momento de trabajar. Las actitudes que le influncian de los jefes son: respeto, justicia y apoyo. Mientras que las actitudes de los compañeros que le influyen son: compañerismo, responsabilidad y puntualidad.

### **Trabajadores:**

Los trabajadores se sienten influidos al momento de trabajar por las actitudes de los jefes, supervisor y compañeros. Las actitudes de los jefes que inspiran al personal son: respeto, colaboración y apoyo. Mientras que

las actitudes de los compañeros que inspiran al equipo son: compañerismo, responsabilidad y honestidad.

### **Objetivo de rendimiento y perfeccionamiento**

#### **Supervisor:**

El supervisor no está al tanto de los objetivos de la empresa, y está dispuesto a conocerlos. El supervisor siente que obtuvo las capacitaciones necesarias para laborar correctamente. Y siente también que tiene los conocimientos necesarios para poder trabajar en cualquier puesto de trabajo. Para el supervisor los jefes cuentan con los conocimientos necesarios para manejar un grupo de trabajo.

#### **Trabajadores:**

Todo el personal conoce los objetivos de la empresa. El grupo de trabajo siente que para realizar sus labores fue capacitado adecuadamente, y sus conocimientos son suficientes para realizar un buen trabajo. En cuanto al conocimiento de los jefes y el supervisor, los mismos cuentan con los conocimientos necesarios para llevar correctamente a un grupo de trabajo.

### **Tarea**

#### **Supervisor:**

El supervisor siente que el punto de venta existe un buen clima laboral.

#### **Trabajadores:**

Todo el personal opinó que el ambiente de trabajo es el óptimo para realizar sus actividades.

## **Presión**

### **Supervisor:**

El supervisor siente que la presión que ejercen los jefes al supervisor es la correcta para realizar un buen trabajo.

### **Trabajadores:**

El personal está de acuerdo con la forma en la que los jefes y el supervisor los presionan para realizar un buen trabajo.

## **Control**

### **Supervisor:**

El control que majean los jefes en las siguientes variables según el supervisor se lo realiza de manera correcta:

- Control de inventario
- calidad de productos
- limpieza del local
- atención al cliente
- puntualidad
- presentación del personal
- rapidez en el servicio
- cumplimiento de las tareas
- orden de las distintas áreas

### **Trabajadores:**

El control que realiza el jefe en:

- calidad de productos
- limpieza del local
- atención al cliente

- puntualidad
- presentación del personal
- rapidez en el servicio
- cumplimiento de las tareas
- orden de las distintas áreas

Sin embargo en cuanto al control de inventarios, los jefes tienen falencias según la percepción de los trabajadores.

Con respecto al supervisor, realiza un buen trabajo en:

- control de inventarios
- calidad de productos
- limpieza del local
- atención al cliente
- puntualidad
- presentación del personal
- rapidez en el servicio
- cumplimiento de las tareas
- orden de las distintas áreas

El 75% del personal ha sido sancionado en alguna ocasión, las multas más comunes que recibe son: calidad de los productos, limpieza del local y orden de las distintas áreas. Los motivos de las sanciones son: descuido, olvido y errores de otras áreas.

## **Cooperación**

### **Supervisor:**

Para el supervisor no existe colaboración de los compañeros al momento de trabajar. Pero recibe apoyo de los jefes.

**Trabajadores:**

El personal opina que el nivel de compañerismo y colaboración les es indiferente, es decir ni alto ni bajo. Mientras que el apoyo que reciben de sus jefes en cualquier problema es alto.

**Remuneración****Supervisor:**

El supervisor siente que el sueldo es justo por el trabajo que realiza, y se siente satisfecho y motivado por el mismo.

**Trabajadores:**

El equipo de trabajo se encuentra satisfecho con el sueldo que recibe, considera que es justo y le motiva para realizar un buen trabajo.

**Satisfacción****Supervisor:**

El supervisor le gusta trabajar en la empresa y que es un buen lugar para laborar, y también siente que los jefes se esfuerzan por crear un buen ambiente de trabajo.

**Trabajadores:**

El personal opina que les gusta trabajar en Coppelia y que es un buen lugar para laborar. Tanto el jefe como el supervisor se esfuerzan para que todos los trabajadores se sientan cómodos en el trabajo.

## **Relaciones**

### **Supervisor:**

El supervisor se encuentra ligado emocionalmente con la empresa y siente que la misma es su segundo hogar. Dentro de la sucursal a formados lazos de amistad con sus compañeros y el jefe se ha ganado su aprecio.

El supervisor conoce a todos los trabajadores de las otras sucursales, sin embargo le gustaría tener momentos de interacción con todo el personal de la empresa.

### **Trabajadores:**

El personal siente que está ligado emocionalmente con la empresa, y que la misma es su segundo hogar, y han creado lazos de amistad entre ellos. Tanto el jefe como el supervisor se han ganado el aprecio de todo el personal. El equipo de trabajo no conoce al personal de las otras sucursales y están interesados en conocerlos y tener momentos de interacción con ellos.

## **Conflicto**

### **Supervisor:**

El supervisor actualmente no tiene problemas con los jefes ni con los compañeros, y cuando ha existido algún problema el jefe los ha resuelto. El jefe no he realizado ninguna acción que le haya hecho perder su autoridad.

Para el supervisor la empresa invierte en las necesidades de la sucursal. En la actualidad el supervisor opina que el punto de venta necesita: casilleros, mejorar el botiquín ventiladores en lugares calientes.

**Trabajadores:**

Las opiniones se encuentran divididas, debido a que el 50% tiene problemas con: jefes, supervisor y compañeros. Mientras que el 50% restante no los tiene. El personal considera que los jefes se esfuerzan por solucionar cualquier problema entre compañeros. Con respecto al supervisor, el 50% opina que trata de resolverlos, y 50% siente que no se empeña por resolver conflictos entre compañeros. Tanto el jefe como el supervisor no han realizado ningún acto que les haya hecho perder su autoridad. Los trabajadores sienten que la empresa si invierte en materiales que el personal necesita. Actualmente el punto de venta necesita: remodelación, baños privados, casilleros y uniformes para el frio.

**Apoyo****Supervisor:**

El supervisor siente confianza en sus jefes para realizarles preguntas relacionadas con el trabajo. Considera también que antes de ser sancionado fue capacitado de la forma correcta y opina que las sanciones son necesarias para llevar un orden en la sucursal y dentro del punto de venta se desarrollan de manera correcta.

**Trabajadores:**

Los trabajadores sienten confianza en realizar preguntas a los jefes sobre cualquier inquietud que tengan en el trabajo, mientras que tan solo el 50% siente esa confianza con el supervisor, y el 50% es indiferente. El personal siente que fue capacitado correctamente antes de ser sancionado, las sanciones se manejan de manera correcta y son necesarias para llevar un control óptimo.

### **Pertenencia.**

#### **Supervisor:**

Para el supervisor la empresa le permite la posibilidad de crecer dentro de la organización, y es por ello que debe dar lo mejor de él. El motivo por el que el supervisor trabaja en la sucursal es por gusto.

#### **Trabajadores:**

El personal considera que la empresa les permite crecer laboralmente, y que la misma merece que den lo mejor de ellos. La mayor parte del personal trabaja por necesidad y por gusto.

### **Borrero**

#### **Liderazgo**

#### **Supervisor:**

El supervisor de la sucursal cuenta con una buena relación con sus jefes como también con su ayuda y recibe un trato cordial y respetuoso de ellos.

#### **Trabajadores:**

Los trabajadores opinan que el liderazgo tanto del jefe como del supervisor se realiza de la manera adecuada, ya que las variables como: relación con el jefe, relación con el supervisor, apoyo del jefe y del supervisor, las decisiones del supervisor y la adaptación a los cambios del supervisor, obtuvieron puntuaciones positivas. Sin embargo el trato cordial y respetuoso por parte del supervisor se debe mejorar ya que son las únicas variables donde el supervisor recibió malas calificaciones. En cuanto al jefe el personal siente que es tratado con respeto y cordialidad.

## **Autonomía**

### **Supervisor:**

El supervisor siente confianza y capacidad en tomar decisiones, el periodo que le tomo tener esa confianza fue tres meses.

### **Trabajadores:**

Los trabajadores del puto de venta sienten confianza en tomar decisiones, mas no en capacidad, el 50% del personal sienten capacidad de tomar decisiones, mientras que el 50% restante se siente inseguro. Con respecto al tiempo que les tomó sentirse en capacidad, varía entre 3 meses, más de tres meses y existe personal que aún no se siente en capacidad de tomar decisiones, los porcentajes de esta variable son iguale 33,3%, lo que quiere decir que cada trabajador se siente de una manera diferente.

## **Motivación**

### **Supervisor:**

Las charlas motivacionales son muy importantes para el trabajador, por lo que le gusta recibirlas. Para el supervisor estas charlas deben ser realizadas por los jefes cada mes. Y los temas a tratar deben ser: objetivos a cumplir, logros obtenidos y fallas del personal

Es motivante para el supervisor recibir incentivos por realizar bien su trabajo, y prefiere que estos sean: dinero o día de descanso adicional y días de descanso en fin de semana.

La posibilidad de crecer dentro de la empresa es motivante para el supervisor y desea que este crecimiento se dé a base de conocimientos.

El supervisor no es felicitado por sus jefes cuando realiza bien su trabajo.

El supervisor considera que la empresa debería invertir en capacitaciones relacionadas al trabajo. Actualmente el supervisor necesita aprender sobre: ingles, administración y atención al cliente.

### **Trabajadores:**

Para los empleados del punto de venta opinan que las charlas motivacionales son muy importantes para laboral, y están dispuestos a recibirlas. Los trabajadores desean que las charlas por el jefe se realicen cada mes, cabe recalcar que en la actualidad los jefes si realizan estas charlas cada mes. En cuanto a las realizadas por el supervisor se encuentran bastante dispersos, varían entre: cada semana, cada mes y nunca. Y la preferencia de los trabajadores es bastante variable, ya que las tres opciones más votadas cuanta con un porcentaje de 33,3% en este caso son: cada semana, cada 15 días y cada mes. Los temas que prefieren tratar son: logros obtenidos, fallas en el personal y equipamiento faltante.

Todo el personal se motiva si recibe incentivos por lograr ciertos objetivos, y los incentivos de su preferencia es: dinero, día de descanso adicional y entradas al cine. El equipo de trabajo aspira crecer laboralmente en la empresa. El grupo desea que su crecimiento se dé atreves de: crecimiento en base a conocimientos o méritos y a base de rangos de crecimiento.

El equipo de trabajo recibe felicitaciones de los jefes y del supervisor, cuando realizan un buen trabajo.

Todo el personal está dispuesto a recibir capacitaciones de temas que desconozcan, y dentro de ellos se encuentra: ingles, atención al cliente e inventarios.

## **Influencia**

### **Supervisor:**

Las actitudes de los jefes influyen al supervisor en su manera de trabajar. Mientras que las de sus compañeros no. Las actitudes que influyen al supervisor de los jefes son: liderazgo, justicia y apoyo. Mientras que las de los compañeros son: compañerismo, responsabilidad y puntualidad.

### **Trabajadores:**

Las actitudes de los jefes, supervisor y compañeros influyen en el equipo de trabajo al momento de laboral. Las actitudes que les inspira del jefe es: el resto, colaboración, justicia y apoyo. Y las actitudes de los compañeros que inspiran al personal son: compañerismo, responsabilidad y honestidad.

## **Objetivo de rendimiento y perfeccionamiento**

### **Supervisor:**

El supervisor conoce los objetivos de la empresa. Considera también que no fue capacitado de la mejor manera en cada área de trabajo, y siente que cuenta con los conocimientos necesarios para trabajar en cualquier puesto de trabajo. El nivel de preparación de los jefes es el adecuado para manejar una empresa según el supervisor.

### **Trabajadores:**

Los trabajadores de esta sucursal no conocen los objetivos de la empresa, están dispuestos a conocerlos. Las respuestas en cuanto a las capacitaciones y conocimientos el 66,7% siente que fue capacitado correctamente para trabajar y que cuenta con los conocimientos necesarios para desempeñarse de la mejor manera y el 33,3% percibe que no fue capacitado correctamente y que no cuenta con los conocimientos

necesarios. El personal opina que los jefes tienen la capacidad de llevar un grupo de trabajo. Mientras que el supervisor tiene algunas falencias, debido a que el 33,3% piensa que su trabajo es malo, regular y bueno.

### **Tarea**

#### **Supervisor:**

El clima laboral para el supervisor no es óptimo para laborar

#### **Trabajadores:**

Todo el personal opinó que el ambiente de trabajo es el óptimo para realizar sus actividades.

### **Presión**

#### **Supervisor:**

El supervisor es indiferente con la manera en la que los jefes ejercen presión en el para trabajar.

#### **Trabajadores:**

El personal está de acuerdo con la forma en la que los jefes y los trabajadores los presionan para realizar un buen trabajo.

### **Control**

#### **Supervisor:**

Para el supervisor los jefes controlan correctamente las siguientes variables:

- control de inventarios

- calidad de productos
- limpieza del local
- atención al cliente
- puntualidad
- presentación del personal
- rapidez en el servicio
- cumplimiento de las tareas

Con respecto al orden de las distintas áreas el supervisor siente que los jefes no controlan correctamente.

El supervisor ha sido sancionado en alguna vez, y las sanciones son por: calidad de productos, rapidez en el servicio y cumplimiento de tareas. Estas se dan por: olvido y errores de otras áreas.

### **Trabajadores:**

El personal opina que el control que realizan los jefes y el supervisor son correctos en:

- control de inventarios
- calidad de productos
- limpieza del local
- atención al cliente
- puntualidad
- presentación del personal
- rapidez en el servicio
- cumplimiento de las tareas
- orden de las distintas áreas.

El 68% de los trabajadores ha sido sancionado alguna vez. Las multas más frecuentes que reciben son de: calidad de los productos, atención al cliente, cumplimiento de distintas áreas y orden de distintas áreas. Los motivos de estas multas son por: descuido, olvido y errores de otras áreas.

## **Cooperación**

### **Supervisor:**

En nivel de compañerismo y colaboración de los compañeros no el óptimo según el supervisor. Sin embargo el jefe apoya al supervisor el solucionar problemas dentro de la sucursal.

### **Trabajadores:**

El equipo de trabajo percibe que no existe compañerismo entre empleados, sin embargo existe colaboración entre compañeros. El apoyo que reciben de los jefes es el adecuado ante cualquier problema.

## **Remuneración**

### **Supervisor:**

El supervisor está satisfecho con el sueldo que recibe le parece que es justo por el trabajo que realiza y le motiva.

### **Trabajadores:**

El equipo de trabajo se encuentra satisfecho con el sueldo que recibe, considera que es justo y le motiva para realizar un buen trabajo.

## **Satisfacción**

### **Supervisor:**

El supervisor está ligado emocionalmente con la empresa y le gusta trabajar en ella. Considera que el jefe no se esfuerza lo necesario para mantener un buen ambiente de trabajo.

**Trabajadores:**

El personal opina que les gusta trabajar en Coppelía y que es un buen lugar para laborar. Tanto el jefe como el supervisor se esfuerzan para que todos los trabajadores se sientan cómodos en el trabajo, sin embargo el supervisor puede mejorar.

**Relaciones****Supervisor:**

Para el supervisor Coppelía es su segundo hogar y está ligado emocionalmente con la empresa. No ha creado mucho lazo de amistad con sus compañeros y los jefes se han ganado su aprecio.

El supervisor conoce a todos los trabajadores de las otras sucursales, sin embargo le gustaría tener momentos de interacción con ellos.

**Trabajadores:**

El equipo de trabajo siente que está ligado emocionalmente con la empresa, y que la misma es su segundo hogar, han creado lazos de amistad entre ellos. El jefe y el supervisor se han ganado el aprecio de todo el personal. El equipo de trabajo no conoce al personal de las otras sucursales y están interesados en conocerlos y tener momentos de interacción con ellos.

**Conflicto****Supervisor:**

Actualmente el supervisor no tiene problemas tanto con los jefes como con los compañeros. Y cuando existe algún problema el jefe le ayuda a resolverlos. El jefe no ha hecho nada que le haya hecho perder su autoridad.

En cuanto a la inversión de los jefes en las necesidades de los trabajadores, el supervisor considera que existe tal inversión. Sin embargo actualmente el supervisor opina que existen algunas necesidades como: casilleros, mejorar el botiquín y mejorar la alimentación.

**Trabajadores:**

No existen problemas con el jefe, supervisor y compañeros en el punto de venta. Cuando existe algún problema tanto el jefe como el supervisor, se empeñan en solucionarlos y no han realizado actos que hayan disminuido su autoridad. El personal opina que la empresa invierte recursos para una correcta realización del trabajo. Las necesidades del punto de venta son: baños privados, casilleros, mejorar la alimentación y uniformes para el frío.

**Apoyo**

**Supervisor:**

El supervisor siente confianza en sus jefes para realizarles preguntas relacionadas al trabajo. El supervisor fue capacitado antes de ser sancionado, sin embargo considera que las sanciones no se manejan de la manera correcta

El supervisor considera que las sanciones son necesarias para un correcto control. Y se deberían realizar mediante sanciones progresivas.

**Trabajadores:**

Los jefes y supervisor han generado confianza en los trabajadores para la realización de preguntas sobre temas laborales. El personal percibe que antes de ser sancionado fue correctamente capacitado, también opinan, que las sanciones se manejan de manera correcta y son necesarias para controlar correctamente la sucursal.

### **Pertenencia.**

#### **Supervisor:**

El supervisor percibe que la empresa le permite crecer laboralmente, y que la misma merece que de lo mejor de él. La motivación del supervisor para trabajar es por necesidad.

#### **Trabajadores:**

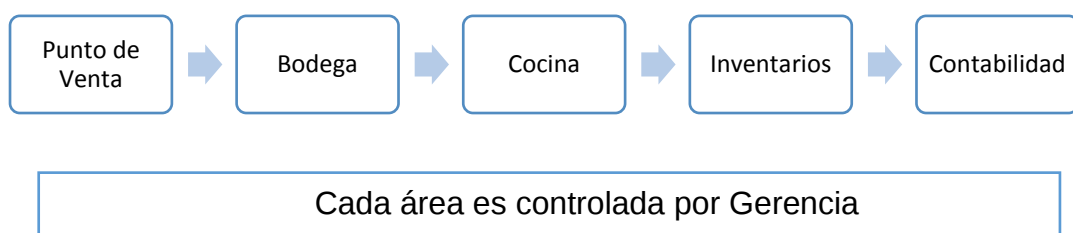
El personal considera que la empresa les permite crecer laboralmente, y que la misma merece que den lo mejor de ellos. La mayor parte del personal trabaja por necesidad y por gusto.

### **1.2.7. Proceso de comunicación interna de la empresa**

La empresa cuenta con un proceso de comunicación complejo, ya que al manejar cuatro sucursales, debe desarrollar un proceso organizado para evitar errores. Sin embargo, actualmente este proceso presenta falencias según los gerentes en cada una de las áreas de la empresa.

Coppelia cuenta con cinco áreas funcionales: gerencia, contabilidad e inventarios, bodega, cocina y cuatro puntos de venta. Todas las áreas dependen de otra, para comercializar el producto final, el mismo tuvo que pasar para cada área funcional, ya sea para su servicio o preparación.

El proceso de comunicación empieza en el punto de venta y termina en el área de cocina. El siguiente cuadro explicara cómo es su desarrollo:



El punto de venta realiza el pedido de los distintos productos a bodega, bodega se abastece de dos formas: mediante proveedores y mediante cocina. Los proveedores abastecen a la bodega con productos de limpieza, alimentos y plásticos. La cocina provee a la bodega con alimentos procesados listos para venta, como lo es: seco de carne, menestra, guata, carnes y mariscos. Cabe recalcar que el área de bodega también provee de materia prima a la cocina para la preparación del producto terminado. Cocina y bodega realiza algunos pedidos a inventarios, ya que existen algunos pedidos que requieren autorización y supervisión por la sensibilidad del producto o por las grandes cantidades que se manejan y finalmente el área de inventarios rinde cuenta a contabilidad para pagos y supervisión. Gerencia controla y supervisa cada área que tiene la empresa.

Para conocer cuál es la perspectiva de los trabajadores sobre el proceso de comunicación que mantiene la empresa, se realizó una investigación, donde el supervisor de cada sucursal y los trabajadores dieron sus opiniones. Debido a que la investigación está basada únicamente en las sucursales, se analizó como se encuentra la comunicación de los puntos de venta con las otras áreas.

#### **1.2.7.1. Hallazgos**

A continuación, se mostrarán los hallazgos obtenidos de los trabajadores con respecto a cómo ellos perciben, o consideran la comunicación que se desarrolla en la empresa. El análisis está dividido en las opiniones de los supervisores y trabajadores de cada sucursal.

#### **Presidente Córdova**

##### **Supervisor:**

Para el supervisor es accesible comunicarse con los distintos jefes. Las órdenes que dan los distintos jefes tienen conexión, son comunicadas a todos por igual y son entendidas sin problema por el supervisor. La

comunicación con el área de administración es efectiva y son pronunciadas a todo el personal por igual. La comunicación con el área de cocina y bodega tiene falencias para el supervisor.

Antes de que la empresa realice cambios, el personal es capacitado con antelación de una forma positiva. Y la enseñanza de los jefes es la correcta para el supervisor.

### **Trabajadores:**

Para el personal la comunicación con sus jefes es totalmente accesible. Las opiniones de los trabajadores con respecto a la conexión de la órdenes de los jefes, se encuentra dividida, ya que el 50% considera que no existe conexión y el 50% opina que si existe. Las órdenes que dan los jefes y el supervisor son fácilmente entendidas por el personal. Las disposiciones que realiza el jefe son comunicadas a todo el personal por igual, sin embargo las órdenes que da el supervisor no.

Con respecto a la comunicación de las áreas de administración, esta es deficiente para los trabajadores y las órdenes no son expresadas por igual a todo el personal. Sin embargo las ordenes que se establecen son facialmente entendías por los trabajadores. Con el área de cocina y bodega el personal considera que existe buena comunicación.

El personal opinó que antes de que se realice un cambio en el establecimiento, son capacitados con anterioridad y la enseñanza de los jefes es la correcta, mientras la del supervisor no lo es.

### **Bolívar**

#### **Supervisor:**

El supervisor opina que la comunicación con los distintos jefes es accesible. Las órdenes que dan los jefes tienen conexión para el supervisor, se dan a todo el personal por igual y se entienden fácilmente.

Con respecto al área de administración, la comunicación no es buena, las ordenes que emiten, no son comunicadas a todo el personal por igual, sin embargo estas órdenes son entendidas con facilidad por el supervisor. Con el área de cocina la comunicación no es la mejor, tiene algunas fallas. Y finalmente con el área de bodega, el supervisor mantiene una comunicación positiva.

Para el supervisor, la empresa lo capacita antes de realizar cambios en la sucursal y la forma de enseñanza de los jefes le permite laborar correctamente en la empresa.

### **Trabajadores:**

Los trabajadores consideran que las órdenes de los distintos jefes tienen conexión entre sí. Las disposiciones que dan tanto los jefes como el supervisor son fácilmente comprendidas por el personal y se comunican por igual a todos.

La comunicación con el área de administración es positiva para los trabajadores y las disposiciones son entendidas y comunicadas a todos por igual. De igual manera la comunicación con el área de cocina y bodega se mantiene una buena comunicación.

El personal considera que es capacitado antes que se realice cualquier cambio y la forma de enseñanza de los jefes y el supervisor le permite trabajar de la mejor manera.

### **Milenium Plaza**

#### **Supervisor:**

Para el supervisor comunicarse con sus jefes es totalmente accesible. Las órdenes que dan los distintos jefes tienen conexión entre sí, y las mismas son dadas por igual y fácilmente comprendidas.

La comunicación con el área de administración se ejecuta correctamente, y las órdenes que recibe el supervisor son entendidas fácilmente. El supervisor considera también que las órdenes que expresa la administración son dadas a todos por igual. La comunicación que mantiene el supervisor con el área de cocina y bodega de igual manera se realiza de una forma óptima.

El supervisor considera que es correctamente capacitado antes de realizar cambios en el modo de trabajo, y la forma de enseñanza de los jefes le permite trabajar de la mejor manera en la empresa.

### **Trabajadores:**

El personal considera que es totalmente accesible comunicarse con sus jefes. Las órdenes que dan los jefes tienen conexión. Las disposiciones que emiten los jefes y el supervisor son dadas a todo el personal por igual y son fácilmente comprendidas por todos.

Con respecto al área de administración, el personal considera que las ordenes son dadas a todos por igual y son fácilmente entendidas. Finalmente la comunicación con el área de cocina y bodega se desarrolla de la mejor manera.

Antes de realizar un cambio los trabajadores opinan que son correctamente capacitados y la manera de enseñanza tanto de los jefes como del supervisor les permite ejercer bien su trabajo.

### **Borrero**

#### **Supervisor:**

El supervisor opina que es accesible comunicarse con los jefes. Considera también que no existe conexión entre las ordenes que emiten los distintos jefes, y no son comunicadas a todo el personal por igual, sin embargo son entendibles.

La comunicación con el área de administración no es la adecuada, y las ordenes que generan no se comunica a todo el personal por igual, pero es estas órdenes son fáciles de comprender. La comunicación con el área de cocina y bodega es positiva para el supervisor.

Antes de que la empresa realice un cambio el supervisor es capacitado y la enseñanza de los jefes le permite al supervisor realizar bien su trabajo.

### **Trabajadores:**

El personal considera que comunicarse con los jefes es accesible. Las ordenes que dan los jefes tienen conexión son comunicadas a todos por igual y son fáciles de entender. De igual manera las órdenes que emite el supervisor, son comunicadas a todo el personal por igual y son entendibles.

Las ordenes que expresa el área de administración son comunicadas a todo el personal por igual y son entendidas fácilmente. La comunicación con el área de cocina y bodega se desarrolla de una forma óptima para el personal.

Los trabajadores consideran que antes que la empresa realice cambios, son capacitados correctamente y la manera de enseñanza de los jefes y el supervisor les permite realizar bien su trabajo.

## **1.3. Conclusiones**

Para el análisis interno de la empresa, se analizó como se encuentra el clima laboral en las sucursales, en base a dieciséis dimensiones. Luego de realizar todas las variables se puede concluir que la empresa cuenta con un clima laboral positivo en el 50% de sus establecimientos. Esto debido a que dos sucursales se encuentran con puntuaciones positivas en las distintas dimensiones, y las dos restantes obtuvieron puntuaciones negativas. Los puntos de venta de Bolívar y Milenium Plaza cuentan con un buen clima laboral. Y las

sucursales de Presidente Córdova y Borrero, tienen algunas deficiencias. Cabe recalcar que un buen ambiente de trabajo no es suficiente para cumplir correctamente las dimensiones restantes. Es por ello que en el siguiente cuadro se mostrará cuáles son los puntos positivos de los equipos de trabajo y cuáles son sus puntos negativos. Donde, verde es alto, amarillo medio y rojo bajo.

**Tabla 6: Análisis Dimensiones Clima Laboral**

| Dimensiones                                 | Sucursales         |            |              |         |            |              |                |            |              |         |            |              |
|---------------------------------------------|--------------------|------------|--------------|---------|------------|--------------|----------------|------------|--------------|---------|------------|--------------|
|                                             | Presidente Córdova |            |              | Bolívar |            |              | Milenium Plaza |            |              | Borrero |            |              |
|                                             | Jefes              | Supervisor | Trabajadores | Jefes   | Supervisor | Trabajadores | Jefes          | Supervisor | Trabajadores | Jefes   | Supervisor | Trabajadores |
| Liderazgo                                   |                    |            |              |         |            |              |                |            |              |         |            |              |
| Autonomía                                   |                    |            |              |         |            |              |                |            |              |         |            |              |
| Motivación                                  |                    |            |              |         |            |              |                |            |              |         |            |              |
| Influencia                                  |                    |            |              |         |            |              |                |            |              |         |            |              |
| Objetivo de Rendimiento y Perfeccionamiento |                    |            |              |         |            |              |                |            |              |         |            |              |
| Tarea                                       |                    |            |              |         |            |              |                |            |              |         |            |              |
| Presión                                     |                    |            |              |         |            |              |                |            |              |         |            |              |
| Control                                     |                    |            |              |         |            |              |                |            |              |         |            |              |
| Cooperación                                 |                    |            |              |         |            |              |                |            |              |         |            |              |
| Remuneración                                |                    |            |              |         |            |              |                |            |              |         |            |              |
| Satisfacción                                |                    |            |              |         |            |              |                |            |              |         |            |              |
| Relaciones                                  |                    |            |              |         |            |              |                |            |              |         |            |              |
| Conflicto                                   |                    |            |              |         |            |              |                |            |              |         |            |              |
| Apoyo                                       |                    |            |              |         |            |              |                |            |              |         |            |              |
| Pertenencia                                 |                    |            |              |         |            |              |                |            |              |         |            |              |

|  |       |
|--|-------|
|  | Alto  |
|  | Medio |
|  | Bajo  |

En lo que respecta el punto de venta Presidente Córdova, cuenta con calificaciones entre medias y bajas en todas las dimensiones a excepción de dos, autonomía y pertenencia. Esto puede deberse a las fallas en liderazgo por parte del supervisor y la falta de cooperación tanto del supervisor como de los compañeros. Sin embargo, las dos variables positivas que tiene el local servirán para el rápido mejoramiento de la sucursal. Debido a que la pertenencia que tienen los trabajadores les permitirá mejorar dentro de la empresa, y gracias a su autonomía captarán rápido los cambios que se realicen.

La sucursal Bolívar, es la mejor de los cuatro puntos de venta, cuenta con las mejores calificaciones en todas las dimensiones. Lo único que debe mejorar es en el rendimiento en algunas áreas, cooperación y resolver algunos conflictos.

El punto de venta Milenium Plaza, debe corregir algunas dimensiones, como: autonomía, control, cooperación, conflicto y apoyo. Las nueve dimensiones restantes se manejan de manera correcta. El liderazgo del supervisor es medio según los trabajadores, por lo que un poco más de trabajo o capacitación servirá para mejorar las falencias de la sucursal.

En cuanto a la Borrero, todas las dimensiones tienen que mejorar, la más urgente es la cooperación. El liderazgo del supervisor debe perfeccionar ya que su calificación fue media. Con un correcto liderazgo el punto de venta podrá solucionar sus falencias.

En relación al trabajo que realizan los jefes, se puede decir que es el indicado, ya que el personal opina que los mismos, desarrollan cada dimensión efectivamente.

Para resolver algunos problemas dentro de las sucursales, gerencia debe invertir en el crecimiento de los trabajadores, mediante planes de capacitaciones como también motivar a todo el personal de forma idónea.

Por otro lado la empresa presenta problemas de comunicación interna, debido que las distintas áreas tienden problemas al comunicarse entre sí. Por lo que se sugiere un plan de comunicación entre áreas funcionales.

Finalmente, en cada sucursal existen problemas a resolver, sin embargo cada punto de venta tiene un alto sentido de pertenencia con la empresa, lo que

permitirá que cada acción que se realice, los trabajadores lo acepte y mejoren cada dimensión del clima laboral rápida y positivamente.

## **2. Capítulo 2: Análisis Externo de la Empresa**

### **2.1. Análisis de los clientes**

#### **2.1.1. Determinación del segmento**

La segmentación, descrita por Guerra, Ortiz, Díaz, Oliveros, & Esparragoza (2014), se define como una herramienta utilizada en el marketing con el fin de ayudar a empresas a determinar quiénes son sus clientes lo cual conducirá a optimizar los esfuerzos necesarios para atraerlos, retenerlos y fidelizarlos. La manera de identificar un cliente meta es la creación de un perfil público ideal que cumplirá con las características requeridas por la empresa.

Existen varias variables para determinar el segmento, algunas de estas variables pueden ser cuantificables, como también existen variables difíciles de medir, pero deben ser tomadas en cuenta para la segmentación.

Coppelia cuenta con varios tipos de clientes, de diferentes edades. Clientes que estuvieron desde los inicios de la cadena, y clientes nuevos, con diferentes estilos de vida y necesidades., es por ello que es indispensables investigar las características de las distintas generaciones, y de esta manera comprender mejor las preferencias en cuanto a alimentación dependiendo la edad.

Coppelia lleva más de 30 años en el mercado cuencano, por lo que sus clientes iniciales tienen ciertas características que tal vez los nuevos no, pero eso no significa que a la empresa no debe preocuparse por encontrar la manera idónea de llegar a ellos o retenerlos, y peor aún descuidar sus necesidades actuales, ya que estas no son las mismas que las que tenían hace unos años. Es por ello que se analizará cuáles son estas características y de esta manera la empresa podrá conocer cómo llegar a este tipo de clientes o como retenerlos.

Gracias a la tecnología el mundo cambia de una manera acelerada, por ende, los clientes también, en cuanto a sus necesidades, gustos y

preferencias. Hoy en día las actitudes de las personas de los países más desarrollados influyen mucho en las personas de países menos desarrollados, y al ser Ecuador un país tercermundista, se ve afectado por este fenómeno. Debido a estos factores, los gerentes consideran que sus nuevos tipos de clientes jóvenes tienen características muy distintas a sus consumidores usuales, por lo que los mismos deben ser investigados a profundidad.

Las nuevas generaciones son totalmente diferentes con la que Coppelia comenzó, por lo que la empresa debe analizar cómo son las actitudes de las generaciones nuevas para poder satisfacer sus necesidades. Ya que en un futuro serán ellas quienes sean sus clientes.

### Características de Vida Generacionales

Previo a determinar el segmento, se estudiará las características que tiene cada generación en cuanto a la alimentación.

Dentro las 5 generaciones que Quecano (2015) identificó a continuación se estudiarán 4 que se consideran prioritarias:

**Tabla 7: Estilos de Vida Generacionales**

| <b>Baby Boomers<br/>(55 - 69)</b>                                                                                                                                    | <b>Generación X<br/>(40 - 54)</b>                                                                                                                                    | <b>Milenials<br/>(26 - 39)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>Generación Z<br/>(20 - 25)</b>                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• El 29% come al menos una vez fuera de casa</li> <li>• El 67% está dispuesto a pagar más por comida más saludable</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• El 44% come al menos una vez fuera de casa</li> <li>• El 75% está dispuesto a pagar más por comida más saludable</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• El 58% come al menos una vez fuera de casa</li> <li>• 30% de los Milenials comen fuera de casa tres veces o más</li> <li>• El 81% está dispuesto a pagar más por comida más saludable</li> <li>• Gran parte de esta generación busca más atributos en los alimentos como: son gluten, sin cafeína, control de porciones, fortificado, alto en proteína, orgánicos, comercio justo.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• El 46% come al menos una vez fuera de casa</li> <li>• El 78% está dispuesto a pagar más por comida más saludable</li> </ul> |

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico cada generación cuenta con diferencias bastantes significativas en su modo de alimentación, cada generación busca cuidarse de diferente manera, gasta de diferente manera y consume de diferente manera. Conforme va pasando el tiempo, cada generación come fuera de casa más seguido, a excepción de la generación Z que se reduce su consumo, pero esto es debido a su edad, al estar empezando la mayoría de edad, sus ingresos son menores, por lo tanto salir a comer fuera puede costarles un poco más. Por otra parte la generación de los Milenials es de interés para la empresa, ya que está dispuesto a gastar más dinero en comida saludable y sale a comer fuera de casa más seguido, cumpliendo así las características que la empresa busca en sus clientes.

La generación de los Baby Boomers y X, fueron los primeros clientes de la empresa, su gasto en alimentación fuera de casa es menor, pero esto debido a que en la época la situación económica no era la mejor, y las costumbres de la época eran diferentes a las de ahora, pero este no es motivo para que la empresa olvide a estos clientes, ya que, aunque su consumo sea menor es significativo.

Una vez conocidas las características de cada generación, se podrá determinar el segmento de la empresa, tanto de sus clientes actuales, como de sus nuevos clientes.

Dentro de las variables que pueden ser usadas para segmentar, Fernández (2009) propone algunas en las cuales nos basaremos al identificar el perfil de nuestro usuario meta.

### **Variables Demográficas:**

#### **Edad:**

Coppelia cuenta con clientes desde los 20 años hasta 70 años de edad.

## **Población Económicamente Activa**

Al ser un restaurante que brinda servicio de alimentación, el mismo debe cobrar por ese servicio, es por ello que los clientes deben pertenecer a la población económicamente activa, es decir que tengan capacidad de pagar por los productos.

## **Nivel socioeconómico**

El tipo de comida y los precios bajos que maneja el restaurante, hacen que el segmento, este basado es personas de un rango de medio bajo, medio y medio alto.

## **Variables Geográficas**

### **Unidad geográfica**

La empresa cuenta con puntos de venta únicamente en la ciudad de Cuenca, por lo que el segmento debe ser habitantes de dicha ciudad.

**Región:** Sierra

**Provincia:** Azuay

**Cantón:** Cuenca

## **Segmentación Avanzada**

La segmentación no se basa únicamente en donde está ubicado el público, o como son sus características demográficas. También existen otras variables, que están basadas en gustos, preferencias, deseos, etc. aunque estas variables sean difíciles de cuantificar, son necesarias, ya que a partir de ellas, la empresa podrá crear y difundir el mensaje que desea transmitir.

## **Variables Psicográficas**

### **Motivos de compra**

El mercado al que Coppelía desea enfocarse, son personas que busquen una carta que contenga varias opciones de carnes, combinaciones y presentaciones, mediante un servicio rápido, con precios accesibles y llenarse con el producto.

### **Diseño del local**

El mercado meta debe sentirse a gusto en establecimientos coloridos, donde la preparación de la comida sea vista por los clientes, y la decoración este basada en fotografías de la ciudad o de la empresa y un ambiente informal.

## **Segmentación Complementaria**

### **Costumbre**

Personas que trabajen cerca de las sucursales, y en sus horas de almuerzo, busquen productos a precios bajos y que les llene completamente.

Familias que fines de semana o feriados acostumbren salir a comer fuera de casa, en lugares que se encuentren ubicados en el centro de la ciudad.

Finalmente, personas que pidan servicio a domicilio, ya sea por comodidad o por necesidad.

### **Por beneficio**

Clientes que deseen comida de calidad a precios bajos con una buena presentación.

## **Por comportamiento de compra**

Clientes que compren según la necesidad en la que se encuentre, consumir en el establecimiento o mediante delivery.

### **2.1.2. Investigación de Mercado**

#### **2.1.2.1. Determinación del Problema**

La empresa no ha realizado previamente un análisis o estrategias de posicionamiento, por lo que no conoce cuál es la percepción de los consumidores hacia el local y nuevos gustos y preferencias que busca el mercado. Debido al crecimiento rápido de la competencia y las exigencias cada vez más altas de clientes, se ha visto necesario realizar una investigación de cómo se encuentra el posicionamiento de la empresa en el mercado cuencano.

#### **2.1.2.2. Objetivos**

Medir el posicionamiento de los clientes de Coppelia en la ciudad de Cuenca como también conocer los nuevos gustos y preferencias de las nuevas generaciones hacia el local.

#### **2.1.2.3. Metodología**

Para la realización de la investigación de mercado de la cadena de restaurantes Coppelia, se realizará como primer punto entrevistas a profundidad para conocer cuáles son las opiniones de los clientes hacia la empresa, las respuestas que se obtendrán serán de ayuda para generar el cuestionario, donde se realizarán varias preguntas de interés de la empresa.

En cuanto al tamaño de la muestra, Hair, Bush, Ortinau (2010), sugieren dos métodos, probabilístico y no probabilístico. Para la presente investigación, se utilizará el muestreo no probabilístico, mediante juicio.

Debido al desconocimiento de la probabilidad de seleccionar a cada integrante de la muestra. Por lo que se no se puede conocer el porcentaje de error. Generando así que las encuestas se realicen por juicio o intuición.

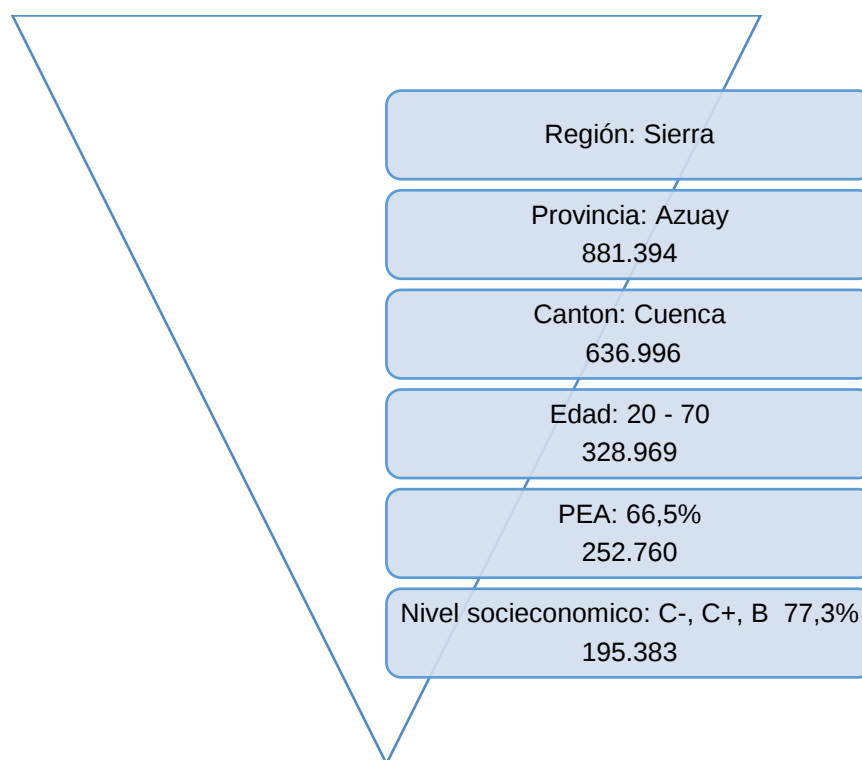
Consiguientemente se procederá a realizar el trabajo de campo. Con los datos obtenidos del cuestionario se plasmará los hallazgos y finalmente las conclusiones.

#### 2.1.2.4. Segmentación

Con el fin de establecer el mercado meta se utilizará, a más de las variables ya descritas, variables cuantificables como son las demográficas y las geográficas.

A continuación se indican las proyecciones poblacionales que tiene el INEC para el 2020. (INEC, s.f.)

**Gráfico 6: Segmentación**



Fuente: Elaboración Propia

#### **2.1.2.5. Cuestionario**

Para la realización del cuestionario, se utilizó los datos obtenidos de las distintas entrevistas a profundidad realizadas a clientes de la empresa, los mismos que proveyeron la información necesaria para la identificación de las variables a estudiar.

Las entrevistas a profundidad y el diseño del cuestionario se pueden visualizar en anexos.

#### **Diseño del Cuestionario:**



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

MARKETING

TRABAJO DE TITULACION

ENERO 2020

Buenos días/tardes. Actualmente estamos realizando una encuesta sobre el posicionamiento de la empresa Coppelía, por lo cual le solicitamos nos conceda unos minutos de su tiempo. Pedimos que las respuestas sean lo mas sinceras posibles. Las respuestas serán de mucha importancia para esta investigación. Sus datos serán únicamente utilizados para el motivo previamente mencionado, y son totalmente anónimas.

