

# TESIS - DE LA CRUZ\_JUAREZ\_SANCHEZ

**6%**  
Textos sospechosos



**5% Similitudes**  
0% similitudes entre comillas  
2% entre las fuentes mencionadas  
< 1% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: TESIS - DE LA CRUZ\_JUAREZ\_SANCHEZ (2).pdf  
ID del documento: 51a900181fa96a95c8f01cc63340390aa754b0ee  
Tamaño del documento original: 1,91 MB  
Autores: []

Depositante: FCA PREGRADO UNIDAD DE INVESTIGACION  
Fecha de depósito: 30/9/2024  
Tipo de carga: interface  
fecha de fin de análisis: 30/9/2024

Número de palabras: 17.823  
Número de caracteres: 122.996

Ubicación de las similitudes en el documento:



## Fuentes de similitudes

### Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="https://blog.hubspot.es/sales/rotacion-personal">blog.hubspot.es</a>   Rotación de personal: qué es, causas, consecuencias y soluciones 7 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (412 palabras)
2	<a href="https://www.zendesk.es/blog/que-es-atencion-al-cliente/">www.zendesk.es</a>   ¿Qué es atención al cliente?   Zendesk 6 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (176 palabras)
3	<a href="https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/empleados/rotacion-de-personal/#::-text=...">www.qualtrics.com</a>   La rotación de personal: qué es y cómo evitarla   Qualtrics 21 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (141 palabras)
4	TESIS - HINOSTROZA_ALARCON_QUICHE.pdf   TESIS - HINOSTROZA_ALAR... #ec30af El documento proviene de mi biblioteca de referencias 21 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (90 palabras)
5	<a href="https://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/20.500.12819/1711/1/Manuel_tesis_titulo_2022.pdf">repositorio.ujcm.edu.pe</a> 7 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (91 palabras)

### Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/20.500.12802/7031/6/Guevara_Fernández_Karely_&amp;_Guevar...">repositorio.uss.edu.pe</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (37 palabras)
2	<a href="https://repositorio.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/9793/GranadosAngie2019.pdf?se...">repositorio.universidadean.edu.co</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (35 palabras)
3	<a href="https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/20.500.12692/23249/1/Bernardo_ERP.pdf">repositorio.ucv.edu.pe</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (38 palabras)
4	<a href="https://definicion.de/tipos/">definicion.de</a>   Tipos - Qué es, definición, en la biología y clasificación	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (27 palabras)
5	<a href="https://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/6102/T033_45635565_M.pdf?sequen...">repositorio.unasam.edu.pe</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (22 palabras)

### Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1	<a href="https://www.itson.mx/publi">https://www.itson.mx/publi</a>
2	<a href="https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/">https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/</a>
3	<a href="http://scielo.sld.cu/pdf/men">http://scielo.sld.cu/pdf/men</a>
4	<a href="https://deconceptos.com/ciencias">https://deconceptos.com/ciencias</a>
5	<a href="https://help.highbond.com/helpdocs/analytics/142/user">https://help.highbond.com/helpdocs/analytics/142/user</a>

## Puntos de interés



zona ignorada

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

“ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE ROTACIÓN DE  
PERSONAL Y CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN KFC,  
UN ENFOQUE CORRELACIONAL”



zona ignorada

Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración

AUTOR: JOSE BRYAN JUAREZ LEVANO

ERIKA ELSA SÁNCHEZ LUYO

JHONHAR GERARDO DE LA CRUZ TARAZONA

ASESOR: Dr. VÍCTOR HUGO DURÁN HERRERA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Gerencia del Talento Humano