## 1 ¿Porque elije Coppelía al momento de comer? MAXIMO 3 OPCIONES

|   |          |   |          |   |           |   |           |
|---|----------|---|----------|---|-----------|---|-----------|
| 1 | Sabor    | 3 | Precios  | 5 | Limpieza  | 7 | Variedad  |
| 2 | Cantidad | 4 | Atención | 6 | Ubicación | 8 | Tradición |

## 2 ¿Cuántas sucursales de Coppelía conoce?

|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| 1 | 1 | 3 | 3 |
| 2 | 2 | 4 | 4 |

## 3 ¿Qué sucursal es de mayor preferencia para usted? MAXIMO 2 OPCIONES

|   |                                   |   |                     |
|---|-----------------------------------|---|---------------------|
| 1 | Presidente Córdova y Luis Cordero | 3 | C.C. Milenium Plaza |
| 2 | Borrero y Juan Jaramillo          | 4 | Bolívar y Tarqui    |

## 4 Que calificación le da a Coppelía en relación a:

|                            | ALTA | MEDIA | BAJA |
|----------------------------|------|-------|------|
| Sabor                      | 1    | 2     | 3    |
| Calidad                    | 1    | 2     | 3    |
| Presentación de los platos | 1    | 2     | 3    |
| Precios                    | 1    | 2     | 3    |
| Decoración del local       | 1    | 2     | 3    |
| Atención al cliente        | 1    | 2     | 3    |
| Limpieza                   | 1    | 2     | 3    |
| Cantidad                   | 1    | 2     | 3    |
| Rapidez                    | 1    | 2     | 3    |
| Variedad                   | 1    | 2     | 3    |

## 5 ¿Se ha dado cuenta de las promociones que realiza Coppelía?

|   |    |
|---|----|
| 1 | SI |
| 2 | NO |

## 6 ¿Con que frecuencia visita Coppelía SOLO?

|   |                           |   |                      |
|---|---------------------------|---|----------------------|
| 1 | 1 vez a la semana         | 3 | 1 vez al mes         |
| 2 | 2 o más veces a la semana | 4 | 2 o más veces al mes |

## 7 ¿Con que frecuencia visita Coppelía con FAMILIARES O AMIGOS?

|   |                           |   |                      |
|---|---------------------------|---|----------------------|
| 1 | 1 vez a la semana         | 3 | 1 vez al mes         |
| 2 | 2 o más veces a la semana | 4 | 2 o más veces al mes |

## 8 ¿Recuerda el logo de la empresa?

|   |    |
|---|----|
| 1 | SI |
| 2 | NO |

## 9 ¿Recuerda el eslogan de la empresa?

|   |    |
|---|----|
| 1 | SI |
| 2 | NO |

**10 ¿Qué colores utiliza el restaurante? MAXIMO 3 OPCIONES**

|   |       |
|---|-------|
| 1 | Azul  |
| 2 | Negro |
| 3 | Café  |

|   |        |
|---|--------|
| 4 | Verde  |
| 5 | Gris   |
| 6 | Tomate |

|   |         |
|---|---------|
| 7 | Morado  |
| 8 | Rosado  |
| 9 | Celeste |

|    |            |
|----|------------|
| 10 | Rojo       |
| 11 | Amarillo   |
| 12 | Otro _____ |

**11 ¿Cree usted que Coppelia debería cambiar su imagen?**

|   |    |
|---|----|
| 1 | SI |
| 2 | NO |

**12 Cuándo usted come fuera de casa SOLO ¿Que restaurantes son de su preferencia? MAXIMO 3 OPCIONES**

|   |              |
|---|--------------|
| 1 | Almuerzos    |
| 2 | Pio Pio      |
| 3 | El Manantial |

|   |              |
|---|--------------|
| 4 | Tutto Freddo |
| 5 | El Capuchino |
| 6 | Raymipampa   |

|    |               |
|----|---------------|
| 7  | La Herradura  |
| 8  | KFC           |
| 9  | Moliendo Café |
| 10 | Otros _____   |

**13 Cuándo usted come fuera de casa CON SU FAMILIA ¿Que tipo de restaurantes son de su preferencia? MAXIMO 3 OPCIONES**

|   |               |
|---|---------------|
| 1 | Mariscos      |
| 2 | Parrilladas   |
| 3 | Comida Rápida |
| 4 | Sushi         |

|   |           |
|---|-----------|
| 5 | Almuerzos |
| 6 | Pizza     |
| 7 | Pollerías |
| 8 | Chifas    |

|    |                    |
|----|--------------------|
| 9  | Pasta              |
| 10 | Gourmet            |
| 11 | Bistrós            |
| 12 | Fuera de la ciudad |
| 13 | Comida Mexicana    |
| 14 | Otros _____        |

**14 En su opinión, ¿Como identifica el tipo de comida que vende Coppelia? MAXIMO 3 OPCIONES**

|   |          |
|---|----------|
| 1 | Carnes   |
| 2 | Mariscos |

|   |               |
|---|---------------|
| 3 | Comida Rápida |
| 4 | Comida Típica |

|   |                      |
|---|----------------------|
| 5 | Todas las anteriores |
|---|----------------------|

**15 ¿Con que frecuencia consume fuera de casa SOLO?**

|   |                   |
|---|-------------------|
| 1 | Todos los días    |
| 2 | 1 vez a la semana |

|   |                            |
|---|----------------------------|
| 3 | 2 veces a la semana        |
| 4 | Más de 2 veces a la semana |
| 5 | No consumo                 |

**16 ¿Con que frecuencia consume fuera de casa CON FAMILIARES O AMIGOS?**

|   |                  |
|---|------------------|
| 1 | Toda las semanas |
| 2 | 1 vez al mes     |

|   |                       |
|---|-----------------------|
| 3 | 2 veces al mes        |
| 4 | Más de 2 veces al mes |
| 5 | No consumo            |

**17 ¿Cuánto gasta cuando come fuera de casa SOLO?**

|   |           |
|---|-----------|
| 1 | \$2 - \$3 |
| 2 | \$3 - \$5 |

|   |            |
|---|------------|
| 3 | Más de \$5 |
| 4 | No gasto   |

**18 ¿Cuánto gasta cuando come fuera de casa CON FAMILIARES O AMIGOS?**

|   |             |
|---|-------------|
| 1 | \$5 - \$10  |
| 2 | \$10 - \$15 |

|   |             |
|---|-------------|
| 3 | \$15 - \$20 |
| 4 | \$20 - \$30 |

|   |             |
|---|-------------|
| 5 | Más de \$30 |
| 6 | No gasto    |

**19 ¿Dónde cree usted que Coppelia debe abrir un nuevo punto de venta?**

|   |                |
|---|----------------|
| 1 | Totoracocha    |
| 2 | Remigio Crespo |

|   |                      |
|---|----------------------|
| 3 | Paseo de los Cañarís |
| 4 | Centro de la Ciudad  |

**20 ¿En que medio de comunicación le gusta recibir información de restaurantes?**

|   |                |
|---|----------------|
| 1 | Redes Sociales |
| 2 | Periódico      |

|   |            |
|---|------------|
| 3 | Televisión |
| 4 | Radio      |

|   |         |
|---|---------|
| 5 | Celular |
|---|---------|

**Datos Personales**

**21 Edad**

|   |         |
|---|---------|
| 1 | 20 - 25 |
| 2 | 26 - 39 |

|   |         |
|---|---------|
| 3 | 40 - 54 |
| 4 | 55 - 69 |

**22 Genero**

|   |           |
|---|-----------|
| 1 | Masculino |
|---|-----------|

|   |          |
|---|----------|
| 2 | Femenino |
|---|----------|

**23 Ocupación**

|   |                  |
|---|------------------|
| 1 | Empleado Publico |
| 2 | Empleado Privado |

|   |             |
|---|-------------|
| 3 | Propio jefe |
| 4 | Desempleado |

|   |                   |
|---|-------------------|
| 5 | Estudiante        |
| 6 | Estudio y Trapajo |

**24 ¿Cuántos integrantes son en su hogar?**

|   |            |
|---|------------|
| 1 | Vivo Solo  |
| 2 | 2 personas |

|   |            |
|---|------------|
| 3 | 3 personas |
| 4 | 4 personas |

|   |          |
|---|----------|
| 5 | Más de 4 |
|---|----------|

#### **2.1.2.6. Tamaño de la Muestra**

Para Malhotra (2008) sugiere que para técnicas no probabilísticas el tamaño de la muestra varía entre 300 – 500, debido que las encuestas van a ser efectivas, las mismas serán realizadas a 300 clientes de la empresa.

#### **2.1.2.7. Hallazgos**

Al realizar la investigación sobre el posicionamiento de los clientes hacia Coppelía se obtuvieron los siguientes resultados:

##### **1. ¿Porque elije Coppelía al momento de comer?**

Las tres razones principales por la que los consumidores eligen Coppelía al momento de alimentarse es: sabor, cantidad y precios.

##### **2. ¿Cuántas sucursales de Coppelía conoce?**

En cuanto al conocimiento de los clientes hacia los puntos de venta que tiene la empresa, el 38% conocen dos, el 28% conocen tres, el 20% conocen uno, y tan solo el 10% conoce las cuatro sucursales de la empresa.

##### **3. ¿Qué sucursal es de mayor preferencia para usted?**

Las sucursales que son de mayor preferencia para los clientes son: Presidente Córdova en primer lugar, Bolívar en segundo lugar y Borrero en tercer lugar. El punto de venta Milenium cuenta con un porcentaje de preferencia mínimo.

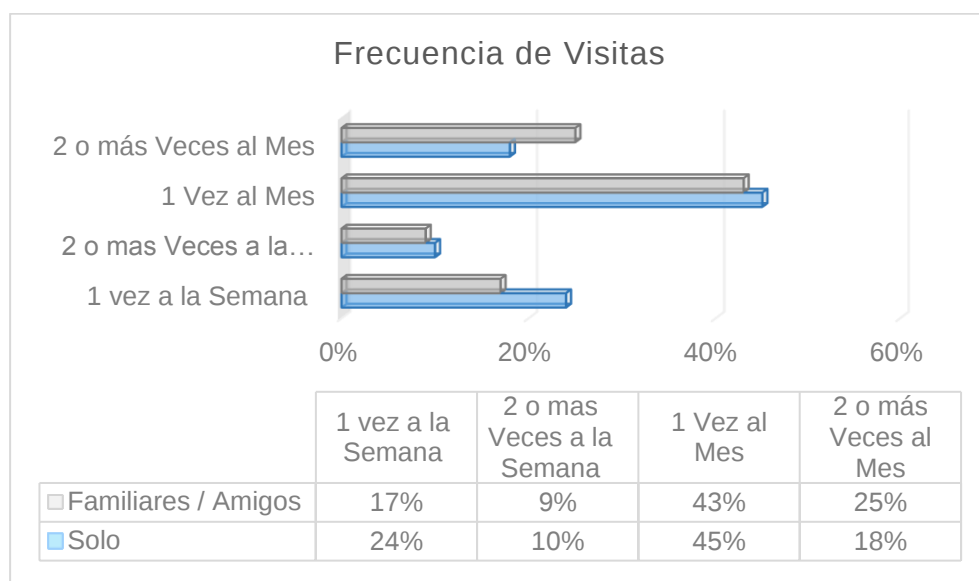
#### 4. ¿Se ha dado cuenta de las promociones que realiza Coppelía?

El 75% de los clientes no se ha dado cuenta de las promociones que se realizan en los distintos locales. Y el 23% si ha notado cuando el local aplica alguna promoción.

#### 5. ¿Con que frecuencia visita Coppelía solo y con familiares/amigos?

En cuanto a la frecuencia de visitas de los clientes, ya sea solo o entre familiares o amigos se obtuvieron los siguientes datos:

**Gráfico 7: Frecuencia de Visita Coppelía**



Fuente: Elaboración Propia

Los clientes que visitan Coppelía con Familiares o amigos, lo realizan mayormente entre una vez al mes y dos o más veces al mes. Por otro lado, cuando los clientes visitan las sucursales solos, lo realizan, ya sea una vez por semana, o una vez al mes.

**6. ¿Recuerda el logo y el eslogan de la empresa?**

El 52% de los clientes recuerdan el logo de Coppelía, mientras que el 45% no lo recuerda. Existiendo tan solo el 7% de diferencia entre los dos resultados. En cuanto al eslogan de la empresa, el 76% no lo recuerda.

**7. ¿Qué colores utiliza el restaurante?, ¿Cree usted que Coppelía debería cambiar su imagen?**

Los clientes identifican a Coppelía con los siguientes colores: negro, tomate, amarillo y café. Y consideran que la empresa no debería cambiar su imagen.

**8. Cuando usted come fuera de casa SOLO ¿Qué restaurantes son de su preferencia?**

Los consumidores cuando comen fuera de casa solos, visitan con mayor frecuencia los siguientes restaurantes: Almuerzos por la zona, Pío Pío, Tutto Fredo, La Herradura y KFC.

**9. Cuando usted come fuera de casa CON SU FAMILIA ¿Qué tipo de restaurantes son de su preferencia?**

Cuando los clientes consumen fuera de casa con sus familias o amigos visitan los siguientes tipos de restaurantes: Mariscos, Parrilladas y Pollerías.

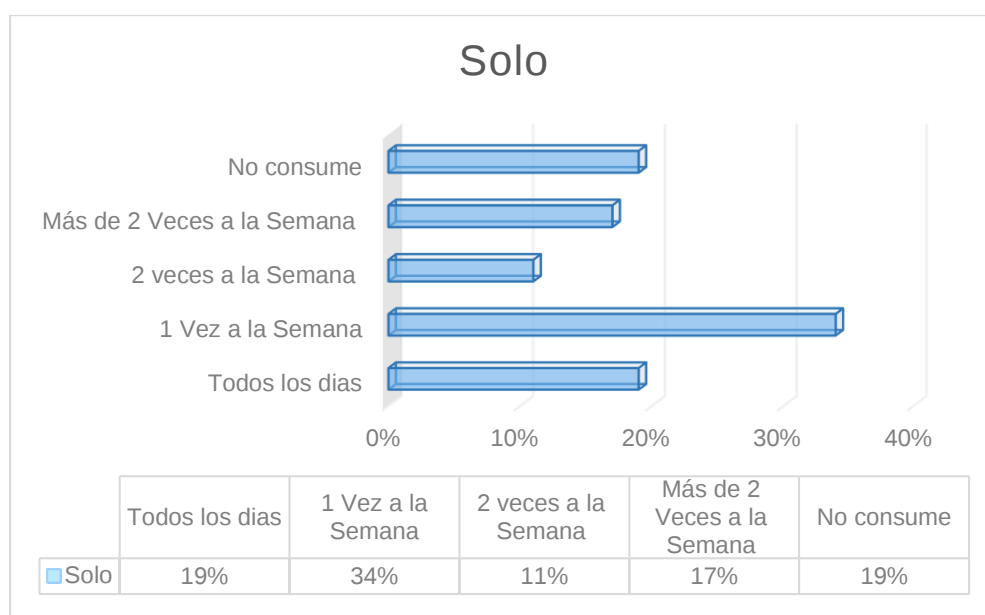
**10. En su opinión, ¿Cómo identifica el tipo de comida que vende Coppelía?**

Los consumidores identifican a Coppelía como un restaurante que comercializa: Carnes, Mariscos y Comida Rápida.

### 11. ¿Con que frecuencia consume fuera de casa solo?

La frecuencia de consumo de los clientes que comen fuera de casa solos se encuentra distribuida de la siguiente manera:

**Gráfico 8: Frecuencia de Visita Restaurantes Solo**



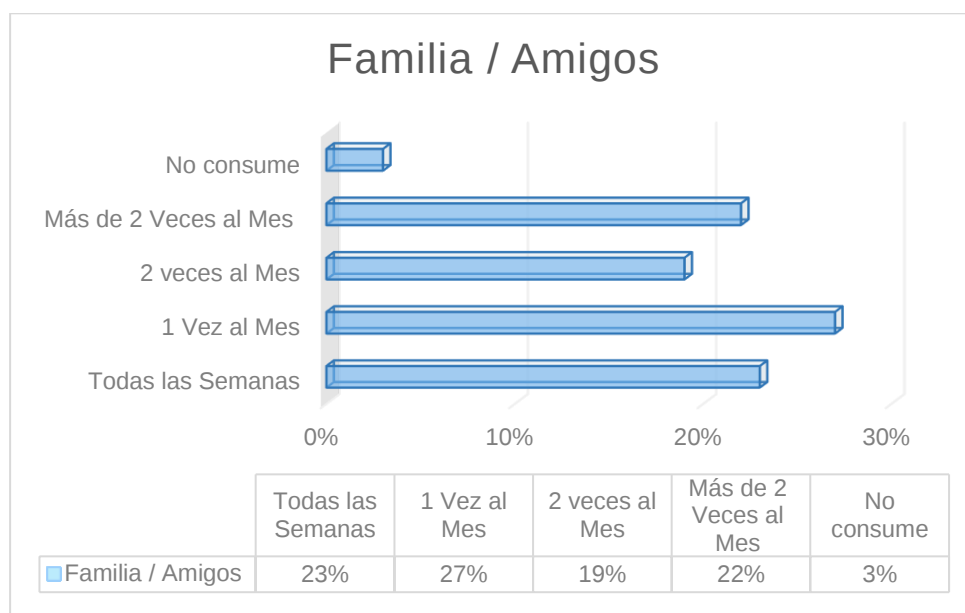
Fuente: Elaboración Propia

Mayormente los consumidores comen fuera de casa una vez a la semana, todos los días o más de dos veces a la semana. Es decir que la mayor parte de los clientes de la empresa consume muy seguido fuera de casa.

### 12. ¿Con que frecuencia consume fuera de casa con familiares o amigos?

Cuando los clientes consumen con familiares y amigos, lo realizan de la siguiente manera:

**Gráfico 9: Frecuencia de Visita Restaurantes Familiares/Amigos**



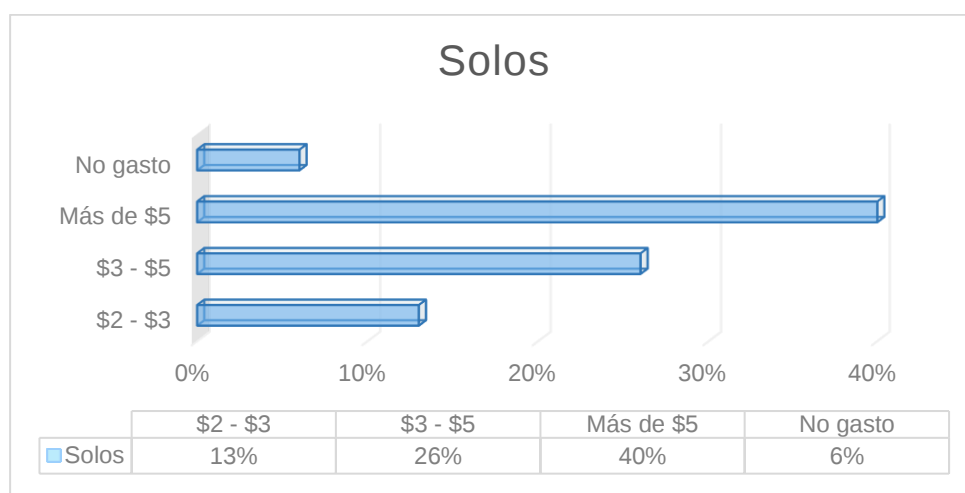
Fuente: Elaboración Propia

Cuando los clientes de la empresa consumen alimentos fuera de casa lo realizan mayormente una vez al mes, todas las semanas, o más de dos veces al mes. Siendo igualmente una frecuencia alta de consumo.

### 13. ¿Cuánto gasta cuando come fuera de casa solo?

En cuanto al gasto de los consumidores que comen solos, los mismos lo realizan de la siguiente manera:

**Gráfico 10: Gasto Solo**



Fuente: Elaboración Propia

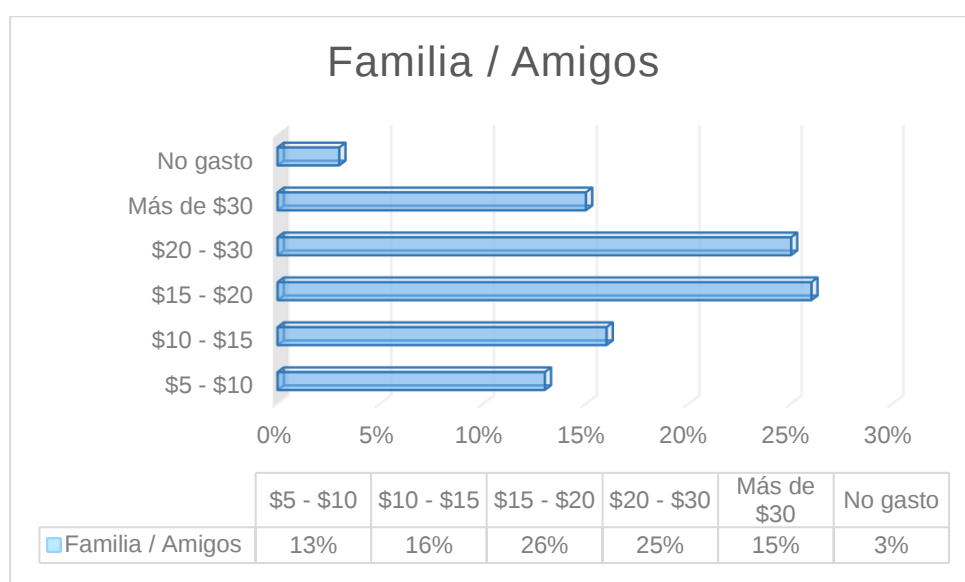
El 40% de los clientes gastan más de \$5 si consumen solos, siguiéndole \$3 - \$5.

El gasto que realizan los consumidores solos, hacen posible que la empresa pueda cumplir con sus expectativas, ya que los mismos pueden gastar lo que desean en la empresa.

#### 14. ¿Cuánto gasta cuando come fuera de casa con familiares o amigos?

Cuando el consumo se lo realiza en familia, se lo realiza de la siguiente manera:

**Gráfico 11: Gasto Familiares/Amigos**



Fuente: Elaboración Propia

Existe casi igualdad en los gastos de \$15 - \$20 / \$20 - \$30, con tan solo 1% de diferencia. Siguiéndole un gasto de \$10 - \$15 y más de \$30. Entre los dos últimos valores de igual manera existe una diferencia de tan solo el 1%.

El gasto de los consumidores empieza desde los \$15, lo que significa que la empresa facilita a sus consumidores a gastar sin problema lo que desean.

**15.¿Dónde cree usted que Coppelia debe abrir un nuevo punto de venta?**

Los clientes sugieren que la empresa abra un nuevo punto de venta en la Remigio Crespo como primera opción con el 32% de votos. Siguiéndole Totoracocha con el 27% de votos.

**16.¿En qué medio de comunicación le gusta recibir información de restaurantes?**

Los consumidores de Coppelia desean recibir información de la empresa por dos medios: redes sociales y por el celular.

**Pruebas de Independencia**

Debido a que el análisis está basado en conocer las distintas características de los clientes según la generación a la cual pertenecen, se realizará pruebas chi cuadrado y de esta manera conocer si existen diferencias entre las preferencias según las distintas generaciones. De igual manera se realizará un estudio en base al género de clientes, ya que de igual manera esta es una variable significativa como también la carga familiar.

**Frecuencia de visita Solo – Género:**

*Tabla 8: Frecuencia de visita Solo – Género*

| Pruebas de chi-cuadrado de Pearson |              |                                    |
|------------------------------------|--------------|------------------------------------|
|                                    |              | Frecuencia de visita Coppelia SOLO |
| Género                             | Chi-cuadrado | 6,024                              |
|                                    | gl           | 8                                  |
|                                    | Sig.         | ,645                               |

No existe diferencia entre la frecuencia de visita, con el género de los consumidores.

### Frecuencia de visita Solo – Edad

**Tabla 9: Frecuencia de visita Solo – Edad**

| Pruebas de chi-cuadrado de Pearson |              |                                    |
|------------------------------------|--------------|------------------------------------|
|                                    |              | Frecuencia de visita Coppelía SOLO |
| Edad                               | Chi-cuadrado | 31,597                             |
|                                    | gl           | 16                                 |
|                                    | Sig.         | 0,011                              |

Si existe diferencia entre la frecuencia de visita de los clientes según la edad.

**Tabla 10: Frecuencia de visita Solo – Edad**

|      |             | Frecuencia de visita Coppelía SOLO |                   |                           |              |                      |
|------|-------------|------------------------------------|-------------------|---------------------------|--------------|----------------------|
|      |             | No Responde                        | 1 vez a la semana | 2 o más veces a la semana | 1 vez al mes | 2 o más veces al mes |
|      |             | Recuento                           | Recuento          | Recuento                  | Recuento     | Recuento             |
| Edad | No Responde | 4                                  | 8                 | 2                         | 5            | 3                    |
|      | 20 - 25     | 2                                  | 22                | 9                         | 53           | 17                   |
|      | 26 - 39     | 4                                  | 32                | 13                        | 64           | 18                   |
|      | 40 - 54     | 2                                  | 7                 | 3                         | 11           | 9                    |
|      | 55 - 69     | 2                                  | 3                 | 3                         | 1            | 3                    |

La Generación Z, Milenials y X consume en Coppelía entre una vez a la semana o una vez al mes.

La Generación Baby Boomers, consume con más frecuencia en las sucursales ya sea una vez a la semana o dos o más veces a la semana.

## Frecuencia de visita Familiares/Amigos – Género

Tabla 11: Frecuencia de visita Familiares/Amigos – Género

| Pruebas de chi-cuadrado de Pearson |              |                                                      |
|------------------------------------|--------------|------------------------------------------------------|
|                                    |              | Frecuencia visita a Coppelia con FAMILIARES O AMIGOS |
| Género                             | Chi-cuadrado | 10,961                                               |
|                                    | gl           | 8                                                    |
|                                    | Sig.         | ,204                                                 |

No existe diferencia entre la visita a Coppelia entre familiares y amigos con el género.

## Frecuencia de visita Familiares/Amigos – Edad

Tabla 12: Frecuencia de visita Familiares/Amigos – Edad

| Pruebas de chi-cuadrado de Pearson |              |                                                      |
|------------------------------------|--------------|------------------------------------------------------|
|                                    |              | Frecuencia visita a Coppelia con FAMILIARES O AMIGOS |
| Edad                               | Chi-cuadrado | 32,613                                               |
|                                    | gl           | 16                                                   |
|                                    | Sig.         | 0,008                                                |

Si existe diferencia entre la frecuencia de visita a Coppelia entre familiares y amigos con la edad.

Tabla 13: Frecuencia de visita Familiares/Amigos – Edad

|      |             | Frecuencia visita a Coppelia con FAMILIARES O |                   |                           |              |                      |
|------|-------------|-----------------------------------------------|-------------------|---------------------------|--------------|----------------------|
|      |             | No Responde                                   | 1 vez a la semana | 2 o más veces a la semana | 1 vez al mes | 2 o más veces al mes |
|      |             | Recuento                                      | Recuento          | Recuento                  | Recuento     | Recuento             |
| Edad | No Responde | 5                                             | 4                 | 3                         | 6            | 4                    |
|      | 20 - 25     | 4                                             | 17                | 9                         | 46           | 27                   |
|      | 26 - 39     | 5                                             | 17                | 14                        | 65           | 30                   |
|      | 40 - 54     | 1                                             | 10                | 0                         | 10           | 11                   |
|      | 55 - 69     | 0                                             | 4                 | 1                         | 3            | 4                    |

Todas las generaciones visitan mayormente Coppelia con familiares y amigos una vez al mes o dos o más veces al mes. La diferencia ocurre debido a que la generación X y Baby Boomers consumen en el restaurante una vez al mes o una vez a la semana, es decir que visitan Coppelia con mayor frecuencia.

### Gasto en consumos Solo – Género

**Tabla 14: Gasto en consumos Solo – Género**

| Pruebas de chi-cuadrado de Pearson |              |                                  |
|------------------------------------|--------------|----------------------------------|
|                                    |              | Gasto consumo fuera de casa SOLO |
| Género                             | Chi-cuadrado | 19,826                           |
|                                    | gl           | 8                                |
|                                    | Sig.         | 0,011                            |

Si existe diferencia entre el gasto y el género de los consumidores.

**Tabla 15: Gasto en consumos Solo – Género**

|        |             | Gasto en consumos fuera de casa SOLO |           |           |            |          |
|--------|-------------|--------------------------------------|-----------|-----------|------------|----------|
|        |             | No Responde                          | \$2 - \$3 | \$3 - \$5 | Más de \$5 | No gasto |
|        |             | Recuento                             | Recuento  | Recuento  | Recuento   | Recuento |
| Género | No Responde | 9                                    | 9         | 20        | 27         | 3        |
|        | Masculino   | 3                                    | 11        | 33        | 62         | 7        |
|        | Femenino    | 2                                    | 19        | 27        | 58         | 10       |

Cuando los clientes consumen solos fuera de casa, el género femenino y masculino gasta con mayor frecuencia desde \$3, hasta más de \$5, la diferencia se encuentra debido a que el consumo de valores altos es mayor en los hombres que en valores bajos. Con las mujeres pasa lo contrario, existe más consumo en valores bajos.

### Gasto consumo Familia/Amigos – Genero

**Tabla 16: Gasto consumo Familia/Amigos – Genero**

| Pruebas de chi-cuadrado de Pearson |              |                                                         |
|------------------------------------|--------------|---------------------------------------------------------|
|                                    |              | Gasto en Consumos fuera de casa CON FAMILIARES O AMIGOS |
| <b>Género</b>                      | Chi-cuadrado | 26,513                                                  |
|                                    | gl           | 12                                                      |
|                                    | Sig.         | 0,009                                                   |

Existe diferencia entre el consumo con familiares y amigos con el género.

**Tabla 17: Gasto consumo Familia/Amigos – Genero**

|               |             | Gasto en Consumos fuera de casa CON FAMILIARES O AMIGOS |            |             |             |             |             |          |
|---------------|-------------|---------------------------------------------------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------|
|               |             | No Responde                                             | \$5 - \$10 | \$10 - \$15 | \$15 - \$20 | \$20 - \$30 | Más de \$30 | No gasto |
|               |             | Recuento                                                | Recuento   | Recuent     | Recuent     | Recuent     | Recuento    | Recuento |
| <b>Género</b> | No Responde | 8                                                       | 8          | 11          | 17          | 13          | 11          | 0        |
|               | Masculino   | 3                                                       | 14         | 20          | 25          | 35          | 18          | 1        |
|               | Femenino    | 1                                                       | 17         | 18          | 28          | 28          | 16          | 8        |

Cuando las mujeres junto con familiares y amigos consumen en un rango de \$5 - \$10, o de \$15 hasta más \$30. Mientras que los hombres empiezan su gasto desde los \$10 hasta más de \$30.

## Gasto consumo Solo – Edad

**Tabla 18: Gasto consumo Solo – Edad**

| Pruebas de chi-cuadrado de Pearson |              |                                      |
|------------------------------------|--------------|--------------------------------------|
|                                    |              | Gasto en consumos fuera de casa SOLO |
| <b>Edad</b>                        | Chi-cuadrado | 139,561                              |
|                                    | gl           | 16                                   |
|                                    | Sig.         | 0                                    |

Existe una fuerte diferencia entre el gasto y la edad de los clientes.

**Tabla 19: Gasto consumo Solo – Edad**

|      |         | Gasto en consumos fuera de casa SOLO |           |           |            |          |
|------|---------|--------------------------------------|-----------|-----------|------------|----------|
|      |         | No Responde                          | \$2 - \$3 | \$3 - \$5 | Más de \$5 | No gasto |
|      |         | Recuento                             | Recuento  | Recuento  | Recuento   | Recuento |
| Edad | No      | 11                                   | 1         | 0         | 5          | 5        |
|      | 20 - 25 | 0                                    | 12        | 34        | 51         | 6        |
|      | 26 - 39 | 1                                    | 19        | 39        | 68         | 4        |
|      | 40 - 54 | 1                                    | 5         | 6         | 18         | 2        |
|      | 55 - 69 | 1                                    | 2         | 1         | 5          | 3        |

El gasto es similar entre las distintas generaciones, gastan desde \$3 hasta más de \$5. La diferencia se da debido a que la mayor parte de los clientes está concentrado entre las generaciones Z y Milenials.

### Gasto consumo Familia/Amigos – Edad

**Tabla 20: Gasto consumo Familia/Amigos – Edad**

| Pruebas de chi-cuadrado de Pearson |              |                                                         |
|------------------------------------|--------------|---------------------------------------------------------|
|                                    |              | Gasto en Consumos fuera de casa CON FAMILIARES O AMIGOS |
| Edad                               | Chi-cuadrado | 141,709                                                 |
|                                    | gl           | 24                                                      |
|                                    | Sig.         | 0                                                       |

Existe diferencia entre el gasto de clientes con su edad.

**Tabla 21: Gasto consumo Familia/Amigos – Edad**

|      |             | Gasto en Consumos fuera de casa CON FAMILIARES O AMIGOS |            |             |             |             |             |          |
|------|-------------|---------------------------------------------------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------|
|      |             | No Responde                                             | \$5 - \$10 | \$10 - \$15 | \$15 - \$20 | \$20 - \$30 | Más de \$30 | No gasto |
|      |             | Recuento                                                | Recuento   | Recuento    | Recuento    | Recuento    | Recuento    | Recuento |
| Edad | No Responde | 10                                                      | 0          | 5           | 3           | 0           | 2           | 2        |
|      | 20 - 25     | 0                                                       | 19         | 14          | 28          | 26          | 11          | 5        |
|      | 26 - 39     | 1                                                       | 17         | 27          | 26          | 35          | 24          | 1        |
|      | 40 - 54     | 0                                                       | 2          | 1           | 12          | 9           | 7           | 1        |
|      | 55 - 69     | 1                                                       | 1          | 2           | 1           | 6           | 1           | 0        |

La generación Z, gasta mayormente desde los \$5 hasta máximo \$30 cuando consume con familiares o amigos. Los de la generación Milenials,

consumen desde los \$10 hasta más de \$30. La generación X, empieza su gasto desde valores más altos, desde los \$15 hasta más de \$30. Y finalmente los de la generación Baby Boomers, su gasto es aún mayor, ya su consumo empieza desde los \$20 en adelante.

### Gasto consumo Solo – Carga Familiar

*Tabla 22: Gasto consumo Solo – Carga Familiar*

| Pruebas de chi-cuadrado de Pearson |              |                                      |
|------------------------------------|--------------|--------------------------------------|
|                                    |              | Gasto en consumos fuera de casa SOLO |
| Carga Familiar                     | Chi-cuadrado | 160,429                              |
|                                    | gl           | 20                                   |
|                                    | Sig.         | 0                                    |

Si existe diferencia entre la carga familiar y el gasto de clientes cuando consumen fuera de casa solos.

*Tabla 23: Gasto consumo Solo – Carga Familiar*

|                |                   | Gasto en consumos fuera de casa SOLO |           |           |            |          |
|----------------|-------------------|--------------------------------------|-----------|-----------|------------|----------|
|                |                   | No Responde                          | \$2 - \$3 | \$3 - \$5 | Más de \$5 | No gasto |
|                |                   | Recuento                             | Recuento  | Recuento  | Recuento   | Recuento |
| Carga Familiar | No Responde       | 11                                   | 2         | 1         | 3          | 0        |
|                | Vivo Solo         | 0                                    | 3         | 9         | 17         | 0        |
|                | 2 Personas        | 0                                    | 6         | 9         | 26         | 3        |
|                | 3 Personas        | 2                                    | 7         | 18        | 29         | 3        |
|                | 4 Personas        | 1                                    | 8         | 22        | 35         | 3        |
|                | Más de 4 Personas | 0                                    | 13        | 21        | 37         | 11       |

Los consumidores que viven solos, con dos y hasta con cuatro personas gastan desde \$3 hasta más de \$5. Por otro lado los clientes que viven con más de cuatro personas, gastan de igual manera desde los \$3 hasta más de \$5, pero una parte importante de los consumidores empieza su consumo desde valores más pequeños o no gastan.

## Gasto consumo Familia/Amigos – Carga Familiar

**Tabla 24: Gasto consumo Familia/Amigos – Carga Familiar**

| Pruebas de chi-cuadrado de Pearson |              |                                                         |
|------------------------------------|--------------|---------------------------------------------------------|
|                                    |              | Gasto en Consumos fuera de casa CON FAMILIARES O AMIGOS |
| Carga Familiar                     | Chi-cuadrado | 165,458                                                 |
|                                    | gl           | 30                                                      |
|                                    | Sig.         | 0                                                       |

Existe diferencia entre el gasto de los clientes cuando visitan los puntos de venta con familia o amigos y su carga familiar.

**Tabla 25: Gasto consumo Familia/Amigos – Carga Familiar**

|                |                   | Gasto en Consumos fuera de casa CON FAMILIARES O AMIGOS |            |             |             |             |             |          |
|----------------|-------------------|---------------------------------------------------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------|
|                |                   | No Responde                                             | \$5 - \$10 | \$10 - \$15 | \$15 - \$20 | \$20 - \$30 | Más de \$30 | No gasto |
|                |                   | Recuento                                                | Recuento   | Recuento    | Recuento    | Recuento    | Recuento    | Recuento |
| Carga Familiar | No Responde       | 10                                                      | 0          | 3           | 1           | 1           | 2           | 0        |
|                | Vivo Solo         | 0                                                       | 6          | 6           | 7           | 4           | 6           | 0        |
|                | 2 Personas        | 0                                                       | 6          | 8           | 13          | 13          | 2           | 2        |
|                | 3 Personas        | 0                                                       | 8          | 8           | 19          | 11          | 11          | 2        |
|                | 4 Personas        | 1                                                       | 10         | 15          | 12          | 17          | 11          | 3        |
|                | Más de 4 Personas | 1                                                       | 9          | 9           | 18          | 30          | 13          | 2        |

Las familias que viven desde dos hasta tres personas, gastan desde \$15 hasta \$30. Mientras las que viven entre cuatro personas, el gasto empieza desde valores más pequeños, desde \$5 hasta más de \$30, es decir que al ser familias grandes el gasto aumenta, sin embargo también existe ahorro. Los datos obtenidos son muy parecidos en cada categoría, esto puede deberse a que cada familia tiene diferentes características de gasto.

### **2.1.3. Conclusiones**

Se puede concluir que el restaurante tiene un posicionamiento positivo por parte de sus clientes ya que, obtuvo excelentes puntuaciones de su servicio. Únicamente la empresa debe mejorar la presentación de los platos y un poco en la decoración de algunas sucursales. Los motivos por lo que los clientes visitan Coppelía es por: sabor, cantidad y precios, siendo estas tres variables lo que principalmente ofrece la empresa.

En cuanto a la imagen, la empresa lo maneja bien y utiliza colores adecuados, ya que los clientes consideran que la empresa no debe cambiar su imagen y debe usar colores como: amarillo, café, negro y tomate, siendo estos, utilizados por la marca.

Existen algunos errores en la comunicación, ya que la mayoría de los clientes no conocen todas las sucursales de la empresa, no recuerdan el logo y el eslogan de la marca y no perciben las distintas promociones que la empresa ha realizado.

Los puntos de venta que deben mejorar son: Borrero y Milenium Plaza, debido a que obtuvieron los menores porcentajes de preferencia de los clientes. Mientras que los dos restantes Presidente Córdova y Bolívar son los favoritos. Pero esto puede darse por la variedad del menú, los años en el mercado o porque existe mayor circulación del segmento de Coppelía para la zona donde están ubicadas estas dos sucursales.

La competencia de Coppelía por restaurantes se identificó a: Almuerzos por la zona, Pio Pio, Tutto Fredo, La Herradura y KFC. Y por categoría: Mariscos, Parrilladas y Pollerías. Los consumidores identifican a Coppelía como un restaurante que comercializa: carnes, mariscos y comida rápida. Siendo esto muy positivo para la empresa, ya que la misma vende todos los productos que comercializa su competencia ya sea por restaurantes o por categoría.

En cuanto al gasto de los clientes, cuando comen solos, el consumo inicia en \$3 y máximo \$5. Mientras que cuando consumen con familiares y amigos el gasto inicia en \$10 hasta más de \$30. El índice de gasto de los clientes facilita a la empresa, ya que la misma puede satisfacer a sus

distintos clientes, ya sea que consuman solos o acompañados, por la comodidad de sus precios.

Si la empresa deseara abrir una nueva sucursal, debe ser en la Remigio Crespo o Totoracocha, ya que obtuvieron un gran número de votos por los clientes.

Al realizar el análisis de relación entre el género, edad y carga familiar con la frecuencia de visita y el gasto, se concluye que la empresa debe realizar acciones para las distintas edades y géneros.

En cuanto al género, la empresa debe generar estrategias que llamen la atención a hombres y a mujeres. Ya sean que vengan solo o acompañados. De igual manera en cuanto al gasto, utilizar tácticas de precios que llamen la atención a los diferentes sexos.

La carga familiar también es un punto clave, ya que existe diferencia entre el gasto y la frecuencia de visita. Por lo que se sugiere realizar acciones que llamen la atención de los distintos grupos familiares. Sin olvidar que existe diferencia entre el género y la edad.

Y finalmente la edad. Existen diferencias entre la frecuencia de visita y el gasto dependiendo de la generación a la que pertenezcan los consumidores. Por lo que las estrategias que se vayan a utilizar deben ser conforme a los gustos y necesidades de cada generación. Las generaciones más jóvenes gastan más y consumen más, por lo que la empresa debe cuidar que el servicio sea satisfactorio para ellos. Y las generaciones mayores consumen valores más altos que las menores, por lo que el servicio debe satisfacer sus distintas necesidades.

Otro punto importante que se descubrió, es que Coppelia está ganando muchos clientes de generaciones jóvenes y está perdiendo generaciones mayores, por lo que debe buscar métodos que llamen la atención de este grupo de clientes.

Coppelia tiene una larga trayectoria en el mercado, en la cual se ha esforzado por crear lazos fuertes con sus clientes, y estos han valido la pena, debido a que sus clientes se sienten satisfechos con el servicio,

existen aspectos que se deben mejorar, pero no son de gravedad, al contrario son para mantener satisfechos a los clientes actuales. Y para ganar clientes, se debe realizar estrategias que llamen la atención de las distintas generaciones y géneros de maneras que les sean atractivas.

### **3. Capítulo 3: Análisis de la Competencia**

#### **3.1. Identificación de los Competidores de la Empresa**

Para identificar a la competencia de la cadena, se utilizó la información obtenida de la investigación a los clientes. Los mismos opinaron que Coppelia no tiene una competencia directa, ya que no existe en el mercado cuencano restaurantes que brinde la variedad que comercializa la empresa.

Sin embargo la empresa tiene competencia, ya que existe una gran variedad de restaurantes en la ciudad. Por lo que se procedió a identificar a los competidores por la experiencia de gerencia. Gerencia identificó a sus competidores en base a los productos que venden, cercanía de la zona del punto de venta y el nivel de consumidores que acaparan.

Se identificó a nueve restaurantes: Locales de Almuerzos de la zona, Pio Pio, El Manantial, Tutto Fredo, El Capuchino, Moliendo Café, La Herradura, KFC y Raymipampa. En cuanto a los locales de almuerzos de la zona, no se pudieron establecer nombres ya que los clientes no los identificaban, pero deben ser tomados en cuenta, por lo que los consumidores visitan con mucha frecuencia este tipo de restaurantes.

También se determinó que los clientes cuando salen con familiares y amigos consumen en diferentes tipos de restaurantes. Estableciendo catorce categorías: mariscos, parrilladas, comida rápida, sushi, almuerzos, pizza, pollerías, chifas, pasta gourmet, bistrós, fuera de la ciudad y comida mexicana.

Se puede decir que Coppelia no tiene competencia directa sin embargo existen restaurantes y categorías de restaurantes que si representan competencia para la cadena. Por lo que la empresa debe generar estrategias que captan la atención del mercado, y de esta manera prefieran visitar con más frecuencia los distintos puntos de venta.

### 3.2. Benchmarking

El benchmarking es una herramienta útil para estar al tanto del estado actual que existe entre una empresa y la competencia; se realiza esta comparación por medio de contraposición y análisis de servicios, productos y procesos que realizan las empresas. (Cárdenas, 2006) La correcta aplicación de este método permite a las empresas realizar mejoras en sus servicios, procesos y productos con el fin de eliminar errores e identificar oportunidades.

En Cárdenas (2006) Boxwell expone 4 tipos de benchmarking:

- competitivo,
- cooperativo,
- de colaboración e
- interno

En este análisis se usará el benchmarking de tipo competitivo, debido a su capacidad de medir: funciones, servicios, procesos, productos y actividades de la competencia, para que, por medio de la información recopilada, se encuentren soluciones a las dificultades suscitados.

Para la elaboración de benchmarking Spendolini en Cárdenas (2006) propone 5 pasos que se realizarán a continuación:

- 1. Establecer a qué se realizará el benchmarking:** identificar a los consumidores y sus necesidades.

Para este punto, mediante investigación cualitativa se estipuló cuáles son las características que los consumidores buscan en un restaurante. Determinando diez: sabor, calidad, rapidez, limpieza, cantidad, presentación del plato, atención al cliente, decoración del restaurante, variedad y precios.

- 2. Formar el equipo de Benchmarking:** determinar y elegir al mejor equipo para designar tareas.

Para la presente investigación el trabajo se realizará individualmente, y será el entrevistador quien realice las preguntas establecidas a los consumidores.

- 3. Identificar los socios Benchmarking:** búsqueda de la información necesaria para la comparación.

Para el benchmarking se estudiarán a nueve restaurantes y trece categorías de restaurantes, identificadas anteriormente.

- 4. Recopilar y analizar la información:** la información se recolecta en base a la investigación cuantitativa realizada a los consumidores, en base al siguiente diseño:

## Diseño Benchmarking:

24 Como califica los atributos de los siguientes Restaurantes:

|    |                            | Coppelia |       |      |            | Almuerzos |       |      |            | Pio Pio |       |      |            | El Manantial |       |      |            | Tutto Freddo |       |      |            | El Capuchino |       |      |            | Moliendo Café |       |      |            | La Herradura |       |      |            | KFC  |       |      |            | Raymipampa |       |      |            |
|----|----------------------------|----------|-------|------|------------|-----------|-------|------|------------|---------|-------|------|------------|--------------|-------|------|------------|--------------|-------|------|------------|--------------|-------|------|------------|---------------|-------|------|------------|--------------|-------|------|------------|------|-------|------|------------|------------|-------|------|------------|
|    |                            | Alto     | Medio | Bajo | No conozco | Alto      | Medio | Bajo | No conozco | Alto    | Medio | Bajo | No conozco | Alto         | Medio | Bajo | No conozco | Alto         | Medio | Bajo | No conozco | Alto         | Medio | Bajo | No conozco | Alto          | Medio | Bajo | No conozco | Alto         | Medio | Bajo | No conozco | Alto | Medio | Bajo | No conozco | Alto       | Medio | Bajo | No conozco |
| 1  | Sabor                      | 1        | 2     | 3    | 4          | 1         | 2     | 3    | 4          | 1       | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1             | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1    | 2     | 3    | 4          | 1          | 2     | 3    | 4          |
| 2  | Calidad                    | 1        | 2     | 3    | 4          | 1         | 2     | 3    | 4          | 1       | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1             | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1    | 2     | 3    | 4          | 1          | 2     | 3    | 4          |
| 3  | Rapidez                    | 1        | 2     | 3    | 4          | 1         | 2     | 3    | 4          | 1       | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1             | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1    | 2     | 3    | 4          | 1          | 2     | 3    | 4          |
| 4  | Limpieza                   | 1        | 2     | 3    | 4          | 1         | 2     | 3    | 4          | 1       | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1             | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1    | 2     | 3    | 4          | 1          | 2     | 3    | 4          |
| 5  | Cantidad                   | 1        | 2     | 3    | 4          | 1         | 2     | 3    | 4          | 1       | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1             | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1    | 2     | 3    | 4          | 1          | 2     | 3    | 4          |
| 6  | Presentación del plato     | 1        | 2     | 3    | 4          | 1         | 2     | 3    | 4          | 1       | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1             | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1    | 2     | 3    | 4          | 1          | 2     | 3    | 4          |
| 7  | Atención al Cliente        | 1        | 2     | 3    | 4          | 1         | 2     | 3    | 4          | 1       | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1             | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1    | 2     | 3    | 4          | 1          | 2     | 3    | 4          |
| 8  | Decoración del Restaurante | 1        | 2     | 3    | 4          | 1         | 2     | 3    | 4          | 1       | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1             | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1    | 2     | 3    | 4          | 1          | 2     | 3    | 4          |
| 9  | Variedad                   | 1        | 2     | 3    | 4          | 1         | 2     | 3    | 4          | 1       | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1             | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1    | 2     | 3    | 4          | 1          | 2     | 3    | 4          |
| 10 | Precios                    | 1        | 2     | 3    | 4          | 1         | 2     | 3    | 4          | 1       | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1             | 2     | 3    | 4          | 1            | 2     | 3    | 4          | 1    | 2     | 3    | 4          | 1          | 2     | 3    | 4          |

Los consumidores calificaron diez características de diez restaurantes, incluyendo Coppelía. Mediante calificaciones divididas en altas, medias y bajas. Obteniendo los siguientes hallazgos:

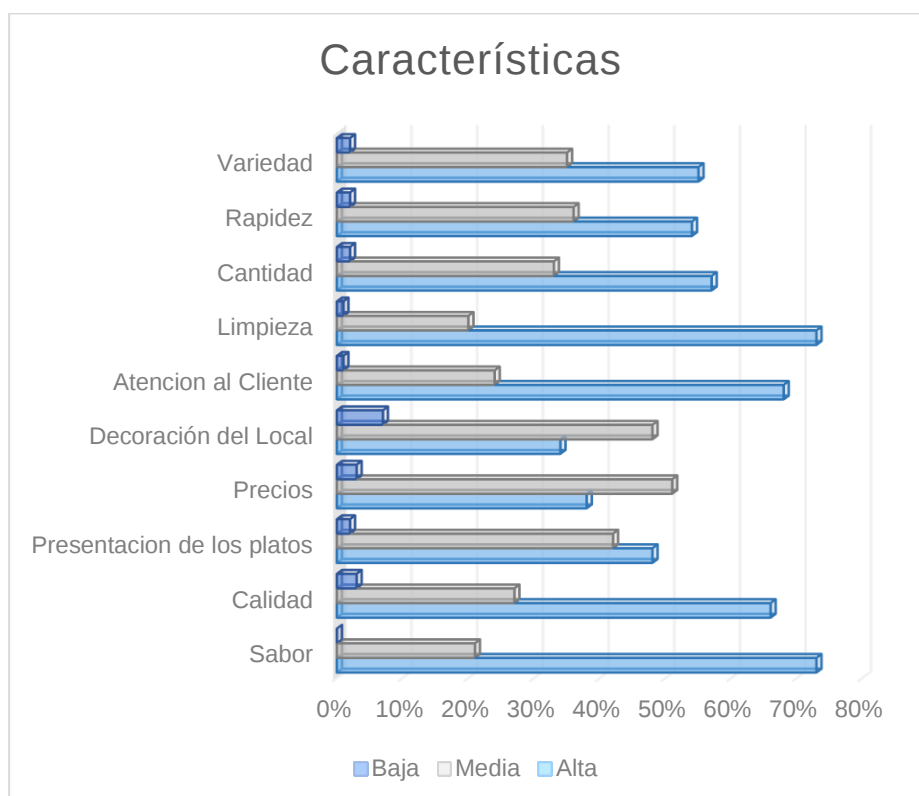
### Coppelía:

**Tabla 26: Calificación Servicio**

| Características            | Alta | Media | Baja | No Responde | Total |
|----------------------------|------|-------|------|-------------|-------|
| Sabor                      | 73%  | 21%   | 0%   | 6%          | 100%  |
| Calidad                    | 66%  | 27%   | 3%   | 4%          | 100%  |
| Presentación de los platos | 48%  | 42%   | 2%   | 8%          | 100%  |
| Precios                    | 38%  | 51%   | 3%   | 8%          | 100%  |
| Decoración del Local       | 34%  | 48%   | 17%  | 1%          | 100%  |
| Atención al Cliente        | 68%  | 24%   | 1%   | 7%          | 100%  |
| Limpieza                   | 73%  | 20%   | 1%   | 6%          | 100%  |
| Cantidad                   | 57%  | 33%   | 2%   | 8%          | 100%  |
| Rapidez                    | 54%  | 36%   | 2%   | 8%          | 100%  |
| Variedad                   | 55%  | 35%   | 2%   | 8%          | 100%  |

Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 12: Calificación Servicio**



Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico, la mayor parte de las calificaciones son altas en cada una de las características del restaurante. La presentación del plato obtuvo calificaciones similares entre altas y medias. La decoración del restaurante también obtuvo calificación media.