Callao, 2024

PERÚ

2

HOJA DE REFERENCIA DEL JURADO Y APROBACIÓN

3

INFORMACIÓN BÁSICA

Facultad: Ciencias Administrativas

Unidad de Investigación: Pregrado FCA

Título: ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE ROTACIÓN

DE PERSONAL Y CALIDAD DE ATENCIÓN AL

CLIENTE EN KFC, UN ENFOQUE

CORRELACIONAL

Autor: JOSE BRYAN JUAREZ LEVANO

Código ORCID 0009-0005-4687-9916 DNI 73827621

ERIKA ELSA SÁNCHEZ LUYO

Código ORCID 0009-0001-0021-8216 DNI 75718933

JHONHAR GERARDO DE LA CRUZ TARAZONA

Código ORCID 0009-0003-1190-5091 DNI 72133002

Asesor: Dr. VÍCTOR HUGO DURÁN HERRERA

Código ORCID: 0000-0002-5720-8844

DNI: 15580451

Lugar de ejecución: Empresa KFC Sede Cañete, Lima

Unidad de Análisis: Trabajadores de la Empresa KFC Sede Cañete,

Lima

Tipo de Investigación: Investigación Básica

Enfoque: Cuantitativo

Diseño de investigación: No experimental, corte transversal y correlacional

Tema OCDE: 5.02.04 Negocios, Administración

4

5

DEDICATORIA

6

AGRADECIMIENTO

7

ÍNDICE

DEDICATORIA .....	5
AGRADECIMIENTO.....	6
ÍNDICE DE TABLAS .....	10
ÍNDICE DE FIGURAS .....	11
RESUMEN .....	13
ABSTRACT .....	15
INTRODUCCIÓN .....	16
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.1. Descripción de la realidad problemática .....	17
1.2. Formulación del problema .....	19
1.2.1. Problema general .....	19
1.2.2. Problemas específicos .....	20
1.3. Objetivos. ....	20
1.3.1. Objetivo general .....	20
1.3.2. Objetivos específicos .....	20
1.4. Justificación .....	20
1.5. Delimitantes de la investigación .....	22
1.5.1. Delimitación teórica .....	22
1.5.2. Delimitación Temporal .....	22
1.5.3. Delimitación espacial .....	22
II. MARCO TEÓRICO .....	24
2.1.	
 Antecedentes: Internacional y nacional . .....	24
2.2. Bases teóricas .....	29
2.2.1. Rotación de personal .....	29
2.2.2. Calidad de atención al cliente .....	33

2.3. Marco conceptual .....	38
2.4. Definición de términos .....	38
III. HIPÓTESIS Y VARIABLES .....	41
3.1. Hipótesis .....	41
3.1.1. Operacionalización de variables .....	42
IV. METODOLOGÍA DEL PROYECTO .....	43
4.1. Diseño metodológico .....	43
4.2. Método de investigación .....	43
4.3. Población muestra .....	43
4.4. Lugar de estudio .....	44



**zona ignorada**

4.5. Técnicas e instrumentos para la recolección de la información ...	44
4.6. Análisis y procesamiento de datos .....	44
4.7. Aspectos éticos en investigación .....	45
V. RESULTADOS .....	46
5.1. Resultados descriptivos .....	46
5.2. Resultados inferenciales .....	72
VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	75



**zona ignorada**

6.1. Contratación y demostración de la hipótesis con los resultados	75
6.1.1.	



**zona ignorada**

Relación entre la Rotación de personal y la Calidad de	
Atención al Servicio .....	75
6.1.2. Relación entre el Costo de rotación de personal y Calidad de	
atención al Servicio .....	75
6.1.3. Relación entre el Tipo de rotación de personal y Calidad de	
atención al Servicio .....	76
6.1.4. Relación entre las Ventajas de rotación de personal y Calidad	
de Atención al Servicio .....	76
6.2. Contratación de los resultados con otros estudios .....	77

6.3. Responsabilidad ética .....	79
VII. CONCLUSIONES .....	80
VIII. RECOMENDACIONES .....	82
IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	83

ANEXOS .....	87
--------------	----

Anexo 1 Matriz de consistencia .....	88
--------------------------------------	----

Anexo 2 Cuestionario de encuesta .....	90
--	----

Anexo 3 Base de datos .....	91
-----------------------------	----

10

#### ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Afectación del ánimo .....	47
------------------------------------	----

Tabla 2 Productividad .....	48
-----------------------------	----

Tabla 3 Estrategias de rotación .....	49
---------------------------------------	----

Tabla 4 Ambiente laboral .....	50
--------------------------------	----

Tabla 5 Rotación voluntaria .....	51
-----------------------------------	----

Tabla 6 Rotación involuntaria .....	52
-------------------------------------	----

Tabla 7 Rotación interna .....	53
--------------------------------	----

Tabla 8 Rotación externa .....	54
--------------------------------	----

Tabla 9 Potenciar y encontrar nuevos talentos .....	55
---	----

Tabla 10 Tasa de deserción .....	56
----------------------------------	----

Tabla 11 Igualar las competencias con los requerimientos .....	57
--	----

Tabla 12 Retos nuevos y motivación .....	58
--	----

Tabla 13 Identificar aptitudes, habilidades y conocimientos .....	59
---	----

Tabla 14 Necesidades e intereses .....	60
--	----

Tabla 15 Expectativas .....	61
-----------------------------	----

Tabla 16 Características del producto con calidad .....	62
---	----

Tabla 17 Características del servicio con calidad .....	63
---	----

Tabla 18 Canales de atención .....	64
------------------------------------	----

Tabla 19 Proceso de interacción .....	65
---------------------------------------	----

Tabla 20 Espacio físico .....	66
-------------------------------	----

Tabla 21 Vías de acceso físico .....	67
--------------------------------------	----

Tabla 22 Facilitar y agilizar la atención .....	68
---	----

Tabla 23 Aplicativos de redes sociales .....	69
--	----

Tabla 24 Claridad, veracidad y oportunidad de la información .....	70
--	----

Tabla 25 Canales de comunicación .....	71
--	----

11

#### ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 La marca ..... 35

Figura 2

 **6** zona ignorada

Los aspectos más importantes de las buenas experiencias de los

clientes ..... 37

Figura 3

 **7** zona ignorada

Los aspectos más frustrantes de una experiencia del cliente de mala

calidad ..... 38

Figura 4 Afectación del ánimo ..... 47

Figura 5 Productividad ..... 48

Figura 6 Estrategias de rotación ..... 49

Figura 7 Ambiente laboral ..... 50

Figura 8 Rotación voluntaria..... 51

Figura 9 Rotación involuntaria ..... 52

Figura 10 Rotación interna ..... 53

Figura 11 Rotación externa ..... 54

Figura 12 Potenciar y encontrar nuevos talentos ..... 55

Figura 13 Tasa de deserción ..... 56

Figura 14 Igualar las competencias con los requerimientos ..... 57

Figura 15 Retos nuevos y motivación ..... 58

Figura 16 Identificar aptitudes, habilidades y conocimientos..... 60

Figura 17 Necesidades e intereses ..... 61

Figura 18 Expectativas ..... 62

Figura 19 Características del producto con calidad ..... 63

Figura 20 Características del servicio con calidad ..... 64

Figura 21 Canales de atención ..... 65

Figura 22 Proceso de interacción ..... 66

Figura 23 Espacio físico ..... 67

Figura 24 Vías de acceso físico ..... 68

Figura 25 Facilitar y agilizar la atención ..... 69

Figura 26 Aplicativos de redes sociales ..... 70

Figura 27 Claridad, veracidad y oportunidad de la información ..... 71

Figura 28 Canales de comunicación ..... 72

Figura 29 Niveles de Rotación de Personal ..... 73

12

Figura 30 Niveles de Calidad de Atención al Servicio ..... 74

## RESUMEN

El estudio tiene como objetivo principal determinar la relación entre dos variables importantes para el éxito y sostenibilidad de la empresa en el sector alimentario. La investigación destaca el grado de la rotación de personal, ya que una alta rotación puede señalar problemas en la gestión de recursos humanos, afectando la eficiencia operativa y la cohesión del equipo. Esto, a su vez, puede impactar negativamente en la calidad del servicio al cliente, por ende, la fidelización y satisfacción en un mercado competitivo. Un servicio deficiente puede dañar la percepción del cliente y la rentabilidad de la empresa.