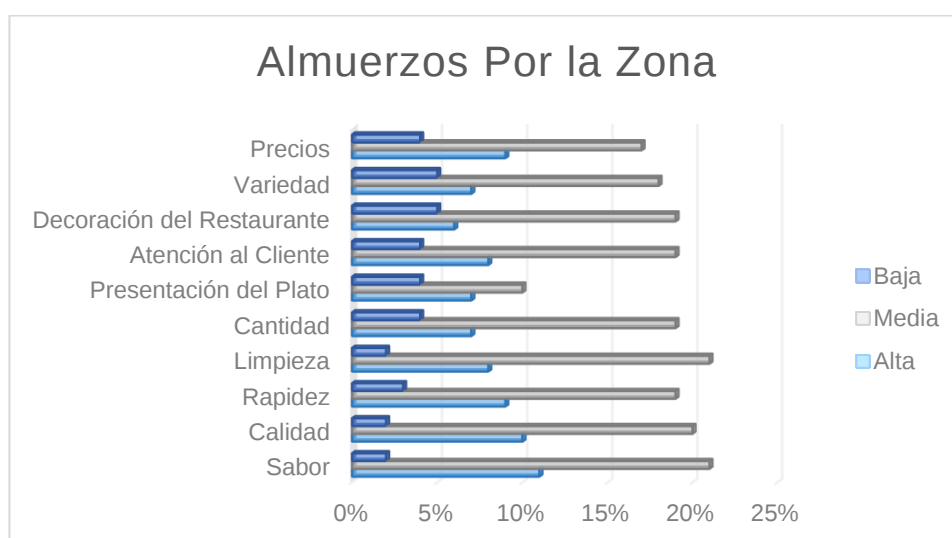
### Almuerzos por la Zona:

**Tabla 27: Benchmarking Almuerzos por la Zona**

| Almuerzos Por la Zona      |      |       |      |
|----------------------------|------|-------|------|
| Características            | Alta | Media | Baja |
| Sabor                      | 11%  | 21%   | 2%   |
| Calidad                    | 10%  | 20%   | 2%   |
| Rapidez                    | 9%   | 19%   | 3%   |
| Limpieza                   | 8%   | 21%   | 2%   |
| Cantidad                   | 7%   | 19%   | 4%   |
| Presentación del Plato     | 7%   | 10%   | 4%   |
| Atención al Cliente        | 8%   | 19%   | 4%   |
| Decoración del Restaurante | 6%   | 19%   | 5%   |
| Variedad                   | 7%   | 18%   | 5%   |
| Precios                    | 9%   | 17%   | 4%   |
| <b>No Conoce</b>           | 68%  |       |      |

Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 13: Benchmarking Almuerzos por la Zona**



Fuente: Elaboración Propia

El 68% de los clientes de la empresa, no conoce específicamente los restaurantes de almuerzos por la zona. Los clientes que si lo conocen opinan que el servicio es medio, debido a que todas las características obtuvieron esa calificación. En cuanto al precio, los consumidores opinaron que este tipo de restaurantes manejan precio bajos o medios.

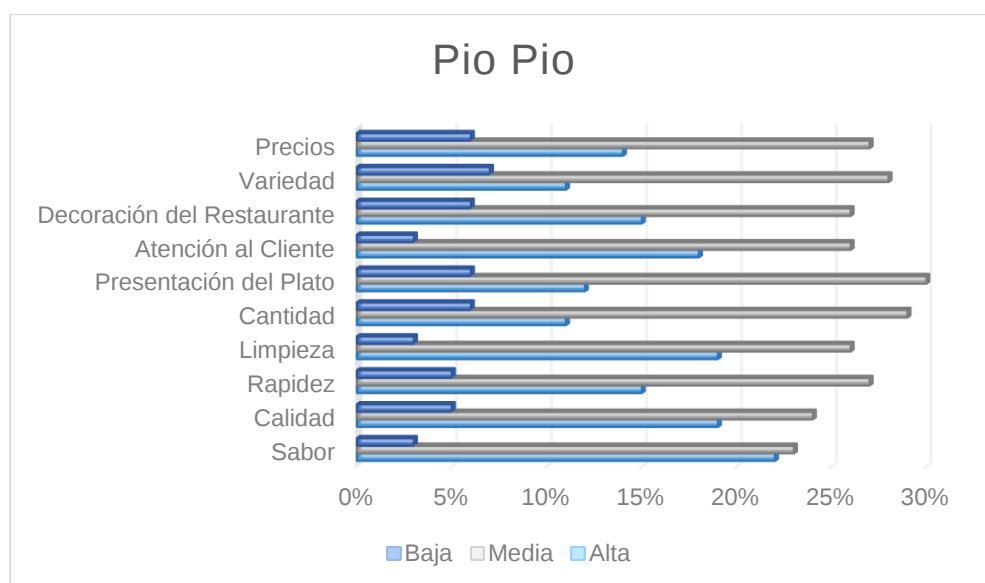
## Pio Pio

**Tabla 28: Benchmarking Pio Pio**

| Pio Pio                    |      |       |      |
|----------------------------|------|-------|------|
| Características            | Alta | Media | Baja |
| Sabor                      | 22%  | 23%   | 3%   |
| Calidad                    | 19%  | 24%   | 5%   |
| Rapidez                    | 15%  | 27%   | 5%   |
| Limpieza                   | 19%  | 26%   | 3%   |
| Cantidad                   | 11%  | 29%   | 6%   |
| Presentación del Plato     | 12%  | 30%   | 6%   |
| Atención al Cliente        | 18%  | 26%   | 3%   |
| Decoración del Restaurante | 15%  | 26%   | 6%   |
| Variedad                   | 11%  | 28%   | 7%   |
| Precios                    | 14%  | 27%   | 6%   |
| <b>No Conoce</b>           | 52%  |       |      |

Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 14: Benchmarking Pio Pio**



Fuente: Elaboración Propia

El 52% de los consumidores no conoce Pio Pio, y los que no conocen, calificaron a la mayoría de características como medias, tan solo el sabor obtuvo calificaciones entre medias y altas. En cuanto al precio, los consumidores opinan que los mismos son medios.

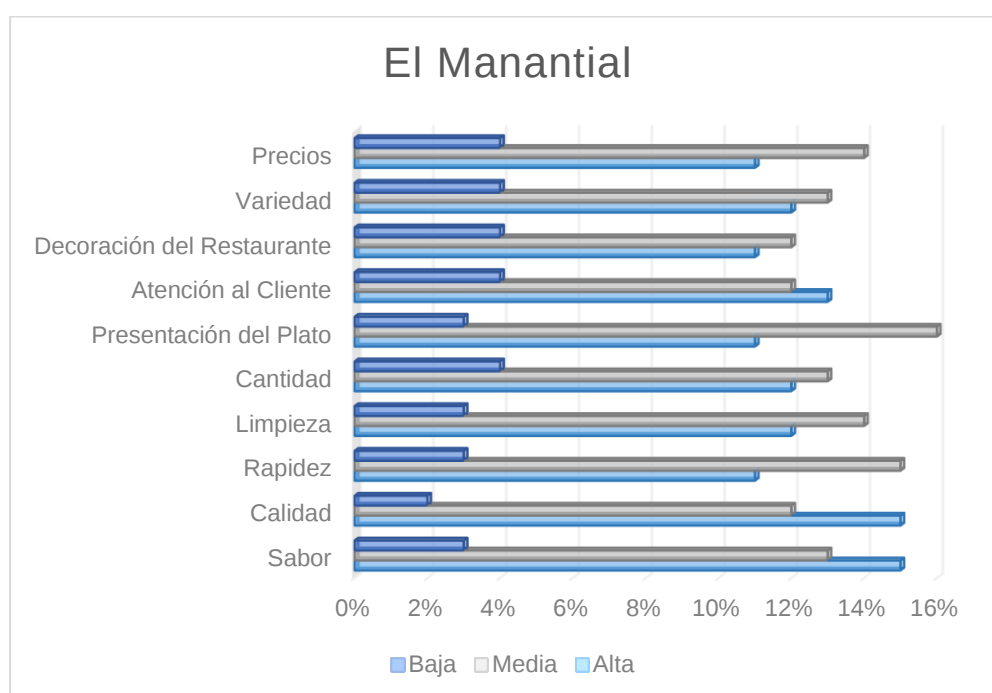
## El Manantial

**Tabla 29: Benchmarking El Manantial**

| El Manantial               |      |       |      |
|----------------------------|------|-------|------|
| Características            | Alta | Media | Baja |
| Sabor                      | 15%  | 13%   | 3%   |
| Calidad                    | 15%  | 12%   | 2%   |
| Rapidez                    | 11%  | 15%   | 3%   |
| Limpieza                   | 12%  | 14%   | 3%   |
| Cantidad                   | 12%  | 13%   | 4%   |
| Presentación del Plato     | 11%  | 16%   | 3%   |
| Atención al Cliente        | 13%  | 12%   | 4%   |
| Decoración del Restaurante | 11%  | 12%   | 4%   |
| Variedad                   | 12%  | 13%   | 4%   |
| Precios                    | 11%  | 14%   | 4%   |
| <b>No Conoce</b>           | 70%  |       |      |

Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 15: Benchmarking El Manantial**



Fuente: Elaboración Propia

El 70% de los clientes no conocen el restaurante. Los que sí lo conocen dieron calificaciones altas en sabor, calidad y atención al cliente. En cuanto a las variables de variedad, decoración, presentación del plato, cantidad, limpieza, y rapidez obtuvieron calificaciones medias. Otro punto importante es que las calificaciones bajas no sobrepasan a las medias y altas, pero tienen un porcentaje considerable de votos. Los consumidores perciben que los precios son entre altos y medios.

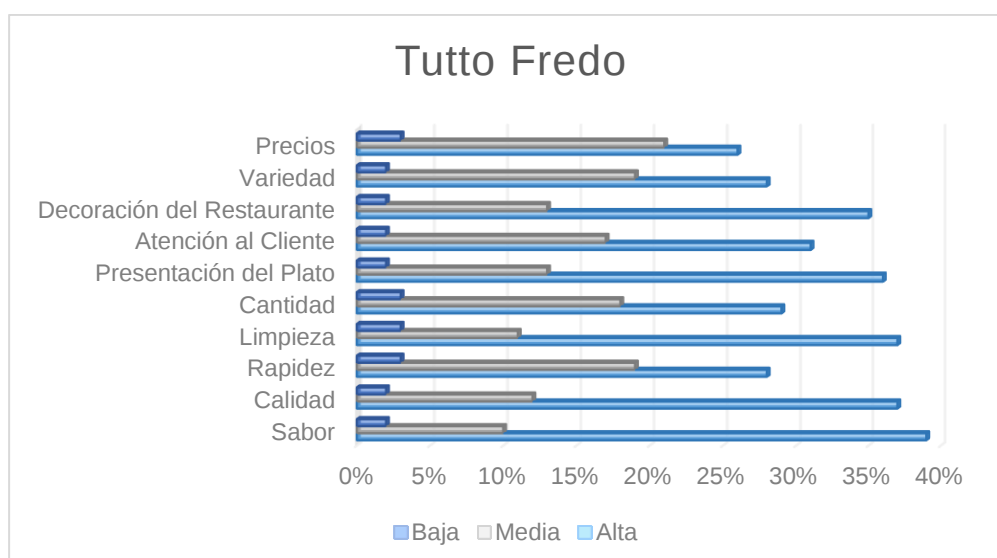
## Tutto Fredo

Tabla 30: Benchmarking Tutto Fredo

| Tutto Fredo                |      |       |      |
|----------------------------|------|-------|------|
| Características            | Alta | Media | Baja |
| Sabor                      | 39%  | 10%   | 2%   |
| Calidad                    | 37%  | 12%   | 2%   |
| Rapidez                    | 28%  | 19%   | 3%   |
| Limpieza                   | 37%  | 11%   | 3%   |
| Cantidad                   | 29%  | 18%   | 3%   |
| Presentación del Plato     | 36%  | 13%   | 2%   |
| Atención al Cliente        | 31%  | 17%   | 2%   |
| Decoración del Restaurante | 35%  | 13%   | 2%   |
| Variedad                   | 28%  | 19%   | 2%   |
| Precios                    | 26%  | 21%   | 3%   |
| <b>No Conoce</b>           | 52%  |       |      |

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 16: Benchmarking Tutto Fredo



Fuente: Elaboración Propia

El 52% de los encuestados no conoce Tutto Fredo. Y los que si conocen calificaron a todas las variables estudiadas con puntuaciones altas, por parte de los consumidores, los mismos consideran que los precios que maneja la marca son altos.

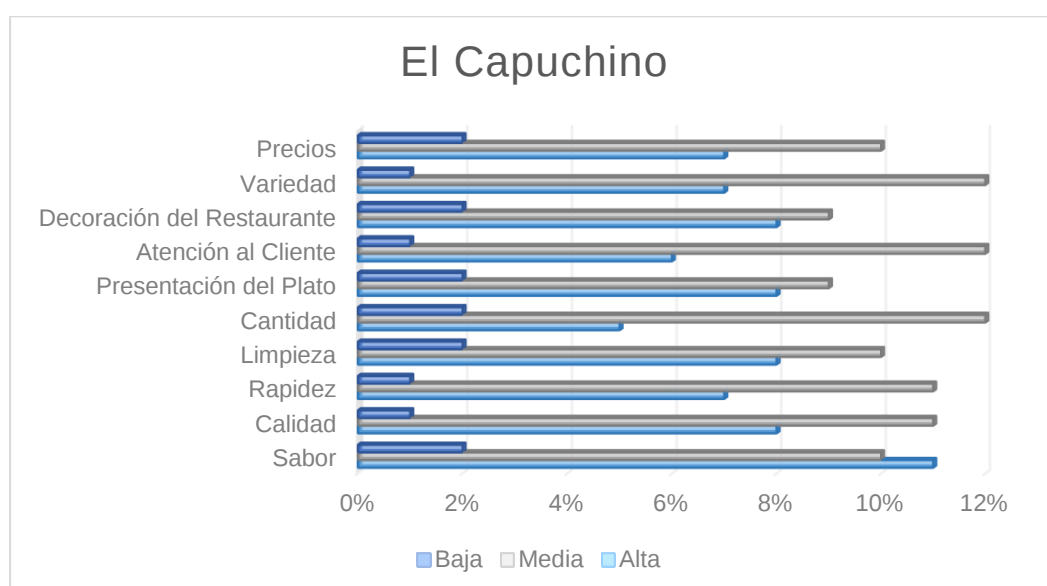
## El Capuchino

**Tabla 31: Benchmarking El Capuchino**

| El Capuchino               |      |       |      |
|----------------------------|------|-------|------|
| Características            | Alta | Media | Baja |
| Sabor                      | 11%  | 10%   | 2%   |
| Calidad                    | 8%   | 11%   | 1%   |
| Rapidez                    | 7%   | 11%   | 1%   |
| Limpieza                   | 8%   | 10%   | 2%   |
| Cantidad                   | 5%   | 12%   | 2%   |
| Presentación del Plato     | 8%   | 9%    | 2%   |
| Atención al Cliente        | 6%   | 12%   | 1%   |
| Decoración del Restaurante | 8%   | 9%    | 2%   |
| Variedad                   | 7%   | 12%   | 1%   |
| Precios                    | 7%   | 10%   | 2%   |
| <b>No Conoce</b>           | 80%  |       |      |

Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 17: Benchmarking El Capuchino**



Fuente: Elaboración Propia

El 80% de los clientes no conoce el restaurante, los que sí lo conocen, dieron calificaciones altas en cuanto al sabor. Las variables restantes obtuvieron calificaciones medias. Los precios que maneja El Capuchino según los consumidores son medios.

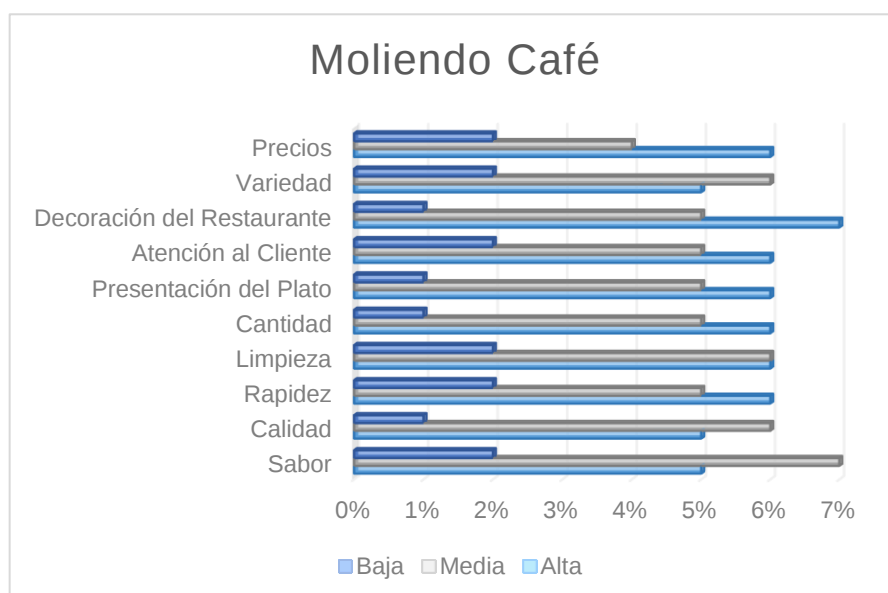
## Moliendo Café

**Tabla 32: Benchmarking Moliendo Café**

| Moliendo Café              |      |       |      |
|----------------------------|------|-------|------|
| Características            | Alta | Media | Baja |
| Sabor                      | 5%   | 7%    | 2%   |
| Calidad                    | 5%   | 6%    | 1%   |
| Rapidez                    | 6%   | 5%    | 2%   |
| Limpieza                   | 6%   | 6%    | 2%   |
| Cantidad                   | 6%   | 5%    | 1%   |
| Presentación del Plato     | 6%   | 5%    | 1%   |
| Atención al Cliente        | 6%   | 5%    | 2%   |
| Decoración del Restaurante | 7%   | 5%    | 1%   |
| Variedad                   | 5%   | 6%    | 2%   |
| Precios                    | 6%   | 4%    | 2%   |
| <b>No Conoce</b>           | 87%  |       |      |

Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 18: Benchmarking Moliendo Café**



Fuente: Elaboración Propia

El 87% de los encuestados no conoce Moliendo Café. Y para los que si conocen, opinan que el restaurante maneja muy bien la atención al cliente, presentación del plato, rapidez y cantidades. Mientras que la limpieza tiene igual número de calificaciones medias y altas. Las variables como variedad, calidad y sabor recibieron calificaciones medias. Los clientes opinan que los precios del restaurante son altos.

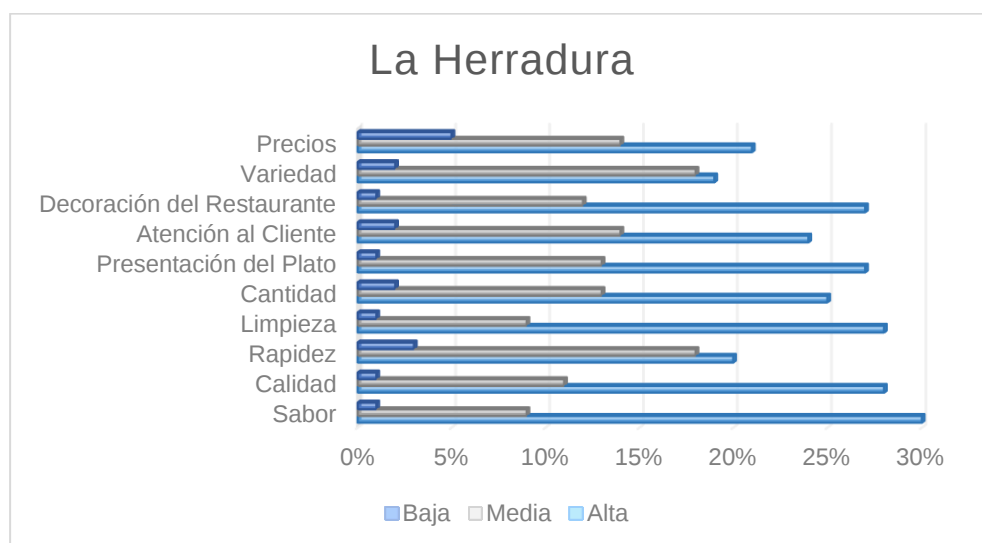
## La Herradura

**Tabla 33: Benchmarking La Herradura**

| La Herradura               |      |       |      |
|----------------------------|------|-------|------|
| Características            | Alta | Media | Baja |
| Sabor                      | 30%  | 9%    | 1%   |
| Calidad                    | 28%  | 11%   | 1%   |
| Rapidez                    | 20%  | 18%   | 3%   |
| Limpieza                   | 28%  | 9%    | 1%   |
| Cantidad                   | 25%  | 13%   | 2%   |
| Presentación del Plato     | 27%  | 13%   | 1%   |
| Atención al Cliente        | 24%  | 14%   | 2%   |
| Decoración del Restaurante | 27%  | 12%   | 1%   |
| Variedad                   | 19%  | 18%   | 2%   |
| Precios                    | 21%  | 14%   | 5%   |
| <b>No Conoce</b>           | 60%  |       |      |

Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 19: Benchmarking La Herradura**



Fuente: Elaboración Propia

El 60% de los consumidores de la empresa no conocen La Herradura. Los encuestados que conocen la cadena calificaron a todas las variables con puntuaciones altas. Sin embargo la variedad y la rapidez tienen calificaciones medias considerables.

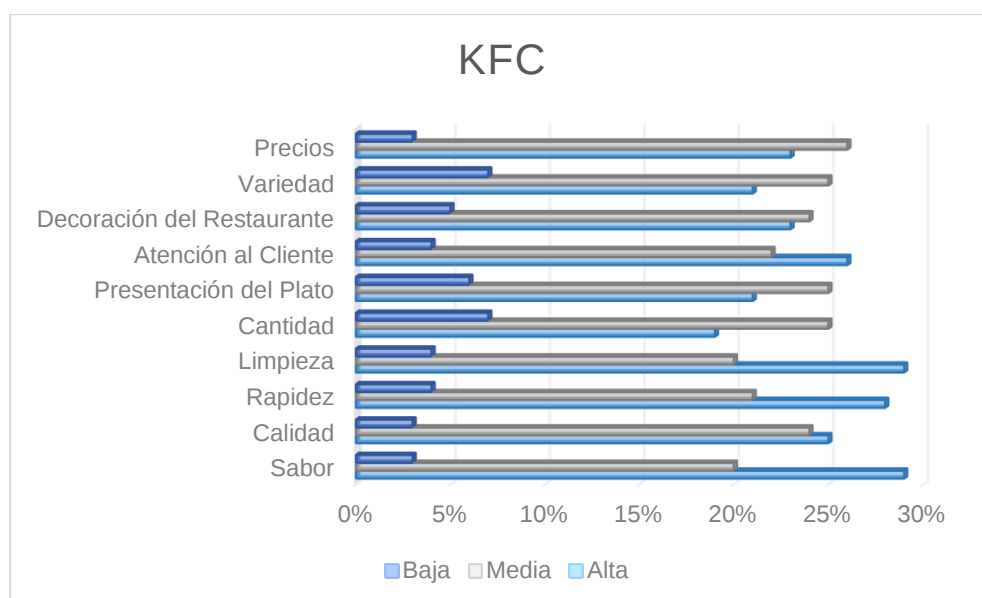
## KFC

**Tabla 34: Benchmarking KFC**

| KFC                        |      |       |      |
|----------------------------|------|-------|------|
| Características            | Alta | Media | Baja |
| Sabor                      | 29%  | 20%   | 3%   |
| Calidad                    | 25%  | 24%   | 3%   |
| Rapidez                    | 28%  | 21%   | 4%   |
| Limpieza                   | 29%  | 20%   | 4%   |
| Cantidad                   | 19%  | 25%   | 7%   |
| Presentación del Plato     | 21%  | 25%   | 6%   |
| Atención al Cliente        | 26%  | 22%   | 4%   |
| Decoración del Restaurante | 23%  | 24%   | 5%   |
| Variedad                   | 21%  | 25%   | 7%   |
| Precios                    | 23%  | 26%   | 3%   |
| <b>No Conoce</b>           | 47%  |       |      |

Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 20: Benchmarking KFC**



Fuente: Elaboración Propia

El 47% de los consumidores de la empresa no conocen KFC. Los clientes que conocen la marca perciben que las variables de sabor, calidad, limpieza y atención de cliente, tienen calificaciones altas. Mientras que variedad, decoración y presentación del plato obtuvieron calificaciones medias. Es necesario mencionar que la calidad obtuvo calificaciones muy similares entre alto y medios, con una diferencia tan solo del 1%. Los consumidores opinan que los precios que maneja la empresa son medios.

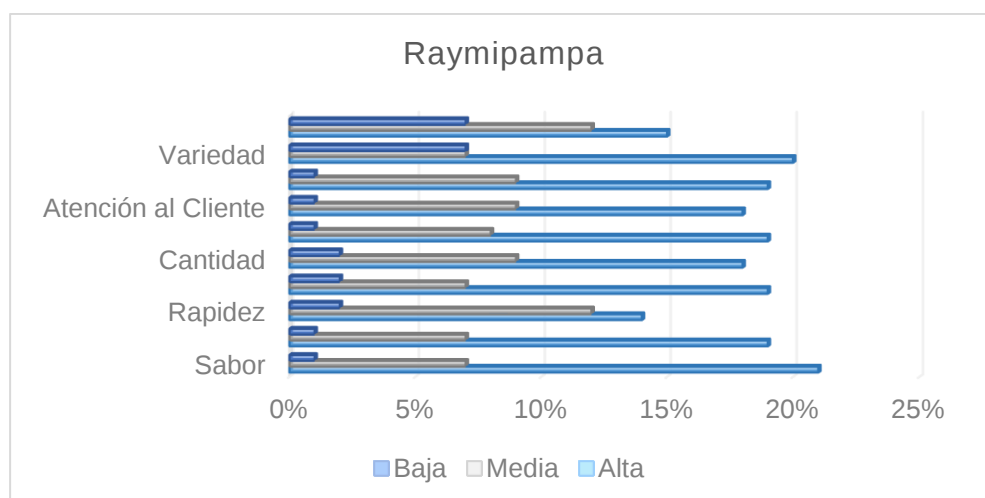
## Raymipampa

**Tabla 35: Benchmarking Raymipampa**

| Raymipampa                 |      |       |      |
|----------------------------|------|-------|------|
| Características            | Alta | Media | Baja |
| Sabor                      | 21%  | 7%    | 1%   |
| Calidad                    | 19%  | 7%    | 1%   |
| Rapidez                    | 14%  | 12%   | 2%   |
| Limpieza                   | 19%  | 7%    | 2%   |
| Cantidad                   | 18%  | 9%    | 2%   |
| Presentación del Plato     | 19%  | 8%    | 1%   |
| Atención al Cliente        | 18%  | 9%    | 1%   |
| Decoración del Restaurante | 19%  | 9%    | 1%   |
| Variedad                   | 20%  | 7%    | 7%   |
| Precios                    | 15%  | 12%   | 7%   |
| <b>No Conoce</b>           | 71%  |       |      |

Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 21: Benchmarking Raymipampa**



Fuente: Elaboración Propia

El 71% de los clientes no conocen el restaurante, sin embargo los que sí lo conocen dieron calificaciones altas a todos los servicios. Los precios que maneja el restaurante según los encuestados son altos.

## Matriz Benchmarking

Al conocer las opiniones de los clientes de Coppelia frente a su competencia, se puede realizar una matriz de comparación, la misma que servirá para conocer cómo se encuentra cada característica del restaurante frente a sus competidores, que en este caso serán nueve.

**Tabla 36: Matriz Benchmarking**

|              |                       | Características                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
|--------------|-----------------------|---------------------------------|-------|---------|---------|----------|----------|------------------------|---------------------|----------------------------|----------|---------|
|              |                       | Conocimiento del Punto de Venta | Sabor | Calidad | Rapidez | Limpieza | Cantidad | Presentación del Plato | Atención al Cliente | Decoración del Restaurante | Variedad | Precios |
| Restaurantes | Coppelia              |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
|              | Almuerzos Por la Zona |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
|              | Pio Pio               |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
|              | El Manantial          |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
|              | Tutto Fredo           |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
|              | El Capuchino          |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
|              | Moliendo Café         |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
|              | La Herradura          |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
|              | KFC                   |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
|              | Raymipampa            |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |

|  |       |
|--|-------|
|  | ALTO  |
|  | MEDIO |
|  | BAJO  |

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la tabla, Coppelía cuenta con calificaciones altas en todas las características, sin embargo, su competencia cuenta con calificaciones entre medias y altas, lo que quiere decir que, los restaurantes presentan una competencia significativa, pero, los porcentajes de desconocimiento de los distintos restaurantes por parte de los consumidores es alta, siendo esto positivo para la cadena

### Comparación Entre Restaurantes

Para analizar con mayor profundidad a la competencia, se realizará comparaciones de Coppelía con cada uno de los restaurantes estudiados.

### Coppelía – Almuerzos por la Zona

*Tabla 37: Benchmarking Coppelía - Almuerzos por la Zona*

|                       | Características                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
|-----------------------|---------------------------------|-------|---------|---------|----------|----------|------------------------|---------------------|----------------------------|----------|---------|
|                       | Conocimiento del Punto de Venta | Sabor | Calidad | Rapidez | Limpieza | Cantidad | Presentación del Plato | Atención al Cliente | Decoración del Restaurante | Variedad | Precios |
| Coppelía              |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
| Almuerzos Por la Zona |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |

Fuente: Elaboración Propia

Coppelía es superior en el servicio que ofrece, versus al de almuerzos por la zona, los clientes perciben que los dos manejan precios medios. Cabe recalcar que en la investigación cualitativa, los encuestados reconocían que los locales de almuerzos que comercializan sus productos cerca de las sucursales de Coppelía, son una competencia fuerte, sin embargo, no recordaban el nombre de estos locales, esto quiere decir que estos puntos de venta no trabajan en su marca, únicamente laboran para vender, generando que los clientes consuman únicamente por conveniencia. Mientras que Coppelía genera experiencias a los clientes como también recordación de marca, provocando fidelidad en los consumidores.

## Coppelia – Pio Pio

**Tabla 38: Benchmarking Coppelia - Pio Pio**

|          | Características                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
|----------|---------------------------------|-------|---------|---------|----------|----------|------------------------|---------------------|----------------------------|----------|---------|
|          | Conocimiento del Punto de Venta | Sabor | Calidad | Rapidez | Limpieza | Cantidad | Presentación del Plato | Atención al Cliente | Decoración del Restaurante | Variedad | Precios |
| Coppelia |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
| Pio Pio  |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |

Fuente: Elaboración Propia

Pio Pio no representa una fuerte competencia a la empresa, debido a que la calificación de su servicio es media, mientras que las calificaciones de Coppelia son altas. Para los consumidores, los dos restaurantes manejan precios medios.

## Coppelia – El Manantial

**Tabla 39: Benchmarking Coppelia - El Manantial**

|              | Características                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
|--------------|---------------------------------|-------|---------|---------|----------|----------|------------------------|---------------------|----------------------------|----------|---------|
|              | Conocimiento del Punto de Venta | Sabor | Calidad | Rapidez | Limpieza | Cantidad | Presentación del Plato | Atención al Cliente | Decoración del Restaurante | Variedad | Precios |
| Coppelia     |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
| El Manantial |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |

Fuente: Elaboración Propia

El Manantial tiene algunas características altas, aunque no muchas pero son representativas, como lo es: sabor, calidad y atención al cliente.

La variable sabor, fue seleccionada entre los motivos por lo cual los clientes visitan Coppelia, y El Manantial recibió calificaciones altas, por lo que le empresa debe precautelar mantener el sabor y si es posible mejorarlo.

En cuanto a los precios, para los consumidores los dos puntos de venta manejan precios medios.

## Coppelia – Tutto Fredo

**Tabla 40: Benchmarking Coppelia - Tutto Fredo**

|             | Características                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
|-------------|---------------------------------|-------|---------|---------|----------|----------|------------------------|---------------------|----------------------------|----------|---------|
|             | Conocimiento del Punto de Venta | Sabor | Calidad | Rapidez | Limpieza | Cantidad | Presentación del Plato | Atención al Cliente | Decoración del Restaurante | Variedad | Precios |
| Coppelia    |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
| Tutto Fredo |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |

Fuente: Elaboración Propia

Tutto Fredo representa una competencia fuerte para la empresa, debido a que todas las características recibieron calificaciones altas. Por lo que la empresa debe buscar la manera de que los clientes preferirán visitar más seguido Coppelia. Para los consumidores los precios que maneja Tutto Fredo, son altos.

## El Capuchino

**Tabla 41: Benchmarking Coppelia - El Capuchino**

|              | Características                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
|--------------|---------------------------------|-------|---------|---------|----------|----------|------------------------|---------------------|----------------------------|----------|---------|
|              | Conocimiento del Punto de Venta | Sabor | Calidad | Rapidez | Limpieza | Cantidad | Presentación del Plato | Atención al Cliente | Decoración del Restaurante | Variedad | Precios |
| Coppelia     |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
| El Capuchino |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |

Fuente: Elaboración Propia

El Capuchino no representa una competencia fuerte para la empresa, ya que la mayoría de variables obtuvieron calificación media, sin embargo el sabor de los productos obtuvieron puntuaciones altas, y debido a que el sabor es uno de los motivos por lo que los clientes asisten a Coppelia, la empresa debe cuidar que esta característica no pierda valor para sus clientes.

## Moliendo Café

**Tabla 42: Benchmarking Coppelia - Moliendo Café**

|               | Características                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
|---------------|---------------------------------|-------|---------|---------|----------|----------|------------------------|---------------------|----------------------------|----------|---------|
|               | Conocimiento del Punto de Venta | Sabor | Calidad | Rapidez | Limpieza | Cantidad | Presentación del Plato | Atención al Cliente | Decoración del Restaurante | Variedad | Precios |
| Coppelia      |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
| Moliendo Café |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |

Fuente: Elaboración Propia

El restaurante presenta una competencia media para la empresa, ya que cuenta con tres características medias, y seis altas. Al ser un local que comercializa almuerzos debe ofrecer variedad, sin embargo, la calificación que obtuvo es media, mientras que Coppelia recibió alta, lo que quiere decir que los clientes encuentran más opciones cuando visitan la empresa. Sin embargo no debe descuidar las otras variables, ya que los clientes también aprecian de este restaurante.

## Coppelia – La Herradura

**Tabla 43: Benchmarking Coppelia - La Herradura**

|              | Características                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
|--------------|---------------------------------|-------|---------|---------|----------|----------|------------------------|---------------------|----------------------------|----------|---------|
|              | Conocimiento del Punto de Venta | Sabor | Calidad | Rapidez | Limpieza | Cantidad | Presentación del Plato | Atención al Cliente | Decoración del Restaurante | Variedad | Precios |
| Coppelia     |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
| La Herradura |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |

Fuente: Elaboración Propia

La Herradura representa una fuerte competencia para la empresa, ya que todas las variables recibieron valoraciones positivas, por lo que Coppelia debe buscar estrategias que sobrepasen el servicio de la Herradura. Por otro lado los precios que maneja la competencia son altos para los clientes.

## Coppelia – KFC

**Tabla 44: Benchmarking Coppelia - KFC**

|          | Características                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
|----------|---------------------------------|-------|---------|---------|----------|----------|------------------------|---------------------|----------------------------|----------|---------|
|          | Conocimiento del Punto de Venta | Sabor | Calidad | Rapidez | Limpieza | Cantidad | Presentación del Plato | Atención al Cliente | Decoración del Restaurante | Variedad | Precios |
| Coppelia |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
| KFC      |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |

Fuente: Elaboración Propia

A pesar que KFC sea una cadena muy grande, tiene algunas calificaciones medias en cuanto a su servicio, como lo es: cantidad, presentación del plato, decoración de los puntos de venta y variedad. Mientras que Coppelia mantiene todas sus calificaciones altas. Los precios de las dos empresas es medio para los consumidores.

## Coppelia – Raymipampa

**Tabla 45: Benchmarking Coppelia - Raymipampa**

|            | Características                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
|------------|---------------------------------|-------|---------|---------|----------|----------|------------------------|---------------------|----------------------------|----------|---------|
|            | Conocimiento del Punto de Venta | Sabor | Calidad | Rapidez | Limpieza | Cantidad | Presentación del Plato | Atención al Cliente | Decoración del Restaurante | Variedad | Precios |
| Coppelia   |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |
| Raymipampa |                                 |       |         |         |          |          |                        |                     |                            |          |         |

Fuente: Elaboración Propia

A pesar de que muy pocos clientes conocen el restaurante, calificaron como alto todos los servicios que brinda el mismo, los precios que maneja el restaurante son altos para los clientes. Coppelia debe buscar estrategias que aumenten la visita a la empresa y que los servicios que ofrecen se mantengan todo el tiempo con altas puntuaciones.

## Análisis de la Categorías

Coppelia es una cadena que ofrece a sus clientes alimentos ya sea para todos los días, o para fines de semana, y al realizar la investigación cuantitativa, se descubrió que los consumidores visitan distintos tipos de restaurantes, pero no se rigen al restaurante en sí, sino en la categoría en la que se encuentra. Por lo que se establecieron 13 categorías en el estudio, para conocer contra que tipos de restaurantes compite Coppelia, donde los encuestados debían seleccionar tres categorías de su mayor preferencia. Obteniendo los siguientes resultados:

**Tabla 46: Benchmarking Categorías**

| Primera Opción     |            | Segunda Opción     |            | Tercera Opción     |            |
|--------------------|------------|--------------------|------------|--------------------|------------|
| Categoría          | Frecuencia | Categoría          | Frecuencia | Categoría          | Frecuencia |
| Mariscos           | 165        | Parrilladas        | 76         | Pollerías          | 53         |
| Parrilladas        | 53         | Almuerzos          | 39         | Pizza              | 35         |
| Almuerzos          | 18         | Comida Rápida      | 34         | Chifas             | 28         |
| Comida Rápida      | 10         | Pizza              | 32         | Almuerzos          | 23         |
| Pizza              | 8          | Pollerías          | 30         | Fuera de la Ciudad | 21         |
| Fuera de la Ciudad | 8          | Chifas             | 10         | Bistros            | 16         |
| Pollerías          | 7          | Sushi              | 9          | Comida Mexicana    | 12         |
| Otros              | 6          | Fuera de la Ciudad | 7          | Comida Rápida      | 11         |
| Sushi              | 5          | Gourmet            | 4          | Pasta              | 9          |
| Chifas             | 2          | Mariscos           | 3          | Otros              | 5          |
| Pasta              | 2          | Pasta              | 3          | Parrilladas        | 3          |
| Gourmet            | 0          | Otros              | 1          | Sushi              | 3          |
| Bistros            | 0          | Bistros            | 0          | Gourmet            | 3          |
| Comida Mexicana    | 0          | Comida Mexicana    | 0          | Mariscos           | 0          |

Fuente: Elaboración Propia

Las marisquerías, parrilladas y pollerías, son los tres tipos de restaurante que los consumidores prefieren. Los almuerzos, comida rápida y chifas, son los segundos preferidos por el mercado. Las categorías restantes, aunque con pocos votos son competencia, debido a que los consumidores asisten a ese tipo de restaurantes en ocasiones especiales, dándole señales a la empresa de implementar estrategias que llamen a los clientes a consumir en ocasiones especiales.

## **5. Tomar acciones.**

Para el último paso, se utilizará todos los resultados obtenidos para la creación de propuestas que mejoren la imagen de Coppelia ante sus competidores, como también crear ventajas competitivas que permitan a la cadena apalancarse en el mercado. Las propuestas serán plasmadas en el siguiente capítulo.

### **3.3. Conclusiones**

Una vez realizado el análisis de la competencia de Coppelia, se determinó que Coppelia no tiene una competencia directa, debido a que no existe en el mercado restaurantes que ofrezcan la variedad de productos al nivel de precios que ofrece la cadena, por lo que la empresa debe competir con restaurantes similares. En cuanto a las características del restaurante, cuenta con excelentes calificaciones por parte de sus clientes, por lo que debe esforzarse por mantener y mejorar su servicio.

En cuanto a la competencia por restaurantes, las más fuertes según las opiniones de los clientes son: Tutto Fredo, Moliendo Café, La Herradura, KFC y Raymipampa, a pesar de que un número muy bajo de clientes conocen algunos de estos restaurantes, los mismos representan competencia, ya que alcanzaron excelentes calificaciones de ellos.

En lo que respecta a la competencia por categoría, los consumidores visitan frecuentemente: Marisquerías, Parrilladas y Pollerías. Siendo esto positivo para la empresa, ya que la misma comercializa estos productos, por lo que puede satisfacer las necesidades de sus consumidores. Las otras categorías estudiadas, son visitadas por los clientes en ocasiones especiales, por lo que la cadena debe implementar estrategias que inviten a sus clientes a visitar las sucursales en ocasiones especiales.

Una variable muy importante que se descubrió en la investigación es el precio, ya que el segmento de Coppelia, inicia su gasto con valores desde los \$3, siendo este un valor muy bajo, y conveniente para la empresa. Ya

que ofrece productos desde este valor, esto con respecto a los consumidores que comen solos. En cuanto a los clientes que consumen entre familia y amigos, el gasto inicia en \$10, de igual manera, es un aspecto positivo para la empresa ya que, un grupo de tres personas, o una familia de cuatro integrantes pueden adquirir un producto cada uno y gastar tan solo \$15. Esto quiere decir que los precios que maneja Coppelia generan una ventaja competitiva, ya que los clientes calificaron a las empresas competidoras como, restaurantes que venden productos a precios entre medios y altos.

Finalmente se puede concluir que la competencia de Coppelia no sobrepasa el servicio de la empresa, y que los clientes están conformes con el servicio que le brinda la cadena, los motivos por lo que prefieren Coppelia (sabor, cantidad y precios) se encuentran muy valorados por los consumidores, por lo que la empresa debe generar estrategias para mantener, fidelizar y captar nuevos clientes.

## **4. Capítulo 4: Plan de Posicionamiento**

El posicionamiento es, según (Mora & Schupnik, s.f.), el lugar que un producto o servicio ocupa en la mente de los consumidores; siendo esto el resultado final del trabajo que se ha ejecutado con relación a la competencia. También nos indican que la percepción es lo que la persona considera verídico para sí misma. Esta percepción se da debido a la estimulación de los sentidos y esta estimulación se puede traducir en experiencias vividas o debido a los estímulos como tal.

Mora y Schupnik (s.f.) Indican que las empresas deben generar tácticas que satisfagan cada sentido por lo que es fundamental conocer el porcentaje en que estos estímulos afectan al consumidor:

- vista 55%,
- oído 18%,
- olfato 12%,
- tacto 10%, y
- gusto 5%.

### **Importancia del posicionamiento**

Actualmente existe excesivo ruido comercial ya que existen numerosas empresas diciendo que son las mejores además de competir entre ellas por posicionarse en la mente del consumidor. (Mora & Schupnik, s.f.) Cabe mencionar algunos aspectos fundamentales respecto al consumidor: el primero es que el consumidor se expone a un promedio de 500 mensajes publicitarios, lo cual es una cantidad no abarcable. Y en segundo lugar cabe mencionar que los consumidores solamente pueden manejar 7 marcas, motivo por el cual es fundamental que las marcas busquen posicionarse en ese top 7 de una manera que no confunda al consumidor.

## **Tipos de posicionamiento**

El tipo de posicionamiento varía de acuerdo a la manera en la que empresa desee posicionarse o la forma en la que el producto la requiera. Para Mora y Schupnik (s.f.), existen seis tipos de posicionamiento basado en:

- características del producto,
- precio/calidad,
- respecto al uso,
- respecto al usuario,
- por el estilo de vida y
- en relación a la competencia.

En base a los tipos de posicionamiento se podrá realizar las distintas propuestas de posicionamiento para clientes internos, externos y competencia

### **4.1. Propuesta de Posicionamiento para Clientes Internos**

Debido a que la investigación desarrollada al personal de ventas de la empresa dio como resultado que tan solo el 50% del personal está satisfecho con el clima laboral, se debe crear estrategias que aumenten la satisfacción y posicionamiento de la empresa, como la mejor opción para laborar. Por lo que se ha realizado 12 propuestas, las mismas que serán explicadas en base al objetivo, estrategia y táctica.

#### **Propuesta 1**

**Objetivo:** Mejorar el liderazgo en los supervisores de cada sucursal, para que los mismos puedan hacer frente a cualquier problema suscitado con el personal, como también con los clientes.

**Estrategia:** Liderazgo

**Táctica:** Contratación de expertos en liderazgo, para la capacitación a los supervisores de cada sucursal.

## **Propuesta 2**

**Objetivo:** mejorar la confianza de los trabajadores para obtener los resultados que la empresa desea.

**Estrategia:** Capacitaciones

**Táctica:** implementar un programa de capacitación para todo el personal ya sea para asuntos internos de la empresa como externos.

Dentro de la capacitación interna, se propone instruir a los trabajadores en: cocina, inventarios, atención al cliente e incremento en ventas. Con respecto a lo externo, se ha visto uno de los puntos más importantes, ya que si la empresa apoya al trabajador en su crecimiento personal, obtendrá excelentes resultados dentro del trabajo, ya que los empleados sentirán confianza para laborar, y percibirán que la empresa está invirtiendo en ellos y gratificarán a sus jefes mediante su trabajo. Por lo que se recomienda que los programas de capacitación estén basados en dos problemas principales según los trabajadores, inglés y computación.

Los trabajadores sienten temor al momento de utilizar el programa de la empresa, debido a su falta de conocimiento en ámbitos tecnológicos, es por ello que cursos básicos de computación ayudarán para que los empleados mejoren su rendimiento.