El análisis correlacional en este estudio busca proporcionar datos que ayuden a mejorar la retención de empleados y el servicio al cliente, permitiendo a KFC tomar decisiones estratégicas que fortalezcan su imagen y rentabilidad. El diseño metodológico es detallado, abarcando la selección de participantes, la recopilación y el análisis de datos. Se trata de un estudio básico, no experimental y de corte transversal, con un enfoque correlacional de variables dependientes. Utiliza un método deductivo y una muestra censal de 19 trabajadores de KFC Cañete, asegura una evaluación exhaustiva y representativa. Los resultados muestran una correlación positiva y significativa entre la rotación de personal y la calidad de atención al cliente. Se observa que el 31.58% del personal presenta baja rotación, el 47.37% tiene una rotación mediana y el 21.05% enfrenta alta rotación. En términos de calidad del servicio, el 36.84% de los datos están asociados con baja y mediana calidad, mientras que el 26.32% se relaciona con alta calidad. La correlación de Pearson entre la rotación de personal y la calidad de atención es 0.612, indicando una correlación positiva moderada y significativa al nivel 0.01. La correlación entre el costo de rotación de personal y la calidad de atención es de 0.614, y entre el tipo de rotación y la calidad de atención es de 0.521, ambas significativas.

Finalmente, la correlación entre las ventajas de la rotación de personal y la calidad de servicio es de 0.548, también significativa, evidenciando una relación positiva moderada entre las variables estudiadas, el aporte es valioso para mejorar la retención de empleados y el servicio al cliente en KFC.

Palabras clave: Rotación de personal, Calidad de atención, servicio.

## ABSTRACT

The study's main objective is to determine the relationship between two key

variables for the success and sustainability of the company in the food sector. The research highlights the extent of employee turnover, as high turnover can indicate issues in human resource management, affecting operational efficiency and team cohesion. This, in turn, can negatively impact customer service quality, and therefore, customer loyalty and satisfaction in a competitive market. Poor service can damage customer perception and the company's profitability. The correlational analysis in this study aims to provide data that helps improve employee retention and customer service, allowing KFC to make strategic decisions that strengthen its image and profitability. The methodological design is detailed, covering participant selection, data collection, and analysis. It is a basic, non-experimental, cross-sectional study with a correlational approach to dependent variables. It uses a deductive method and a census sample of 19 workers from KFC Cañete, ensuring a thorough and representative evaluation. The results show a positive and significant correlation between employee turnover and customer service quality. It is observed that 31.58% of the staff has low turnover, 47.37% has medium turnover, and 21.05% has high turnover. In terms of service quality, 36.84% of the data is associated with low and medium quality, while 26.32% is related to high quality. The Pearson correlation between employee turnover and service quality is 0.612, indicating a moderate and significant positive correlation at the 0.01 level. The correlation between the cost of turnover and service quality is 0.614, and between the type of turnover and service quality is 0.521, both significant. Finally, the correlation between the advantages of turnover and service quality is 0.548, also significant, showing a moderate positive relationship between the studied variables. This contribution is valuable for improving employee retention and customer service at KFC.

Keywords: Employee turnover, Service quality, Customer service.

16

## INTRODUCCIÓN

Esta investigación busca explorar la correlación entre la rotación de personal y la calidad de atención al cliente en los restaurantes de KFC. Se realizó un análisis estadístico para examinar si existe una relación cuantificable entre la tasa de rotación de empleados y las métricas de atención al cliente, como la satisfacción del cliente, tiempos de espera y precisión del pedido. A través de encuestas, entrevistas y análisis de datos históricos, se buscó patrones que puedan indicar una asociación entre la estabilidad del personal y la experiencia del cliente. Es por eso que la investigación lleva por título "Análisis de la relación entre rotación de personal y calidad de atención al cliente en KFC, un enfoque correlacional", este estudio pretende ofrecer una comprensión más profunda de cómo la gestión del personal puede afectar directamente la calidad del servicio al cliente en la cadena de restaurantes KFC. La rotación de