El idioma es otro problema que causa temor en los colaboradores, ya que la empresa recibe a menudo personas extranjeras, y los trabajadores no pueden brindar un buen servicio, por dificultad al expresarse. No es necesario que la empresa invierta en un curso completo de inglés, sin embargo contratar a personas especializadas que enseñen a los empleados lo básico de inglés para

expresarse será suficiente para que los mismos aumenten su confianza y brinden buena atención a los clientes extranjeros.

### **Propuesta 3**

**Objetivo:** mejorar la comunicación entre los supervisores con su grupo de trabajo, como también la de todos los trabajadores con las distas áreas de la empresa.

**Estrategia:** Comunicación

**Táctica:** debido a las distintas falencias en comunicación entre todas las áreas, se recomienda tres acciones.

La primera actividad a realizar, será hacer uso de la tecnología para el envío y recepción de mensajes, ya sea para cambios, implementaciones o comunicados. De esta manera las áreas de cocina, bodega, inventario y contabilidad podrán enviar el mensaje a todo el personal por igual. Para ello la empresa deberá crear correos corporativos por cada agente. Estos correos también servirán a los trabajadores del área de ventas enviar comunicados a las áreas oportunas sobre problemas o inquietudes.

La segunda proposición, es la creación de una matriz donde se establezcan pasos de enseñanza. Cada trabajador nuevo que ingrese a la empresa tendrá un orden para aprender cada aspecto de la empresa. Esta guía debe ser realizada conjuntamente con los trabajadores y supervisores. De esta manera se asegurará la enseñanza correcta de cada actividad que realiza la empresa. El supervisor de cada punto de venta estará a cargo del correcto aprendizaje del nuevo integrante.

Y por último, para los cambios grandes que se realicen, los mismos deben ser impresos y firmados por todos los integrantes que formen parte del cambio, de esta manera la empresa se asegurará que el mensaje fue dado a todos por igual.

#### **Propuesta 4**

**Objetivo:** conocer cómo se encuentra cada punto de venta, y poder realizar mejoras en base a metas y cambios a realizar, como también engrandecer la confianza en el equipo mediante la felicitación de trabajos bien hechos.

**Estrategia:** Charlas

**Táctica:** las charlas con el personal por parte de los jefes y supervisores, es apreciado por los trabajadores, pero en algunas sucursales no se dan con regularidad. Es por ello que se recomienda que se estipulen fechas fijas mensuales para la realización de estas charlas, dictadas en distintas fechas por los jefes y supervisores. Los temas principales que se debe tratar es: objetivos a cumplir, cambios a realizar y logros obtenidos.

Es muy importante que los supervisores realicen charlas con su equipo de trabajo, ya que son ellos quienes conviven más tiempo con los trabajadores, por lo que sabrán la mejor manera de llegar a ellos, motivarles y controlarles. Las charlas de los jefes también debe ser realizadas únicamente con los supervisores de las sucursales, para plantearles objetivos a cumplir con sus grupos de trabajo, y en estas charlas los supervisores podrán intercambiar ideas que ayuden a la mejora de los puntos venta.

Otro punto muy importante, es la realización de reuniones entre los supervisores y los encargados de las distintas áreas funcionales, para encontrar soluciones a problemas, en el caso que existan, o buscar acciones de mejora para la empresa.

#### **Propuesta 5**

**Objetivo:** Inspirar a los trabajadores para que realicen correctamente su trabajo y gratificar su labor mediante incentivos.

### **Estrategia:** Incentivos

**Táctica:** los incentivos promueven mucho a los trabajadores a desempeñar un buen trabajo, por lo que se propone realizar una matriz de incentivos, donde según el cumplimiento de ciertos objetivos ganan premios determinados. Tanto los objetivos a cumplir, como los premios deben ser estipulados por gerencia.

Se recomienda la utilización de la siguiente matriz:

*Tabla 47: Propuesta Incentivos*

| <b>Objetivo</b>   | <b>Incentivo</b> | <b>Periodo</b> |
|-------------------|------------------|----------------|
| <b>Objetivo 1</b> | Incentivo 1      | Tiempo         |
| <b>Objetivo 2</b> | Incentivo 2      | Tiempo         |
| <b>Objetivo 3</b> | Incentivo 3      | Tiempo         |

Fuente: Elaboración Propia

Esta tabla debe ser colocada a la vista de todo el personal, para que cada uno de los trabajadores se impulse a lograr los objetivos. Los premios que se ofrecen deben ser cumplidos a cabalidad y a tiempo, caso contrario causará efectos contrarios de motivación.

### **Propuesta 6**

**Objetivo:** conocer el entusiasmo de los trabajadores en crecer dentro de la empresa mediante el mejoramiento continuo de su trabajo, como también generar en el personal sentimientos de crecimiento laboral.

### **Estrategia:** Programas de Crecimiento

**Táctica:** Sentir que dentro de una empresa es posible crecer laboralmente, causa sentimientos agradables en el trabajador. A pesar que el personal de la empresa percibe que crece en la misma, no se ha establecido un programa de

crecimiento. Mediante este programa los trabajadores sentirán motivación por crecer, y cada rango que alcancen, aumentara su confianza, y los más importante, tendrán un motivo para ser mejores. Es recomendable que sea premiado por dicho crecimiento, para que el esfuerzo valga la pena.

Para el programa de crecimiento se ha realizado la siguiente propuesta:

**Tabla 48: Propuesta Programas de Crecimiento**

| Rango               | Obligaciones                                            | Beneficios                                                               | Periodo                                                                                        |
|---------------------|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nuevo Integrante    | Obligaciones específicas que debe cumplir en cada rango | Debido a su crecimiento determinar a qué beneficios se ha hecho acreedor | En cuanto tiempo debe cumplir las obligaciones o luego de cuánto tiempo lograra subir de rango |
| Aprendiz            |                                                         |                                                                          |                                                                                                |
| Integrante Oficial  |                                                         |                                                                          |                                                                                                |
| Pilar de la Empresa |                                                         |                                                                          |                                                                                                |

Fuente: Elaboración Propia

Los trabajadores deben contar con el apoyo y la ayuda de los jefes y supervisores para llegar más rápido al crecimiento deseado. Y se debe presionar a los trabajadores a que no se estanquen en niveles inferiores, y de ser así, la empresa deberá tomar medidas.

## **Propuesta 7**

**Objetivo:** Cumplir con las metas gerenciales mediante la colaboración del personal.

**Estrategia:** Planteamiento de Metas a Cumplir

**Táctica:** es necesario plantear objetivos a los trabajadores, para que su trabajo sea realizado con propósito fuera de ganar un sueldo, de esta manera el trabajo será más dinámico. La empresa actualmente no plantea objetivos para sus trabajadores, por lo que se recomienda establecer metas a cumplir, estas

deben ser anunciadas a sus trabajadores, y controladas, para asegurar su cumplimiento.

Es recomendable que los objetivos o metas estén a la vista del personal, generando recordación constante de lo que deben conseguir. Por lo que se planteó lo siguiente matriz:

*Tabla 49: Propuesta Planteamiento Metas a Cumplir*

| Objetivo   | Periodo   |
|------------|-----------|
| Objetivo 1 | Periodo 1 |
| Objetivo 2 | Periodo 2 |

Fuente: Elaboración Propia

Es importante que la empresa genere metas que se puedan cumplir, como también establezcan tiempo para realizarlos.

### **Propuesta 8**

**Objetivo:** cumplimiento de las tereas de manera adecuada.

**Estrategia:** Cumplimiento de la Matriz de Control

**Táctica:** el control es indispensable para el correcto funcionamiento de cualquier empresa. Actualmente la empresa maneja una matriz de control, pero la misma no es correctamente llevada por el supervisor, quien es el responsable del punto de venta, ni los jefes controlan su correcto cumplimiento, por lo que se sugiere que mediante la matriz ya establecida los jefes realicen el seguimiento de la misma.

### **Propuesta 9**

**Objetivo:** Generar sanciones que no genere malestar en los trabajadores. Pero genera responsabilidad.

**Estrategia:** Sanciones

**Táctica:** Las sanciones son un punto muy delicado para el personal de toda empresa, ya que genera malestar en los trabajadores, por lo que se debe manejar con mucho cuidado, para que el trabajador cuando sea multado no sienta inconformidad o abuso, sino al contrario, se sienta arrepentido por la acción que cometió y trate de no volverlo hacer y mejorar.

Es por ello que mediante la investigación realizada se determinó cuáles son los mejores métodos de sanción según los propios empleados. Con la información obtenida se sugiere a la empresa, determinar varios tipos de sanciones según la gravedad de la acción, es decir que existan sanciones donde la multa sea económica, otras, donde tenga consecuencias como negación de anticipos, permisos, etc., y por último sanciones progresivas. Estos tres métodos de sanción no generaran infirmdad a los trabajadores, ya que fueron ellos quienes escogieron las formas de ser multados.

### **Propuesta 10**

**Objetivo:** mejorar el ambiente de trabajo entre los trabajadores de la empresa

**Estrategia:** Programas de Interacción

**Táctica:** La empresa nunca a realizad programas donde todo su personal interactúe, es por ello que entre trabajadores de las distintas sucursales no se conocen, generando falta de colaboración entre los mismos cuando existe

alguna emergencia en el punto de venta. Por lo que se propone realizar distintos programas en fechas especiales con todo el personal, para que formen un mismo grupo de trabajo y todos busquen un mismo fin. Otra actividad sugerida, es que en fechas especiales los trabajadores también sean premiados, por ejemplo en el día de la madre, día del padre, etc., los trabajadores también reciban presentes por parte de la empresa.

### **Propuesta 11**

**Objetivo:** Satisfacer las necesidades de los trabajadores

**Estrategia:** Satisfacción de Necesidades

**Táctica:** de la misma forma en que los clientes externos tienen necesidades, los internos también las tienen. Es por ello que se determinó cuáles son las necesidades del personal, para buscar satisfacerlas. Cada sucursal tiene distintas necesidades, por lo que se recomienda a la empresa tratar de cumplirlas todas. Para que a gerencia se le facilite este cumplimiento se ha realizado la siguiente matriz:

**Tabla 50: Propuesta Satisfacción de Necesidades**

| <b>Necesidades</b> | <b>Sucursal</b>                                              | <b>Periodo</b>                                     |
|--------------------|--------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Necesidad 1        | El nombre de la sucursal donde se debe resolver el problema. | Tiempo máximo para realizar o implementar cambios. |
| Necesidad 2        |                                                              |                                                    |

Fuente: Elaboración Propia

Mediante la realización de esta tabla la empresa puede conocer cuáles son las necesidades que se repiten entre sucursales y facilitar la implementación de la solución. Como también darse cuenta cuáles son urgentes y resolverlas rápidamente.

## **Propuesta 12**

**Objetivo:** aumentar el sentido de pertenencia del personal.

**Estrategia:** Incluir al personal a la empresa

**Táctica:** actualmente el personal siente un alto sentido de pertenencia con la empresa, pero esto no quiere decir que la empresa no debe buscar estrategias de mejora. Es por ello que se propone a la organización hacer que los empleados formen parte de la cadena mediante la obtención de un porcentaje de las ganancias. Este porcentaje debe ser determinado según lo que la empresa pueda cubrir, y como gerencia decida. Esta acción logrará que los trabajadores se motiven aún más y sientan que ellos también forman parte de la empresa, porque también obtienen ganancias de la misma.

### **4.2. Propuesta de Posicionamiento para Clientes Actuales y Nuevos de la Empresa**

La empresa no cuenta con calificaciones bajas en su servicio, los clientes están conformes con el mismo. Los resultados de posicionamiento son alentadores, sin embargo Coppelia no debe sentirse conforme con estos resultados, al contrario debe buscar la mejora continua para que los clientes siempre se sientan incentivados a visitar los puntos de venta, y recomienden a la empresa.

Para mejorar la relación con los clientes se han planteado algunas propuestas, es necesario mencionar que algunas propuestas están basadas según las distintas características generacionales de los clientes, como lo son: Baby Boomers, Generación X, Milenials y Generación Z, ya que se ha descubierto que si existe diferencias entre las generaciones en temas relacionados con la cadena

## **Propuesta 1**

**Objetivo:** generar una sola identidad empresarial para los clientes y de esta manera mejorar el posicionamiento.

**Estrategia:** Unificación de la Carta en Todas las Sucursales

**Táctica:** Coppelía ofrece una gran variedad de productos, pero no todos se comercializan en todas las sucursales, es por ellos que los clientes no ubican a cada punto de venta como parte de una sola empresa, y no conoce todas las sucursales. Por lo que se sugiere a la empresa la implementación de toda su carta en todos sus puntos de venta. De esta manera los clientes se incentivarán a visitar todas las sucursales, sin temor a no encontrar los productos que buscan. Y todas las sucursales serán de su preferencia.

Es necesario que la empresa se asegure que en todos los puntos de venta el servicio sea igual, para que ningún cliente tenga que comparar los puntos de venta.

## **Propuesta 2**

**Objetivo:** Aumentar el conocimiento de todas las sucursales en los clientes

**Estrategia:** Conocimiento de las Sucursales

**Táctica:** debido al bajo porcentaje de conocimiento de todas las sucursales por parte de los clientes, se sugiere a la empresa mejorar su comunicación, mediante la creación de contenido que indique a sus clientes donde están ubicadas las sucursales de la empresa. Para ello debe invertir en distintos medios de comunicación, basándose en las características generacionales de sus clientes.

### **Propuesta 3**

**Objetivo:** eliminar las diferencias de decoración que existen en los puntos de venta para la creación de una sola imagen corporativa.

**Estrategia:** Unificación de la Imagen

**Táctica:** Todas las sucursales cuentan con decoraciones distintas, generando confusión en los clientes, ya que los mismos no pueden identificar al momento de visitar el restaurante que se trata de Coppelia. Por lo que se sugiere crear un sello de Coppelia, basado en unificar la decoración e imagen de la empresa en todas las sucursales.

### **Propuesta 4**

**Objetivo:** generar contenido y promociones lo suficientemente atractivo para las distintas generaciones para obtener los resultados esperados con las promociones utilizadas.

**Estrategia:** Mejorar las Promociones

**Táctica:** Un gran porcentaje de consumidores no se ha dado cuenta de las distintas promociones que realiza Coppelia, por lo que se recomienda una reestructuración gráfica de los diseños. Las artes que se creen para las promociones deben ser realizadas para distintos segmentos que tiene la empresa.

Se deben crear artes que llamen la atención según el género, masculino y femenino, ya que existe diferencias significativas entre los detalles que llaman la atención a los hombres y mujeres, como lo es: los colores que se utilizan los gráficos y el mensaje.

Existe también diferencias entre generaciones, las artes que llaman la atención a las generaciones Z y Milenials son diferentes, que las que llaman la atención de la generación Baby Boomers y X.

No solo el diseño de las artes debe ser atractivo, las promociones que se implementen también, la empresa debe crear promociones que llamen la atención de los clientes, y les hagan sentir que obtiene un beneficio. Las promociones de igual manera deben estar basadas en los productos que les interesan a las distintas generaciones.

### **Propuesta 5**

**Objetivo:** incrementar la frecuencia de visitas de los clientes

**Estrategia:** Incrementar la frecuencia de visita

**Táctica:** Aunque la empresa cuenta con una frecuencia de vista positiva por parte de sus clientes, puede realizar acciones que incrementen el número de visitas por parte de sus clientes.

Coppelia está dividida en dos tipos de consumidores, los que visitan Coppelia entre semana, y los que visitan en fines de semana. Estos consumidores asisten a Coppelia solos o acompañados por amigos o familiares. Es por ello que la empresa debe generar estrategias que llamen la atención de este tipo de consumidores.

Los consumidores que visitan los puntos de venta entre semana, mayormente lo hacen por que trabajan por la zona, y buscan precios accesibles y que les satisfaga. Por lo que se recomienda realizar promociones que se ejecuten únicamente de lunes a viernes y que ofrezcan satisfacer las necesidades de sus clientes como:

- platos a menor precio
- agrandar combos a menor precio

- combos diarios.

Para los clientes de fin de semana, se debe crear estrategias que llamen la atención a la familia completa o grupos de amigos. Las estrategias que se emplearon son:

- en base a ciertos consumos agrandados gratis
- venta de extras familiares
- implementación de postres
- combos de bebidas de moderación

### **Propuesta 6**

**Objetivo:** mejorar la recordación de la marca

**Estrategia:** Logo y Eslogan

**Táctica:** existe similitud entre el porcentaje de clientes que conocen el logo de la empresa, con los que no conoce. Es por ello que se propone el rediseño del logo de la empresa, sin perder la esencia de la organización. El desconocimiento del eslogan de la marca es grande, por lo que se sugiere que la empresa utilice más este logo en cada acción de comunicación que realice para generar recordación, el eslogan de la marca busca que los clientes identifiquen lo que hace la marca, por lo que es necesario mejorar su comunicación. Cada acción que haga la empresa debe resaltar el eslogan de la misma.

### **Propuesta 7**

**Objetivo:** Posicionar en el mercado a Coppelia como un restaurante que cuenta con variedad.

**Estrategia:** Comunicación de la Variedad que ofrece la Empresa

**Táctica:** Una vez introducido toda la carta en la empresa, se podrá transmitir a Coppelia como un restaurante que brinda variedad, y que podrá encontrar platos para todos los gustos. Ya que la empresa cuenta con tres tipos de comida: carnes, mariscos y comida rápida. Y al ser estos alimentos preferidos por el mercado, mediante correctas campañas de comunicación logrará que Coppelia sea vista en el mercado como un restaurante que ofrece variedad.

### **Propuesta 8**

**Objetivo:** comunicar a los clientes las opciones de precio de la cadena ganar nuevos clientes.

**Estrategia:** Precios que satisfacen a todos.

**Táctica:** el gasto de los clientes cuando consumen fuera de casa solos, inicia desde los \$3, y cuando consumen con familiares o amigos inicia en \$10. Este índice de gasto ayuda mucho a la creación de estrategias para la empresa, ya que la misma ofrece productos dentro del rango de gasto de los clientes.

Una de las razones principales por lo que los clientes visitan Coppelia, es el precio. La empresa debe potenciar la comunicación de su ventaja competitiva, informando de mejor manera a los clientes que pueden alimentarse desde \$3 y quedar satisfechos, como también anunciar a las familias o grupos de amigos, que todos los integrantes pueden consumir platos de su preferencia y su cuenta empezara desde \$15. Todo esto se debe realizar utilizando el eslogan de la empresa: Coppelia, te llena de verdad

## **Propuesta 9**

**Objetivo:** mejorar la comunicación mediante el uso correcto de medios de comunicación

**Estrategia:** Medios de Comunicación

**Táctica:** Se ha encontrado algunas falencias en lo que respecta la comunicación de Coppelia con sus clientes, es por ellos que se debe establecer cuáles son los medios de comunicación que se deben usar para transmitir correctamente el mensaje a los clientes. Las acciones de comunicación deben estar basadas en las preferencias de las distintas generaciones como también del género.

Recomendando lo siguiente:

Mujeres: las artes deben usar varios tipos de colores, con símbolos y tipografía femenina. Las artes deben contar con varios detalles que llamen la atención del género. Las fotos que se utilicen deben ser muy demostrativas y decoradas. En el caso que se desee comunicar promociones estas deben detallar claramente en que consiste la promoción

Hombres: la utilización de los colores básicos servirá para captar la atención de este género, no es necesario utilizar muchos detalles o tipografía especial, el mensaje debe demostrar lo que netamente se va a realizar.

Generaciones X y Baby Boomers: al ser generaciones de mayor edad, las artes deben ser creadas con símbolos que sean identificables, y la atención necesaria por este tipo de clientes. El precio debe ser muy claro, ya que las dos generaciones se fijan mucho en ello.

Generaciones Z y Milenials: las artes deben ser menos cargadas, tendiendo a lo minimalista y deben indicar los beneficios que obtiene el producto, deben ser simples sin mucho contenido y un poco sobrias.

Los medios de comunicación que se deben usar según los consumidores de Coppelia son: redes sociales y celular, pero se debe realizar una correcta segmentación en redes sociales para el envío de contenido ideal para cada generación y género. Ya que no todo lo creado se puede difundir por igual.

### **Propuesta 10**

**Objetivo:** mejorar la relación de la empresa con sus clientes.

**Estrategia:** Aplicación de CRM

**Táctica:** el conocimiento es poder, y mientras más conozca la empresa a su cliente, podrá generar acciones que fidelicen a sus clientes, como también atraigan nuevos. La empresa no cuenta con un sistema de CRM, por lo que se recomienda la creación de uno. La información que debe obtener de sus clientes es: edad, género, número celular, fecha de nacimiento y productos favoritos o más consumidos.

### **Propuesta 11**

**Objetivo:** No generar malestar en los consumidores a través de los mensajes enviados a los mismos.

**Estrategia:** Marketing de Permiso

**Táctica:** Enviar información a los clientes no siempre da resultados positivos, es por ello que la empresa antes de enviar información a sus clientes en base a la datos que ha sido otorgada por los mismo, debe preguntar a sus clientes si desean ser notificados sobre las distintas actividades, promociones,

regalos que la empresa ha preparado para él, de esta manera no generará fastidio o molestia por las notificaciones recibidas.

### **4.3. Propuesta de Ventaja Competitiva**

La empresa se encuentra con muy buenos resultados frente a su competencia, pero siempre se puede mejorar, es por ello que ha sugerido las siguientes propuestas.

#### **Propuesta 1**

**Objetivo:** incrementar la frecuencia de visita de las familias.

**Estrategia:** Combos Familiares

**Táctica:** Coppelía recibe continuamente la visita de familias, por lo que la creación de distintos combos familiares llamará la atención de las familias. Se debe realizar varias opciones de combos, que satisfagan los distintos gustos de los integrantes.

#### **Propuesta 2**

**Objetivo:** mejorar la fidelidad y relación con los clientes jóvenes.

**Estrategia:** Tarjetas de Fidelidad

**Táctica:** la implementación de tarjetas de fidelización está dedicado para los clientes de generaciones más jóvenes, ya que está alineada más a la tecnología captando mayor atención en ellos. Las tarjetas de fidelización, deben generar varios beneficios a los consumidores que la obtengan, como lo es

descuentos, premios, regalos, etc. las tarjetas de fidelización se debe entregar a todos los consumidores que deseen, pero se debe establecer rangos, y mediante los consumos y vistas la tarjeta ira subiendo de categoría, como también de beneficios.

### **Propuesta 3**

**Estrategia:** Cuponera o Raspaditas de Fidelidad

**Táctica:** las cuponeras está dirigido para un público más adulto, ya que llenar la cuponera o rapaditas llama más su atención, estas estrategias debe generar benéficos para los clientes como: descuentos, obsequios, consumos gratuitos, etc.

**Objetivo:** Mejorar la fidelidad y relación de los clientes mayores.

### **Propuesta 4**

**Objetivo:** atraer más clientela a la empresa

**Estrategia:** Alianzas con otras empresas

**Táctica:** la empresa cuenta con una gran ventaja competitiva, está ubicada en lugares donde existen varias empresas, y las mismas cuentan con personal que en las horas de almuerzo comen por el sector. Es por ello que se recomienda realizar alianzas, para que los trabajadores de las empresas aledañas asistan a Coppelía por los beneficios que recibirán por dicha alianza que se han realizado entre empresas. Entre las empresas destacadas están: instituciones bancarias, instituciones del estado y grandes tiendas comerciales.

## **Propuesta 5**

**Objetivo:** Hacer uso de la tecnología para mejorar el servicio al cliente.

**Estrategia:** Creación de Aplicación Coppelia

**Táctica:** Debido al crecimiento rápido de la tecnología la empresa no se puede quedar atrás, debe hacer uso de ella. La creación de la aplicación del restaurante servirá para que los clientes se enteren de beneficios que ofrece la empresa, valores nutricionales de los productos, nuevas inversiones que realice la empresa para mejorar la atención, etc. también se puede implementar el servicio de delivery mediante la aplicación.

## **Conclusiones**

Con la realización de este proyecto de investigación se obtuvieron tres conclusiones principales. La primera está relacionada en el manejo interno de la empresa, la filosofía de Coppelia es adecuada para manejar un equipo de trabajo y comercializar su producto en el mercado. Con respecto al clima laboral, existen algunos problemas internos en ciertas dimensiones como las fallas en el liderazgo por parte de los supervisores que es uno de los principales motivos de la deficiencia evaluadas. De igual manera la comunicación interna no se está manejando de la manera correcta, generando conflictos entre las áreas funcionales. Sin embargo, los jefes se han ganado el respeto y la estima de sus trabajadores, ya que existe un alto sentido de pertenencia por parte de los trabajadores hacia la Coppelia, su deseo de cooperación y superación permitirá a la empresa realizar cambios y mejoras sin inconvenientes, ya que contará con el apoyo de sus trabajadores.

La segunda conclusión está basada en los clientes, Coppelia cuenta con consumidores de distintas generaciones, y cada una posee necesidades diferentes. Existe diferencia entre las preferencias de los consumidores con respecto a la frecuencia de visita y el gasto, por lo que la organización debe realizar estrategias diferentes para cada grupo de edad. Se determinó también que las generaciones más jóvenes consumen más seguido fuera de casa, mientras que las generaciones más adultas consumen con menor frecuencia. En cuanto al gasto de las distintas generaciones, este empieza desde valores bajos, ayudando a satisfacer sus necesidades, ya que los precios que maneja el restaurante son totalmente accesibles, sin embargo los consumidores más jóvenes están dispuestos a pagar más si la empresa le genera experiencias positivas. Para todas las generaciones Coppelia se encuentra bien en cuanto a su imagen. La empresa debe mejorar su comunicación externa, ya que los clientes no identifican las promociones que se realizan en los puntos de venta, el logo y el eslogan. En cuanto al servicio que ofrece el restaurante los consumidores se encuentran conformes con el mismo, ya que cada variable estudiada obtuvo altas puntuaciones.

Y finalmente en el análisis de la competencia Coppelia no tiene competidores directos, ya que los consumidores opinaron que no existe en la

ciudad un restaurante que brinde la variedad de productos a precios accesibles, por lo que se determinó que Coppelia compite con restaurantes que venden alimentos similares o diferentes al de la empresa, como también contiene con categorías de restaurantes, es decir que venden productos totalmente diferentes que la empresa y el concepto es otro. Una vez determinada la competencia fue posible calificar el servicio que ofrece cada restaurante. Coppelia cuenta con excelentes calificaciones frente a su competencia, las únicas variables a mejorar es la decoración de algunos puntos de venta y la presentación de los platos. La empresa no se encuentra en estado emergente frente a sus contrincantes ya que ante algunos restaurantes es superior o igual. Por lo que se puede decir que Coppelia realiza actividades de forma correcta para hacer frente a sus competidores, sin embargo siempre debe buscar superarse, por lo que se plantea estrategias que permitirán mejorar el posicionamiento de la empresa.

### **Recomendaciones**

La empresa no acostumbra efectuar análisis internos o externos, por lo que no conoce cómo se encuentra frente a sus trabajadores, clientes y competencia, es por ello que se recomienda a la empresa realizar investigaciones más frecuentes que le permitan plantear estrategias que no estén basadas en la intuición, sino en datos reales. A pesar que la empresa se encuentra bien ante sus clientes y competencia, existen algunas recomendaciones:

Con respecto a sus clientes internos, la empresa debe buscar siempre tenerlos satisfechos, ya que si el personal se siente a gusto con la empresa, logrará que el cliente también se sienta bien. La empresa no debe olvidar que el personal tiene necesidades que deben ser satisfechas.

Se recomienda que la empresa realice constantes mediciones del clima laboral, para que Coppelia surja de la forma deseada.

En cuanto a los clientes, los mismos necesitan que la empresa mejore en la decoración de los puntos de venta y perfeccione la comunicación de sus servicios, promociones y marca.

En cuanto a la competencia, la empresa no debe confiarse de sus buenas calificaciones, al contrario debe siempre buscar mejorar y sorprender a sus consumidores con estrategias innovadoras que aumenten su fidelidad, además de conseguir ganar más clientes.

## **Bibliografía**

- Bordas Martínez, M. J. (2016). *Gestión Estratégica del Clima Laboral*. UNED.
- Cárdenas, C. (2006). El benchmarking como herramienta de evaluación. *ACIMED*.
- Edel Navarro , R., García Santillán , A., & Casiano Bustamante, R. (2007). *Adisesca*. Obtenido de [http://www.adizesca.com/site/assets/g-clima\\_y\\_compromiso\\_organizacional-en.pdf](http://www.adizesca.com/site/assets/g-clima_y_compromiso_organizacional-en.pdf)
- Fernández, R. (2009). *Segmentación de mercados*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Hair , J., Bush, R., & Ortinau, D. (2010). *Investigacion de Mercados: En un ambiente de información digital* . México : McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández Vela, H., & Ponce Telles, C. I. (s.f.). Obtenido de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xxi/docs/3.05.pdf>
- INEC. (s.f.). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Malhotra, N. K. (2008). *INVESTIGACIÓN DE MERCADOS*. México : PEARSON EDUCACIÓN.
- Mora, F., & Schupnik, W. (s.f.). *El Posicionamiento: La guerra por un lugar en la mente del consumidor*.
- Münch, L. (2011). *Liderazgo y Dirección, El Liderazgo del siglo XX*. México : Trillas.
- Prieto, J. E. (2013). *Invesigación de Mercados*. Bogotá: ECOE.
- Quecano, A. (Noviembre de 2015). *ACADEMIA*. Obtenido de [https://www.academia.edu/32997191/ESTILOS\\_DE\\_VIDA\\_GENERACIONALES](https://www.academia.edu/32997191/ESTILOS_DE_VIDA_GENERACIONALES)
- Ramírez, J. L. (2009). Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como. *Revista Ciencia Administrativa*, 54 - 61.

Ramos Moreno, D. C. (Agosto de 2012). *Repositorio UNAD*. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/10596/2111/1/Monografia%20Clima%20Organizacional.pdf>

Reyes Salazar, V. (s.f.). Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario-pc/Downloads/1445-Texto%20del%20art%C3%ADculo-5424-1-10-20160217.pdf>

Sandoval Caraveo, M. d. (2004). *UNID*. Obtenido de [https://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md/lic/AE/EA/AM/02/Concepto\\_dimensions.pdf](https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/AE/EA/AM/02/Concepto_dimensions.pdf)

Silva Guerra , H., Gonzáles Ortiz, J., Martínez Díaz , D., Giraldo Oliveros , M., & Juliao Esparragoza , D. (2014). *Marketing: conceptos y aplicaciones* . Barranquilla : edicionesdelaU .

## Anexos

### Entrevistas a Profundidad Personal

Se realizó ocho entrevistas a profundidad a los distintos integrantes del área de ventas de Coppelia, divididos entre supervisores y trabajadores, donde se realizaron preguntas sobre cómo se desarrolla las distintas dimensiones de clima laboral en el punto de venta. Obteniendo los siguientes resultados:

- Liderazgo: para algunos agentes los supervisores consideran que algunos supervisores deben mejorar, mientras que los jefes lo realizan bien.
- Autonomía: la mayoría siente que está en capacidad de tomar decisiones.
- Comunicación: existen problemas con algunas áreas de la empresa, como administración, bodega y cocina. Como también con jefes y supervisores.
- Motivación: los trabajadores desean recibir con frecuencia charlas motivacionales por jefes y supervisores. Como también están animosos a recibir capacitaciones externas, sobre temas que son de su desconocimiento, por lo que expresaron los temas que les gustaría aprender. También expusieron algunos incentivos que les gustaría recibir por realizar bien su trabajo.
- Control: mediante la entrevista los empleados expresaron que arias se deben controlar más y que áreas no son controladas. Y también manifestaron de qué manera deben ser sancionados sin sentirse desconformes.
- Remuneración: todos los agentes sienten que el sueldo que reciben está alineado con el trabajo que realizan.
- Relaciones: los trabajadores de los distintos puntos de venta no se conocen ni tienen momentos de interacción con todos los agentes de la empresa.
- Conflicto: actualmente solo existe un punto de venta que tiene problemas entre dos compañeras, pero no es grave, únicamente se

trata de un problema de actitud. Mientras que los tres restantes, no tienen inconvenientes entre compañeros. existen algunas necesidades dependiendo el punto de venta, las mismas fueron mencionadas por los trabajadores.

- Apoyo: existen alguna sucursales que no reciben el apoyo que necesitan de su supervisor, sin embargo todas las sucursales opinaron que tiene el apoyo que necesitan de sus jefes.
- Pertenencia: todos los trabajadores tienen un alto sentido de pertenencia con la empresa.

### **Grupo Focal Personal**

Para obtener una opinión grupal de la empresa, se realizó un grupo focal, donde se le preguntaba al personal como se desarrolla el clima laboral en la empresa. Los agentes manifestaron que existen dos problemas principales, la comunicación con el área de: inventarios, cocina y bodega. Y el control de inventario, ya que a pesar de su esfuerzo por llevarlo bien no reciben resultados positivos, y opinan que este problema se da por la falta de comunicación con las áreas antes mencionadas.

El cuanto a la motivación, el personal siete que recibe charlas por parte de sus jefes y supervisores, pero desearían recibirlas con más frecuencia. Existen vario temas externos que desconoce el personal, como inglés, computación, ventas, atención al cliente, cocina, administración y liderazgo. Las variables mencionadas están ligadas con la empresa, ya que un manejo de ellas por parte del personal lo ayudaría a crecer. El personal expreso también como les gustaría ser sancionadas, ya que existen algunas sanciones que les perjudica de gran manera. Manifestaron además los motivos más recurrentes de las sanciones y como podrían disminuirse.

El grupo manifestó que reciben un gran apoyo por parte de sus jefes y que los problemas que se están suscitando son de fácil solución, y debido al apoyo que acogen están seguras que se arreglarán fácilmente.

## Hallazgos Clima Laboral Personal

### Presidente Córdova:

**P8\_Buena\_relacion\_con\_el\_jefe**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Desacuerdo            | 1          | 16,7              |
| Válido De Acuerdo     | 3          | 50,0              |
| Totalmente de Acuerdo | 2          | 33,3              |
| Total                 | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema      | 2          |                   |
| Total                 | 8          |                   |

**P9\_Buena\_relacion\_con\_el\_supervisor**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 3          | 50,0              |
| Válido De Acuerdo        | 2          | 33,3              |
| Totalmente de Acuerdo    | 1          | 16,7              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P10\_Ayuda\_del\_jefe**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7              |
| Válido De Acuerdo        | 4          | 66,7              |
| Totalmente de Acuerdo    | 1          | 16,7              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P11\_Ayuda\_del\_supervisor**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7              |
| Válido Desacuerdo        | 2          | 33,3              |
| De Acuerdo               | 3          | 50,0              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P12\_Decisiones\_del\_supervisor**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7              |
| Válido Desacuerdo        | 1          | 16,7              |
| Indiferente              | 3          | 50,0              |
| De Acuerdo               | 1          | 16,7              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P13\_Adaptacion\_del\_supervisor\_al\_cambio**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| ,0                       | 1          | 16,7              |
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7              |
| Válido Desacuerdo        | 1          | 16,7              |
| Totalmente de Acuerdo    | 3          | 50,0              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P14\_Respeto\_Cordialidad\_de\_los\_jefes**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 3          | 50,0              |
| Válido De Acuerdo        | 2          | 33,3              |
| Totalmente de Acuerdo    | 1          | 16,7              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P15\_Respeto\_del\_supervisor**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7              |
| Válido Indiferente       | 1          | 16,7              |
| De Acuerdo               | 1          | 16,7              |
| Totalmente de Acuerdo    | 3          | 50,0              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P16\_Confianza\_de\_tomar\_decisiones**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7              |
| Válido De Acuerdo        | 4          | 66,7              |
| Totalmente de Acuerdo    | 1          | 16,7              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P17\_Capacidad\_de\_tomar\_decisiones**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Desacuerdo            | 1          | 16,7              |
| Válido De Acuerdo     | 2          | 33,3              |
| Totalmente de Acuerdo | 3          | 50,0              |
| Total                 | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema      | 2          |                   |
| Total                 | 8          |                   |

**P18\_Periodo\_para\_tomar\_decisiones**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| 15 Días          | 2          | 33,3              |
| Válido 1 Mes     | 3          | 50,0              |
| 3 Meses          | 1          | 16,7              |
| Total            | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 8          |                   |

**P19\_Comunicacion\_con\_los\_jefes**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7              |
| Válido De Acuerdo        | 2          | 33,3              |
| Totalmente de Acuerdo    | 3          | 50,0              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P20\_Conexion\_de\_ordenes\_por\_los\_jefes**

|                       | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------|------------|----------------------|
| Desacuerdo            | 1          | 16,7                 |
| Indiferente           | 2          | 33,3                 |
| Válido De Acuerdo     | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo | 2          | 33,3                 |
| Total                 | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema      | 2          |                      |
| Total                 | 8          |                      |

**P21\_Entendimiesnto\_de\_las\_ordenes\_de\_los\_jefes**

|                          | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido De Acuerdo        | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo    | 4          | 66,7                 |
| Total                    | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema         | 2          |                      |
| Total                    | 8          |                      |

**P22\_Entendimiesnto\_de\_las\_ordenes\_de\_el\_supervisor**

|                          | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido Desacuerdo        | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo    | 4          | 66,7                 |
| Total                    | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema         | 2          |                      |
| Total                    | 8          |                      |

**P23\_Ordenes\_de\_los\_jefes\_por\_igual**

|                          | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Indiferente              | 1          | 16,7                 |
| Válido De Acuerdo        | 2          | 33,3                 |
| Totalmente de Acuerdo    | 2          | 33,3                 |
| Total                    | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema         | 2          |                      |
| Total                    | 8          |                      |

**P24\_Ordenes\_de\_los\_supervisores\_por\_igual**

|                          | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido Desacuerdo        | 2          | 33,3                 |
| Indiferente              | 3          | 50,0                 |
| Total                    | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema         | 2          |                      |
| Total                    | 8          |                      |

**P25\_Comunicacion\_con\_area\_de\_administracion**

|                          | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 3          | 50,0                 |
| Válido Desacuerdo        | 1          | 16,7                 |
| De Acuerdo               | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo    | 1          | 16,7                 |
| Total                    | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema         | 2          |                      |
| Total                    | 8          |                      |

**P26\_Ordenes\_del\_area\_de\_administracion\_por\_igual**

|                          | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido Desacuerdo        | 1          | 16,7                 |
| Indiferente              | 3          | 50,0                 |
| De Acuerdo               | 1          | 16,7                 |
| Total                    | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema         | 2          |                      |
| Total                    | 8          |                      |

**P27\_Entendimiesnto\_de\_las\_ordenes\_de\_administracion**

|                          | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido De Acuerdo        | 5          | 83,3                 |
| Total                    | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema         | 2          |                      |
| Total                    | 8          |                      |

**P28\_Comunicacion\_con\_area\_de\_cocina**

|                          | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Desacuerdo               | 1          | 16,7                 |
| Válido Indiferente       | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo    | 3          | 50,0                 |
| Total                    | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema         | 2          |                      |
| Total                    | 8          |                      |

**P29\_Comunicacion\_con\_area\_de\_bodega**

|                          | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Indiferente              | 1          | 16,7                 |
| Válido De Acuerdo        | 2          | 33,3                 |
| Totalmente de Acuerdo    | 2          | 33,3                 |
| Total                    | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema         | 2          |                      |
| Total                    | 8          |                      |

**P30\_Capacitacion\_antes\_del\_cambio**

|                          | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido De Acuerdo        | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo    | 4          | 66,7                 |
| Total                    | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema         | 2          |                      |
| Total                    | 8          |                      |

**P31\_Enseñanza\_de\_los\_jefes**

|                          | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido De Acuerdo        | 2          | 33,3                 |
| Totalmente de Acuerdo    | 3          | 50,0                 |
| Total                    | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema         | 2          |                      |
| Total                    | 8          |                      |

**P32\_Enseñanza\_de\_el\_supervisor**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7              |
| Válido Desacuerdo        | 3          | 50,0              |
| De Acuerdo               | 2          | 33,3              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P33\_Frecuencia\_de\_charlas\_motivacionales\_del\_jefe**

|                           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------|------------|-------------------|
| Cada 15 días              | 2          | 33,3              |
| Válido Cada 2 meses o más | 4          | 66,7              |
| Total                     | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema          | 2          |                   |
| Total                     | 8          |                   |

**P34\_Frecuencia\_de\_charlas\_motivacionales\_del\_supervisor**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Cada 15 días     | 3          | 50,0              |
| Válido Nunca     | 3          | 50,0              |
| Total            | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 8          |                   |

**P35\_Le\_gusta\_recibir\_charlas\_motivacionales**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido SI        | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 8          |                   |

**P36\_Importancia\_de\_las\_charlas\_motivacionales**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7              |
| Válido De Acuerdo        | 2          | 33,3              |
| Totalmente de Acuerdo    | 3          | 50,0              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P37\_Preferencia\_por\_la\_frecuencia\_de\_charlas\_motivacionales\_del\_jefe**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Cada 15 días     | 5          | 83,3              |
| Válido Cada Mes  | 1          | 16,7              |
| Total            | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 8          |                   |

**P38\_Preferencia\_por\_la\_frecuencia\_de\_charlas\_motivacionales\_del\_supervisor**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Cada Semana      | 2          | 33,3              |
| Cada 15 días     | 1          | 16,7              |
| Válido Cada Mes  | 3          | 50,0              |
| Total            | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 8          |                   |

**P39\_1\_Temas\_de\_charlas\_motivacionales**

|                         | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------|------------|-------------------|
| Objetivos a cumplir     | 4          | 66,7              |
| Válido Logros obtenidos | 1          | 16,7              |
| Fallas del Personal     | 1          | 16,7              |
| Total                   | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema        | 2          |                   |
| Total                   | 8          |                   |

**P39\_2\_Temas\_de\_charlas\_motivacionales**

|                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| 0                          | 1          | 16,7              |
| Válido Fallas del Personal | 5          | 83,3              |
| Total                      | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema           | 2          |                   |
| Total                      | 8          |                   |

**P39\_3\_Temas\_de\_charlas\_Motivacionales**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| 0                            | 1          | 16,7              |
| Válido Equipamiento faltante | 2          | 33,3              |
| Cambios a Realizar           | 3          | 50,0              |
| Total                        | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 8          |                   |

**P40\_Le\_gustaria\_recibir\_incentivos**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| 0                | 1          | 16,7              |
| Válido SI        | 5          | 83,3              |
| Total            | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 8          |                   |

**P41\_1\_Preferencia\_de\_incentivos**

|                                     | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------------|------------|-------------------|
| Dinero                              | 5          | 83,3              |
| Válido Cupones en distintos locales | 1          | 16,7              |
| Total                               | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema                    | 2          |                   |
| Total                               | 8          |                   |

**P41\_2\_Preferencia\_de\_incentivos**

|                     | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|---------------------|------------|----------------------|
| 0                   | 2          | 33,3                 |
| Válido Cine         | 2          | 33,3                 |
| Consumo en el local | 2          | 33,3                 |
| Total               | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema    | 2          |                      |
| Total               | 8          |                      |

**P41\_3\_Preferencia\_de\_incentivos**

|                                         | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------------------|------------|----------------------|
| 0                                       | 2          | 33,3                 |
| Válido Día de descanso en fin de semana | 2          | 33,3                 |
| Cupones en distintos locales            | 1          | 16,7                 |
| Otro                                    | 1          | 16,7                 |
| Total                                   | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema                        | 2          |                      |
| Total                                   | 8          |                      |

**P42\_Motivacion\_por\_crecimiento\_en\_la\_empresa**

|                  | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------|------------|----------------------|
| Válido SI        | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema | 2          |                      |
| Total            | 8          |                      |

**P43\_Crecimeinto\_dentro\_la\_empresa**

|                                       | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|---------------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Mediante Rangos de Crecimiento | 1          | 16,7                 |
| Aprender con fechas límites cada área | 3          | 50,0                 |
| Crecimiento en base a conocimientos   | 2          | 33,3                 |
| Total                                 | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema                      | 2          |                      |
| Total                                 | 8          |                      |

**P44\_Felicitacion\_de\_los\_jefes**

|                  | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------|------------|----------------------|
| Válido SI        | 5          | 83,3                 |
| NO               | 1          | 16,7                 |
| Total            | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema | 2          |                      |
| Total            | 8          |                      |

**P45\_Felicitacion\_del\_supervisor**

|                  | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------|------------|----------------------|
| Válido SI        | 2          | 33,3                 |
| NO               | 4          | 66,7                 |
| Total            | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema | 2          |                      |
| Total            | 8          |                      |

**P46\_Inversion\_en\_capitaciones**

|                  | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------|------------|----------------------|
| Válido SI        | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema | 2          |                      |
| Total            | 8          |                      |

**P47\_1\_Temas\_de\_las\_capitaciones**

|                      | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|----------------------|------------|----------------------|
| Válido Ingles        | 2          | 33,3                 |
| Atencion al Cliente  | 3          | 50,0                 |
| Incremento de Ventas | 1          | 16,7                 |
| Total                | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema     | 2          |                      |
| Total                | 8          |                      |

**P47\_2\_Temas\_de\_las\_capitaciones**

|                            | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|----------------------------|------------|----------------------|
| Válido Atencion al Cliente | 1          | 16,7                 |
| Computación                | 5          | 83,3                 |
| Total                      | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema           | 2          |                      |
| Total                      | 8          |                      |

**P47\_3\_Temas\_de\_las\_capitaciones**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Válido Crecimiento Personal | 2          | 33,3                 |
| Manejo de Invetarios        | 4          | 66,7                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P48\_Influencia\_del\_jefe\_en\_el\_trabajo**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|---------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Desacuerdo                      | 1          | 16,7                 |
| De Acuerdo                      | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo           | 3          | 50,0                 |
| Total                           | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema                | 2          |                      |
| Total                           | 8          |                      |

**P49\_Influencia\_del\_supervisor\_en\_el\_trabajo**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|---------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 3          | 50,0                 |
| Desacuerdo                      | 2          | 33,3                 |
| De Acuerdo                      | 1          | 16,7                 |
| Total                           | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema                | 2          |                      |
| Total                           | 8          |                      |

**P50\_Influencia\_del\_supervisor\_en\_el\_trabajo**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Desacuerdo                  | 1          | 16,7                 |
| Válido Indiferente          | 1          | 16,7                 |
| De Acuerdo                  | 2          | 33,3                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 1          | 16,7                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P51\_1\_Actitudes\_del\_jefe**

|                  | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------|------------|----------------------|
| Liderazgo        | 1          | 16,7                 |
| Válido Respeto   | 4          | 66,7                 |
| Justicia         | 1          | 16,7                 |
| Total            | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema | 2          |                      |
| Total            | 8          |                      |

**P51\_2\_Actitudes\_del\_jefe**

|                  | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------|------------|----------------------|
| Respeto          | 1          | 16,7                 |
| Válido Justicia  | 1          | 16,7                 |
| Colaboración     | 4          | 66,7                 |
| Total            | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema | 2          |                      |
| Total            | 8          |                      |

**P51\_3\_Actitudes\_del\_jefe**

|                  | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------|------------|----------------------|
| Válido Apoyo     | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema | 2          |                      |
| Total            | 8          |                      |

**P52\_1\_Actitudes\_de\_los\_compañeros**

|                        | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------|------------|----------------------|
| Compañerismo           | 5          | 83,3                 |
| Válido Responsabilidad | 1          | 16,7                 |
| Total                  | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema       | 2          |                      |
| Total                  | 8          |                      |