personal y la calidad del servicio de atención al cliente es un aspecto crucial para las empresas. Cuando hay una alta rotación de personal, se pueden experimentar desafíos significativos en la consistencia y eficacia del servicio al cliente. La constante entrada y salida de empleados puede afectar la capacitación, la familiaridad con los procedimientos y la calidad de la interacción con los clientes. Para el efecto, se ha estructurado el trabajo de acuerdo a la Directiva N°004-2022-R que la universidad exige: I. Planteamiento del problema: descripción de la realidad problemática, formulación del problema, objetivos, justificación y delimitantes. II. Marco teórico: antecedentes internacionales y nacionales, bases teóricas, marco conceptual y definición de términos. III. Hipótesis y variables: hipótesis y operacionalización de variables. IV. Metodología del proyecto: diseño metodológico, método, población y muestra, lugar de estudio, técnicas e instrumentos para la recolección de la información, análisis y procesamiento de datos y aspectos Éticos en Investigación. Parte V. Resultados. VI. Discusión de resultados. VII. Conclusiones. VIII. Recomendaciones. IX. Referencias bibliográficas, y los Anexos.

Los autores

17



**TESIS - HINOSTROZA\_ALARCON\_QUICHE.pdf** | TESIS - HINOSTROZA\_ALARCON\_QUICHE

El documento proviene de mi biblioteca de referencias

## I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Descripción de la realidad problemática

Esta tesis tiene como propósito



**repositorio.ucv.edu.pe**

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/20.500.12692/148072/1/Garcia\\_CMAM-Loayza\\_AVD-SD.pdf](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/20.500.12692/148072/1/Garcia_CMAM-Loayza_AVD-SD.pdf)

analizar la relación entre la rotación de

personal y la

atención al cliente en los restaurantes de la cadena KFC. Se

explorará cómo la frecuente rotación de empleados puede afectar la calidad del

servicio al cliente, considerando factores como la consistencia en la experiencia

del cliente, la satisfacción y la lealtad. Se llevará a cabo un estudio de caso en

varios establecimientos de KFC para examinar de cerca los patrones de

rotación de personal, su impacto en la capacitación y desempeño del personal,

y cómo estos factores



**Documento de otro usuario**

El documento proviene de otro grupo

influyen en la percepción de los clientes sobre la calidad

del servicio. Los hallazgos de este estudio podrían proporcionar Insight valiosos


para mejorar las estrategias de gestión de recursos humanos y la calidad del

servicio al cliente en la industria de restaurantes de comida rápida.


La problemática del estudio se centra en la interacción entre dos

variables críticas en el contexto de la industria de servicios de alimentos,

específicamente en el entorno de la cadena de restaurantes KFC: la rotación de personal y la calidad de atención al cliente. La rotación de personal, entendida como la frecuencia con la que los empleados abandonan sus puestos de trabajo, se presenta como un desafío significativo en numerosas organizaciones, y su impacto en la calidad de atención al cliente puede ser considerable.

 **revistamedica.com** | ▶ El impacto de la rotación de personal en la calidad de la atención al paciente - Ocronos - Editorial Científico-Técnica  
<https://revistamedica.com/impacto-rotacion-personal-calidad-atencion-paciente/#:~:text=En resumen, la rotación de personal en el,los costos financieros de las instituciones de salud.>

La

 **repositorio.ucv.edu.pe**  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/20.500.12692/148072/1/Garcia\\_CMAM-Loayza\\_AVD-SD.pdf](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/20.500.12692/148072/1/Garcia_CMAM-Loayza_AVD-SD.pdf)

relación entre la rotación de personal y la calidad de atención

al cliente en KFC se aborda desde un enfoque correlacional, lo que implica analizar cómo estas dos variables están estadísticamente relacionadas entre sí. En el contexto específico de la industria de servicios de alimentos, donde la interacción directa con los clientes desempeña un papel fundamental, la estabilidad y la eficiencia del personal son esenciales para garantizar un servicio al cliente excepcional. La rotación frecuente de empleados puede tener diversas implicaciones negativas para la calidad de atención al cliente en KFC. Los nuevos empleados pueden necesitar tiempo para adaptarse a los procedimientos y estándares de servicio, lo que podría afectar negativamente la consistencia y eficacia del servicio al cliente. Además, la falta de continuidad

18

en el personal puede dar lugar a una disminución en la satisfacción del cliente, ya que la relación con los empleados puede ser un factor importante en la experiencia general del cliente.

El análisis correlacional se propone examinar si existe una relación cuantificable entre la rotación de personal y la calidad de atención al cliente en KFC. Para ello, se recopilarán datos sobre la frecuencia de rotación de empleados y se medirán los indicadores clave de calidad de atención al cliente, como la satisfacción del cliente, el tiempo de espera y la precisión del servicio. Este enfoque permitirá identificar patrones y tendencias que ayuden a comprender mejor la dinámica entre ambas variables. En efecto, el estudio busca proporcionar información valiosa a la gerencia de KFC para tomar decisiones informadas sobre la gestión del personal y la mejora de la calidad de atención al cliente, con el objetivo de desarrollar estrategias efectivas que mitiguen los posibles impactos negativos de la rotación de personal en la experiencia del cliente.

Según la información del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), México ha experimentado un notable aumento en la creación de empleos durante el primer trimestre de 2023. Sin embargo, a pesar de este crecimiento récord, el país enfrenta el desafío de retener a su personal, ya que solo el 72%

de los empleados expresan el deseo de permanecer en sus empresas. Este dato proviene de un estudio realizado por Rankmi, una plataforma digital especializada en automatización de procesos de capital humano. A pesar de liderar en la generación de empleos, México se sitúa en la posición más baja en cuanto a la intención de los colaboradores de mantenerse en sus puestos, según la misma fuente. Además, el startup mexicano Apli, dedicada a soluciones de software e Inteligencia Artificial para la selección de talento, estima que, con una rotación anual promedio del 40% en una población activa de 57.7 millones de personas, aproximadamente 23 millones de mexicanos abandonan sus empleos cada año. Estos hallazgos subrayan la importancia del desafío de retención de talento laboral para las empresas que operan en el país. (Guadarrama, 2023)

19

Para (Rose, 2018) el Perú se ubica 3er. ya que alcanza la mayor rotación de personal en América Latina, superando el 18% frente al promedio, que está entre 5 y 10%. El mercado laboral esta presentando un incremento significativo en comparación con años atrás, cuando un trabajador se mantenía por más de 20 años en una misma empresa.

Entre las consecuencias negativas que trae la rotación de personal se encuentra: aumento de costos, la rotación de personal elevada genera mayores costos para las empresas, ya que implica esfuerzos adicionales en reclutamiento, contratación y capacitación. Reemplazar a un trabajador puede costar hasta el 150 % de su salario anual, afectando negativamente al departamento de Recursos Humanos. Pérdida de talento: La retención de personal es crucial para el éxito empresarial, ya que la pérdida de empleados experimentados y talentosos puede tener consecuencias negativas. La pandemia de la COVID-19, por ejemplo, ha aumentado el temor a la fuga de talento en sectores como la hostelería y el turismo. Menor productividad: La rotación afecta la productividad, ya que los nuevos empleados suelen carecer de la experiencia de quienes reemplazan, lo que puede resultar en errores costosos. La adaptación a los procesos y políticas de la empresa también contribuye a la disminución de la eficiencia. Baja moral de los empleados: La rotación impacta en la moral de los empleados restantes, quienes a menudo deben asumir cargas de trabajo adicionales. Esto puede llevar a una disminución en la motivación, compromiso y productividad general del personal.

## 1.2. Formulación del problema

### 1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre rotación de personal y calidad de atención al cliente en KFC con enfoque correlacional?

### 1.2.2. Problemas específicos

¿Cuál es la relación entre el costo de rotación de personal y la calidad

de atención al cliente en KFC?

¿Cuál es la relación entre el tipo de rotación de personal y la calidad de

atención al cliente en KFC?


¿Cuál es la relación entre las ventajas de la rotación de personal y la

calidad de atención al cliente en KFC?

### 1.3. Objetivos.

#### 1.3.1. Objetivo general

Determinar cuál es

 **13** [repositorio.ujcm.edu.pe](https://repositorio.ujcm.edu.pe)  
[https://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/20.500.12819/1711/1/Manuel\\_tesis\\_titulo\\_2022.pdf](https://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/20.500.12819/1711/1/Manuel_tesis_titulo_2022.pdf)

la relación entre rotación de personal y calidad de  
 atención al cliente en KFC con enfoque correlacional.