**P52\_2\_Actitudes\_de\_los\_compañeros**

|                    | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------|------------|----------------------|
| Responsabilidad    | 4          | 66,7                 |
| Válido Puntualidad | 2          | 33,3                 |
| Total              | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema   | 2          |                      |
| Total              | 8          |                      |

**P52\_3\_Actitudes\_de\_los\_compañeros**

|                   | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-------------------|------------|----------------------|
| Positivismo       | 1          | 16,7                 |
| Válido Entusiasmo | 3          | 50,0                 |
| Honestidad        | 2          | 33,3                 |
| Total             | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema  | 2          |                      |
| Total             | 8          |                      |

**P53\_Conocimiento\_de\_los\_objetivos**

|                  | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------|------------|----------------------|
| SI               | 2          | 33,3                 |
| Válido NO        | 4          | 66,7                 |
| Total            | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema | 2          |                      |
| Total            | 8          |                      |

**P54\_Gusto\_por\_conocer\_los\_objetivos**

|                  | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------|------------|----------------------|
| Válido SI        | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema | 2          |                      |
| Total            | 8          |                      |

**P55\_Capacitacion\_en\_cada\_area\_designada**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Desacuerdo                  | 1          | 16,7                 |
| Válido Indiferente          | 2          | 33,3                 |
| De Acuerdo                  | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 1          | 16,7                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P56\_Conocimientos\_de\_cada\_area**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Desacuerdo                  | 2          | 33,3                 |
| Válido De Acuerdo           | 2          | 33,3                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 1          | 16,7                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P57\_Nivel\_de\_conocimientos\_de\_los\_jefes**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido De Acuerdo           | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 4          | 66,7                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P58\_Nivel\_de\_conocimientos\_de\_el\_supervisor**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido Desacuerdo           | 3          | 50,0                 |
| Indiferente                 | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 1          | 16,7                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P59\_Clima\_laboral**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido Desacuerdo           | 2          | 33,3                 |
| De Acuerdo                  | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 2          | 33,3                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P60\_Presion\_de\_los\_jefes\_en\_el\_trabajo**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido Desacuerdo           | 1          | 16,7                 |
| De Acuerdo                  | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 3          | 50,0                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P61\_Presion\_de\_el\_supervisor\_en\_el\_trabajo**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido Desacuerdo           | 3          | 50,0                 |
| De Acuerdo                  | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 1          | 16,7                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P62\_1\_Control\_en\_inventarios\_por\_el\_jefe**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 3          | 50,0                 |
| Válido De Acuerdo           | 2          | 33,3                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 1          | 16,7                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P62\_2\_Control\_en\_calidad\_de\_productos\_por\_el\_jefe**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido De Acuerdo           | 2          | 33,3                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 3          | 50,0                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P62\_3\_Limpieza\_del\_local\_por\_el\_jefe**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido De Acuerdo           | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 4          | 66,7                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P62\_4\_Atencion\_al\_cliente\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo  | 1          | 16,7                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 5          | 83,3                 |
| Total                        | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 8          |                      |

**P62\_5\_Puntualidad\_por\_el\_jefe**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido De Acuerdo           | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 4          | 66,7                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P62\_6\_Presentacion\_del\_personal\_por\_el\_jefe**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido De Acuerdo           | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 4          | 66,7                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P62\_7\_Rapidez\_del\_servicio\_por\_el\_jefe**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido De Acuerdo           | 2          | 33,3                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 3          | 50,0                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P62\_8\_Cumplimiento\_de\_tareas\_por\_el\_jefe**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido De Acuerdo           | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 4          | 66,7                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P62\_9 Orden de las distintas areas por el jefe**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7              |
| Válido De Acuerdo        | 1          | 16,7              |
| Totalmente de Acuerdo    | 4          | 66,7              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P63\_1 Control en inventarios por el supervisor**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7              |
| Válido De Acuerdo        | 2          | 33,3              |
| Totalmente de Acuerdo    | 3          | 50,0              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P63\_2 Control en calidad de productos por el supervisor**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7              |
| Válido Indiferente       | 1          | 16,7              |
| De Acuerdo               | 1          | 16,7              |
| Totalmente de Acuerdo    | 3          | 50,0              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P63\_3 Limpieza del local por el supervisor**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7              |
| Válido Desacuerdo        | 1          | 16,7              |
| De Acuerdo               | 1          | 16,7              |
| Totalmente de Acuerdo    | 3          | 50,0              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P63\_4 Atencion al cliente por el supervisor**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7              |
| Válido De Acuerdo        | 2          | 33,3              |
| Totalmente de Acuerdo    | 3          | 50,0              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P63\_5 Puntualidad por el supervisor**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7              |
| Válido Desacuerdo        | 1          | 16,7              |
| De Acuerdo               | 1          | 16,7              |
| Totalmente de Acuerdo    | 3          | 50,0              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P63\_6 Presentacion del personal por el supervisor**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7              |
| Válido Desacuerdo        | 1          | 16,7              |
| De Acuerdo               | 1          | 16,7              |
| Totalmente de Acuerdo    | 3          | 50,0              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P63\_7 Rapidez del servicio por el supervisor**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7              |
| Válido Desacuerdo        | 1          | 16,7              |
| De Acuerdo               | 1          | 16,7              |
| Totalmente de Acuerdo    | 3          | 50,0              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P63\_8 Cumplimiento de tareas por el supervisor**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 2          | 33,3              |
| Válido De Acuerdo        | 1          | 16,7              |
| Totalmente de Acuerdo    | 3          | 50,0              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P63\_9 Orden de las distintas areas por el supervisor**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 2          | 33,3              |
| Válido De Acuerdo        | 1          | 16,7              |
| Totalmente de Acuerdo    | 3          | 50,0              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P64\_Ha sido sancionado**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| SI               | 5          | 83,3              |
| Válido NO        | 1          | 16,7              |
| Total            | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 8          |                   |

**P65\_1 Sanciones de mayor frecuencia**

|                           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------|------------|-------------------|
| Inventario                | 1          | 16,7              |
| Calidad de productos      | 3          | 50,0              |
| Válido Limpieza del local | 2          | 33,3              |
| Total                     | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema          | 2          |                   |
| Total                     | 8          |                   |

**P65\_2 Sanciones de mayor frecuencia**

|                               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------|------------|-------------------|
| Limpieza del local            | 3          | 50,0              |
| Válido Cumplimiento de tareas | 3          | 50,0              |
| Total                         | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema              | 2          |                   |
| Total                         | 8          |                   |

**P65\_3 Sanciones de mayor frecuencia**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Atención al cliente             | 2          | 33,3              |
| Cumplimiento de tareas          | 1          | 16,7              |
| Válido Presentación de Personal | 2          | 33,3              |
| Orden de las distintas áreas    | 1          | 16,7              |
| Total                           | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema                | 2          |                   |
| Total                           | 8          |                   |

**P66\_1 Motivos de las sanciones**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Descuido                     | 4          | 66,7              |
| Válido Falta de conocimiento | 2          | 33,3              |
| Total                        | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 8          |                   |

**P66\_2 Motivos de las sanciones**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Despreocupación              | 1          | 16,7              |
| Válido Falta de capacitación | 4          | 66,7              |
| Olvido                       | 1          | 16,7              |
| Total                        | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 8          |                   |

**P66\_3 Motivos de las sanciones**

|                               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------|------------|-------------------|
| Olvido                        | 2          | 33,3              |
| Temor por tomar decisiones    | 3          | 50,0              |
| Válido Errores de otras áreas | 1          | 16,7              |
| Total                         | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema              | 2          |                   |
| Total                         | 8          |                   |

**P67\_Nivel del compañerismo**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 3          | 50,0              |
| Válido De Acuerdo        | 2          | 33,3              |
| Totalmente de Acuerdo    | 1          | 16,7              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P68\_Colaboracion de los compañeros**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7              |
| Indiferente              | 3          | 50,0              |
| Válido De Acuerdo        | 1          | 16,7              |
| Totalmente de Acuerdo    | 1          | 16,7              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P69\_Apoyo del jefe en problemas**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7              |
| Válido De Acuerdo        | 1          | 16,7              |
| Totalmente de Acuerdo    | 4          | 66,7              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P70\_Satisfaccion del sueldo**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Desacuerdo            | 2          | 33,3              |
| Válido De Acuerdo     | 2          | 33,3              |
| Totalmente de Acuerdo | 2          | 33,3              |
| Total                 | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema      | 2          |                   |
| Total                 | 8          |                   |

**P71\_Justicia por el sueldo**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Desacuerdo         | 2          | 33,3              |
| Válido Indiferente | 2          | 33,3              |
| De Acuerdo         | 2          | 33,3              |
| Total              | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema   | 2          |                   |
| Total              | 8          |                   |

**P72\_Motivacion por el sueldo**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Desacuerdo         | 2          | 33,3              |
| Válido Indiferente | 1          | 16,7              |
| De Acuerdo         | 3          | 50,0              |
| Total              | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema   | 2          |                   |
| Total              | 8          |                   |

**P73\_Me gusta trabajar en coppelia**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo     | 1          | 16,7              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 5          | 83,3              |
| Total                        | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 8          |                   |

**P74\_Coppelia\_es\_un\_buen\_lugar\_para\_trabajar**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo  | 1          | 16,7                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 5          | 83,3                 |
| Total                        | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 8          |                      |

**P75\_Esfuerzo\_del\_jefe\_para\_un\_buen\_ambiente**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido De Acuerdo           | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 4          | 66,7                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P76\_Esfuerzo\_del\_supervisor\_para\_un\_buen\_ambiente**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Desacuerdo                  | 2          | 33,3                 |
| Válido Indiferente          | 1          | 16,7                 |
| De Acuerdo                  | 2          | 33,3                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P77\_Ligado\_emocionalmente\_con\_la\_empresa**

|                       | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------|------------|----------------------|
| Desacuerdo            | 1          | 16,7                 |
| Válido De Acuerdo     | 2          | 33,3                 |
| Totalmente de Acuerdo | 3          | 50,0                 |
| Total                 | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema      | 2          |                      |
| Total                 | 8          |                      |

**P78\_Coppelia\_es\_mi\_segundo\_hogar**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido De Acuerdo           | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 4          | 66,7                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P79\_Amistad\_con\_los\_compañeros**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 3          | 50,0                 |
| Válido Indiferente          | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 2          | 33,3                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P80\_Aprecio\_al\_jefe**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Indiferente                 | 1          | 16,7                 |
| Válido De Acuerdo           | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 3          | 50,0                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P81\_Aprecio\_al\_supervisor**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 1          | 16,7                 |
| Válido Indiferente          | 3          | 50,0                 |
| De Acuerdo                  | 1          | 16,7                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 1          | 16,7                 |
| Total                       | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 8          |                      |

**P82\_Conocen\_a\_todos\_los\_trabajadores**

|                  | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------|------------|----------------------|
| 0                | 1          | 16,7                 |
| Válido SI        | 2          | 33,3                 |
| NO               | 3          | 50,0                 |
| Total            | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema | 2          |                      |
| Total            | 8          |                      |

**P83\_Le\_gustaria\_conocer\_a\_todos\_los\_trabajadores**

|                  | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------|------------|----------------------|
| 0                | 1          | 16,7                 |
| Válido SI        | 5          | 83,3                 |
| Total            | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema | 2          |                      |
| Total            | 8          |                      |

**P84\_Interaccion\_con\_los\_trabajadores**

|                  | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------|------------|----------------------|
| 0                | 1          | 16,7                 |
| Válido SI        | 5          | 83,3                 |
| Total            | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema | 2          |                      |
| Total            | 8          |                      |

**P85\_Problemas\_con\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo  | 4          | 66,7                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 33,3                 |
| Total                        | 6          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 8          |                      |

**P86\_Problemas\_con\_el\_supervisor**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 4          | 66,7              |
| Válido Desacuerdo        | 2          | 33,3              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P87\_Problemas\_con\_compañeros**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo     | 4          | 66,7              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 33,3              |
| Total                        | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 8          |                   |

**P88\_Resolucion\_por\_el\_jefe\_a\_conflictos**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 16,7              |
| Válido De Acuerdo        | 1          | 16,7              |
| Totalmente de Acuerdo    | 4          | 66,7              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P89\_Resolucion\_del\_supervisor\_a\_conflictos**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 4          | 66,7              |
| Válido De Acuerdo        | 1          | 16,7              |
| Totalmente de Acuerdo    | 1          | 16,7              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P90\_Perdida\_de\_autoridad\_del\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo     | 4          | 66,7              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 33,3              |
| Total                        | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 8          |                   |

**P91\_Perdida\_de\_autoridad\_del\_supervisor**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 3          | 50,0              |
| Válido Desacuerdo        | 2          | 33,3              |
| De Acuerdo               | 1          | 16,7              |
| Total                    | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 8          |                   |

**P92\_Inversion\_en\_materiales**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 16,7              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 5          | 83,3              |
| Total                        | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 8          |                   |

**P93\_1\_Necesidades\_del\_local**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Remodelación      | 4          | 66,7              |
| Válido Casilleros | 2          | 33,3              |
| Total             | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema  | 2          |                   |
| Total             | 8          |                   |

**P93\_2\_Necesidades\_del\_local**

|                                | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------------|------------|-------------------|
| Incrementar mesas              | 1          | 16,7              |
| Válido Atención medica privada | 2          | 33,3              |
| Mejor alimentacion             | 3          | 50,0              |
| Total                          | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema               | 2          |                   |
| Total                          | 8          |                   |

**P93\_3\_Necesidades\_del\_local**

|                                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------------------|------------|-------------------|
| Mejor alimentacion                | 1          | 16,7              |
| Utencillos de Cocina              | 1          | 16,7              |
| Válido Uniformes para el frío     | 3          | 50,0              |
| Ventiladores en lugares calientes | 1          | 16,7              |
| Total                             | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema                  | 2          |                   |
| Total                             | 8          |                   |

**P94\_Confianza\_con\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 16,7              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 5          | 83,3              |
| Total                        | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 8          |                   |

**P95\_Confianza\_del\_supervisor**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo            | 1          | 16,7              |
| Válido De Acuerdo     | 1          | 16,7              |
| Totalmente de Acuerdo | 4          | 66,7              |
| Total                 | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema      | 2          |                   |
| Total                 | 8          |                   |

**P96\_Capacitacion antes de ser sancionados**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Desacuerdo  | 2          | 33,3              |
| Válido Indiferente | 2          | 33,3              |
| Válido De Acuerdo  | 2          | 33,3              |
| Total              | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema   | 2          |                   |
| Total              | 8          |                   |

**P97\_Sanciones de manera correcta**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido Desacuerdo | 2          | 33,3              |
| Válido De Acuerdo | 4          | 66,7              |
| Total             | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema  | 2          |                   |
| Total             | 8          |                   |

**P98\_Las sanciones son necesarias**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo            | 3          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 50,0              |
| Total                        | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 8          |                   |

**P99\_1 Forma de sancion**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Sansiones progresivas | 5          | 83,3              |
| Válido Otro                  | 1          | 16,7              |
| Total                        | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 8          |                   |

**P99\_2 Forma de sancion**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido 0                     | 3          | 50,0              |
| Válido Negación de prestamos | 2          | 33,3              |
| Válido Por rango de gravedad | 1          | 16,7              |
| Total                        | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 8          |                   |

**P100\_Posibilidad de crecimiento**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo            | 1          | 16,7              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 5          | 83,3              |
| Total                        | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 8          |                   |

**P101\_La empresa merece lo mejor de mi**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo            | 2          | 33,3              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 66,7              |
| Total                        | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 8          |                   |

**P102\_1 Motivacion para trabajar**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido Nesidad   | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 8          |                   |

**P102\_2 Motivacion para trabajar**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido 0         | 2          | 33,3              |
| Válido Gusto     | 3          | 50,0              |
| Válido Otro      | 1          | 16,7              |
| Total            | 6          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 8          |                   |

## Bolívar:

**P9 Buena relacion con el supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P10 Ayuda del jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P11 Ayuda del supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P12 Decisiones del supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P13 Adaptacion del supervisor al cambio**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P14 Respeto Cordialidad de los jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |

**P15 Respeto del supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P16 Confianza de tomar decisiones**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 3          | 75,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 25,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P17 Capacidad de tomar decisiones**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 2          | 50,0              |
| Válido De Acuerdo        | 2          | 50,0              |
| Total                    | 4          | 100,0             |

**P18 Periodo para tomar decisiones**

|                     | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------|------------|-------------------|
| 1 Mes               | 1          | 25,0              |
| Válido Más de Meses | 3          | 75,0              |
| Total               | 4          | 100,0             |

**P19 Comunicacion con los jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 3          | 75,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 25,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P20 Conexion de ordenes por los jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 3          | 75,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 25,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P21\_Entendimiesnto\_de las ordenes\_de los jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P25\_Comunicacion\_con\_area\_de administracion**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| 0                            | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P29\_Comunicacion\_con\_area\_de bodega**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 3          | 75,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 25,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P22\_Entendimiesnto\_de las ordenes\_de el supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P26\_Ordenes\_del\_area\_de administracion\_por igual**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo  | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P30\_Capacitacion\_antes\_del cambio**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P23\_Ordenes\_de los jefes\_por igual**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo  | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P27\_Entendimiesnto\_de las ordenes\_de administracion**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P31\_Enseñanza\_de los jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P24\_Ordenes\_de los supervisores\_por igual**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Desacuerdo                   | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P28\_Comunicacion\_con\_area\_de cocina**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo | 1          | 25,0                 |
| Válido De Acuerdo           | 2          | 50,0                 |
| Totalmente de Acuerdo       | 1          | 25,0                 |
| Total                       | 4          | 100,0                |

**P32\_Enseñanza\_de el supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P33\_Frecuencia\_de\_charlas\_motivacionales\_del\_jefe**

|                           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------|------------|-------------------|
| Cada Mes                  | 3          | 75,0              |
| Válido Cada 2 meses o más | 1          | 25,0              |
| Total                     | 4          | 100,0             |

**P34\_Frecuencia\_de\_charlas\_motivacionales\_del\_supervisor**

|                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------|------------|-------------------|
| Cada 15 días    | 1          | 25,0              |
| Válido Cada Mes | 2          | 50,0              |
| Nunca           | 1          | 25,0              |
| Total           | 4          | 100,0             |

**P35\_Le\_gusta\_recibir\_charlas\_motivacionales**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 4          | 100,0             |

**P36\_Importancia\_de\_las\_charlas\_motivacionales**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |

**P37\_Preferencia\_por\_la\_frecuencia\_de\_charlas\_motivacionales\_del\_jefe**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Cada Semana        | 1          | 25,0              |
| Válido Cada Mes    | 1          | 25,0              |
| Cada 2 meses o más | 2          | 50,0              |
| Total              | 4          | 100,0             |

**P38\_Preferencia\_por\_la\_frecuencia\_de\_charlas\_motivacionales\_del\_supervisor**

|                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------|------------|-------------------|
| Cada 15 días    | 1          | 25,0              |
| Válido Cada Mes | 3          | 75,0              |
| Total           | 4          | 100,0             |

**P39\_1\_Temas\_de\_charlas\_motivacionales**

|                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| Objetivos a cumplir        | 3          | 75,0              |
| Válido Fallas del Personal | 1          | 25,0              |
| Total                      | 4          | 100,0             |

**P39\_2\_Temas\_de\_charlas\_motivacionales**

|                         | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------|------------|-------------------|
| 0                       | 1          | 25,0              |
| Válido Logros obtenidos | 2          | 50,0              |
| Fallas del Personal     | 1          | 25,0              |
| Total                   | 4          | 100,0             |

**P39\_3\_Temas\_de\_charlas\_Motivacionales**

|                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| 0                          | 1          | 25,0              |
| Válido Fallas del Personal | 2          | 50,0              |
| Problemas susitados        | 1          | 25,0              |
| Total                      | 4          | 100,0             |

**P40\_Le\_gustaria\_recibir\_incentivos**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido SI        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 1          |                   |
| Total            | 4          |                   |

**P41\_1\_Preferencia\_de\_incentivos**

|                                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------------|------------|-------------------|
| Dinero                           | 1          | 25,0              |
| Válido Día de descanso adicional | 2          | 50,0              |
| Día de descanso en fin de semana | 1          | 25,0              |
| Total                            | 4          | 100,0             |

**P41\_2\_Preferencia\_de\_incentivos**

|               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------|------------|-------------------|
| 0             | 1          | 25,0              |
| Válido Dinero | 1          | 25,0              |
| Cine          | 2          | 50,0              |
| Total         | 4          | 100,0             |

**P41\_3\_Preferencia\_de\_incentivos**

|                                            | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------------------------------|------------|----------------------|
| 0                                          | 1          | 25,0                 |
| Día de descanso<br>adicional               | 1          | 25,0                 |
| Válido Día de descanso en fin<br>de semana | 2          | 50,0                 |
| Total                                      | 4          | 100,0                |

**P42\_Motivacion\_por\_crecimiento\_en\_la\_empresa**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| Válido SI | 4          | 100,0                |

**P43\_Crecimeinto\_dentro\_la\_empresa**

|                                          | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------------------|------------|----------------------|
| 0                                        | 1          | 25,0                 |
| Válido Mediante Rangos de<br>Crecimiento | 3          | 75,0                 |
| Total                                    | 4          | 100,0                |

**P44\_Felicitacion\_de\_los\_jefes**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| Válido SI | 4          | 100,0                |

**P45\_Felicitacion\_del\_supervisor**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| Válido SI | 4          | 100,0                |

**P46\_Inversion\_en\_capacitaciones**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| SI        | 2          | 50,0                 |
| Válido NO | 2          | 50,0                 |
| Total     | 4          | 100,0                |

**P47\_1\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|               | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|---------------|------------|----------------------|
| 0             | 2          | 50,0                 |
| Válido Ingles | 1          | 25,0                 |
| Cocina        | 1          | 25,0                 |
| Total         | 4          | 100,0                |

**P47\_2\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|               | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|---------------|------------|----------------------|
| 0             | 3          | 75,0                 |
| Válido Ingles | 1          | 25,0                 |
| Total         | 4          | 100,0                |

**P47\_3\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|                    | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------|------------|----------------------|
| 0                  | 3          | 75,0                 |
| Válido Computación | 1          | 25,0                 |
| Total              | 4          | 100,0                |

**P48\_Influencia\_del\_jefe\_en\_el\_trabajo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en Desacuerdo     | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P49\_Influencia\_del\_supervisor\_en\_el\_trabajo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en Desacuerdo     | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P50\_Influencia\_del\_supervisor\_en\_el\_trabajo**

|                          | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 25,0                 |
| Válido Indiferente       | 2          | 50,0                 |
| Totalmente de Acuerdo    | 1          | 25,0                 |
| Total                    | 4          | 100,0                |

**P51\_1\_Actitudes\_del\_jefe**

|                 | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------|------------|----------------------|
| Liderazgo       | 3          | 75,0                 |
| Válido Justicia | 1          | 25,0                 |
| Total           | 4          | 100,0                |

**P51\_2\_Actitudes\_del\_jefe**

|                | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|----------------|------------|----------------------|
| Liderazgo      | 2          | 50,0                 |
| Válido Respeto | 2          | 50,0                 |
| Total          | 4          | 100,0                |

**P51\_3\_Actitudes\_del\_jefe**

|                     | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|---------------------|------------|----------------------|
| Justicia            | 1          | 25,0                 |
| Válido Colaboración | 3          | 75,0                 |
| Total               | 4          | 100,0                |

**P52\_1\_Actitudes\_de\_los\_compañeros**

|                   | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-------------------|------------|----------------------|
| Compañerismo      | 2          | 50,0                 |
| Válido Entusiasmo | 2          | 50,0                 |
| Total             | 4          | 100,0                |

**P52\_2\_Actitudes\_de\_los\_compañeros**

|                        | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------|------------|----------------------|
| Válido Responsabilidad | 4          | 100,0                |

**P52\_3\_Actitudes\_de\_los\_compañeros**

|                     | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|---------------------|------------|----------------------|
| 0                   | 1          | 25,0                 |
| Válido Compañerismo | 1          | 25,0                 |
| Puntualidad         | 2          | 50,0                 |
| Total               | 4          | 100,0                |

**P53\_Conocimiento\_de\_los\_objetivos**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| 0         | 1          | 25,0                 |
| Válido SI | 2          | 50,0                 |
| NO        | 1          | 25,0                 |
| Total     | 4          | 100,0                |

**P54\_Gusto\_por\_conocer\_los\_objetivos**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| Válido SI | 4          | 100,0                |

**P55\_Capacitacion\_en\_cada\_area\_designada**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| 0                            | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P56\_Conocimientos\_de\_cada\_area**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Indiferente                  | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P57\_Nivel\_de\_conocimientos\_de\_los\_jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P58\_Nivel\_de\_conocimientos\_de\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P59\_Clima\_laboral**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 3          | 75,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 25,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P60\_Presion\_de\_los\_jefes\_en\_el\_trabajo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 3          | 75,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 25,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P61\_Presion\_de\_el\_supervisor\_en\_el\_trabajo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P62\_1\_Control\_en\_inventarios\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 3          | 75,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 25,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P62\_2\_Control\_en\_calidad\_de\_productos\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Totalmente en<br>Desacuerdo  | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P62\_3\_Limpieza\_del\_local\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0                |

**P62\_4\_Atencion\_al\_cliente\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0                |

**P62\_5\_Puntualidad\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0                |

**P62\_6\_Presentacion\_del\_personal\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0                |

**P62\_7\_Rapidez\_del\_servicio\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0                |

**P62\_8\_Cumplimiento\_de\_tareas\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0                |

**P62\_9\_Orden\_de\_las\_distintas\_areas\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P63\_1\_Control\_en\_inventarios\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P63\_2\_Control\_en\_calidad\_de\_productos\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0                |

**P63\_3\_Limpieza\_del\_local\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0                |

**P63\_4\_Atencion\_al\_cliente\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0                |

**P63\_5\_Puntualidad\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0                |

**P63\_6\_Presentacion\_del\_personal\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0                |

**P63\_7\_Rapidez\_del\_servicio\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0                |

**P63\_8\_Cumplimiento\_de\_tareas\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P63\_9\_Orden\_de\_las\_distintas\_areas\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |

**P64\_Ha\_sido\_sancionado**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| SI        | 3          | 75,0                 |
| Válido NO | 1          | 25,0                 |
| Total     | 4          | 100,0                |

**P65\_1\_Sanciones\_de\_mayor\_frecuencia**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| Inventario                  | 2          | 50,0                 |
| Válido Calidad de productos | 2          | 50,0                 |
| Total                       | 4          | 100,0                |

**P65\_2\_Sanciones\_de\_mayor\_frecuencia**

|                            | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|----------------------------|------------|----------------------|
| Calidad de productos       | 2          | 50,0                 |
| Válido Atención al cliente | 2          | 50,0                 |
| Total                      | 4          | 100,0                |

**P65\_3 Sanciones de mayor frecuencia**

|                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| 0                          | 2          | 50,0              |
| Válido Atención al cliente | 2          | 50,0              |
| Total                      | 4          | 100,0             |

**P66\_1 Motivos de las sanciones**

|                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------|------------|-------------------|
| Válido Descuido | 4          | 100,0             |

**P66\_2 Motivos de las sanciones**

|                                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------------------|------------|-------------------|
| Olvido                            | 3          | 75,0              |
| Válido Temor por tomar decisiones | 1          | 25,0              |
| Total                             | 4          | 100,0             |

**P66\_3 Motivos de las sanciones**

|                               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Errores de otras áreas | 4          | 100,0             |

**P67\_Nivel del compañerismo**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 25,0              |
| Válido De Acuerdo        | 3          | 75,0              |
| Total                    | 4          | 100,0             |

**P68 Colaboracion de los compañeros**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 25,0              |
| Válido De Acuerdo        | 2          | 50,0              |
| Totalmente de Acuerdo    | 1          | 25,0              |
| Total                    | 4          | 100,0             |

**P69 Apoyo del jefe en problemas**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Indiferente                  | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P70 Satisfaccion del sueldo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P71 Justicia por el sueldo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P72 Motivacion por el sueldo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P73 Me gusta trabajar en coppelia**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P74 Coppelia es un buen lugar para trabajar**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P75 Esfuerzo del jefe para un buen ambiente**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P76 Esfuerzo del supervisor para un buen ambiente**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P77 Ligado emocionalmente con la empresa**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P78\_Coppelia\_es\_mi\_segundo\_hogar**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P79\_Amistad\_con\_los\_compañeros**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 3          | 75,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 25,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P80\_Aprecio\_al\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P81\_Aprecio\_al\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P82\_Conocen\_a\_todos\_los\_trabajadores**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| SI        | 1          | 25,0              |
| Válido NO | 3          | 75,0              |
| Total     | 4          | 100,0             |

**P83\_Le\_gustaria\_conocer\_a\_todos\_los\_trabajadores**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 4          | 100,0             |

**P84\_Interaccion\_con\_los\_trabajadores**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 4          | 100,0             |

**P85\_Problemas\_con\_el\_jefe**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 4          | 100,0             |

**P86\_Problemas\_con\_el\_supervisor**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 4          | 100,0             |

**P87\_Problemas\_con\_compañeros**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 3          | 75,0              |
| De Acuerdo                      | 1          | 25,0              |
| Total                           | 4          | 100,0             |

**P88\_Resolucion\_por\_el\_jefe\_a\_conflictos**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |

**P89\_Resolucion\_del\_supervisor\_a\_conflictos**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P90\_Perdida\_de\_autoridad\_del\_jefe**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 25,0              |
| Válido De Acuerdo        | 1          | 25,0              |
| Totalmente de Acuerdo    | 2          | 50,0              |
| Total                    | 4          | 100,0             |

**P91\_Perdida\_de\_autoridad\_del\_supervisor**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 3          | 75,0              |
| De Acuerdo                      | 1          | 25,0              |
| Total                           | 4          | 100,0             |

**P92\_Inversion\_en\_materiales**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 2          | 50,0              |
| Totalmente de Acuerdo           | 2          | 50,0              |
| Total                           | 4          | 100,0             |

**P93\_1\_Necesidades\_del\_local**

|                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Incrementar mesas   | 1          | 25,0              |
| Válido Mejorar el botiquin | 3          | 75,0              |
| Total                      | 4          | 100,0             |

**P93\_2\_Necesidades\_del\_local**

|                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Mejorar el botiquin | 1          | 25,0              |
| Válido Mejor alimentacion  | 3          | 75,0              |
| Total                      | 4          | 100,0             |

**P93\_3\_Necesidades\_del\_local**

|                               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Mejor alimentacion     | 1          | 25,0              |
| Válido Uniformes para el frío | 3          | 75,0              |
| Total                         | 4          | 100,0             |

**P94\_Confianza\_con\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |

**P95\_Confianza\_del\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |

**P96\_Capacitacion\_antes\_de\_ser\_sancionados**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 1          | 25,0              |
| Válido De Acuerdo               | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo    | 1          | 25,0              |
| Total                           | 4          | 100,0             |

**P97\_Sanciones\_de\_manera\_correcta**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente           | 1          | 25,0              |
| Válido De Acuerdo            | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 25,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P98\_Las\_sanciones\_son\_necesarias**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo            | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P99\_1\_Forma\_de\_sancion**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Sansiones progresivas | 1          | 25,0              |
| Válido Por rango de gravedad | 3          | 75,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P99\_2\_Forma\_de\_sancion**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido 0                     | 1          | 25,0              |
| Válido Negación de prestamos | 1          | 25,0              |
| Válido Otro                  | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P100\_Posibilidad\_de\_crecimiento**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo            | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P101\_La\_empresa\_merece\_lo\_mejor\_de\_mi**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo            | 3          | 75,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 25,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |

**P102\_1\_Motivacion\_para\_trabajar**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido Necesidad | 2          | 50,0              |
| Válido Gusto     | 1          | 25,0              |
| Válido Otro      | 1          | 25,0              |
| Total            | 4          | 100,0             |

**P102\_2Motivacion\_para\_trabajar**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido 0           | 1          | 25,0              |
| Válido Gusto       | 2          | 50,0              |
| Válido Distracción | 1          | 25,0              |
| Total              | 4          | 100,0             |

## Milenium Plaza

**P9\_Buena\_relacion\_con\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdido s Sistema            | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P10\_Ayuda\_del\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdido s Sistema            | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P11\_Ayuda\_del\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Desacuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdido s Sistema            | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P12\_Decisiones\_del\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdido s Sistema            | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P13\_Adaptacion\_del\_supervisor\_al\_cambio**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 3          | 75,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 25,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P14\_Respeto\_Cordialidad\_de\_los\_jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| ,0                           | 1          | 25,0              |
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 25,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P15\_Respeto\_del\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P16\_Confianza\_de\_tomar\_decisiones**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo     | 1          | 25,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P17\_Capacidad\_de\_tomar\_decisiones**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 25,0              |
| Válido De Acuerdo        | 3          | 75,0              |
| Total                    | 4          | 100,0             |
| Perdido s Sistema        | 1          |                   |
| Total                    | 5          |                   |

**P18\_Periodo\_para\_tomar\_decisiones**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| 1 Mes             | 1          | 25,0              |
| Válido 3 Meses    | 2          | 50,0              |
| Más de Meses      | 1          | 25,0              |
| Total             | 4          | 100,0             |
| Perdido s Sistema | 1          |                   |
| Total             | 5          |                   |

**P19\_Comunicacion\_con\_los\_jefes**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Válido Sistema        | 1          |                   |
| Total                 | 5          |                   |

**P20\_Conexion\_de\_ordenes\_por\_los\_jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdido s Sistema            | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P21\_Entendimiesnto\_de\_las\_ordenes\_de\_los\_jefes**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Válido Sistema        | 1          |                   |
| Total                 | 5          |                   |

**P22\_Entendimiesnto\_de\_las ordenes\_de\_el supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |
| Perdido<br>s Sistema         | 1          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P23\_Ordenes\_de\_los\_jefes\_por\_igual**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 3          | 75,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 25,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |
| Perdido<br>s Sistema         | 1          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P24\_Ordenes\_de\_los\_supervisores\_por\_igual**

|                       | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------|------------|----------------------|
| ,0                    | 1          | 25,0                 |
| Válido De Acuerdo     | 2          | 50,0                 |
| Totalmente de Acuerdo | 1          | 25,0                 |
| Total                 | 4          | 100,0                |
| Perdido<br>s Sistema  | 1          |                      |
| Total                 | 5          |                      |

**P25\_Comunicacion\_con\_area\_de\_administracion**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Indiferente                  | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |
| Perdido<br>s Sistema         | 1          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P26\_Ordenes\_del\_area\_de\_administracion\_por\_igual**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Indiferente                  | 1          | 25,0                 |
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 25,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 1          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P27\_Entendimiesnto\_de\_las ordenes\_de\_administracion**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 1          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P28\_Comunicacion\_con\_area\_de\_cocina**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 1          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P29\_Comunicacion\_con\_area\_de\_bodega**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 1          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P30\_Capacitacion\_antes\_del\_cambio**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |
| Perdido<br>s Sistema         | 1          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P31\_Enseñanza\_de\_los\_jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0                |
| Perdido<br>s Sistema         | 1          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P32\_Enseñanza\_de\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0                 |
| Total                        | 4          | 100,0                |
| Perdido<br>s Sistema         | 1          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P33\_Frecuencia\_de\_charlas\_motivacionales\_del\_jefe**

|                           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|---------------------------|------------|----------------------|
| Cada Mes                  | 2          | 50,0                 |
| Válido Cada 2 meses o más | 2          | 50,0                 |
| Total                     | 4          | 100,0                |
| Perdido<br>s Sistema      | 1          |                      |
| Total                     | 5          |                      |

**P34\_Frecuencia\_de\_charlas\_motivacionales\_del\_supervisor**

|                           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------|------------|-------------------|
| Válido Cada 2 meses o más | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema          | 1          |                   |
| Total                     | 5          |                   |

**P35\_Le\_gusta\_recibir\_charlas\_motivacionales**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido SI        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 1          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P36\_Importancia\_de\_las\_charlas\_motivacionales**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 1          | 25,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo    | 3          | 75,0              |
| Perdidos Total                  | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema                | 1          |                   |
| Total                           | 5          |                   |

**P37\_Preferencia\_por\_la\_frecuencia\_de\_charlas\_motivacionales\_del\_jefe**

|                     | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------|------------|-------------------|
| Válido Cada 15 días | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema    | 1          |                   |
| Total               | 5          |                   |

**P38\_Preferencia\_por\_la\_frecuencia\_de\_charlas\_motivacionales\_del\_supervisor**

|                     | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------|------------|-------------------|
| Cada Semana         | 1          | 25,0              |
| Válido Cada 15 días | 1          | 25,0              |
| Cada Mes            | 2          | 50,0              |
| Total               | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema    | 1          |                   |
| Total               | 5          |                   |

**P39\_1\_Temas\_de\_charlas\_motivacionales**

|                         | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------|------------|-------------------|
| Objetivos a cumplir     | 3          | 75,0              |
| Válido Logros obtenidos | 1          | 25,0              |
| Total                   | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema        | 1          |                   |
| Total                   | 5          |                   |

**P39\_2\_Temas\_de\_charlas\_motivacionales**

|                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| Logros obtenidos           | 1          | 25,0              |
| Válido Fallas del Personal | 2          | 50,0              |
| Equipamiento faltante      | 1          | 25,0              |
| Total                      | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema           | 1          |                   |
| Total                      | 5          |                   |

**P39\_3\_Temas\_de\_charlas\_Motivacionales**

|                             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------------|------------|-------------------|
| Fallas del Personal         | 1          | 25,0              |
| Válido Problemas suscitados | 2          | 50,0              |
| Cambios a Realizar          | 1          | 25,0              |
| Total                       | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema            | 1          |                   |
| Total                       | 5          |                   |

**P40\_Le\_gustaria\_recibir\_incentivos**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido SI        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 1          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P41\_1\_Preferencia\_de\_incentivos**

|                                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------------|------------|-------------------|
| Dinero                           | 1          | 25,0              |
| Válido Día de descanso adicional | 3          | 75,0              |
| Total                            | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema                 | 1          |                   |
| Total                            | 5          |                   |

**P41\_2\_Preferencia\_de\_incentivos**

|                                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------------|------------|-------------------|
| Día de descanso adicional        | 1          | 25,0              |
| Válido Cine                      | 1          | 25,0              |
| Día de descanso en fin de semana | 2          | 50,0              |
| Total                            | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema                 | 1          |                   |
| Total                            | 5          |                   |

**P41\_3\_Preferencia\_de\_incentivos**

|                                     | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------------|------------|-------------------|
| Cine                                | 1          | 25,0              |
| Válido Cupones en distintos locales | 3          | 75,0              |
| Total                               | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema                    | 1          |                   |
| Total                               | 5          |                   |

**P42\_Motivacion\_por\_crecimiento\_en\_la\_empresa**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido SI        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 1          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P43\_Crecimeinto\_dentro\_la\_empresa**

|                                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Mediante Rangos de Crecimiento      | 1          | 25,0              |
| Válido Crecimiento en base a méritos       | 2          | 50,0              |
| Válido Crecimiento en base a conocimientos | 1          | 25,0              |
| Total                                      | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema                           | 1          |                   |
| Total                                      | 5          |                   |

**P44\_Felicitacion\_de\_los\_jefes**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido SI        | 3          | 75,0              |
| Válido NO        | 1          | 25,0              |
| Total            | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 1          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P45\_Felicitacion\_del\_supervisor**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido SI        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 1          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P46\_Inversion\_en\_capacitaciones**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido SI        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 1          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P47\_1\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido Ingles    | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 1          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P47\_2\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Atencion al Cliente | 3          | 75,0              |
| Válido Liderazgo           | 1          | 25,0              |
| Total                      | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema           | 1          |                   |
| Total                      | 5          |                   |

**P47\_3\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|                             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------------|------------|-------------------|
| Válido ,0                   | 1          | 25,0              |
| Válido Manejo de Invetarios | 3          | 75,0              |
| Total                       | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema            | 1          |                   |
| Total                       | 5          |                   |

**P48\_Influencia\_del\_jefe\_en\_el\_trabajo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente           | 1          | 25,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P49\_Influencia\_del\_supervisor\_en\_el\_trabajo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente           | 1          | 25,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P50\_Influencia\_del\_supervisor\_en\_el\_trabajo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente           | 1          | 25,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P51\_1\_Actitudes\_del\_jefe**

|                     | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------|------------|-------------------|
| Válido Respeto      | 3          | 75,0              |
| Válido Colaboración | 1          | 25,0              |
| Total               | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema    | 1          |                   |
| Total               | 5          |                   |

**P51\_2\_Actitudes\_del\_jefe**

|                     | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------|------------|-------------------|
| Válido Colaboración | 3          | 75,0              |
| Válido Apoyo        | 1          | 25,0              |
| Total               | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema    | 1          |                   |
| Total               | 5          |                   |

**P51\_3 Actitudes del jefe**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| ,0                | 1          | 25,0              |
| Válido Apoyo      | 3          | 75,0              |
| Total             | 4          | 100,0             |
| Perdido s Sistema | 1          |                   |
| Total             | 5          |                   |

**P52\_1 Actitudes de los compañeros**

|                        | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------|------------|-------------------|
| Compañerismo           | 3          | 75,0              |
| Válido Responsabilidad | 1          | 25,0              |
| Total                  | 4          | 100,0             |
| Perdido s Sistema      | 1          |                   |
| Total                  | 5          |                   |

**P52\_2 Actitudes de los compañeros**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Responsabilidad    | 3          | 75,0              |
| Válido Positivismo | 1          | 25,0              |
| Total              | 4          | 100,0             |
| Perdido s Sistema  | 1          |                   |
| Total              | 5          |                   |

**P52\_3 Actitudes de los compañeros**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| ,0                 | 1          | 25,0              |
| Válido Puntualidad | 1          | 25,0              |
| Honestidad         | 2          | 50,0              |
| Total              | 4          | 100,0             |
| Perdido s Sistema  | 1          |                   |
| Total              | 5          |                   |

**P53\_Conocimiento de los objetivos**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido SI        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 1          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P54\_Gusto por conocer los objetivos**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| ,0               | 1          | 25,0              |
| Válido SI        | 3          | 75,0              |
| Total            | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 1          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P55\_Capacitacion en cada area designada**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P56\_Conocimientos de cada area**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P57\_Nivel de conocimientos de los jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P58\_Nivel de conocimientos de el supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 3          | 75,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 25,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdido s Sistema            | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P59\_Clima laboral**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdido s Sistema            | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P60\_Presion de los jefes en el trabajo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 3          | 75,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 25,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdido s Sistema            | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P61\_Presion de el supervisor en el trabajo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdido s Sistema            | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P62\_1\_Control en inventarios por el jefe**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 25,0              |
| Válido De Acuerdo        | 1          | 25,0              |
| Totalmente de Acuerdo    | 2          | 50,0              |
| Total                    | 4          | 100,0             |
| Perdido s Sistema        | 1          |                   |
| Total                    | 5          |                   |

**P62\_2\_Control en calidad de productos por el jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P62\_7\_Rapidez del servicio por el jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P63\_2\_Control en calidad de productos por el supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P62\_3\_Liempieza del local por el jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P62\_8\_Cumplimiento de tareas por el jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P63\_3\_Liempieza del local por el supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P62\_4\_Atencion al cliente por el jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P62\_9\_Orden de las distintas areas por el jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P63\_4\_Atencion al cliente por el supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P62\_5\_Puntualidad por el jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P63\_1\_Control en inventarios por el supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo     | 1          | 25,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P63\_5\_Puntualidad por el supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P62\_6\_Presentacion del personal por el jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P63\_6\_Presentacion del personal por el supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P63\_7\_Rapidez\_del\_servicio\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P63\_8\_Cumplimiento\_de\_tareas\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P63\_9\_Orden\_de\_las\_distintas\_areas\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P64\_Ha\_sido\_sancionado**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| SI               | 3          | 75,0              |
| Válido NO        | 1          | 25,0              |
| Total            | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 1          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P65\_1\_Sanciones\_de\_mayor\_frecuencia**

|                             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------------|------------|-------------------|
| ,0                          | 1          | 25,0              |
| Válido Calidad de productos | 3          | 75,0              |
| Total                       | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema            | 1          |                   |
| Total                       | 5          |                   |

**P65\_2\_Sanciones\_de\_mayor\_frecuencia**

|                           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------|------------|-------------------|
| ,0                        | 2          | 50,0              |
| Válido Limpieza del local | 2          | 50,0              |
| Total                     | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema          | 1          |                   |
| Total                     | 5          |                   |

**P65\_3\_Sanciones\_de\_mayor\_frecuencia**

|                                     | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------------|------------|-------------------|
| ,0                                  | 2          | 50,0              |
| Válido Orden de las distintas áreas | 2          | 50,0              |
| Total                               | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema                    | 1          |                   |
| Total                               | 5          |                   |

**P66\_1\_Motivos\_de\_las\_sanciones**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| ,0               | 1          | 25,0              |
| Válido Descuido  | 3          | 75,0              |
| Total            | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 1          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P66\_2\_Motivos\_de\_las\_sanciones**

|                        | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------|------------|-------------------|
| ,0                     | 1          | 25,0              |
| Válido Olvido          | 2          | 50,0              |
| Errores de otras áreas | 1          | 25,0              |
| Total                  | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema       | 1          |                   |
| Total                  | 5          |                   |

**P66\_3\_Motivos\_de\_las\_sanciones**

|                               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------|------------|-------------------|
| ,0                            | 2          | 50,0              |
| Válido Errores de otras áreas | 2          | 50,0              |
| Total                         | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema              | 1          |                   |
| Total                         | 5          |                   |

**P67\_Nivel\_del\_compañerismo**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Indiferente       | 3          | 75,0              |
| Válido De Acuerdo | 1          | 25,0              |
| Total             | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema  | 1          |                   |
| Total             | 5          |                   |

**P68\_Colaboracion\_de\_los\_compañeros**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Indiferente       | 3          | 75,0              |
| Válido De Acuerdo | 1          | 25,0              |
| Total             | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema  | 1          |                   |
| Total             | 5          |                   |

**P69\_Apoyo\_del\_jefe\_en\_problemas**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 25,0              |
| Válido De Acuerdo        | 2          | 50,0              |
| Totalmente de Acuerdo    | 1          | 25,0              |
| Total                    | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 1          |                   |
| Total                    | 5          |                   |

**P70\_Satisfaccion\_del\_sueldo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P71\_Justicia\_por\_el\_sueldo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo     | 1          | 25,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P72\_Motivacion\_por\_el\_sueldo**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Desacuerdo            | 1          | 25,0              |
| Válido De Acuerdo     | 2          | 50,0              |
| Totalmente de Acuerdo | 1          | 25,0              |
| Total                 | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema      | 1          |                   |
| Total                 | 5          |                   |

**P73\_Me\_gusta\_trabajar\_en\_coppelia**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P74\_Coppelia\_es\_un\_buen\_lugar\_para\_trabajar**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P75\_Esfuerzo\_del\_jefe\_para\_un\_buen\_ambiente**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P76\_Esfuerzo\_del\_supervisor\_para\_un\_buen\_ambiente**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P77\_Ligado\_emocionalmente\_con\_la\_empresa**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P78\_Coppelia\_es\_mi\_segundo\_hogar**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 25,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P79\_Amistad\_con\_los\_compañeros**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Indiferente       | 1          | 25,0              |
| Válido De Acuerdo | 3          | 75,0              |
| Total             | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema  | 1          |                   |
| Total             | 5          |                   |

**P80\_Aprecio\_al\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P81\_Aprecio\_al\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P85\_Problemas\_con\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo     | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P89\_Resolucion\_del\_supervisor\_a\_conflictos**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Desacuerdo        | 2          | 50,0              |
| Válido De Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total             | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema  | 1          |                   |
| Total             | 5          |                   |

**P82\_Conocen\_a\_todos\_los\_trabajadores**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| SI               | 1          | 25,0              |
| Válido NO        | 3          | 75,0              |
| Total            | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 1          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P86\_Problemas\_con\_el\_supervisor**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 2          | 50,0              |
| Válido De Acuerdo        | 2          | 50,0              |
| Total                    | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 1          |                   |
| Total                    | 5          |                   |

**P90\_Perdida\_de\_autoridad\_del\_jefe**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 4          | 100,0             |
| Válido Sistema           | 1          |                   |
| Total                    | 5          |                   |

**P83\_Le\_gustaria\_conocer\_a\_todos\_los\_trabajadores**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| SI               | 3          | 75,0              |
| Válido NO        | 1          | 25,0              |
| Total            | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 1          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P87\_Problemas\_con\_compañeros**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 2          | 50,0              |
| Válido Indiferente       | 2          | 50,0              |
| Total                    | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 1          |                   |
| Total                    | 5          |                   |

**P91\_Perdida\_de\_autoridad\_del\_supervisor**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 25,0              |
| Válido Desacuerdo        | 2          | 50,0              |
| De Acuerdo               | 1          | 25,0              |
| Total                    | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 1          |                   |
| Total                    | 5          |                   |

**P84\_Interaccion\_con\_los\_trabajadores**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| SI               | 3          | 75,0              |
| Válido NO        | 1          | 25,0              |
| Total            | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 1          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P88\_Resolucion\_por\_el\_jefe\_a\_conflictos**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Desacuerdo            | 1          | 25,0              |
| Válido De Acuerdo     | 1          | 25,0              |
| Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                 | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema      | 1          |                   |
| Total                 | 5          |                   |

**P92\_Inversion\_en\_materiales**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Desacuerdo                   | 1          | 25,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 75,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

| P93_1_Necesidades_del_local |            |                   |
|-----------------------------|------------|-------------------|
|                             | Frecuencia | Porcentaje válido |
| Remodelación                | 2          | 50,0              |
| Válido Baños privados       | 1          | 25,0              |
| Casilleros                  | 1          | 25,0              |
| Total                       | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema            | 1          |                   |
| Total                       | 5          |                   |

| P93_2_Necesidades_del_local |            |                   |
|-----------------------------|------------|-------------------|
|                             | Frecuencia | Porcentaje válido |
| Baños privados              | 2          | 50,0              |
| Válido Casilleros           | 1          | 25,0              |
| Mejor alimentacion          | 1          | 25,0              |
| Total                       | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema            | 1          |                   |
| Total                       | 5          |                   |

| P93_3_Necesidades_del_local   |            |                   |
|-------------------------------|------------|-------------------|
|                               | Frecuencia | Porcentaje válido |
| Mejor alimentacion            | 1          | 25,0              |
| Válido Uniformes para el frío | 1          | 25,0              |
|                               | 2          | 50,0              |
| Total                         | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema              | 1          |                   |
| Total                         | 5          |                   |

| P94_Confianza_con_el_jefe    |            |                   |
|------------------------------|------------|-------------------|
|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

| P102_1_Motivacion_para_trabajar |            |                   |
|---------------------------------|------------|-------------------|
|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
| Nesidad                         | 2          | 50,0              |
| Válido Gusto                    | 2          | 50,0              |
| Total                           | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema                | 1          |                   |
| Total                           | 5          |                   |

| P95_Confianza_del_supervisor |            |                   |
|------------------------------|------------|-------------------|
|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
| Indiferente                  | 2          | 50,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 50,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

| P96_Capacitacion_antes_de_ser_sancionados |            |                   |
|-------------------------------------------|------------|-------------------|
|                                           | Frecuencia | Porcentaje válido |
| De Acuerdo                                | 3          | 75,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo              | 1          | 25,0              |
| Total                                     | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema                          | 1          |                   |
| Total                                     | 5          |                   |

| P97_Sanciones_de_manera_correcta |            |                   |
|----------------------------------|------------|-------------------|
|                                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
| Desacuerdo                       | 1          | 25,0              |
| Válido Indiferente               | 1          | 25,0              |
| De Acuerdo                       | 2          | 50,0              |
| Total                            | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema                 | 1          |                   |
| Total                            | 5          |                   |

| P98_Las_sanciones_son_necesarias |            |                   |
|----------------------------------|------------|-------------------|
|                                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
| De Acuerdo                       | 1          | 25,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo     | 3          | 75,0              |
| Total                            | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema                 | 1          |                   |
| Total                            | 5          |                   |

| P102_2Motivacion_para_trabajar |            |                   |
|--------------------------------|------------|-------------------|
|                                | Frecuencia | Porcentaje válido |
| Gusto                          | 3          | 75,0              |
| Válido Gusto                   | 1          | 25,0              |
| Total                          | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema               | 1          |                   |
| Total                          | 5          |                   |

| P99_1_Forma_de_sancion       |            |                   |
|------------------------------|------------|-------------------|
|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
| Negación de prestamos        | 3          | 75,0              |
| Válido Por rango de gravedad | 1          | 25,0              |
| Total                        | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 1          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

| P99_2_Forma_de_sancion |            |                   |
|------------------------|------------|-------------------|
|                        | Frecuencia | Porcentaje válido |
| Por rango de gravedad  | 1          | 25,0              |
| Válido Otro            | 2          | 50,0              |
|                        | 1          | 25,0              |
| Total                  | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema       | 1          |                   |
| Total                  | 5          |                   |

| P100_Posibilidad_de_crecimiento |            |                   |
|---------------------------------|------------|-------------------|
|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
| Indiferente                     | 1          | 25,0              |
| Válido De Acuerdo               | 1          | 25,0              |
| Totalmente de Acuerdo           | 2          | 50,0              |
| Total                           | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema                | 1          |                   |
| Total                           | 5          |                   |

| P101_La_empresa_merece_lo_mejor_de_mi |            |                   |
|---------------------------------------|------------|-------------------|
|                                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
| De Acuerdo                            | 1          | 25,0              |
| Válido Totalmente de Acuerdo          | 3          | 75,0              |
| Total                                 | 4          | 100,0             |
| Perdidos Sistema                      | 1          |                   |
| Total                                 | 5          |                   |

## Borrero:

**P9 Buena relacion con el supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 66,7              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3              |
| Total                        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P10 Ayuda del jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7              |
| Total                        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P11 Ayuda del supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7              |
| Total                        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P12 Decisiones del supervisor**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Indiferente           | 1          | 33,3              |
| Válido De Acuerdo     | 1          | 33,3              |
| Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3              |
| Total                 | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema      | 2          |                   |
| Total                 | 5          |                   |

**P13 Adaptacion del supervisor al cambio**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Indiferente           | 1          | 33,3              |
| Válido De Acuerdo     | 1          | 33,3              |
| Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3              |
| Total                 | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema      | 2          |                   |
| Total                 | 5          |                   |

**P14 Respeto Cordialidad de los jefes**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Totalmente de Acuerdo | 3          | 100,0             |
| Válido                |            |                   |
| Perdidos Sistema      | 2          |                   |
| Total                 | 5          |                   |

**P15 Respeto del supervisor**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 33,3              |
| Válido Desacuerdo        | 1          | 33,3              |
| Totalmente de Acuerdo    | 1          | 33,3              |
| Total                    | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 5          |                   |

**P16 Confianza de tomar decisiones**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 66,7              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3              |
| Total                        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P17 Capacidad de tomar decisiones**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Indiferente       | 1          | 50,0              |
| Válido De Acuerdo | 1          | 50,0              |
| Total             | 2          | 100,0             |
| Perdidos Sistema  | 3          |                   |
| Total             | 5          |                   |

**P18 Periodo para tomar decisiones**

|                           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------|------------|-------------------|
| 3 Meses                   | 1          | 33,3              |
| Válido Más de Meses       | 1          | 33,3              |
| No me siento en capacidad | 1          | 33,3              |
| Total                     | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema          | 2          |                   |
| Total                     | 5          |                   |

**P19 Comunicacion con los jefes**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Indiferente           | 1          | 33,3              |
| Válido De Acuerdo     | 1          | 33,3              |
| Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3              |
| Total                 | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema      | 2          |                   |
| Total                 | 5          |                   |

**P20 Conexion de ordenes por los jefes**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo       | 3          | 100,0             |
| Válido           |            |                   |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P21\_ Entendimiesnto de las ordenes de los jefes**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema  | 2          |                   |
| Total             | 5          |                   |

**P22\_ Entendimiesnto de las ordenes de el supervisor**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Indiferente           | 1          | 33,3              |
| Válido De Acuerdo     | 1          | 33,3              |
| Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3              |
| Total                 | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema      | 2          |                   |
| Total                 | 5          |                   |

**P23\_ Ordenes de los jefes por igual**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Indiferente           | 1          | 33,3              |
| Válido De Acuerdo     | 1          | 33,3              |
| Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3              |
| Total                 | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema      | 2          |                   |
| Total                 | 5          |                   |

**P24\_ Ordenes de los supervisores por igual**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 66,7              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3              |
| Total                        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P25\_ Comunicacion con area de administracion**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 66,7              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3              |
| Total                        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P26\_ Ordenes del area de administracion por igual**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 66,7              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3              |
| Total                        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P27\_ Entendimiesnto de las ordenes de administracion**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7              |
| Total                        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P28\_ Comunicacion con area de cocina**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Indiferente                  | 1          | 33,3              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7              |
| Total                        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P29\_ Comunicacion con area de bodega**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Indiferente           | 1          | 33,3              |
| Válido De Acuerdo     | 1          | 33,3              |
| Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3              |
| Total                 | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema      | 2          |                   |
| Total                 | 5          |                   |

**P30\_ Capacitacion antes del cambio**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7              |
| Total                        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P31\_ Enseñanza de los jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7              |
| Total                        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P32\_ Enseñanza de el supervisor**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Indiferente           | 1          | 33,3              |
| Válido De Acuerdo     | 1          | 33,3              |
| Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3              |
| Total                 | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema      | 2          |                   |
| Total                 | 5          |                   |

**P33\_ Frecuencia de charlas motivacionales del jefe**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Cada Semana      | 1          | 33,3              |
| Válido Cada Mes  | 2          | 66,7              |
| Total            | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P34\_Frecuencia\_de\_charlas\_motivacionales\_del\_supervisor**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Cada Semana      | 1          | 33,3              |
| Cada Mes         | 1          | 33,3              |
| Válido Nunca     | 1          | 33,3              |
| Total            | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P35\_Le\_gusta\_recibir\_charlas\_motivacionales**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido SI        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P36\_Importancia\_de\_las\_charlas\_motivacionales**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P37\_Preferencia\_por\_la\_frecuencia\_de\_charlas\_motivacionales\_del\_jefe**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Cada Semana      | 1          | 33,3              |
| Cada 15 días     | 1          | 33,3              |
| Válido Cada Mes  | 1          | 33,3              |
| Total            | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P38\_Preferencia\_por\_la\_frecuencia\_de\_charlas\_motivacionales\_del\_supervisor**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Cada Semana      | 1          | 33,3              |
| Cada 15 días     | 1          | 33,3              |
| Válido Cada Mes  | 1          | 33,3              |
| Total            | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P39\_1\_Temas\_de\_charlas\_motivacionales**

|                         | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------|------------|-------------------|
| Objetivos a cumplir     | 1          | 33,3              |
| Válido Logros obtenidos | 2          | 66,7              |
| Total                   | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema        | 2          |                   |
| Total                   | 5          |                   |

**P39\_2\_Temas\_de\_charlas\_motivacionales**

|                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Fallas del Personal | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema           | 2          |                   |
| Total                      | 5          |                   |

**P39\_3\_Temas\_de\_charlas\_Motivacionales**

|                             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------------|------------|-------------------|
| Equipamiento faltante       | 2          | 66,7              |
| Válido Problemas suscitados | 1          | 33,3              |
| Total                       | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema            | 2          |                   |
| Total                       | 5          |                   |

**P40\_Le\_gustaria\_recibir\_incentivos**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| 0                | 1          | 33,3              |
| Válido SI        | 2          | 66,7              |
| Total            | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P41\_1\_Preferencia\_de\_incentivos**

|                                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------------|------------|-------------------|
| Dinero                           | 1          | 33,3              |
| Válido Día de descanso adicional | 1          | 33,3              |
| Cine                             | 1          | 33,3              |
| Total                            | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema                 | 2          |                   |
| Total                            | 5          |                   |

**P41\_2\_Preferencia\_de\_incentivos**

|                           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------|------------|-------------------|
| Día de descanso adicional | 1          | 33,3              |
| Válido Cine               | 1          | 33,3              |
| Consumo en el local       | 1          | 33,3              |
| Total                     | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema          | 2          |                   |
| Total                     | 5          |                   |

**P41\_3\_Preferencia\_de\_incentivos**

|                                     | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------------|------------|-------------------|
| Día de descanso en fin de semana    | 2          | 66,7              |
| Válido Cupones en distintos locales | 1          | 33,3              |
| Total                               | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema                    | 2          |                   |
| Total                               | 5          |                   |

**P42\_Motivacion\_por\_crecimiento\_en\_la\_empresa**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido SI        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P43\_Crecimeinto\_dentro\_la\_empresa**

|                                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Mediante Rangos de Crecimiento      | 1          | 33,3              |
| Válido Crecimiento en base a méritos       | 1          | 33,3              |
| Válido Crecimiento en base a conocimientos | 1          | 33,3              |
| Válido Total                               | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema                           | 2          |                   |
| Total                                      | 5          |                   |

**P44\_Felicitacion\_de\_los\_jefes**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido SI        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P45\_Felicitacion\_del\_supervisor**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido SI        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P46\_Inversion\_en\_capacitaciones**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido SI        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P47\_1\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido Ingles    | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P47\_2\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|                             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Atencion al Cliente  | 1          | 33,3              |
| Válido Incremento de Ventas | 1          | 33,3              |
| Válido Administración       | 1          | 33,3              |
| Válido Total                | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema            | 2          |                   |
| Total                       | 5          |                   |

**P47\_3\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|                             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Manejo de Invetarios | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema            | 2          |                   |
| Total                       | 5          |                   |

**P48\_Influencia\_del\_jefe\_en\_el\_trabajo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo            | 2          | 66,7              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3              |
| Válido Total                 | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P49\_Influencia\_del\_supervisor\_en\_el\_trabajo**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 33,3              |
| Válido De Acuerdo  | 2          | 66,7              |
| Válido Total       | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema   | 2          |                   |
| Total              | 5          |                   |

**P50\_Influencia\_del\_supervisor\_en\_el\_trabajo**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 33,3              |
| Válido De Acuerdo  | 2          | 66,7              |
| Válido Total       | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema   | 2          |                   |
| Total              | 5          |                   |

**P51\_1\_Actitudes\_del\_jefe**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido Liderazgo | 1          | 33,3              |
| Válido Respeto   | 2          | 66,7              |
| Válido Total     | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema | 2          |                   |
| Total            | 5          |                   |

**P51\_2\_Actitudes\_del\_jefe**

|                     | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------|------------|-------------------|
| Válido Respeto      | 1          | 33,3              |
| Válido Justicia     | 1          | 33,3              |
| Válido Colaboración | 1          | 33,3              |
| Válido Total        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema    | 2          |                   |
| Total               | 5          |                   |

**P51\_3\_Actitudes\_del\_jefe**

|                   | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-------------------|------------|----------------------|
| Apoyo             | 2          | 66,7                 |
| Válido Innovación | 1          | 33,3                 |
| Total             | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema  | 2          |                      |
| Total             | 5          |                      |

**P52\_1\_Actitudes\_de\_los\_compañeros**

|                   | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-------------------|------------|----------------------|
| Compañerismo      | 1          | 33,3                 |
| Responsabilidad   | 1          | 33,3                 |
| Válido Honestidad | 1          | 33,3                 |
| Total             | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema  | 2          |                      |
| Total             | 5          |                      |

**P52\_2\_Actitudes\_de\_los\_compañeros**

|                    | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------|------------|----------------------|
| 0                  | 1          | 33,3                 |
| Válido Puntualidad | 1          | 33,3                 |
| Positivismo        | 1          | 33,3                 |
| Total              | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema   | 2          |                      |
| Total              | 5          |                      |

**P52\_3\_Actitudes\_de\_los\_compañeros**

|                    | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------|------------|----------------------|
| 0                  | 1          | 33,3                 |
| Válido Positivismo | 1          | 33,3                 |
| Entusiasmo         | 1          | 33,3                 |
| Total              | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema   | 2          |                      |
| Total              | 5          |                      |

**P53\_Conocimiento\_de\_los\_objetivos**

|                  | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------|------------|----------------------|
| SI               | 1          | 33,3                 |
| Válido NO        | 2          | 66,7                 |
| Total            | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema | 2          |                      |
| Total            | 5          |                      |

**P54\_Gusto\_por\_conocer\_los\_objetivos**

|                  | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------|------------|----------------------|
| 0                | 1          | 33,3                 |
| Válido SI        | 2          | 66,7                 |
| Total            | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema | 2          |                      |
| Total            | 5          |                      |

**P55\_Capacitacion\_en\_cada\_area\_designada**

|                       | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------|------------|----------------------|
| Desacuerdo            | 1          | 33,3                 |
| Válido De Acuerdo     | 1          | 33,3                 |
| Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3                 |
| Total                 | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema      | 2          |                      |
| Total                 | 5          |                      |

**P56\_Conociemintos\_de\_cada\_area**

|                       | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------|------------|----------------------|
| Desacuerdo            | 1          | 33,3                 |
| Válido De Acuerdo     | 1          | 33,3                 |
| Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3                 |
| Total                 | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema      | 2          |                      |
| Total                 | 5          |                      |

**P57\_Nivel\_de\_conocimientos\_de\_los\_jefes**

|                       | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------|------------|----------------------|
| Totalmente de Acuerdo | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema      | 2          |                      |
| Total                 | 5          |                      |

**P58\_Nivel\_de\_conocimientos\_de\_el\_supervisor**

|                    | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------|------------|----------------------|
| Desacuerdo         | 1          | 33,3                 |
| Válido Indiferente | 1          | 33,3                 |
| De Acuerdo         | 1          | 33,3                 |
| Total              | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema   | 2          |                      |
| Total              | 5          |                      |

**P59\_Clima\_laboral**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 66,7                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P60\_Presion\_de\_los\_jefes\_en\_el\_trabajo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 66,7                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P61\_Presion\_de\_el\_supervisor\_en\_el\_trabajo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 66,7                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P62\_4\_Atencion\_al\_cliente\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P62\_8\_Cumplimiento\_de\_tareas\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 66,7                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P62\_1\_Control\_en\_inventarios\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P62\_5\_Puntualidad\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 66,7                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P62\_9\_Orden\_de\_las\_distintas\_areas\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P62\_2\_Control\_en\_calidad\_de\_productos\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P62\_6\_Presentacion\_del\_personal\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P63\_1\_Control\_en\_inventarios\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Desacuerdo                   | 1          | 33,3                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P62\_3\_Limpieza\_del\_local\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P62\_7\_Rapidez\_del\_servicio\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 66,7                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P63\_2\_Control\_en\_calidad\_de\_productos\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P63\_3\_Limpieza\_del\_local\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P63\_4\_Atencion\_al\_cliente\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 66,7                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P63\_5\_Puntualidad\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 66,7                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P63\_6\_Presentacion\_del\_personal\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P63\_7\_Rapidez\_del\_servicio\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P63\_8\_Cumplimiento\_de\_tareas\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P63\_9\_Orden\_de\_las\_distintas\_areas\_por\_el\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P64\_Ha\_sido\_sancionado**

|                  | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------|------------|----------------------|
| SI               | 2          | 66,7                 |
| Válido NO        | 1          | 33,3                 |
| Total            | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema | 2          |                      |
| Total            | 5          |                      |

**P65\_1\_Sanciones\_de\_mayor\_frecuencia**

|                             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| 0                           | 1          | 33,3                 |
| Válido Calidad de productos | 1          | 33,3                 |
| Atención al cliente         | 1          | 33,3                 |
| Total                       | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema            | 2          |                      |
| Total                       | 5          |                      |

**P65\_2\_Sanciones\_de\_mayor\_frecuencia**

|                               | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-------------------------------|------------|----------------------|
| 0                             | 1          | 33,3                 |
| Válido Cumplimiento de tareas | 2          | 66,7                 |
| Total                         | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema              | 2          |                      |
| Total                         | 5          |                      |

**P65\_3\_Sanciones\_de\_mayor\_frecuencia**

|                                     | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-------------------------------------|------------|----------------------|
| 0                                   | 1          | 33,3                 |
| Válido Orden de las distintas áreas | 2          | 66,7                 |
| Total                               | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema                    | 2          |                      |
| Total                               | 5          |                      |

**P66\_1\_Motivos\_de\_las\_sanciones**

|                  | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------|------------|----------------------|
| 0                | 1          | 33,3                 |
| Válido Descuido  | 1          | 33,3                 |
| Olvido           | 1          | 33,3                 |
| Total            | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema | 2          |                      |
| Total            | 5          |                      |

**P66\_2\_Motivos\_de las sanciones**

|                        | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------|------------|-------------------|
| 0                      | 1          | 33,3              |
| Válido Olvido          | 1          | 33,3              |
| Errores de otras áreas | 1          | 33,3              |
| Total                  | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema       | 2          |                   |
| Total                  | 5          |                   |

**P66\_3\_Motivos\_de las sanciones**

|                               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------|------------|-------------------|
| 0                             | 1          | 33,3              |
| Válido Errores de otras áreas | 1          | 33,3              |
| Errores de otras áreas        | 1          | 33,3              |
| Total                         | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema              | 2          |                   |
| Total                         | 5          |                   |

**P67\_Nivel\_del compañerismo**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 33,3              |
| Válido Desacuerdo        | 1          | 33,3              |
| De Acuerdo               | 1          | 33,3              |
| Total                    | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 5          |                   |

**P68\_Colaboracion\_de los compañeros**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Desacuerdo        | 1          | 33,3              |
| Válido De Acuerdo | 2          | 66,7              |
| Total             | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema  | 2          |                   |
| Total             | 5          |                   |

**P69\_Apoyo\_del jefe en problemas**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P70\_Satisfaccion\_del sueldo**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema  | 2          |                   |
| Total             | 5          |                   |

**P71\_Justicia\_por el sueldo**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Desacuerdo        | 1          | 33,3              |
| Válido De Acuerdo | 2          | 66,7              |
| Total             | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema  | 2          |                   |
| Total             | 5          |                   |

**P72\_Motivacion\_por el sueldo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 66,7              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3              |
| Total                        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P73\_Me gusta trabajar en coppelia**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7              |
| Total                        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P74\_Coppelia es un buen lugar para trabajar**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 66,7              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3              |
| Total                        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P75\_Esfuerzo\_del jefe para un buen ambiente**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7              |
| Total                        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P76\_Esfuerzo\_del supervisor para un buen ambiente**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 1          | 33,3              |
| Válido De Acuerdo        | 1          | 33,3              |
| Totalmente de Acuerdo    | 1          | 33,3              |
| Total                    | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema         | 2          |                   |
| Total                    | 5          |                   |

**P77\_Ligado\_emocionalmente\_con\_la\_empresa**

|                       | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------------------|------------|----------------------|
| Desacuerdo            | 1          | 33,3                 |
| Válido De Acuerdo     | 1          | 33,3                 |
| Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3                 |
| Total                 | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema      | 2          |                      |
| Total                 | 5          |                      |

**P78\_Coppelia\_es\_mi\_segundo\_hogar**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P79\_Amistad\_con\_los\_compañeros**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Desacuerdo                   | 1          | 33,3                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P80\_Aprecio\_al\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P81\_Aprecio\_al\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 2          | 66,7                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P82\_Conocen\_a\_todos\_los\_trabajadores**

|                  | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------|------------|----------------------|
| SI               | 1          | 33,3                 |
| Válido NO        | 2          | 66,7                 |
| Total            | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema | 2          |                      |
| Total            | 5          |                      |

**P83\_Le\_gustaria\_conocer\_a\_todos\_los\_trabajadores**

|                  | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------|------------|----------------------|
| 0                | 1          | 33,3                 |
| Válido SI        | 2          | 66,7                 |
| Total            | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema | 2          |                      |
| Total            | 5          |                      |

**P84\_Interaccion\_con\_los\_trabajadores**

|                  | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------|------------|----------------------|
| 0                | 1          | 33,3                 |
| Válido SI        | 2          | 66,7                 |
| Total            | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema | 2          |                      |
| Total            | 5          |                      |

**P85\_Problemas\_con\_el\_jefe**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|---------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema                | 2          |                      |
| Total                           | 5          |                      |

**P86\_Problemas\_con\_el\_supervisor**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|---------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema                | 2          |                      |
| Total                           | 5          |                      |

**P87\_Problemas\_con\_compañeros**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|---------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema                | 2          |                      |
| Total                           | 5          |                      |

**P88\_Resolucion\_por\_el\_jefe\_a\_conflictos**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| De Acuerdo                   | 1          | 33,3                 |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7                 |
| Total                        | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema             | 2          |                      |
| Total                        | 5          |                      |

**P89\_Resolucion\_del\_supervisor\_a\_conflictos**

|                   | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-------------------|------------|----------------------|
| Indiferente       | 1          | 33,3                 |
| Válido De Acuerdo | 2          | 66,7                 |
| Total             | 3          | 100,0                |
| Perdidos Sistema  | 2          |                      |
| Total             | 5          |                      |

**P90\_Perdida\_de\_autoridad\_del\_jefe**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema                | 2          |                   |
| Total                           | 5          |                   |

**P91\_Perdida\_de\_autoridad\_del\_supervisor**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 2          | 66,7              |
| Válido Totalmente de Acuerdo    | 1          | 33,3              |
| Total                           | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema                | 2          |                   |
| Total                           | 5          |                   |

**P92\_Inversion\_en\_materiales**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P93\_1\_Necesidades\_del\_local**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Válido Baños privados | 2          | 66,7              |
| Válido Casilleros     | 1          | 33,3              |
| Total                 | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema      | 2          |                   |
| Total                 | 5          |                   |

**P93\_2\_Necesidades\_del\_local**

|                           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------|------------|-------------------|
| Casilleros                | 1          | 33,3              |
| Válido Mejor alimentacion | 2          | 66,7              |
| Total                     | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema          | 2          |                   |
| Total                     | 5          |                   |

**P93\_3\_Necesidades\_del\_local**

|                               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------|------------|-------------------|
| Incrementar mesas             | 1          | 33,3              |
| Válido Utencillos de Cocina   | 1          | 33,3              |
| Válido Uniformes para el frío | 1          | 33,3              |
| Total                         | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema              | 2          |                   |
| Total                         | 5          |                   |

**P94\_Confianza\_con\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P95\_Confianza\_del\_supervisor**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Indiferente                  | 1          | 33,3              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 2          | 66,7              |
| Total                        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P96\_Capacitacion\_antes\_de\_ser\_sancionados**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Desacuerdo                   | 1          | 33,3              |
| Válido De Acuerdo            | 1          | 33,3              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3              |
| Total                        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P97\_Sanciones\_de\_manera\_correcta**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Desacuerdo                   | 1          | 33,3              |
| Válido De Acuerdo            | 1          | 33,3              |
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 33,3              |
| Total                        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P98\_Las\_sanciones\_son\_necesarias**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

**P99\_1\_Forma\_de\_sancion**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| 0                            | 1          | 33,3              |
| Válido Sanciones progresivas | 2          | 66,7              |
| Total                        | 3          | 100,0             |
| Perdidos Sistema             | 2          |                   |
| Total                        | 5          |                   |

## Hallazgos Clima Laboral Supervisor

### Presidente Córdova:

**P7\_Buena\_relacion\_con\_el\_jefe**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P13\_Comunicacion\_con\_los\_jefes**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P19\_Entendimiesnto\_de\_las\_ordenes\_de\_administracion**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P8\_Ayuda\_del\_jefe**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 100,0             |

**P14\_Conexion\_de\_ordenes\_por\_los\_jefes**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P20\_Comunicacion\_con\_area\_de\_cocina**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 100,0             |

**P9\_Respeto\_Cordialidad\_de\_los\_jefes**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P15\_Entendimiesnto\_de\_las\_ordenes\_de\_los\_jefes**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P21\_Comunicacion\_con\_area\_de\_bodega**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 100,0             |

**P10\_Confianza\_de\_tomar\_decisiones**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P16\_Ordenes\_de\_los\_jefes\_por\_igual**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P22\_Capacitacion\_antes\_del\_cambio**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P11\_Capacidad\_de\_tomar\_decisiones**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P17\_Comunicacion\_con\_area\_de\_administracion**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P23\_Enseñanza\_de\_los\_jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P12\_Periodo\_para\_tomar\_decisiones**

|                     | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------|------------|-------------------|
| Válido Más de Meses | 1          | 100,0             |

**P18\_Ordenes\_del\_area\_de\_administracion\_por\_igual**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P24\_Le\_gusta\_recibir\_charlas\_motivacionales**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P25\_Importancia\_de\_las\_charlas\_motivacionales**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P26\_Preferencia\_por\_la\_frecuencia\_de\_charlas\_motivacionales del jefe**

|                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------|------------|-------------------|
| Válido Cada Mes | 1          | 100,0             |

**P27\_1\_Temas\_de\_charlas\_motivacionales**

|                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Objetivos a cumplir | 1          | 100,0             |

**P27\_2\_Temas\_de\_charlas\_motivacionales**

|                         | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------|------------|-------------------|
| Válido Logros obtenidos | 1          | 100,0             |

**P27\_3\_Temas\_de\_charlas\_Motivacionales**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Equipamiento faltante | 1          | 100,0             |

**P28\_Le\_gustaria\_recibir\_incentivos**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P29\_1\_Preferencia\_de\_incentivos**

|                                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Día de descanso adicional | 1          | 100,0             |

**P29\_2\_Preferencia\_de\_incentivos**

|                                         | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Día de descanso en fin de semana | 1          | 100,0             |

**P29\_3\_Preferencia\_de\_incentivos**

|                                     | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Cupones en distintos locales | 1          | 100,0             |

**P30\_Motivacion\_por\_crecimiento\_en\_la\_empresa**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P31\_Crecimeinto\_dentro\_la\_empresa**

|                                      | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Crecimiento en base a méritos | 1          | 100,0             |

**P32\_Felicitation\_de\_los\_jefes**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido NO | 1          | 100,0             |

**P33\_Inversion\_en\_capacitaciones**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P34\_1\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------|------------|-------------------|
| Válido Ingles | 1          | 100,0             |

**P34\_2\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Válido Administración | 1          | 100,0             |

**P34\_3\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|                             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Manejo de Invetarios | 1          | 100,0             |

**P35\_Influencia\_del\_jefe\_en\_el\_trabajo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P36\_Influencia\_de\_los\_compañeros\_en\_el\_trabajo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P37\_1 Actitudes del jefe**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| Válido Apoyo | 1          | 100,0             |

**P39 Conocimiento de los objetivos**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido NO | 1          | 100,0             |

**P45 Presion de los jefes en el trabajo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P37\_2 Actitudes del jefe**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido ,0 | 1          | 100,0             |

**P40 Gusto por conocer los objetivos**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido NO | 1          | 100,0             |

**P46\_1 Control en inventarios por el jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P37\_3 Actitudes del jefe**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido ,0 | 1          | 100,0             |

**P41 Capacitacion en cada area designada**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_2 Control en calidad de productos por el jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P38\_1 Actitudes de los compañeros**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Puntualidad | 1          | 100,0             |

**P42 Conociemintos de cada area**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_3 Limpieza del local por el jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P38\_2 Actitudes de los compañeros**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido Entusiasmo | 1          | 100,0             |

**P43 Nivel de conocimientos de los jefes**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_4 Atencion al cliente por el jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P38\_3 Actitudes de los compañeros**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido Honestidad | 1          | 100,0             |

**P44 Clima laboral**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_5 Puntualidad por el jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_6\_Presentacion\_del\_personal\_por\_el\_jefe**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P48\_2\_Sanciones\_de\_mayor\_frecuencia**

|                           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------|------------|-------------------|
| Válido Limpieza del local | 1          | 100,0             |

**P51\_Colaboracion\_de\_los\_compañeros**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_7\_Rapidez\_del\_servicio\_por\_el\_jefe**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P48\_3\_Sanciones\_de\_mayor\_frecuencia**

|                               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Cumplimiento de tareas | 1          | 100,0             |

**P52\_Apoyo\_del\_jefe\_en\_problemas**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_8\_Cumplimiento\_de\_tareas\_por\_el\_jefe**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P49\_1\_Motivos\_de\_las\_sanciones**

|               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------|------------|-------------------|
| Válido Olvido | 1          | 100,0             |

**P53\_Satisfaccion\_del\_sueldo**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 100,0             |

**P46\_9\_Orden\_de\_las\_distintas\_areas\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P49\_2\_Motivos\_de\_las\_sanciones**

|                               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Errores de otras áreas | 1          | 100,0             |

**P54\_Justicia\_por\_el\_sueldo**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 100,0             |

**P47\_Ha\_sido\_sancionado**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P49\_3\_Motivos\_de\_las\_sanciones**

|                               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Errores de otras áreas | 1          | 100,0             |

**P55\_Motivacion\_por\_el\_sueldo**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 100,0             |

**P48\_1\_Sanciones\_de\_mayor\_frecuencia**

|                             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Calidad de productos | 1          | 100,0             |

**P50\_Nivel\_del\_compañerismo**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P56\_Me\_gusta\_trabajar\_en\_coppelia**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P57\_Coppelia\_es\_un\_buen\_lugar\_para\_trabajar**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P63\_Conocen\_a\_todos\_los\_trabajadores**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P69\_Perdida\_de\_autoridad\_del\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P58\_Esfuerzo\_del\_jefe\_para\_un\_buen\_ambiente**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 100,0             |

**P64\_Le\_gustaria\_conocer\_a\_todos\_los\_trabajadores**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P70\_Inversion\_en\_materiales**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P59\_Ligado\_emocionalmente\_con\_la\_empresa**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 100,0             |

**P65\_Interaccion\_con\_los\_trabajadores**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P71\_1\_Necesidades\_del\_local**

|                     | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------|------------|-------------------|
| Válido Remodelación | 1          | 100,0             |

**P60\_Coppelia\_es\_mi\_segundo\_hogar**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**66\_Problemas\_con\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P71\_2\_Necesidades\_del\_local**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Válido Baños privados | 1          | 100,0             |

**P61\_Amistad\_con\_los\_compañeros**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P67\_Problemas\_con\_compañeros**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 100,0             |

**P71\_3\_Necesidades\_del\_local**

|                           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------|------------|-------------------|
| Válido Mejor alimentacion | 1          | 100,0             |

**P62\_Aprecio\_al\_jefe**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P68\_Resolucion\_por\_el\_jefe\_a\_conflictos**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P72\_Confianza\_con\_el\_jefe**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P73\_Capacitacion\_antes\_de\_ser\_sancionados**

|                   | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-------------------|------------|----------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P78\_La\_emprese\_merece\_lo\_mejor\_de\_mi**

|                   | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-------------------|------------|----------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P74\_Sanciones\_de\_manera\_correcta**

|                   | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-------------------|------------|----------------------|
| Válido Desacuerdo | 1          | 100,0                |

**P79\_1\_Motivacion\_para\_trabajar**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| Válido Gusto | 1          | 100,0                |

**P75\_Las\_sanciones\_son\_necesarias**

|                   | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-------------------|------------|----------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P79\_2\_Motivacion\_para\_trabajar**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| Válido ,0 | 1          | 100,0                |

**P76\_1\_Forma\_de\_sancion**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|---------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Sanciones<br>progresivas | 1          | 100,0                |

**P76\_2\_Forma\_de\_sancion**

|            | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------|------------|----------------------|
| Válido 5,0 | 1          | 100,0                |

**P77\_Posibilidad\_de\_creimiento**

|                   | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-------------------|------------|----------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0                |

## Bolívar:

**P7\_Buena\_relacion\_con\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P8\_Ayuda\_del\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P9\_Respeto\_Cordialidad\_de\_los\_jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P10\_Confianza\_de\_tomar\_decisiones**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P11\_Capacidad\_de\_tomar\_decisiones**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P12\_Periodo\_para\_tomar\_decisiones**

|                                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------------|------------|-------------------|
| Válido No me siento en capacidad | 1          | 100,0             |

**P13\_Comunicacion\_con\_los\_jefes**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P14\_Conexion\_de\_ordenes\_por\_los\_jefes**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P15\_Entendimiesnto\_de\_las\_ordenes\_de\_los\_jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P16\_Ordenes\_de\_los\_jefes\_por\_igual**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P17\_Comunicacion\_con\_area\_de\_administracion**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 100,0             |

**P18\_Ordenes\_del\_area\_de\_administracion\_por\_igual**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 100,0             |

**P19\_Entendimiesnto\_de\_las\_ordenes\_de\_administracion**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P20\_Comunicacion\_con\_area\_de\_cocina**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 100,0             |

**P21\_Comunicacion\_con\_area\_de\_bodega**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P22\_Capacitacion\_antes\_del\_cambio**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P23\_Enseñanza\_de\_los\_jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P24\_Le\_gusta\_recibir\_charlas\_motivacionales**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P25\_Importancia\_de\_las\_charlas\_motivacionales**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P26\_Preferencia\_por\_la\_frecuencia\_de\_charlas\_motivacionales\_del\_jefe**

|                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------|------------|-------------------|
| Válido Cada Mes | 1          | 100,0             |

**P27\_1\_Temas\_de\_charlas\_motivacionales**

|                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Objetivos a cumplir | 1          | 100,0             |

**P27\_2\_Temas\_de\_charlas\_motivacionales**

|                         | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------|------------|-------------------|
| Válido Logros obtenidos | 1          | 100,0             |

**P27\_3\_Temas\_de\_charlas\_Motivacionales**

|                           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------|------------|-------------------|
| Válido Cambios a Realizar | 1          | 100,0             |

**P28\_Le\_gustaria\_recibir\_incentivos**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P29\_1\_Preferencia\_de\_incentivos**

|               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------|------------|-------------------|
| Válido Dinero | 1          | 100,0             |

**P29\_2\_Preferencia\_de\_incentivos**

|                                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Día de descanso adicional | 1          | 100,0             |

**P29\_3\_Preferencia\_de\_incentivos**

|                                         | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Día de descanso en fin de semana | 1          | 100,0             |

**P30\_Motivacion\_por\_crecimiento\_en\_la\_empresa**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P31\_Crecimeinto\_dentro\_la\_empresa**

|                                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Mediante Rangos de Crecimiento | 1          | 100,0             |

**P32\_Felicitacion\_de\_los\_jefes**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P33\_Inversion\_en\_capacitaciones**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P34\_1\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------|------------|-------------------|
| Válido Ingles | 1          | 100,0             |

**P34\_2\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------|------------|-------------------|
| Válido Cocina | 1          | 100,0             |

**P34\_3\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|                             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Crecimiento Personal | 1          | 100,0             |

**P35\_Influencia\_del\_jefe\_en\_el\_trabajo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P36\_Influencia\_de\_los\_compañeros\_en\_el\_trabajo**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P37\_1\_Actitudes\_del\_jefe**

|                | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|----------------|------------|----------------------|
| Válido Respeto | 1          | 100,0                |

**P39\_Conocimiento\_de\_los\_objetivos**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| Válido NO | 1          | 100,0                |

**P45\_Presion\_de\_los\_jefes\_en\_el\_trabajo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P37\_2\_Actitudes\_del\_jefe**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| Válido Apoyo | 1          | 100,0                |

**P40\_Gusto\_por\_conocer\_los\_objetivos**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0                |

**P46\_1\_Control\_en\_inventarios\_por\_el\_jefe**

|                   | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-------------------|------------|----------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P37\_3\_Actitudes\_del\_jefe**

|                   | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-------------------|------------|----------------------|
| Válido Innovación | 1          | 100,0                |

**P41\_Capacitacion\_en\_cada\_area\_designada**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P46\_2\_Control\_en\_calidad\_de\_productos\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P38\_1\_Actitudes\_de\_los\_compañeros**

|                     | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|---------------------|------------|----------------------|
| Válido Compañerismo | 1          | 100,0                |

**P42\_Conocimientos\_de\_cada\_area**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P46\_3\_Liempieza\_del\_local\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P38\_2\_Actitudes\_de\_los\_compañeros**

|                        | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------|------------|----------------------|
| Válido Responsabilidad | 1          | 100,0                |

**P43\_Nivel\_de\_conocimientos\_de\_los\_jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P46\_4\_Atencion\_al\_cliente\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P38\_3\_Actitudes\_de\_los\_compañeros**

|                    | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------|------------|----------------------|
| Válido Positivismo | 1          | 100,0                |

**P44\_Clima\_laboral**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P46\_5\_Puntualidad\_por\_el\_jefe**

|                    | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------|------------|----------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 100,0                |

**P46\_6\_Presentacion\_del\_personal\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P48\_2\_Sanciones\_de\_mayor\_frecuencia**

|                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Atención al cliente | 1          | 100,0             |

**P51\_Colaboracion\_de\_los\_compañeros**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_7\_Rapidez\_del\_servicio\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P48\_3\_Sanciones\_de\_mayor\_frecuencia**

|                                     | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Orden de las distintas áreas | 1          | 100,0             |

**P52\_Apoyo\_del\_jefe\_en\_problemas**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_8\_Cumplimiento\_de\_tareas\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P49\_1\_Motivos\_de\_las\_sanciones**

|               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------|------------|-------------------|
| Válido Olvido | 1          | 100,0             |

**P53\_Satisfaccion\_del\_sueldo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_9\_Orden\_de\_las\_distintas\_areas\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P49\_2\_Motivos\_de\_las\_sanciones**

|                               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Errores de otras áreas | 1          | 100,0             |

**P54\_Justicia\_por\_el\_sueldo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P47\_Ha\_sido\_sancionado**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido Si | 1          | 100,0             |

**P49\_3\_Motivos\_de\_las\_sanciones**

|                               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Errores de otras áreas | 1          | 100,0             |

**P55\_Motivacion\_por\_el\_sueldo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P48\_1\_Sanciones\_de\_mayor\_frecuencia**

|                             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Calidad de productos | 1          | 100,0             |

**P50\_Nivel\_del\_compañerismo**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 100,0             |

**P56\_Me\_gusta\_trabajar\_en\_coppelia**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P57\_Coppelia\_es\_un\_buen\_lugar\_para\_trabajar**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P63\_Conocen\_a\_todos\_los\_trabajadores**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido NO | 1          | 100,0             |

**P69\_Perdida\_de\_autoridad\_del\_jefe**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 1          | 100,0             |

**P58\_Esfuerzo\_del\_jefe\_para\_un\_buen\_ambiente**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P64\_Le\_gustaria\_conocer\_a\_todos\_los\_trabajadores**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P70\_Inversion\_en\_materiales**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P59\_Ligado\_emocionalmente\_con\_la\_empresa**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P65\_Interaccion\_con\_los\_trabajadores**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P71\_1\_Necesidades\_del\_local**

|                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Mejorar el botiquin | 1          | 100,0             |

**P60\_Coppelia\_es\_mi\_segundo\_hogar**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**66\_Problemas\_con\_el\_jefe**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 1          | 100,0             |

**P71\_2\_Necesidades\_del\_local**

|                           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------|------------|-------------------|
| Válido Mejor alimentacion | 1          | 100,0             |

**P61\_Amistad\_con\_los\_compañeros**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P67\_Problemas\_con\_compañeros**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 1          | 100,0             |

**P71\_3\_Necesidades\_del\_local**

|                                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Ventiladores en lugares calientes | 1          | 100,0             |

**P62\_Aprecio\_al\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P68\_Resolucion\_por\_el\_jefe\_a\_conflictos**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P72\_Confianza\_con\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P73\_Capacitacion\_antes\_de\_ser\_sancionados**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P78\_La\_empresa\_merece\_lo\_mejor\_de\_mi**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P74\_Sanciones\_de\_manera\_correcta**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P79\_1\_Motivacion\_para\_trabajar**

|                  | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------|------------|----------------------|
| Válido Necesidad | 1          | 100,0                |

**P75\_Las\_sanciones\_son\_necesarias**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P79\_2\_Motivacion\_para\_trabajar**

|             | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-------------|------------|----------------------|
| Válido Otro | 1          | 100,0                |

**P76\_1\_Forma\_de\_sancion**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Sanciones progresivas | 1          | 100,0                |

**P76\_2\_Forma\_de\_sancion**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| Válido ,0 | 1          | 100,0                |

**P77\_Posibilidad\_de\_creimiento**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

## Milenium Plaza:

**P7\_Buena\_relacion\_con\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P8\_Ayuda\_del\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P9\_Respeto\_Cordialidad\_de\_los\_jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P10\_Confianza\_de\_tomar\_decisiones**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P11\_Capacidad\_de\_tomar\_decisiones**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 1          | 100,0             |

**P12\_Periodo\_para\_tomar\_decisiones**

|                     | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------|------------|-------------------|
| Válido Más de Meses | 1          | 100,0             |

**P13\_Comunicacion\_con\_los\_jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P14\_Conexion\_de\_ordenes\_por\_los\_jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P15\_Entendimiesnto\_de\_las\_ordenes\_de\_los\_jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P16 Ordenes\_de\_los\_jefes\_por\_igual**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P17\_Comunicacion\_con\_area\_de\_administracion**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P18 Ordenes\_del\_area\_de\_administracion\_por\_igual**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P19\_Entendimiesnto\_de\_las\_ordenes\_de\_administracion**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P20\_Comunicacion\_con\_area\_de\_cocina**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P21\_Comunicacion\_con\_area\_de\_bodega**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P22\_Capacitacion\_antes\_del\_cambio**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P23\_Enseñanza\_de\_los\_jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P24\_Le\_gusta\_recibir\_charlas\_motivacionales**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P25\_Importancia\_de\_las\_charlas\_motivacionales**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P29\_1\_Preferencia\_de\_incentivos**

|               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------|------------|-------------------|
| Válido Dinero | 1          | 100,0             |

**P33\_Inversion\_en\_capacitaciones**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P26\_Preferencia\_por\_la\_frecuencia\_de\_charlas\_motivacionales\_del\_jefe**

|                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------|------------|-------------------|
| Válido Cada Mes | 1          | 100,0             |

**P29\_2\_Preferencia\_de\_incentivos**

|                                         | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Dia de descanso en fin de semana | 1          | 100,0             |

**P34\_1\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------|------------|-------------------|
| Válido Ingles | 1          | 100,0             |

**P27\_1\_Temas\_de\_charlas\_motivacionales**

|                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Objetivos a cumplir | 1          | 100,0             |

**P29\_3\_Preferencia\_de\_incentivos**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P34\_2\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Computación | 1          | 100,0             |

**P27\_2\_Temas\_de\_charlas\_motivacionales**

|                         | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------|------------|-------------------|
| Válido Logros obtenidos | 1          | 100,0             |

**P30\_Motivacion\_por\_crecimiento\_en\_la\_empresa**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P34\_3\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------|------------|-------------------|
| Válido Cocina | 1          | 100,0             |

**P27\_3\_Temas\_de\_charlas\_Motivacionales**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Equipamiento faltante | 1          | 100,0             |

**P31\_Crecimiento\_dentro\_la\_empresa**

|                                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Crecimiento en base a conocimientos | 1          | 100,0             |

**P35\_Influencia\_del\_jefe\_en\_el\_trabajo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P28\_Le\_gustaria\_recibir\_incentivos**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P32\_Felicitation\_de\_los\_jefes**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P36\_Influencia\_de\_los\_compañeros\_en\_el\_trabajo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P37\_1 Actitudes del jefe**

|                | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------|------------|-------------------|
| Válido Respeto | 1          | 100,0             |

**P39 Conociamiento de los objetivos**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido Si | 1          | 100,0             |

**P45 Presion de los jefes en el trabajo**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P37\_2 Actitudes del jefe**

|                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------|------------|-------------------|
| Válido Justicia | 1          | 100,0             |

**P40 Gusto por conocer los objetivos**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido Si | 1          | 100,0             |

**P46\_1 Control en inventarios por el jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P37\_3 Actitudes del jefe**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| Válido Apoyo | 1          | 100,0             |

**P41 Capacitacion en cada area designada**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_2 Control en calidad de productos por el jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P38\_1 Actitudes de los compañeros**

|                     | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------|------------|-------------------|
| Válido Compañerismo | 1          | 100,0             |

**P42 Conociemintos de cada area**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_3 Liempieza del local por el jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P38\_2 Actitudes de los compañeros**

|                        | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------|------------|-------------------|
| Válido Responsabilidad | 1          | 100,0             |

**P43 Nivel de conocimientos de los jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_4 Atencion al cliente por el jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P38\_3 Actitudes de los compañeros**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Puntualidad | 1          | 100,0             |

**P44 Clima laboral**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_5 Puntualidad por el jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_6\_Presentacion\_del\_personal\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P48\_2\_Sanciones\_de\_mayor\_frecuencia**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| Válido ,0 | 1          | 100,0                |

**P51\_Colaboracion\_de\_los\_compañeros**

|                   | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-------------------|------------|----------------------|
| Válido Desacuerdo | 1          | 100,0                |

**P46\_7\_Rapidez\_del\_servicio\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P48\_3\_Sanciones\_de\_mayor\_frecuencia**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| Válido ,0 | 1          | 100,0                |

**P52\_Apoyo\_del\_jefe\_en\_problemas**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P46\_8\_Cumplimiento\_de\_tareas\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P49\_1\_Motivos\_de\_las\_sanciones**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| Válido ,0 | 1          | 100,0                |

**P53\_Satisfaccion\_del\_sueldo**

|                   | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-------------------|------------|----------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P46\_9\_Orden\_de\_las\_distintas\_areas\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P49\_2\_Motivos\_de\_las\_sanciones**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| Válido ,0 | 1          | 100,0                |

**P54\_Justicia\_por\_el\_sueldo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P47\_Ha\_sido\_sancionado**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| Válido NO | 1          | 100,0                |

**P49\_3\_Motivos\_de\_las\_sanciones**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| Válido ,0 | 1          | 100,0                |

**P55\_Motivacion\_por\_el\_sueldo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P48\_1\_Sanciones\_de\_mayor\_frecuencia**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| Válido ,0 | 1          | 100,0                |

**P50\_Nivel\_del\_compañerismo**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| Válido ,0 | 1          | 100,0                |

**P56\_Me\_gusta\_trabajar\_en\_coppelia**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P57\_Coppelia\_es\_un\_buen\_lugar\_para\_trabajar**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P63\_Conocen\_a\_todos\_los\_trabajadores**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P69\_Perdida\_de\_autoridad\_del\_jefe**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 1          | 100,0             |

**P58\_Esfuerzo\_del\_jefe\_para\_un\_buen\_ambiente**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P64\_Le\_gustaria\_conocer\_a\_todos\_los\_trabajadores**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P70\_Inversion\_en\_materiales**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P59\_Ligado\_emocionalmente\_con\_la\_empresa**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P65\_Interaccion\_con\_los\_trabajadores**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P71\_1\_Necesidades\_del\_local**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido Casilleros | 1          | 100,0             |

**P60\_Coppelia\_es\_mi\_segundo\_hogar**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**66\_Problemas\_con\_el\_jefe**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 1          | 100,0             |

**P71\_2\_Necesidades\_del\_local**

|                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Mejorar el botiquin | 1          | 100,0             |

**P61\_Amistad\_con\_los\_compañeros**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 100,0             |

**P67\_Problemas\_con\_compañeros**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido Desacuerdo | 1          | 100,0             |

**P71\_3\_Necesidades\_del\_local**

|                                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Ventiladores en lugares calientes | 1          | 100,0             |

**P62\_Aprecio\_al\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P68\_Resolucion\_por\_el\_jefe\_a\_conflictos**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P72\_Confianza\_con\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P73\_Capacitacion\_antes\_de\_ser\_sancionados**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P78\_La\_empresa\_merece\_lo\_mejor\_de\_mi**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P74\_Sanciones\_de\_manera\_correcta**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P79\_1\_Motivacion\_para\_trabajar**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| Válido Gusto | 1          | 100,0                |

**P75\_Las\_sanciones\_son\_necesarias**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P79\_2\_Motivacion\_para\_trabajar**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| Válido ,0 | 1          | 100,0                |

**P76\_1\_Forma\_de\_sancion**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Negación de prestamos | 1          | 100,0                |

**P76\_2\_Forma\_de\_sancion**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| Válido ,0 | 1          | 100,0                |

**P77\_Posibilidad\_de\_crecimiento**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

## Borrero:

**P7\_Buena\_relacion\_con\_el\_jefe**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P8\_Ayuda\_del\_jefe**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P9\_Respeto\_Cordialidad\_de\_los\_jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P10\_Confianza\_de\_tomar\_decisiones**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P11\_Capacidad\_de\_tomar\_decisiones**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P12\_Periodo\_para\_tomar\_decisiones**

|                | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------|------------|-------------------|
| Válido 3 Meses | 1          | 100,0             |

**P13\_Comunicacion\_con\_los\_jefes**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P14\_Conexion\_de\_ordenes\_por\_los\_jefes**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido Desacuerdo | 1          | 100,0             |

**P15\_Entendimiesnto\_de\_las\_ordenes\_de\_los\_jefes**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P16\_Ordenes\_de\_los\_jefes\_por\_igual**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 1          | 100,0             |

**P17\_Comunicacion\_con\_area\_de\_administracion**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido Desacuerdo | 1          | 100,0             |

**P18\_Ordenes\_del\_area\_de\_administracion\_por\_igual**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 1          | 100,0             |

**P19\_Entendimiesnto\_de\_las\_ordenes\_de\_administracion**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P20\_Comunicacion\_con\_area\_de\_cocina**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P21\_Comunicacion\_con\_area\_de\_bodega**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P22\_Capacitacion\_antes\_del\_cambio**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P23\_Enseñanza\_de\_los\_jefes**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P24\_Le\_gusta\_recibir\_charlas\_motivacionales**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P25\_Importancia\_de\_las\_charlas\_motivacionales**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P29\_1\_Preferencia\_de\_incentivos**

|               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------|------------|-------------------|
| Válido Dinero | 1          | 100,0             |

**P33\_Inversion\_en\_capacitaciones**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P26\_Preferencia\_por\_la\_frecuencia\_de\_charlas\_motivacionales\_del\_jefe**

|                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------|------------|-------------------|
| Válido Cada Mes | 1          | 100,0             |

**P29\_2\_Preferencia\_de\_incentivos**

|                                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Día de descanso adicional | 1          | 100,0             |

**P34\_1\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------|------------|-------------------|
| Válido Ingles | 1          | 100,0             |

**P27\_1\_Temas\_de\_charlas\_motivacionales**

|                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Objetivos a cumplir | 1          | 100,0             |

**P29\_3\_Preferencia\_de\_incentivos**

|                                         | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Día de descanso en fin de semana | 1          | 100,0             |

**P34\_2\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Atencion al Cliente | 1          | 100,0             |

**P27\_2\_Temas\_de\_charlas\_motivacionales**

|                         | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------|------------|-------------------|
| Válido Logros obtenidos | 1          | 100,0             |

**P30\_Motivacion\_por\_crecimiento\_en\_la\_empresa**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P34\_3\_Temas\_de\_las\_capacitaciones**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Válido Administración | 1          | 100,0             |

**P27\_3\_Temas\_de\_charlas\_Motivacionales**

|                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Fallas del Personal | 1          | 100,0             |

**P31\_Crecimiento\_dentro\_la\_empresa**

|                                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Crecimiento en base a conocimientos | 1          | 100,0             |

**P35\_Influencia\_del\_jefe\_en\_el\_trabajo**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P28\_Le\_gustaria\_recibir\_incentivos**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P32\_Felicitation\_de\_los\_jefes**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido NO | 1          | 100,0             |

**P36\_Influencia\_de\_los\_compañeros\_en\_el\_trabajo**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 1          | 100,0             |

**P37\_1\_Actitudes\_del\_jefe**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Válido Liderazgo | 1          | 100,0             |

**P39\_Conocimiento\_de\_los\_objetivos**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P45\_Presion\_de\_los\_jefes\_en\_el\_trabajo**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 100,0             |

**P37\_2\_Actitudes\_del\_jefe**

|                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------|------------|-------------------|
| Válido Justicia | 1          | 100,0             |

**P40\_Gusto\_por\_conocer\_los\_objetivos**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido ,0 | 1          | 100,0             |

**P46\_1\_Control\_en\_inventarios\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P37\_3\_Actitudes\_del\_jefe**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| Válido Apoyo | 1          | 100,0             |

**P41\_Capacitacion\_en\_cada\_area\_designada**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 100,0             |

**P46\_2\_Control\_en\_calidad\_de\_productos\_por\_el\_jefe**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P38\_1\_Actitudes\_de\_los\_compañeros**

|                     | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------|------------|-------------------|
| Válido Compañerismo | 1          | 100,0             |

**P42\_Conocimientos\_de\_cada\_area**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_3\_Limpieza\_del\_local\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P38\_2\_Actitudes\_de\_los\_compañeros**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Positivismo | 1          | 100,0             |

**P43\_Nivel\_de\_conocimientos\_de\_los\_jefes**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_4\_Atencion\_al\_cliente\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P38\_3\_Actitudes\_de\_los\_compañeros**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido ,0 | 1          | 100,0             |

**P44\_Clima\_laboral**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_5\_Puntualidad\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_6\_Presentacion\_del\_personal\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P48\_2\_Sanciones\_de\_mayor\_frecuencia**

|                               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Rapidez en el servicio | 1          | 100,0             |

**P51\_Colaboracion\_de\_los\_compañeros**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_7\_Rapidez\_del\_servicio\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P48\_3\_Sanciones\_de\_mayor\_frecuencia**

|                               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Cumplimiento de tareas | 1          | 100,0             |

**P52\_Apoyo\_del\_jefe\_en\_problemas**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_8\_Cumplimiento\_de\_tareas\_por\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P49\_1\_Motivos\_de\_las\_sanciones**

|               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------|------------|-------------------|
| Válido Olvido | 1          | 100,0             |

**P53\_Satisfaccion\_del\_sueldo**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P46\_9\_Orden\_de\_las\_distintas\_areas\_por\_el\_jefe**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 1          | 100,0             |

**P49\_2\_Motivos\_de\_las\_sanciones**

|                               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Errores de otras áreas | 1          | 100,0             |

**P54\_Justicia\_por\_el\_sueldo**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P47\_Ha\_sido\_sancionado**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P49\_3\_Motivos\_de\_las\_sanciones**

|                               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Errores de otras áreas | 1          | 100,0             |

**P55\_Motivacion\_por\_el\_sueldo**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P48\_1\_Sanciones\_de\_mayor\_frecuencia**

|                             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Calidad de productos | 1          | 100,0             |

**P50\_Nivel\_del\_compañerismo**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 1          | 100,0             |

**P56\_Me\_gusta\_trabajar\_en\_coppelia**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P57\_Coppelia\_es\_un\_buen\_lugar\_para\_trabajar**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P63\_Conocen\_a\_todos\_los\_trabajadores**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P69\_Perdida\_de\_autoridad\_del\_jefe**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 1          | 100,0             |

**P58\_Esfuerzo\_del\_jefe\_para\_un\_buen\_ambiente**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 100,0             |

**P64\_Le\_gustaria\_conocer\_a\_todos\_los\_trabajadores**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P70\_Inversion\_en\_materiales**

|            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------|------------|-------------------|
| Válido 6,0 | 1          | 100,0             |

**P59\_Ligado\_emocionalmente\_con\_la\_empresa**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P65\_Interaccion\_con\_los\_trabajadores**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Válido SI | 1          | 100,0             |

**P71\_1\_Necesidades\_del\_local**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido Casilleros | 1          | 100,0             |

**P60\_Coppelia\_es\_mi\_segundo\_hogar**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**66\_Problemas\_con\_el\_jefe**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P71\_2\_Necesidades\_del\_local**

|                            | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| Válido Mejorar el botiquin | 1          | 100,0             |

**P61\_Amistad\_con\_los\_compañeros**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 100,0             |

**P67\_Problemas\_con\_compañeros**

|                                 | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente en Desacuerdo | 1          | 100,0             |

**P71\_3\_Necesidades\_del\_local**

|                           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------|------------|-------------------|
| Válido Mejor alimentacion | 1          | 100,0             |

**P62\_Aprecio\_al\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P68\_Resolucion\_por\_el\_jefe\_a\_conflictos**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P72\_Confianza\_con\_el\_jefe**

|                              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------------------|------------|-------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0             |

**P73\_Capacitacion\_antes\_de\_ser\_sancionados**

|                   | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-------------------|------------|----------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P74\_Sanciones\_de\_manera\_correcta**

|                    | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------------|------------|----------------------|
| Válido Indiferente | 1          | 100,0                |

**P75\_Las\_sanciones\_son\_necesarias**

|                   | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-------------------|------------|----------------------|
| Válido De Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P76\_1\_Forma\_de\_sancion**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Sansiones progresivas | 1          | 100,0                |

**P76\_2\_Forma\_de\_sancion**

|            | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------|------------|----------------------|
| Válido 5,0 | 1          | 100,0                |

**P77\_Posibilidad\_de\_crecimiento**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P78\_La\_empresa\_merece\_lo\_mejor\_de\_mi**

|                              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|------------------------------|------------|----------------------|
| Válido Totalmente de Acuerdo | 1          | 100,0                |

**P79\_1\_Motivacion\_para\_trabajar**

|                | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|----------------|------------|----------------------|
| Válido Nesidad | 1          | 100,0                |

**P79\_2\_Motivacion\_para\_trabajar**

|           | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|-----------|------------|----------------------|
| Válido ,0 | 1          | 100,0                |

## **Entrevistas a Profundidad Clientes Coppelia**

Se realizaron cinco entrevistas a los distintos clientes de la empresa, donde se efectuaron preguntas de percepción y opinión. Obteniendo variables útiles para la investigación.

Los clientes identificaron varias características que deben tener los restaurantes para consumir en ellos, como lo es: sabor, cantidad, precios, atención, limpieza, ubicación, variedad y tradición.

En cuanto a la frecuencia de visita a Coppelia, se descubrió que la empresa maneja dos tipos de consumidores, los que visitan Coppelia solos, y los que asisten entre familiares y amigos. Los clientes que visitan solos lo hacen mayormente entre semana. Mientras los que asisten acompañados, lo hacen los fines de semana. La frecuencia de visita se divide en: una vez a la semana, dos o más veces a la semana, una vez al mes, 2 o más veces al mes.

También se identificó que colores los clientes prefieren para un restaurante y de esta manera identificar si la cadena los utiliza. Obteniendo once opciones: azul, negro, café, verde, gris, tomate, morado, rosado, celeste rojo y amarillo.

En cuanto al gasto, de igual manera que la frecuencia de visita, Coppelia tiene dos tipos de consumidores en cuanto a los gastos, individual y acompañado, encontrando cuatro variables: \$2 - \$3, \$3 - \$5, más de \$5 y los que no gastan en clientes que asisten solo. Y el gasto cuando se realiza acompañado, se divide en cuatro variables: \$5 - \$10, \$10 - \$15, \$15 - \$20, \$20 - \$30, más de \$30 y los que no gastan.

Se considera para el estudio las opiniones de los clientes para la apertura de otra sucursal en la ciudad, adquiriendo cuatro opciones: Totoracocha, Remigio Crespo, Paseo de los Cañarís y Centro de la Ciudad.

Para conocer cuáles son los mejores medios de comunicación para llegar al cliente, se preguntó a los mismos los medios más utilizados por ellos, encontrando cinco variables: redes sociales, periódico, televisión, radio y celular.

Y finalmente, se intentó descubrir cuál es la competencia directa de la empresa según las opiniones de los clientes, sin embargo no se obtuvieron los resultados deseados, ya que los clientes no identificaban netamente los restaurantes que competían directamente con la empresa. Sus opiniones se basaban en que no conocen restaurantes que vendan la variedad de la empresa, y a ese nivel de precios. Por lo que se identificó algunos restaurantes en base a la experiencia de gerencia, y se solicitó a los entrevistados que opinen si para ellos el restaurante mencionado es competencia. Encontrando nueve restaurantes: almuerzos por la zona, Pio Pio, El Manantial, Tutto Fredo, El Capuchino, Raymipampa, La Herradura, KFC, Moliendo Café y Raymipampa. Se encontró también algunas categorías de restaurantes como competencia de Coppelía, ya que los entrevistados decían que asisten a algunos restaurantes no por la marca en sí, sino por el tipo de comida que venden. Determinando 11 categorías: mariscos, parrilladas, comida rápida, sushi, almuerzos, pizza, pollerías, chifas, pasta, gourmet, bistrós, fuera de la ciudad y comida mexicana.

## Hallazgos Clientes:

**P1. ¿Por qué elije Coppelia al momento de comer?**

|             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------|------------|-------------------|
| No Responde | 1          | ,3                |
| Sabor       | 236        | 78,7              |
| Cantidad    | 10         | 3,3               |
| Precios     | 17         | 5,7               |
| Atención    | 8          | 2,7               |
| Limpieza    | 4          | 1,3               |
| Ubicación   | 16         | 5,3               |
| Variedad    | 7          | 2,3               |
| Tradición   | 1          | ,3                |
| Total       | 300        | 100,0             |

**P1. ¿Por qué elije Coppelia al momento de comer?**

|             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------|------------|-------------------|
| No Responde | 59         | 19,7              |
| Cantidad    | 50         | 16,7              |
| Precios     | 69         | 23,0              |
| Atención    | 57         | 19,0              |
| Limpieza    | 28         | 9,3               |
| Ubicación   | 26         | 8,7               |
| Variedad    | 8          | 2,7               |
| Tradición   | 3          | 1,0               |
| Total       | 300        | 100,0             |

**P1. ¿Por qué elije Coppelia al momento de comer?**

|             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------|------------|-------------------|
| No Responde | 94         | 31,3              |
| Sabor       | 1          | ,3                |
| Cantidad    | 1          | ,3                |
| Precios     | 18         | 6,0               |
| Atención    | 29         | 9,7               |
| Limpieza    | 52         | 17,3              |
| Ubicación   | 39         | 13,0              |
| Variedad    | 44         | 14,7              |
| Tradición   | 22         | 7,3               |
| Total       | 300        | 100,0             |

**P2. ¿Cuántas sucursales de Coppelia conoce?**

|             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------|------------|-------------------|
| No Responde | 9          | 3,0               |
| 1           | 60         | 20,0              |
| 2           | 113        | 37,7              |
| 3           | 86         | 28,7              |
| 4           | 32         | 10,7              |
| Total       | 300        | 100,0             |

**P3. ¿Qué sucursal es de mayor preferencia para usted?**

|             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------|------------|-------------------|
| No Responde | 6          | 2,0               |
| P.C         | 179        | 59,7              |
| BORR        | 49         | 16,3              |
| MP          | 8          | 2,7               |
| BOL         | 58         | 19,3              |
| Total       | 300        | 100,0             |

**P3. ¿Qué sucursal es de mayor preferencia para usted?**

|             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------|------------|-------------------|
| No Responde | 184        | 61,3              |
| P.C         | 7          | 2,3               |
| BORR        | 44         | 14,7              |
| MP          | 34         | 11,3              |
| BOL         | 31         | 10,3              |
| Total       | 300        | 100,0             |

**P4.1. Que calificación le da a Coppelia en relación a Sabor**

|             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------|------------|-------------------|
| No Responde | 17         | 5,7               |
| Alta        | 220        | 73,3              |
| Media       | 62         | 20,7              |
| Baja        | 1          | ,3                |
| Total       | 300        | 100,0             |

**P4.2. Que calificación le da a Coppelia en relación a Calidad**

|             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------|------------|-------------------|
| No Responde | 18         | 6,0               |
| Alta        | 200        | 66,7              |
| Media       | 81         | 27,0              |
| Baja        | 1          | ,3                |
| Total       | 300        | 100,0             |

**P4.3. Que calificación le da a Coppelia en relación a Presentación**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Responde  | 22         | 7,3               |
| Alta         | 146        | 48,7              |
| Válido Media | 126        | 42,0              |
| Baja         | 6          | 2,0               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P4.7. Que calificación le da a Coppelia en relación a Limpieza**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Responde  | 17         | 5,7               |
| Alta         | 219        | 73,0              |
| Válido Media | 61         | 20,3              |
| Baja         | 3          | 1,0               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P4.4. Que calificación le da a Coppelia en relación a Precios**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Responde  | 22         | 7,3               |
| Alta         | 115        | 38,3              |
| Válido Media | 153        | 51,0              |
| Baja         | 10         | 3,3               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P4.8. Que calificación le da a Coppelia en relación a Cantidad**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Responde  | 23         | 7,7               |
| Alta         | 171        | 57,0              |
| Válido Media | 99         | 33,0              |
| Baja         | 7          | 2,3               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P4.5. Que calificación le da a Coppelia en relación a Decoración**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Responde  | 29         | 9,7               |
| Alta         | 103        | 34,3              |
| Válido Media | 146        | 48,7              |
| Baja         | 22         | 7,3               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P4.9. Que calificación le da a Coppelia en relación a Rapidez**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Responde  | 21         | 7,0               |
| Alta         | 163        | 54,3              |
| Válido Media | 109        | 36,3              |
| Baja         | 7          | 2,3               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P4.6. Que calificación le da a Coppelia en relación a Atención al Cliente**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Responde  | 18         | 6,0               |
| Alta         | 204        | 68,0              |
| Válido Media | 73         | 24,3              |
| Baja         | 5          | 1,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P4.10. Que calificación le da a Coppelia en relación a Variedad**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Responde  | 21         | 7,0               |
| Alta         | 166        | 55,3              |
| Válido Media | 105        | 35,0              |
| Baja         | 8          | 2,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P5. ¿Se ha dado cuenta de las promociones que realiza Coppelía?**

|             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------|------------|-------------------|
| No Responde | 7          | 2,3               |
| Válido SI   | 68         | 22,7              |
| NO          | 225        | 75,0              |
| Total       | 300        | 100,0             |

**P9. ¿Recuerda el eslogan de la empresa?**

|             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------|------------|-------------------|
| No Responde | 8          | 2,7               |
| Válido SI   | 64         | 21,3              |
| NO          | 228        | 76,0              |
| Total       | 300        | 100,0             |

**P6. ¿Con que frecuencia visita Coppelía SOLO?**

|                                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------------|------------|-------------------|
| No Responde                      | 14         | 4,7               |
| 1 vez a la semana                | 72         | 24,0              |
| Válido 2 o más veces a la semana | 30         | 10,0              |
| 1 vez al mes                     | 134        | 44,7              |
| 2 o más veces al mes             | 50         | 16,7              |
| Total                            | 300        | 100,0             |

**P10. ¿Qué colores utiliza el restaurante?**

|               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------|------------|-------------------|
| No Responde   | 22         | 7,3               |
| Azul          | 31         | 10,3              |
| Negro         | 92         | 30,7              |
| Café          | 88         | 29,3              |
| Verde         | 17         | 5,7               |
| Gris          | 5          | 1,7               |
| Tomate        | 25         | 8,3               |
| Válido Morado | 2          | ,7                |
| Rosado        | 1          | ,3                |
| Celeste       | 1          | ,3                |
| Rojo          | 10         | 3,3               |
| Amarillo      | 4          | 1,3               |
| Otro          | 2          | ,7                |
| Total         | 300        | 100,0             |

**P7. ¿Con que frecuencia visita Coppelía con FAMILIARES O AMIGOS?**

|                                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------------|------------|-------------------|
| No Responde                      | 15         | 5,0               |
| 1 vez a la semana                | 52         | 17,3              |
| Válido 2 o más veces a la semana | 27         | 9,0               |
| 1 vez al mes                     | 130        | 43,3              |
| 2 o más veces al mes             | 76         | 25,3              |
| Total                            | 300        | 100,0             |

**P8. ¿Recuerda el logo de la empresa?**

|             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------|------------|-------------------|
| No Responde | 10         | 3,3               |
| Válido SI   | 156        | 52,0              |
| NO          | 134        | 44,7              |
| Total       | 300        | 100,0             |

**P10. ¿Qué colores utiliza el restaurante?**

|               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------|------------|-------------------|
| No Responde   | 68         | 22,7              |
| Negro         | 9          | 3,0               |
| Café          | 29         | 9,7               |
| Verde         | 18         | 6,0               |
| Gris          | 22         | 7,3               |
| Válido Tomate | 104        | 34,7              |
| Morado        | 2          | ,7                |
| Rosado        | 3          | 1,0               |
| Rojo          | 29         | 9,7               |
| Amarillo      | 12         | 4,0               |
| Otro          | 4          | 1,3               |
| Total         | 300        | 100,0             |

**P10. ¿Qué colores utiliza el restaurante?**

|             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------|------------|-------------------|
| No Responde | 150        | 50,0              |
| Negro       | 1          | ,3                |
| Café        | 3          | 1,0               |
| Verde       | 2          | ,7                |
| Gris        | 3          | 1,0               |
| Tomate      | 44         | 14,7              |
| Morado      | 1          | ,3                |
| Rosado      | 1          | ,3                |
| Rojo        | 27         | 9,0               |
| Amarillo    | 41         | 13,7              |
| Otro        | 27         | 9,0               |
| Total       | 300        | 100,0             |

**P11. ¿Cree usted que Coppelia debería cambiar su imagen?**

|             | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------|------------|-------------------|
| No Responde | 29         | 9,7               |
| SI          | 91         | 30,3              |
| NO          | 180        | 60,0              |
| Total       | 300        | 100,0             |

**P12. Cuando usted como fuera de casa SOLO ¿Que restaurantes son de su preferencia?**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No responde  | 14         | 4,7               |
| Almuerzos    | 115        | 38,3              |
| Pio Pio      | 48         | 16,0              |
| El Manantial | 23         | 7,7               |
| Tutto Fredo  | 37         | 12,3              |
| El Capuchino | 4          | 1,3               |
| Raymipampa   | 5          | 1,7               |
| La Herradura | 10         | 3,3               |
| KFC          | 15         | 5,0               |
| Otros        | 29         | 9,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P12. Cuando usted como fuera de casa SOLO ¿Que restaurantes son de su preferencia?**

|               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------|------------|-------------------|
| No responde   | 86         | 28,7              |
| Almuerzos     | 3          | 1,0               |
| Pio Pio       | 18         | 6,0               |
| El Manantial  | 24         | 8,0               |
| Tutto Fredo   | 54         | 18,0              |
| El Capuchino  | 7          | 2,3               |
| Raymipampa    | 17         | 5,7               |
| La Herradura  | 35         | 11,7              |
| KFC           | 36         | 12,0              |
| Moliendo Café | 3          | 1,0               |
| Otros         | 17         | 5,7               |
| Total         | 300        | 100,0             |

**P12. Cuando usted como fuera de casa SOLO ¿Que restaurantes son de su preferencia?**

|               | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------|------------|-------------------|
| No responde   | 135        | 45,0              |
| Almuerzos     | 1          | ,3                |
| El Manantial  | 1          | ,3                |
| Tutto Fredo   | 6          | 2,0               |
| Raymipampa    | 8          | 2,7               |
| La Herradura  | 27         | 9,0               |
| KFC           | 83         | 27,7              |
| Moliendo Café | 9          | 3,0               |
| Otros         | 30         | 10,0              |
| Total         | 300        | 100,0             |

**P13. Cuando usted como fuera de casa CON SU FAMILIA ¿Que tipo de restaurantes son de su preferencia?**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| No Responde        | 16         | 5,3               |
| Mariscos           | 165        | 55,0              |
| Parrilladas        | 53         | 17,7              |
| Comida Rapida      | 10         | 3,3               |
| Sushi              | 5          | 1,7               |
| Almuerzos          | 18         | 6,0               |
| Pizza              | 8          | 2,7               |
| Pollerías          | 7          | 2,3               |
| Chifas             | 2          | ,7                |
| Pasta              | 2          | ,7                |
| Fuera de la Ciudad | 8          | 2,7               |
| Otros              | 6          | 2,0               |
| Total              | 300        | 100,0             |

**P13. Cuando usted como fuera de casa CON SU FAMILIA ¿Que tipo de restaurantes son de su preferencia?**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| No Responde        | 52         | 17,3              |
| Mariscos           | 3          | 1,0               |
| Parrilladas        | 76         | 25,3              |
| Comida Rapida      | 34         | 11,3              |
| Sushi              | 9          | 3,0               |
| Almuerzos          | 39         | 13,0              |
| Pizza              | 32         | 10,7              |
| Pollerías          | 30         | 10,0              |
| Chifas             | 10         | 3,3               |
| Pasta              | 3          | 1,0               |
| Gourmet            | 4          | 1,3               |
| Fuera de la Ciudad | 7          | 2,3               |
| Otros              | 1          | ,3                |
| Total              | 300        | 100,0             |

**P13. Cuando usted como fuera de casa CON SU FAMILIA ¿Que tipo de restaurantes son de su preferencia?**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| No Responde        | 78         | 26,0              |
| Parrilladas        | 3          | 1,0               |
| Comida Rapida      | 11         | 3,7               |
| Sushi              | 3          | 1,0               |
| Almuerzos          | 23         | 7,7               |
| Pizza              | 35         | 11,7              |
| Pollerías          | 53         | 17,7              |
| Chifas             | 28         | 9,3               |
| Pasta              | 9          | 3,0               |
| Gourmet            | 3          | 1,0               |
| Bistros            | 16         | 5,3               |
| Fuera de la Ciudad | 21         | 7,0               |
| Comida Mexicana    | 12         | 4,0               |
| Otros              | 5          | 1,7               |
| Total              | 300        | 100,0             |

**P.20. ¿En que medio de comunicación le gusta recibir información de restaurantes?**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| No Responde       | 27         | 9,0               |
| Redes Sociales    | 206        | 68,7              |
| Periódico         | 7          | 2,3               |
| Válido Televisión | 13         | 4,3               |
| Radio             | 10         | 3,3               |
| Celular           | 37         | 12,3              |
| Total             | 300        | 100,0             |

**P.20. ¿En que medio de comunicación le gusta recibir información de restaurantes?**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| No Responde       | 248        | 82,7              |
| Redes Sociales    | 6          | 2,0               |
| Periódico         | 3          | 1,0               |
| Válido Televisión | 8          | 2,7               |
| Radio             | 12         | 4,0               |
| Celular           | 23         | 7,7               |
| Total             | 300        | 100,0             |

**P.20. ¿En que medio de comunicacion le gusta recibir información de restaurantes?**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| No Responde       | 276        | 92,0              |
| Redes Sociales    | 11         | 3,7               |
| Periódico         | 3          | 1,0               |
| Válido Televisión | 1          | ,3                |
| Radio             | 4          | 1,3               |
| Celular           | 5          | 1,7               |
| Total             | 300        | 100,0             |

**P21. Edad**

|                | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------|------------|-------------------|
| No Responde    | 22         | 7,3               |
| 20 - 25        | 103        | 34,3              |
| 26 - 39        | 131        | 43,7              |
| Válido 40 - 54 | 32         | 10,7              |
| 55 - 69        | 12         | 4,0               |
| Total          | 300        | 100,0             |

**P22. Genero**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| No Responde      | 68         | 22,7              |
| Válido Masculino | 116        | 38,7              |
| Femenino         | 116        | 38,7              |
| Total            | 300        | 100,0             |

**P23. Ocupación**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| No Responde        | 16         | 5,3               |
| Empleado Público   | 53         | 17,7              |
| Empleado Privado   | 102        | 34,0              |
| Válido Propio Jefe | 39         | 13,0              |
| Desempleado        | 13         | 4,3               |
| Estudiante         | 56         | 18,7              |
| Estudio y Trabajo  | 21         | 7,0               |
| Total              | 300        | 100,0             |

**P24. ¿Cuantos integrantes son en su hogar?**

|                   | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------|------------|-------------------|
| No Responde       | 17         | 5,7               |
| Vivo Solo         | 29         | 9,7               |
| 2 Personas        | 44         | 14,7              |
| Válido 3 Personas | 59         | 19,7              |
| 4 Personas        | 69         | 23,0              |
| Más de 4 Personas | 82         | 27,3              |
| Total             | 300        | 100,0             |

## Hallazgos Benchmarking

**P25.3 Calificación Rapidez Pio Pio**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 158        | 52,7              |
| Válido Alto  | 45         | 15,0              |
| Válido Medio | 81         | 27,0              |
| Válido Bajo  | 16         | 5,3               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.7. Calificación Atención al Cliente Pio Pio**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 158        | 52,7              |
| Válido Alto  | 54         | 18,0              |
| Válido Medio | 77         | 25,7              |
| Válido Bajo  | 11         | 3,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.1. Calificación Sabor El Manantial**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 207        | 69,0              |
| Válido Alto  | 45         | 15,0              |
| Válido Medio | 39         | 13,0              |
| Válido Bajo  | 9          | 3,0               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.4. Calificación Limpieza Pio Pio**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 159        | 53,0              |
| Válido Alto  | 56         | 18,7              |
| Válido Medio | 77         | 25,7              |
| Válido Bajo  | 8          | 2,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.8. Calificación Decoración Pio Pio**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 158        | 52,7              |
| Válido Alto  | 46         | 15,3              |
| Válido Medio | 78         | 26,0              |
| Válido Bajo  | 18         | 6,0               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.2. Calificación Calidad El Manantial**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 209        | 69,7              |
| Válido Alto  | 46         | 15,3              |
| Válido Medio | 37         | 12,3              |
| Válido Bajo  | 8          | 2,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.5. Calificación Cantidad Pio Pio**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 160        | 53,3              |
| Válido Alto  | 33         | 11,0              |
| Válido Medio | 88         | 29,3              |
| Válido Bajo  | 19         | 6,3               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.9. Calificación Variedad Pio Pio**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 159        | 53,0              |
| Válido Alto  | 34         | 11,3              |
| Válido Medio | 85         | 28,3              |
| Válido Bajo  | 22         | 7,3               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.3 Calificación Rapidez El Manantial**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 211        | 70,3              |
| Válido Alto  | 33         | 11,0              |
| Válido Medio | 46         | 15,3              |
| Válido Bajo  | 10         | 3,3               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.6. Calificación Presentación Pio Pio**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 158        | 52,7              |
| Válido Alto  | 36         | 12,0              |
| Válido Medio | 88         | 29,3              |
| Válido Bajo  | 18         | 6,0               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.10. Calificación Precios Pio Pio**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 159        | 53,0              |
| Válido Alto  | 43         | 14,3              |
| Válido Medio | 81         | 27,0              |
| Válido Bajo  | 17         | 5,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.4. Calificación Limpieza El Manantial**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 210        | 70,0              |
| Válido Alto  | 37         | 12,3              |
| Válido Medio | 42         | 14,0              |
| Válido Bajo  | 11         | 3,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.5. Calificación Cantidad El Manantial**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 212        | 70,7              |
| Alto         | 36         | 12,0              |
| Válido Medio | 39         | 13,0              |
| Bajo         | 13         | 4,3               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.9. Calificación Variedad El Manantial**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 213        | 71,0              |
| Alto         | 36         | 12,0              |
| Válido Medio | 40         | 13,3              |
| Bajo         | 11         | 3,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.3 Calificación Rapidez Tutto Fredo**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 150        | 50,0              |
| Alto         | 84         | 28,0              |
| Válido Medio | 58         | 19,3              |
| Bajo         | 8          | 2,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.6. Calificación Presentación El Manantial**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 210        | 70,0              |
| Alto         | 34         | 11,3              |
| Válido Medio | 47         | 15,7              |
| Bajo         | 9          | 3,0               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.10. Calificación Precios El Manantial**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 212        | 70,7              |
| Alto         | 33         | 11,0              |
| Válido Medio | 44         | 14,7              |
| Bajo         | 11         | 3,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.4. Calificación Limpieza Tutto Fredo**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 149        | 49,7              |
| Alto         | 110        | 36,7              |
| Válido Medio | 33         | 11,0              |
| Bajo         | 8          | 2,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.7. Calificación Atención al Cliente El**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 212        | 70,7              |
| Alto         | 39         | 13,0              |
| Válido Medio | 37         | 12,3              |
| Bajo         | 12         | 4,0               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.1. Calificación Sabor Tutto Fredo**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 148        | 49,3              |
| Alto         | 116        | 38,7              |
| Válido Medio | 31         | 10,3              |
| Bajo         | 5          | 1,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.5. Calificación Cantidad Tutto Fredo**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 150        | 50,0              |
| Alto         | 87         | 29,0              |
| Válido Medio | 56         | 18,7              |
| Bajo         | 7          | 2,3               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.8. Calificación Decoración El Manantial**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 211        | 70,3              |
| Alto         | 34         | 11,3              |
| Válido Medio | 43         | 14,3              |
| Bajo         | 12         | 4,0               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.2. Calificación Calidad Tutto Fredo**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 148        | 49,3              |
| Alto         | 111        | 37,0              |
| Válido Medio | 35         | 11,7              |
| Bajo         | 6          | 2,0               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.6. Calificación Presentación Tutto Fredo**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 147        | 49,0              |
| Alto         | 109        | 36,3              |
| Válido Medio | 38         | 12,7              |
| Bajo         | 6          | 2,0               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.7. Calificación Atención al Cliente Tutto**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 148        | 49,3              |
| Alto         | 94         | 31,3              |
| Válido Medio | 52         | 17,3              |
| Bajo         | 6          | 2,0               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.1. Calificación Sabor El Capuchino**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 233        | 77,7              |
| Alto         | 32         | 10,7              |
| Válido Medio | 31         | 10,3              |
| Bajo         | 4          | 1,3               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.5. Calificación Cantidad El Capuchino**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 243        | 81,0              |
| Alto         | 17         | 5,7               |
| Válido Medio | 35         | 11,7              |
| Bajo         | 5          | 1,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.8. Calificación Decoración Tutto Fredo**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 148        | 49,3              |
| Alto         | 107        | 35,7              |
| Válido Medio | 39         | 13,0              |
| Bajo         | 6          | 2,0               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.2. Calificación Calidad El Capuchino**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 240        | 80,0              |
| Alto         | 25         | 8,3               |
| Válido Medio | 32         | 10,7              |
| Bajo         | 3          | 1,0               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.6. Calificación Presentación El Capuchino**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 242        | 80,7              |
| Alto         | 22         | 7,3               |
| Válido Medio | 31         | 10,3              |
| Bajo         | 5          | 1,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.9. Calificación Variedad Tutto Fredo**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 150        | 50,0              |
| Alto         | 84         | 28,0              |
| Válido Medio | 58         | 19,3              |
| Bajo         | 8          | 2,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.3 Calificación Rapidez El Capuchino**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 243        | 81,0              |
| Alto         | 21         | 7,0               |
| Válido Medio | 32         | 10,7              |
| Bajo         | 4          | 1,3               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.7. Calificación Atención al Cliente El**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 243        | 81,0              |
| Alto         | 23         | 7,7               |
| Válido Medio | 31         | 10,3              |
| Bajo         | 3          | 1,0               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.10. Calificación Precios Tutto Fredo**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 151        | 50,3              |
| Alto         | 79         | 26,3              |
| Válido Medio | 62         | 20,7              |
| Bajo         | 8          | 2,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.4. Calificación Limpieza El Capuchino**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 241        | 80,3              |
| Alto         | 25         | 8,3               |
| Válido Medio | 30         | 10,0              |
| Bajo         | 4          | 1,3               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.8. Calificación Decoración El Capuchino**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 242        | 80,7              |
| Alto         | 25         | 8,3               |
| Válido Medio | 28         | 9,3               |
| Bajo         | 5          | 1,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.9. Calificación Variedad El Capuchino**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 243        | 81,0              |
| Alto         | 19         | 6,3               |
| Válido Medio | 35         | 11,7              |
| Bajo         | 3          | 1,0               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.3 Calificación Rapidez Moliendo Café**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 261        | 87,0              |
| Alto         | 19         | 6,3               |
| Válido Medio | 15         | 5,0               |
| Bajo         | 5          | 1,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.7. Calificación Atención al Cliente Café**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 261        | 87,0              |
| Alto         | 18         | 6,0               |
| Válido Medio | 15         | 5,0               |
| Bajo         | 6          | 2,0               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.10. Calificación Precios El Capuchino**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 243        | 81,0              |
| Alto         | 23         | 7,7               |
| Válido Medio | 30         | 10,0              |
| Bajo         | 4          | 1,3               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.4. Calificación Limpieza Moliendo Café**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 260        | 86,7              |
| Alto         | 17         | 5,7               |
| Válido Medio | 17         | 5,7               |
| Bajo         | 6          | 2,0               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.8. Calificación Decoración Moliendo Café**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 261        | 87,0              |
| Alto         | 20         | 6,7               |
| Válido Medio | 15         | 5,0               |
| Bajo         | 4          | 1,3               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.1. Calificación Sabor Moliendo Café**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 260        | 86,7              |
| Alto         | 14         | 4,7               |
| Válido Medio | 20         | 6,7               |
| Bajo         | 6          | 2,0               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.5. Calificación Cantidad Moliendo Café**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 260        | 86,7              |
| Alto         | 19         | 6,3               |
| Válido Medio | 17         | 5,7               |
| Bajo         | 4          | 1,3               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.9. Calificación Variedad Moliendo Café**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 261        | 87,0              |
| Alto         | 15         | 5,0               |
| Válido Medio | 19         | 6,3               |
| Bajo         | 5          | 1,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.2. Calificación Calidad Moliendo Café**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 261        | 87,0              |
| Alto         | 16         | 5,3               |
| Válido Medio | 19         | 6,3               |
| Bajo         | 4          | 1,3               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.6. Calificación Presentación Moliendo Café**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 261        | 87,0              |
| Alto         | 19         | 6,3               |
| Válido Medio | 16         | 5,3               |
| Bajo         | 4          | 1,3               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.10. Calificación Precios Moliendo Café**

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| No Conoce    | 263        | 87,7              |
| Alto         | 19         | 6,3               |
| Válido Medio | 13         | 4,3               |
| Bajo         | 5          | 1,7               |
| Total        | 300        | 100,0             |

**P25.1. Calificación Sabor La Herradura**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 178        | 59,3                 |
| Alto         | 91         | 30,3                 |
| Válido Medio | 27         | 9,0                  |
| Bajo         | 4          | 1,3                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.5. Calificación Cantidad La Herradura**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 179        | 59,7                 |
| Alto         | 76         | 25,3                 |
| Válido Medio | 39         | 13,0                 |
| Bajo         | 6          | 2,0                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.9. Calificación Variedad La Herradura**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 183        | 61,0                 |
| Alto         | 58         | 19,3                 |
| Válido Medio | 53         | 17,7                 |
| Bajo         | 6          | 2,0                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.2. Calificación Calidad La Herradura**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 178        | 59,3                 |
| Alto         | 85         | 28,3                 |
| Válido Medio | 34         | 11,3                 |
| Bajo         | 3          | 1,0                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.6. Calificación Presentación La Herradura**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 179        | 59,7                 |
| Alto         | 80         | 26,7                 |
| Válido Medio | 38         | 12,7                 |
| Bajo         | 3          | 1,0                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.10. Calificación Precios La Herradura**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 180        | 60,0                 |
| Alto         | 64         | 21,3                 |
| Válido Medio | 41         | 13,7                 |
| Bajo         | 15         | 5,0                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.3. Calificación Rapidez La Herradura**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 178        | 59,3                 |
| Alto         | 59         | 19,7                 |
| Válido Medio | 53         | 17,7                 |
| Bajo         | 10         | 3,3                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.7. Calificación Atención al Cliente La**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 178        | 59,3                 |
| Alto         | 73         | 24,3                 |
| Válido Medio | 43         | 14,3                 |
| Bajo         | 6          | 2,0                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.1. Calificación Sabor KFC**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 142        | 47,3                 |
| Alto         | 88         | 29,3                 |
| Válido Medio | 60         | 20,0                 |
| Bajo         | 10         | 3,3                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.4. Calificación Limpieza La Herradura**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 183        | 61,0                 |
| Alto         | 85         | 28,3                 |
| Válido Medio | 28         | 9,3                  |
| Bajo         | 4          | 1,3                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.8. Calificación Decoración La Herradura**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 178        | 59,3                 |
| Alto         | 81         | 27,0                 |
| Válido Medio | 37         | 12,3                 |
| Bajo         | 4          | 1,3                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.2. Calificación Calidad KFC**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 144        | 48,0                 |
| Alto         | 75         | 25,0                 |
| Válido Medio | 73         | 24,3                 |
| Bajo         | 8          | 2,7                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.3 Calificación Rapidez KFC**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 143        | 47,7                 |
| Alto         | 83         | 27,7                 |
| Válido Medio | 63         | 21,0                 |
| Bajo         | 11         | 3,7                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.7. Calificación Atención al Cliente KFC**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 143        | 47,7                 |
| Alto         | 78         | 26,0                 |
| Válido Medio | 67         | 22,3                 |
| Bajo         | 12         | 4,0                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.1. Calificación Sabor Raymipampa**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 211        | 70,3                 |
| Alto         | 63         | 21,0                 |
| Válido Medio | 22         | 7,3                  |
| Bajo         | 4          | 1,3                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.4. Calificación Limpieza KFC**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 143        | 47,7                 |
| Alto         | 86         | 28,7                 |
| Válido Medio | 60         | 20,0                 |
| Bajo         | 11         | 3,7                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.8. Calificación Decoración KFC**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 142        | 47,3                 |
| Alto         | 70         | 23,3                 |
| Válido Medio | 72         | 24,0                 |
| Bajo         | 16         | 5,3                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.2. Calificación Calidad Raymipampa**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 216        | 72,0                 |
| Alto         | 58         | 19,3                 |
| Válido Medio | 22         | 7,3                  |
| Bajo         | 4          | 1,3                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.5. Calificación Cantidad KFC**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 147        | 49,0                 |
| Alto         | 57         | 19,0                 |
| Válido Medio | 76         | 25,3                 |
| Bajo         | 20         | 6,7                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.9. Calificación Variedad KFC**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 142        | 47,3                 |
| Alto         | 64         | 21,3                 |
| Válido Medio | 74         | 24,7                 |
| Bajo         | 20         | 6,7                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.3 Calificación Rapidez Raymipampa**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 216        | 72,0                 |
| Alto         | 43         | 14,3                 |
| Válido Medio | 36         | 12,0                 |
| Bajo         | 5          | 1,7                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.6. Calificación Presentación KFC**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 144        | 48,0                 |
| Alto         | 63         | 21,0                 |
| Válido Medio | 75         | 25,0                 |
| Bajo         | 18         | 6,0                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.10. Calificación Precios KFC**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 143        | 47,7                 |
| Alto         | 70         | 23,3                 |
| Válido Medio | 78         | 26,0                 |
| Bajo         | 9          | 3,0                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.4. Calificación Limpieza Raymipampa**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 216        | 72,0                 |
| Alto         | 58         | 19,3                 |
| Válido Medio | 21         | 7,0                  |
| Bajo         | 5          | 1,7                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.5. Calificación Cantidad Raymipampa**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 216        | 72,0                 |
| Válido Alto  | 53         | 17,7                 |
| Válido Medio | 26         | 8,7                  |
| Válido Bajo  | 5          | 1,7                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.7. Calificación Atención al Cliente**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 216        | 72,0                 |
| Válido Alto  | 55         | 18,3                 |
| Válido Medio | 26         | 8,7                  |
| Válido Bajo  | 3          | 1,0                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.9. Calificación Variedad Raymipampa**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 215        | 71,7                 |
| Válido Alto  | 61         | 20,3                 |
| Válido Medio | 22         | 7,3                  |
| Válido Bajo  | 2          | ,7                   |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.6. Calificación Presentación Raymipampa**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 215        | 71,7                 |
| Válido Alto  | 58         | 19,3                 |
| Válido Medio | 24         | 8,0                  |
| Válido Bajo  | 3          | 1,0                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.8. Calificación Decoración Raymipampa**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 215        | 71,7                 |
| Válido Alto  | 57         | 19,0                 |
| Válido Medio | 25         | 8,3                  |
| Válido Bajo  | 3          | 1,0                  |
| Total        | 300        | 100,0                |

**P25.10. Calificación Precios Raymipampa**

|              | Frecuencia | Porcentaje<br>válido |
|--------------|------------|----------------------|
| No Conoce    | 215        | 71,7                 |
| Válido Alto  | 46         | 15,3                 |
| Válido Medio | 37         | 12,3                 |
| Válido Bajo  | 2          | ,7                   |
| Total        | 300        | 100,0                |



Doctora María Elena Ramírez Aguilar, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay

### CERTIFICA:

Que, el Consejo de Facultad de Ciencias de la Administración, en sesión del 31 de julio de 2019, conoció y aprobó la solicitud para la realización del trabajo de titulación y el respectivo protocolo presentado por:

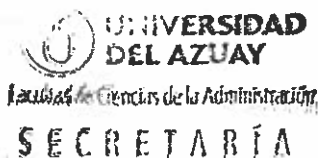
**Estudiante:** Andrade Altamirano Erika Samantha con código 79401  
**Tema:** **Plan de posicionamiento aplicada a Restaurantes Coppelia para el año 2020**  
Previo a la obtención del título de **Licenciada en Marketing**  
**Director:** Ing. Verónica Rosales Moscoso  
**Tribunal:** Ing. Xavier Ortega Vásquez e Ing. Marco Ríos Ponce

**Plazo de presentación del trabajo de titulación:** El Consejo de Facultad resolvió establecer el plazo de seis meses para la presentación del trabajo de titulación concluido y calificado por el Director; este plazo se contará desde la fecha de aprobación del protocolo, esto es hasta el 31 de enero de 2020.

Cuenca, 1 de agosto de 2019



Dra. María Elena Ramírez Aguilar  
**Secretaria Abogada**





## CONVOCATORIA

Por disposición de la Junta Académica de la escuela de Marketing, se convoca a los Miembros del Tribunal Examinador, a la sustentación del Protocolo del Trabajo de Titulación: **Plan de marketing estratégico aplicado a los Restaurantes Coppelía para el año 2020**, presentado por la estudiante Erika Samantha Andrade Altamirano con código 79401, previa a la obtención del título de Licenciada en Marketing, para el día **Viernes, 12 de julio de 2019 a las 08h30.**

*Tomar en cuenta que posterior a la sustentación del Diseño del Trabajo de Titulación, por ningún concepto se puede realizar modificaciones ni cambios en los documentos; únicamente, en caso de diseño aprobado con modificación, el Director adjuntará al esquema un oficio indicando que se procede con los cambios sugeridos.*

Cuenca, 24 de junio de 2019

Dra. María Elena Ramírez Aguilar  
Secretaria de la Facultad

Ing. Verónica Rosales Moscoso

Ing. Xavier Ortega Vásquez

Ing. Marco Ríos Ponce

Cuenca, 12 de junio de 2019

Ingeniero

Oswaldo Merchán

**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Marketing reunida en pleno, conoció la propuesta del Proyecto de trabajo de titulación denominado "Plan de marketing estratégico aplicado a los Restaurantes Coppelia para el año 2020", presentado por la Srta. Erika Samantha Andrade Altamirano con código 79401 estudiante de la Escuela de Marketing previo a la obtención del título de Licenciada en Marketing.

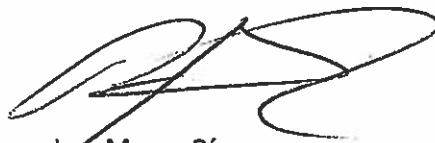
A fin de aplicar la guía de elaboración y presentación de la denuncia/protocolo de trabajo de titulación, la Junta Académica de Marketing considera que la propuesta presentada por la estudiante cumple con todos los requisitos establecidos en la guía respectiva, por lo que de conformidad con el Reglamento de Graduación de la Facultad resolvió designar como Director a la Ing. María Verónica Rosales Moscoso y el tribunal que estará integrado por el Ing. Xavier Ortega y el Ing. Marco Ríos, quienes recibirán la sustentación del diseño del trabajo de titulación previo al desarrollo del mismo.

En caso de existir la aprobación con modificaciones, la Junta Académica resuelve que el Director del Trabajo de Titulación sea quien realice el seguimiento a las modificaciones recomendadas.

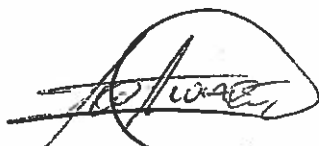
Por lo expuesto solicitamos se realice el trámite correspondiente.

Atentamente.

Atentamente.



Ing. Marco Ríos.  
Coordinador de Escuela de Marketing.



Ing. Francisco Álvarez  
Miembro de Junta Académica



Ing. Verónica Rosales  
Miembro de Junta Académica

Universidad del Azuay



**ACTA**  
**SUSTENTACIÓN DE PROTOCOLO/DENUNCIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

1. Nombre del estudiante: Erika Samantha Andrade Altamirano
2. Código: 79401
3. Director sugerido: Ing. Verónica Rosales Moscoso
4. Codirector (opcional): \_\_\_\_\_
5. Tribunal: Ing. Xavier Ortega Vásquez e Ing. Marco Ríos Ponce
6. Título propuesto: Plan de marketing estratégico aplicado a los Restaurantes Coppelia para el año 2020
7. Aceptado sin modificaciones: \_\_\_\_\_

8. Aceptado con las siguientes modificaciones:

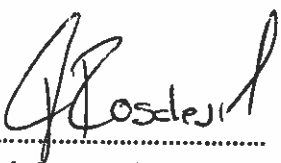
- Cambio de título, ajuste objetivo general y específico.  
- Cambio de nombre del capítulo 4  
- Ajuste en pregunta de investigación

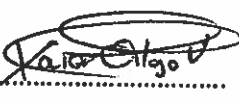
9. No aceptado

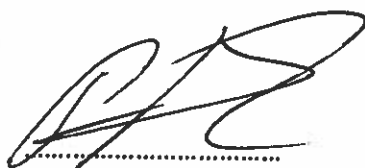
10. Justificación:

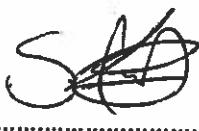
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Tribunal**

  
Ing. Verónica Rosales Moscoso

  
Ing. Xavier Ortega Vásquez

  
Ing. Marco Ríos Ponce

  
Srta. Erika Samantha Andrade Altamirano

  
Dra. María Elena Ramírez Aguilar

Secretaria de la Facultad

**RÚBRICA PARA LA EVALUACIÓN DEL PROTOCOLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN**  
**(Tribunal)**

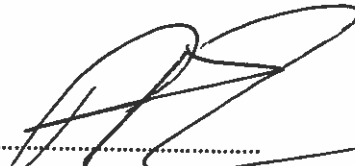
1. Nombre del estudiante: Erika Samantha Andrade Altamirano
2. Código : 79401
3. Director sugerido: Ing. Verónica Rosales Moscoso
4. Codirector (opcional):
5. Título propuesto: **Plan de marketing estratégico aplicado a los Restaurantes Coppelia para el año 2020**
6. Revisores tribunal: Ing. Xavier Ortega Vásquez e Ing. Marco Ríos Ponce
7. Recomendaciones generales de la revisión:

|                                                                                                     | Cumple | No cumple |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-----------|
| <b>Problemática y/o pregunta de investigación</b>                                                   |        |           |
| 1. ¿Presenta una descripción precisa y clara?                                                       | /      |           |
| 2. ¿Tiene relevancia profesional y social?                                                          | /      |           |
| <b>Objetivo general</b>                                                                             |        |           |
| 3. ¿Concuerda con el problema formulado?                                                            | /      |           |
| 4. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?                                             | /      |           |
| <b>Objetivos específicos</b>                                                                        |        |           |
| 5. ¿Permiten cumplir con el objetivo general?                                                       | /      |           |
| 6. ¿Son comprobables cualitativa o cuantitativamente?                                               | /      |           |
| <b>Metodología</b>                                                                                  |        |           |
| 7. ¿Se encuentran disponibles los datos y materiales mencionados?                                   | /      |           |
| 8. ¿Las actividades se presentan siguiendo una secuencia lógica?                                    | /      |           |
| 9. ¿Las actividades permitirán la consecución de los objetivos específicos planteados?              | /      |           |
| 10. ¿Las técnicas planteadas están de acuerdo con el tipo de investigación?                         | /      |           |
| <b>Resultados esperados</b>                                                                         |        |           |
| 11. ¿Son relevantes para resolver o contribuir con el problema formulado?                           | /      |           |
| 12. ¿Concuerdan con los objetivos específicos?                                                      | /      |           |
| 13. ¿Se detalla la forma de presentación de los resultados?                                         | /      |           |
| 14. ¿Los resultados esperados son consecuencia, en todos los casos, de las actividades mencionadas? | /      |           |

Nota sobre 10 puntos: : 10

  
 .....  
 Ing. Verónica Rosales Moscoso

  
 .....  
 Ing. Xavier Ortega Vásquez

  
 .....  
 Ing. Marco Ríos Ponce



UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY



Facultad  
Ciencias de la  
Administración

Oficio Estudiante: Solicitud aprobación de  
Protocolo de Trabajo de Titulación

Cuenca, 06 de junio de 2019

Ingeniero,  
Oswaldo Merchán Manzano  
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi consideración,

Estimado Señor Decano, yo Erika Samantha Andrade Altamirano con C.I. 0105565493, código estudiantil 79401, estudiante de la Carrera de Marketing, solicito muy comedidamente a usted y por su intermedio al Consejo de Facultad, la aprobación del protocolo de trabajo de titulación con el tema "Plan de marketing estratégico aplicado a los Restaurantes Coppelia para el año 2020" previo a la obtención del título de Licenciado en Marketing, para lo cual adjunto la documentación respectiva.

Por la favorable acogida que brinde a la presente, anticipo mi agradecimiento/ anticipamos nuestro agradecimiento.

Atentamente:

Erika Samantha Andrade Altamirano

Estudiante de la Carrera de Marketing



Cuenca, 6 de Junio de 2019

Ingeniero,  
Oswaldo Merchán Manzano  
**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**  
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi consideración,

Yo, **MARÍA VERÓNICA ROSALES MOSCOSO** acepto la solicitud de ser Tutora para la elaboración del trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Marketing, denominado **"PLAN DE MARKETING ESTRATEGICO APLICADO A LOS RESTAURANTES COPPELIA PARA EL AÑO 2020"**, realizado por la estudiante **ERIKA SAMANTHA ANDRADE ALTAMIRANO**, con código estudiantil **79401**.

Sin otro particular, suscribo.

Atentamente

Ing. Com. María Verónica Rosales Moscoso

Docente



1.1. Nombre del Estudiante: Erika Samantha Andrade Altamirano

1.1.1. Código: 79401

1.2. Director sugerido: Ing. María Verónica Rosales Moscoso

1.3. Docente metodólogo: Gladys Jaqueline Verdugo Cárdenas

1.4. Codirector (opcional): No aplica

1.5. Título propuesto: Plan de marketing estratégico aplicado a los Restaurantes Coppelia para el año 2020

|                                                                                                      | DIRECTOR |           | METODÓLOGO |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------|------------|-----------|
|                                                                                                      | Cumple   | No cumple | Cumple     | No cumple |
| <b>Línea de investigación</b>                                                                        |          |           |            |           |
| 1. ¿El contenido se enmarca en la línea de investigación seleccionada?                               | /        |           |            |           |
| <b>Título Propuesto</b>                                                                              |          |           |            |           |
| 2. ¿Es informativo?                                                                                  | /        |           |            |           |
| 3. ¿Es conciso?                                                                                      | /        |           |            |           |
| <b>Estado del arte</b>                                                                               |          |           |            |           |
| 4. ¿Identifica claramente el contexto histórico, científico, global y regional del tema del trabajo? | /        |           |            |           |
| 5. ¿Describe la teoría en la que se enmarca el trabajo                                               | /        |           |            |           |
| 6. ¿Describe los trabajos relacionados más relevantes?                                               | /        |           |            |           |
| 7. ¿Utiliza citas bibliográficas?                                                                    | /        |           |            |           |
| <b>Problemática</b>                                                                                  |          |           |            |           |
| 8. ¿Presenta una descripción precisa y clara?                                                        | /        |           |            |           |
| 9. ¿Tiene relevancia profesional y social?                                                           | /        |           |            |           |
| <b>Pregunta de investigación</b>                                                                     |          |           |            |           |
| 10. ¿Presenta una descripción precisa y clara?                                                       | /        |           |            |           |
| 11. ¿Tiene relevancia profesional y social?                                                          | /        |           |            |           |
| <b>Hipótesis (opcional)</b>                                                                          |          |           |            |           |
| 12. ¿Se expresa de forma clara?                                                                      | —        |           |            |           |
| 13. ¿Es factible de verificación?                                                                    | —        |           |            |           |
| <b>Objetivo general</b>                                                                              |          |           |            |           |
| 14. ¿Concuerda con el problema formulado?                                                            | /        |           |            |           |
| 15. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?                                             | /        |           |            |           |
| <b>Objetivos específicos</b>                                                                         |          |           |            |           |
| 16. ¿Permiten cumplir con el objetivo general?                                                       | /        |           |            |           |
| 17. ¿Son comprobables cualitativa o cuantitativamente?                                               | /        |           |            |           |
| <b>Metodología</b>                                                                                   |          |           |            |           |
| 18. ¿Se encuentran disponibles los datos y materiales mencionados?                                   | /        |           |            |           |
| 19. ¿Las actividades se presentan siguiendo una secuencia lógica?                                    | /        |           |            |           |
| 20. ¿Las actividades permitirán la consecución de los objetivos específicos planteados?              | /        |           |            |           |
| 21. ¿Las técnicas planteadas están de acuerdo con el tipo de investigación?                          | /        |           |            |           |
| <b>Resultados esperados</b>                                                                          |          |           |            |           |
| 22. ¿Son relevantes para resolver o contribuir con el problema formulado?                            | /        |           |            |           |
| 23. ¿Concuerdan con los objetivos específicos?                                                       | /        |           |            |           |



## Rúbrica para evaluación del Protocolo de Trabajo de Titulación (Metodólogo y Director)

|                                                                                                     | DIRECTOR |           | METODÓLOGO |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------|------------|-----------|
|                                                                                                     | Cumple   | No cumple | Cumple     | No cumple |
| 24. ¿Se detalla la forma de presentación de los resultados?                                         | /        |           |            |           |
| 25. ¿Los resultados esperados son consecuencia, en todos los casos, de las actividades mencionadas? | /        |           |            |           |
| <b>Supuestos y riesgos</b>                                                                          |          |           |            |           |
| 26. ¿Se mencionan los supuestos y riesgos más relevantes, en caso de existir?                       | /        |           |            |           |
| 27. ¿Es conveniente llevar a cabo el trabajo dado los supuestos y riesgos mencionados?              | /        |           |            |           |
| <b>Presupuesto</b>                                                                                  |          |           |            |           |
| 28. ¿El presupuesto es razonable?                                                                   | /        |           |            |           |
| 29. ¿Se consideran los rubros más relevantes?                                                       | /        |           |            |           |
| <b>Cronograma</b>                                                                                   |          |           |            |           |
| 30. ¿Los plazos para las actividades están de acuerdo con el reglamento?                            | /        |           |            |           |
| <b>Citas y Referencias del documento</b>                                                            |          |           |            |           |
| 31. ¿Se siguen las recomendaciones de normas internacionales para citar?                            | /        |           |            |           |
| <b>Expresión escrita</b>                                                                            |          |           |            |           |
| 32. ¿La redacción es clara y fácilmente comprensible?                                               | /        |           |            |           |
| 33. ¿El texto se encuentra libre de faltas ortográficas?                                            | /        |           |            |           |

OBSERVACIONES METODOLOGO:

---

---

---

---

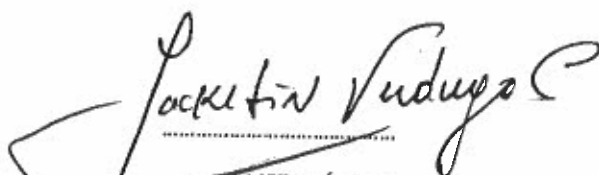
OBSERVACIONES DIRECTOR:

---

---

---

---

  
METODÓLOGO

  
DIRECTOR



Cuenca, 06 de junio de 2019

Ingeniero,  
Oswaldo Merchán Manzano  
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi consideración,

Yo, María Verónica Rosales Moscoso informo que he revisado el protocolo de trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Marketing, denominado "Plan de marketing estratégico aplicado a los Restaurantes Coppelia para el año 2020", realizado por el estudiante Erika Samantha Andrade Altamirano, con código estudiantil 79401, protocolo que a mi criterio, cumple con los lineamientos y requerimientos establecidos por la carrera.

Por lo expuesto, me permito sugerir que sea considerado para la revisión y sustentación del mismo,

Sin otro particular, suscribo.

Atentamente

Ing. María Verónica Rosales Moscoso



UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY

Cuenca, 06 de junio de 2019

Ingeniero,  
Oswaldo Merchán Manzano  
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi consideración,

Yo Pablo Marcelo Andrade Molina, Gerente General de la empresa Coppelía Restaurantes, autorizo a la estudiante Erika Samantha Andrade Altamirano de la Carrera de Marketing de la Universidad del Azuay, a realizar su trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Marketing en la empresa que represento, la cual se compromete a proporcionar al estudiante, los documentos e información requerida para el desarrollo de su labor.

Sin otro particular, suscribo

Atentamente

Pablo Marcelo Andrade Molina



Cuenca, 12 de julio de 2019

Ingeniero,  
Oswaldo Merchán Manzano  
**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**  
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi consideración,

Yo **María Verónica Rosales Moscoso** informo que he revisado los cambios realizados al protocolo del trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Marketing, denominado **"PLAN DE MARKETING ESTRATEGICO APLICADO A LOS RESTAURANTES COPPELIA PARA EL AÑO 2020"**, elaborado por la estudiante **Erika Samantha Andrade Altamirano**, con código estudiantil 78010. Trabajo que según mi criterio cumple con las modificaciones sugeridas por el Tribunal y puede continuar su desarrollo planificado.

Sin otro particular, suscribo

Atentamente

Ing. Verónica Rosales Moscoso



UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY



Escuela  
Marketing

## Protocolo de Trabajo de Titulación

### UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Marketing

## Plan de Posicionamiento aplicado a Restaurantes Coppelia para el año 2020

**Nombre de Estudiante(s):**

Andrade Altamirano Erika Samantha

**Director(a) sugerido(a):**

Ing. Rosales Moscoso María Verónica

Cuenca - Ecuador

Julio 2019



**1. Datos Generales**

**1.1. Nombre del Estudiante**

Andrade Altamirano Erika Samantha

**1.1.1. Código**

Ua079401

**1.1.2. Contacto**

Andrade Altamirano Erika Samantha

Teléfono: 855014

Celular: 0989150580

Correo Electrónico: sammy.andrade.126@gmail.com

**1.2. Director Sugerido: Rosales Morales María Verónica, Ingeniera**

**1.2.1. Contacto:**

Celular: 0998438640

Correo Electrónico: vrosales@uazuay.edu.ec

**1.3. Co-director sugerido: No aplica**

**1.3.1. Contacto:**

**1.4. Asesor Metodológico: Verdugo Cárdenas Gladys Jaqueline**

**1.5. Tribunal designado: Ponce Ríos Marco Antonio, Ortega Vásquez Xavier Esteban**

**1.6. Aprobación:**

**1.7. Línea de Investigación de la Carrera:**

4.41.414.4. Marketing Estratégico

**1.7.1. Código UNESCO: 5311.05 Marketing**

**1.7.2. Tipo de trabajo:**

a) Proyecto de investigación

b) Investigación formativa

**1.8. Área de Estudio:**

Marketing Estratégico, Investigación de Mercado, Comportamiento del Consumidor

**1.9. Título Propuesto:**

Plan de posicionamiento aplicado a los Restaurantes Coppelía para el año 2020

**1.10. Subtítulo:**

No aplica

**1.11. Estado del proyecto**

Proyecto Nuevo

## 2. Contenido

### 2.1. Motivo de la Investigación:

Coppelia Restaurantes es una cadena de restaurantes que tuvo inicio hacia 38 años en la ciudad de Cuenca, empezando con la venta de sándwiches y hamburguesas, con el paso del tiempo ha evolucionado en el diseño de los restaurantes y en su portafolio, ya que en la actualidad cuenta con: comida rápida, mariscos, comida típica y carnes, toda esta transformación ha permitido que la cadena obtenga un crecimiento en el mercado, ya que cuenta con cuatro puntos de venta distribuidos mayormente en el centro de la ciudad.

Debido a que la competencia en el mercado alimenticio de la ciudad de Cuenca crece muy rápidamente y los consumidores no piensan ni actúan de la misma manera de como actuaban cuando el restaurante empezó y las nuevas generaciones tienen comportamientos muy distintos a los habituales, es necesario estar al tanto de las nuevas conductas de los consumidores. De igual manera la competencia ha aumentado en los últimos tiempos, y sus estrategias son diferentes y hasta algunas veces agresivas, obligando al restaurante a identificar cuáles son los puntos débiles donde la competencia puede atacar, y sus puntos fuertes para poder responder a las acciones de su competencia. Los clientes internos también han evolucionado, en cuanto a sus necesidades y exigencias, es por eso que la empresa debe conocer cuáles son las estrategias más fuertes, y de este modo buscar un equilibrio y explotar sus capacidades al máximo beneficiando a la empresa.

Una empresa que aspira crecer debe contar con un plan de marketing estratégico, que le permita incrementar su funcionalidad en forma ordenada. Así mismo debe revisar los lineamientos que generan la difusión de servicios y garantizar la credibilidad de sus consumidores.

El objetivo de la presente propuesta de investigación es formular un plan de marketing estratégico aplicado a los restaurantes Coppelia en la ciudad de Cuenca en busca de activar y promocionar la empresa, sus instalaciones y servicios. Para el efecto se requerirá efectivos y modernos principios de marketing.

### 2.2. Problemática

En este momento la empresa no conoce los problemas y necesidades que tiene su personal, por lo que no ha desarrollado ningún tipo de mejora al respecto.

Así como no ha realizado un estudio de sus consumidores y de la competencia, por lo que no se ha establecido estrategias de innovación en producto, infraestructura y servicio. La empresa desea seguir creciendo, pero para ello necesita un análisis de su sistema operativo interno. De manera que en este contexto un plan de marketing estratégico proyectado hacia el año 2020 permitirá ordenar la estructura interna de la empresa y proyectarse competitivamente frente a otros negocios con las mismas características de la empresa que se analiza.

### 2.3. Pregunta de Investigación

¿Cuáles son las variables para la elaboración de un plan de posicionamiento para los restaurantes Coppelia que lo vuelva competitivo en el sector de alimentos de la ciudad de Cuenca?

### 2.4. Resumen

La presente investigación desarrollará un Plan de Marketing estratégico que sea funcional para impulsar la presencia de los Restaurantes Coppelia en la ciudad de Cuenca para el año 2020. Para el efecto, se realizará un estudio de mercado de los clientes internos, externos y competencia de la empresa en el casco urbano de la ciudad de Cuenca. Con la finalidad de determinar algunas estrategias de marketing que permitan mejorar el posicionamiento de la marca en la ciudad.

### 2.5. Estado del Arte y marco teórico

#### Estado del Arte

Algunos estudios realizados para la elaboración de un plan de marketing, señalan que existen varias variables a analizar y aplicar en un restaurante, como los indica Ubidia. (2014) realizó un plan de marketing para un restaurante, donde empezó conociendo la misión, objetivos y visión que tiene el negocio, con esos datos realizó un análisis FODA, para ubicar los puntos fuertes y débiles de la empresa. En cuanto a la competencia, realiza un análisis PEST donde investiga factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos. Para el análisis de la demanda, basada en encuestas analizó las características de los clientes y pudo conocer los gustos y preferencias del mercado. Para el análisis del mercado exterior realiza una investigación sobre barreras de entrada, estudiando la competencia existente, el poder del consumidor, el poder del proveedor y amenaza de sustitutos. Realizan también una determinación del segmento de mercado al cual se van a enfocar, para luego realizar estrategias de marketing mix, aplicando las 7p's. luego del análisis y de la aplicación, llegaron a las siguientes conclusiones: gracias al análisis realizado a los consumidores, se pudo determinar los productos y precios ideales para el cliente, también conocieron cual es la ubicación ideal para el restaurante. En cuanto a las promociones, utilizan los medios idóneos para el segmento. Debido al análisis interno que se realizó, se pudo capacitar al personal de la mejor manera, obteniendo resultado positivos. Por último la decoración del establecimiento se basó en la investigación realizada a la muestra consiguiendo las características que debe tener el restaurante. (Ubidia, 2014)

Graciano (2017) realiza una propuesta para la creación de un plan de marketing sostenible para una cadena de restaurantes, donde sugiere que los objetivos de la empresa deben estar alineados con las estrategias creadas, las mismas que están basadas en el análisis interno y externo del restaurante mediante el análisis FODA. Sugiere que si el restaurante necesita estrategias de crecimiento debe realizar actividades como: penetración de mercado, desarrollar nuevos productos alineados a las nuevas necesidades que surgen en los clientes con el paso del tiempo, el autor también propone realizar una matriz de lineamientos. Donde como primer punto desarrolla los objetivos estratégicos que se deben cumplir, segundo se formulan estrategias para cumplir los objetivos. Tercero se realiza planes funcionales donde especifica que área de la empresa



estará involucrada para el desarrollo de las actividades. Por último se debe unir todo lo mencionado anteriormente, donde se estipulan los objetivos, se describe las estrategias para su cumplimiento y se determina que área de la empresa va a estar involucrada. Como estrategia de posicionamiento realiza un mantra para los stakeholders y así aumentar el sentido de pertenencia de los trabajadores; y ellos puedan comunicar ese mensaje a los clientes aumentando su fidelidad a la empresa. Realizó también un plan funcional de operaciones, con la finalidad de garantizar la operatividad de las actividades proyectadas, optimizar los procedimientos, mejorar la capacitación, mejorar la investigación y el desarrollo y el estudio de proveedores. Para el área de recursos humanos, formula un plan funcional de recursos humanos, con el objetivo de integrar, retener y desarrollar el personal. Para el control de este plan, crea una matriz de tres columnas, en la primera se debe describir los objetivos a realizar, en la segunda columna, los indicadores para el cumplimiento, y en la última en los años, en donde se debe calificar los resultados mediante puntuaciones o indicadores. Al final del estudio el autor concluyo que gracias a los valores de la empresa creo valor en sus stakeholders y obtuvo mayor calidad en el trabajo. Debido a sus estrategias de sustentabilidad conserva su identidad y reputación intacta. Su propuesta de valor se mantiene debido a que cumple a sus clientes ofreciéndoles productos de calidad y saludables. El análisis de proveedores ha ayudado al restaurante a mantener la calidad sus productos. Al realizar el plan de marketing propuesto, el restaurante aumento significativamente su rentabilidad. (Graciano, 2017).

Por otro lado, Mezarina, Vera, Torres (2016) aplican el plan de marketing en una cadena de restaurantes, donde, como primer punto plantea todos los objetivos que tiene el plan, mediante una matriz de tres entradas, en la primera entrada especifican el objetivo, en la segunda entrada el plan de acción, en la tercera entrada el indicador que tiene cada objetivo, y en la cuarta entrada la meta proyectada por año. Una vez estipulados los objetivos, proceden a formular estrategias de marketing, y para ello realizan segmentación de mercado, al identificar al mercado meta, pudieron conocer las características y tipos de consumidores, mediante una matriz desglosan todo lo encontrado, la matriz se compone por 6 entradas, la primera se especifica el tipo de consumidor, en la segunda entrada, el porcentaje de clientes que tiene la cadena de restaurantes por cada tipo de cliente encontrado, en la tercera entrada se detalla el lugar geográfico, el cuarto cuadrante define aspectos demográficos, en este caso los estratos socioeconómicos de los clientes, el quinto cuadrante los beneficios que buscan cada tipo de cliente del restaurante, y el ultimo cuadrante la frecuencia de visitas de cada cliente al restaurante. Con respecto al posicionamiento los autores proponen que el negocio aumente su responsabilidad socio-ambiental, y difundir este mensaje a los clientes, para mejorar su experiencia de compra y aumentar el posicionamiento. Dentro de las estrategias, realiza una mezcla del marketing, que consiste en un análisis del servicio y los beneficios que provee la empresa a los clientes, luego realiza un análisis del precio, determinando ciertas estrategias, como: los precios estarán alineados a la competencia y la calidad siempre será elevada y cada 18 meses se revisaran los precios. En cuanto a la plaza, la empresa planifica expandirse con cuatro sucursales nuevas, ya se encuentra definido en qué lugar específico se van a localizar, esto debido a que se ha realizado investigaciones, para que asegurar el éxito del punto de venta. Con respecto a la promoción la empresa está muy enfocada en lo ambiental, el restaurantes realizara promociones de consumo responsable mediante estrategias pull, donde comunicarán a sus clientes los sustentable y ecológicos que es la empresa, también realizaran menús más saludables para los clientes, también realizara promociones mediante venta personales, publicidad, marketing directo, relaciones públicas y merchandising. Todas

las estrategias propuestas contarán con un cronograma de actividades, para una mejor implementación y control. Los autores concluyen que si la empresa cumpla con las estrategias mediante un control exhaustivo podrá notar mejoras considerables en la empresa (Mezarina López, Vera Linares, & Torres Quique, 2016)

Finalmente la presente propuesta buscara realizar un plan de marketing rentable y sostenible en el tiempo, mediante la determinación de objetivos a cumplir, análisis interno de la empresa, análisis del mercado, merchandising, se analizará y se creara estrategias de marketing mix, finalmente se propondrá actividades para mejorar e incrementar el posicionamiento de la cadena de restaurantes que se está analizando.

## Marco Teórico

Para la elaboración del plan de marketing para el restaurante se debe conocer la estructura del mismo, y los conceptos de cada categoría.

Plan de marketing: es un documento que relaciona los objetivos de una organización en el área comercial con sus recursos, es decir, es la bitácora mediante la cual la empresa establece qué objetivos en términos comerciales quiere alcanzar y qué debe hacer para alcanzar dichos objetivos es decir la estrategia de marketing (Ricardo., 2013) Saavedra define el plan de marketing como una manera en la que se ajustan los recursos de una organización a los objetivos y presenta la planeación como un proceso mediante el cual se determina en donde esta una compañía, a donde quiere llegar y que de hacer para llegar a quiere, es decir mediante cual estrategia quiera pasar de una situación dada a una deseada y posible. (Saavedra, 1999). Otro concepto dice que el plan de marketing es "un documento escrito en el que se recogen los objetivos, las estrategias y los planes de acción relativos a los elementos de Marketing-Mix, que facilitarán y posibilitarán el cumplimiento de la estrategia dictada en el ambiente corporativo, año tras año, paso a paso." (Philip, s.f.)

Objetivo del Plan de Marketing: el objetivo misional del marketing es orientar una empresa al mercado (Ricardo., 2013)

Proceso del Plan de Marketing: se inicia con el análisis de situación, evaluando en dónde está la empresa hoy en día; luego se define a dónde se quiere llegar, es decir se determinan los objetivos, y finalmente se define cómo se van a conseguir los objetivos, esto es la estrategia general mediante la cual se conseguirán dichos objetivos. Sin embargo, para tener mayor precisión en el proceso de planeación, cada una de estas etapas se subdivide en otras más particulares y con un nivel de detalle más amplio. El análisis de situación tiene dos componentes: El análisis interno y análisis externo. En el análisis interno se deben revisar siete elementos: indicadores de marketing, el análisis comparativo de los factores de marketing y el análisis matricial. También suministra una relación de las principales debilidades y fortalezas de una empresa en términos de marketing, que luego serán adicionadas a las oportunidades y amenazas provenientes del análisis externo para construir la conocida matriz de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas (DOFA); de esta se escogen los elementos más importantes y se separan en lo que se conoce como factores críticos de éxito, es decir, aquellas variables que por su importancia deben ser consideradas para el plan de marketing. El análisis externo incluye una revisión de la competencia (aunque este tema ya ha sido abordado en el análisis comparativo de factores de marketing), se revisa también el consumidor (potencial y real), la industria (también conocida como negocio, sector o categoría), el micro entorno (canales, proveedores y públicos) 21 y el macro entorno (fuerzas político legales, fuerzas demográficas, fuerzas socioculturales, fuerzas ecológicas, fuerzas



económicas y fuerzas tecnológicas). Luego de escogidos los factores críticos de éxito se fijan los objetivos, los cuales corresponden a los ya definidos indicadores de marketing. Luego se definen las estrategias con las cuales se van a cumplir los objetivos y después de esto se definen las tácticas, esto es, la manera particular como se va a implementar una estrategia. (Ricardo, 2013)

**Posicionamiento:** Una posición de producto es la forma en que un producto está definido por los consumidores en atributos importantes, el lugar que ocupa en la mente de los consumidores respecto a los productos competidores. Los productos son hechos en las fábricas, pero las marcas se forman en la mente de los consumidores. (Kotler, 2013)

**Objetivo del Posicionamiento:** Una vez que la empresa ha decidido a qué segmentos entrará, debe decidir sobre su estrategia de diferenciación y posicionamiento. La tarea de diferenciación y posicionamiento consta de tres pasos: identificar un conjunto de posibles diferenciadores para crear ventaja competitiva, elegir ventajas sobre las cuales construir una posición y elegir una estrategia general de posicionamiento. El posicionamiento completo de la marca se llama propuesta de valor, es decir, la mezcla completa de beneficios sobre los cuales se posiciona la marca (Kotler, 2013)

## 2.6. Hipótesis

No aplica

## 2.7. Objetivo General

Crear un plan de posicionamiento aplicable para "Coppelia Restaurantes" que le permita un mejor posicionamiento en la ciudad de Cuenca para el año 2020

## 2.8. Objetivos Específicos

1. Conocer las principales características internas de la empresa, tanto de su filosofía, como de su personal.
2. Conocer los distintos puntos de vista de los consumidores actuales de la empresa, y a su vez conocer las nuevas características de clientes potenciales.
3. Identificar a la competencia de la empresa y conocer cómo se encuentra la empresa frente a ella.
4. Plantear estrategias de posicionamiento integrales de marketing para la empresa en la ciudad de Cuenca.

## 2.9. Metodología

En los últimos años, Cuenca ha presentado un incremento en el mercado alimenticio, cada vez se abren y se cierran restaurantes, generando una alta competitividad en el mercado; las empresas se esfuerzan por captar mayor número de clientes, mediante varias herramientas, obligando al mercado a tener un mejor servicio, innovar constantemente y mejorar la calidad de sus productos, ya que los clientes se vuelven cada vez más exigentes. Es por eso que se buscará analizar cómo se encuentra la empresa interiormente, frente al cliente y frente a su competencia.

La presente investigación utilizará herramientas de investigación cualitativa y cuantitativa. Con respecto a la investigación cualitativa, se realizará entrevistas a profundidad a los consumidores y al personal, y grupos focales únicamente al personal de la empresa, obteniendo las variables y características necesarias para la investigación.

Una vez realizada la parte cualitativa, se podrá empezar con la investigación cuantitativa. Mediante las variables ya encontradas se procederá a formular una encuesta, la misma que será utilizada en una prueba piloto, para obtener la encuesta final.

Con lo relacionado a la muestra se analizó un tamaño supuesto, obteniendo como resultado un total de 377,98 personas, para este cálculo se utilizó una población de 23.473 habitantes, los mismos que cuentan con las características del público objetivo de la empresa, el nivel de confianza manejado es de 1,96 y la probabilidad de error es del 5%, debido a que el cálculo se utilizara como un supuesto se utilizó un  $p$  y  $q$  del 50%. Con respecto al personal se desarrollará un censo, debido a que la empresa está en la capacidad de conocer la información necesaria de todos sus colaboradores.

Con los resultados obtenidos, se realizará tablas, comparaciones y conclusiones de cómo se encuentra la empresa con respecto a su cliente interno y externo. Con respecto al estudio de la competencia, se elaborará un benchmarking de los principales competidores de la cadena de restaurantes, en donde se descubrirá los puntos fuertes y puntos débiles de los restaurantes frente a sus competidores, y también cómo se encuentra la empresa competitivamente en el mercado. En cuanto al procedimiento, el primer análisis que la empresa desarrollará es un estudio a profundidad del talento humano que cuenta la empresa, y de esta manera conocer los cambios que el comercio debe realzar. Luego se analizará todo lo relacionado con los consumidores actuales de la empresa, como también las características de los nuevos consumidores, para que la empresa conozca cómo debe satisfacer correctamente las necesidades de sus clientes y realizar las modificaciones necesarias. Por último se ejecutará un análisis de la competencia, para que la empresa pueda conocer cuáles son sus competidores y cómo actuar contra ellos.

Con todos los datos recolectados y los objetivos realizados se podrá realizar un plan de marketing estratégico en la empresa, basadas en estrategias que serán de ayuda para que la cadena de restaurantes pueda hacer frente a su cliente interno, las exigencias de los consumidores y la competencia del mercado.



## 2.10. Alcances y resultados esperados

En un mercado canibal, donde todo varía constantemente, las tendencias y los patrones de comportamiento cambia rápidamente, se abren y se cierran restaurantes por los cambios del mercado, obliga al restaurante a realizar continuas investigaciones sobre las preferencias y cambios de conducta de sus clientes y el avance o retroceso de su competencia, como también que acciones están usando para subsistir. Con toda esta información se puede realizar estrategias que sirvan para satisfacer las necesidades de sus clientes y reaccionar contra su competencia. "Coppelia Restaurantes" conoce la importancia de lo mencionado anteriormente, es por eso que facilitara toda la información necesaria para realizar un plan estratégico fiable. El segmento es accesible facilitando la recaudación de la información, con respecto a la competencia es factible analizarla, ya que mediante los consumidores se pueden obtener la información necesaria, y en relación al análisis del personal, es posible un acercamiento directo con el mismo.

## 2.11. Supuestos y riesgos

Debido a que una parte de la investigación es cualitativa, y los entrevistados deben dar su opinión sobre percepción, experiencia u idea de los diferentes restaurantes incluido Coppelia, existe una probabilidad que no sean totalmente sinceros al dar información por varios factores, es por eso que se creara un ambiente confiable para que en entrevistado se sienta en confianza para expresar sus pensamientos con sinceridad. De igual manera al recolectar información del personal, los mismos pueden sentir temor de expresar su pensamiento, por lo que se les explicará que sus opiniones servirán para que le empresa y el ambiente de trabajo mejore.

## 2.12. Presupuestos

| Rubro            | Costo (USD)  | Justificación                                                        |
|------------------|--------------|----------------------------------------------------------------------|
| Copias Encuestas | \$200        | La investigación necesita la impresión de encuestas                  |
| Alimentación     | \$300        | Alimentación para el investigador                                    |
| Transporte       | \$100        | El investigador necesita movilizarse por varios lugares de la ciudad |
| <b>TOTAL</b>     | <b>\$600</b> |                                                                      |

## 2.13. Financiamiento

Financiamiento propio del Investigador

## **2.14. Esquema tentativo**

### **Introducción**

### **Capítulo 1: Análisis Interno de la Empresa**

#### **1.1. Filosofía de la empresa**

##### **1.1.1. Historia del restaurante**

##### **1.1.2. Misión y Visión**

##### **1.1.3. Valores de la empresa**

##### **1.1.4. Objetivos de la empresa**

#### **1.2. Análisis del Personal**

##### **1.2.1. Investigación Cualitativa**

##### **1.2.2. Investigación Cuantitativa**

##### **1.2.3. Análisis del proceso y comunicación interna de la empresa**

### **Capítulo 2: Análisis Externo de la Empresa**

#### **2.1. Análisis de los Clientes**

##### **2.1.2. Identificación del Segmento al que pertenecen**

##### **2.1.3. Investigación de Mercado**

#### **2.2 Análisis de los nuevos clientes de la empresa**

##### **2.2.1. Identificación del Segmento al que pertenecen**

##### **2.2.2. Investigación de Mercado**

### **Capítulo 3: Análisis de la Competencia**

#### **3.1. Identificación de los Competidores de la empresa**

#### **3.2. Benchmarking**

### **Capítulo 4: Propuesta Plan de Posicionamiento**

#### **4.1. Propuesta de Posicionamiento para Clientes internos**

#### **4.2. Propuesta de Posicionamiento para Clientes Actuales de la Empresa**

#### **4.3. Propuesta de Posicionamiento para Nuevos Clientes de la Empresa**

#### **4.4. Propuesta de Ventaja Competitiva**

### **Conclusiones**

### **Recomendaciones**

### **Bibliografía**

### **Anexos**



## 2.15. Cronograma

| Objetivo Específico             | Actividad                                                                | Resultado esperado                                                                                   | Tiempo (semanas)  |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Análisis Interno                | Realizar un análisis del personal de la empresa                          | Conocer el estado que en el que se encuentra el personal de la empresa                               | 4 semanas         |
| Análisis Externo                | Investigar a los consumidores actuales de la empresa y los competidores. | Saber opiniones de los clientes hacia Coppelía y conocer cómo se maneja la competencia de la empresa | 8 Meses           |
| Análisis de Nuevos Clientes     | Indagar los nuevos clientes que tiene el mercado                         | Conocer las características de los nuevos clientes                                                   | 8 Semanas         |
| Propuesta del Plan de Marketing | Realizar la propuesta del plan de marketing                              | Realizar un propuesta que sea aplicable y sustentable para la empresa                                | 4 semanas         |
| <b>TOTAL</b>                    |                                                                          |                                                                                                      | <b>24 semanas</b> |

## 2.16. Referencias

Estilo utilizado: APA Edición: 2010

Mezarina López, V. Z., Vera Linares, S. C., & Torres Quique, J. L. (2016). *Repositorio Universidad del Pacífico*. Recuperado el 22 de Mayo de 2019

Graciano, S. P. (2017). *Repositorio Universidad del Pacífico*. Recuperado el 22 de Mayo de 2019, de [http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2000/Pablo\\_Tesis\\_maestria\\_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2000/Pablo_Tesis_maestria_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ubidia, B. M. (Diciembre de 2014). *Repositorio Universidad San Francisco de Quito*. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/3616/1/112178.pdf>

Hoyos, B. R. (2013). *Plan de marketing: diseño, implementación y control*. Bogotá: Ecce Ediciones.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. México: PEARSON EDUCACIÓN.

Philip, K. (s.f.). Obtenido de <https://www.noray.com/blog/el-plan-de-marketing-i/>

Saavedra, C. R. (1999). *e-libro*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuarysp/reader.action?docID=3213503&query=plan%2Bde%2Bmarketing&ppg=58>

Aguado, M. (2016). *Hacia una Nueva Gestión de los Recursos Humanos: Marketing interno y Employer Branding*. Recuperado el 12 de Mayo de 2019, de Ebsco: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=13&sid=8252a645-deca-4a3d-8ca3-0005f0bf88b7%40sessionmgr4007>

Alcazar, P. (15 de Septiembre de 2014). Capatar nuevos clientes. *Estrategia ED*, pág. 2.

Claudia Gómez, R. (s.f.). *EBSCO*. Obtenido de 2012: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=3&sid=690c9326-ee46-4789-a18d-3a72a2aac671%40sdc-v-sessmgr01&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=90462255&db=a9h>

Dra. M. Concepción Parra, L. Á. (s.f.). Obtenido de Redalyc: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=13&sid=690c9326-ee46-4789-a18d-3a72a2aac671%40sdc-v-sessmgr01>

Guadarrama, & Rosales. (1 de Abril de 2015). *Marketing Relacional: valor, satisfacción, lealtad y retención del Cliente. Análisis y reflexión teórica*. Recuperado el 13 de Mayo de 2019, de EBSCO: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=13&sid=6ee688ce-ea2f-4daf-a184-46d8095bc580%40sessionmgr102>

Guede, J. R. (2018). *La fidelización como consecuente de la calidad de la relación en las organizaciones*. Recuperado el 14 de Mayo de 2019, de ProQuest: <http://www.uazuay.edu.ec/portal/>

Nazel Farías, P. C. (2014). *Estrategias de marketing utilizadas por las empresas chilenas para incrementar el valor de los clientes*. Recuperado el 17 de Mayo de 2019, de Redalyc: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225031330002>

Robinson, J. (Marzo de 2016). *EBSCO*. Obtenido de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&sid=229c6cb3-34fe-448e-a078-32435d5ea032%40sessionmgr103>

Robledo, R. d. (2013). EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL: UN VALOR. *Revista de Estudios Empresariales*, 67 - 86.

Ruiz, Carretero, Tamayo, & Aguilera. (2015). *Procedimiento de plan de marketing para pequeños y medianos empresarios*. Recuperado el 12 de Mayo de 2019, de Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181542152001>



**2.17. Anexos**

**2.18. Firma de responsabilidad del Estudiante**

**2.19. Firma de responsabilidad del Director sugerido**

**2.20. Firma de responsabilidad del Docente metodólogo**

**2.21. Fecha de entrega**

15 de julio de 2019