#### 1.3.2. Objetivos específicos

Establecer cuál es la relación entre rotación de personal y  
 calidad de

atención al cliente en KFC

Establecer cuál es la relación entre el tipo de rotación de personal y la

calidad de atención al cliente en KFC

Establecer cuál es la relación entre las ventajas de la rotación de


personal y calidad de atención al cliente en KFC

### 1.4. Justificación

La justificación del estudio sobre la relación entre la rotación de personal  
 y la calidad de atención al cliente en KFC, con un enfoque correlacional, se  
 fundamenta en la importancia estratégica que ambas variables tienen para el  
 éxito y la sostenibilidad de la empresa en la industria de servicios alimentarios.

En primer lugar, la rotación de personal puede ser un indicador crítico del  
 ambiente laboral y la gestión de recursos humanos dentro de la organización.

Una alta rotación puede sugerir problemas en la selección, capacitación o  
 retención de empleados, lo cual puede impactar directamente en la cohesión  
 del equipo y la eficiencia operativa. Entender

 **14** [repositorio.ucv.edu.pe](https://repositorio.ucv.edu.pe)  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/20.500.12692/148072/1/Garcia\\_CMAM-Loayza\\_AVD-SD.pdf](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/20.500.12692/148072/1/Garcia_CMAM-Loayza_AVD-SD.pdf)

la relación entre la rotación de

personal y la calidad de

atención al cliente puede proporcionar insights valiosos

sobre cómo las dinámicas internas afectan la experiencia que brinda KFC a sus

clientes.

En segundo lugar, la calidad de atención al cliente es un factor determinante en la fidelización y satisfacción de los clientes. En el sector de servicios alimentarios, donde la competencia es intensa, la capacidad de proporcionar un servicio al cliente excepcional puede marcar la diferencia. Si la rotación de personal afecta la consistencia y la calidad del servicio, esto puede repercutir directamente en la percepción del cliente sobre la marca y su decisión de volver o recomendar KFC a otros.

El enfoque correlacional permitirá identificar posibles patrones y relaciones estadísticas entre la rotación de personal y la calidad de atención al cliente. Si se confirma una correlación significativa, se podrán establecer recomendaciones y estrategias para mejorar tanto la retención del personal como la calidad del servicio al cliente.


Además, este estudio podría tener implicaciones prácticas para la gestión de recursos humanos en KFC, ofreciendo datos concretos sobre cómo abordar la rotación de personal para mejorar la experiencia general del cliente. Al comprender mejor estas relaciones, la empresa estará en una posición más sólida para tomar decisiones informadas que impacten positivamente en la satisfacción del cliente y, en última instancia, en la rentabilidad y la imagen de la marca.

22

## 1.5. Delimitantes de la investigación

### 1.5.1. Delimitación teórica

La delimitación teórica de este estudio se concentra en examinar la

 **repositorio.ucv.edu.pe**  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/20.500.12692/148072/1/Garcia\\_CMAM-Loayza\\_AVD-SD.pdf](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/20.500.12692/148072/1/Garcia_CMAM-Loayza_AVD-SD.pdf)

relación entre la rotación de personal y la calidad de atención al cliente en KFC,

utilizando un enfoque correlacional. Se busca entender cómo la rotación de personal, que refleja la movilidad de empleados en la empresa, puede estar vinculada estadísticamente con la calidad de atención que los clientes reciben en los establecimientos de KFC. Desde una perspectiva teórica, se explorarán las teorías y enfoques existentes en la gestión de recursos humanos, específicamente en el contexto de la industria de servicios alimentarios. Se analizarán las posibles conexiones entre la rotación de personal y factores como la selección, capacitación y retención de empleados. Además, se examinará cómo estos aspectos pueden influir en la cohesión del equipo y, por ende, en la calidad del servicio al cliente. En el ámbito de la atención al cliente, se revisarán teorías relacionadas con los elementos clave que contribuyen a una experiencia positiva, como la competencia del personal, la consistencia en el servicio y la satisfacción del cliente. Se explorarán modelos teóricos que describan cómo la interacción entre empleados y clientes puede verse afectada

por la rotación de personal. El enfoque correlacional permitirá identificar patrones y tendencias.

### 1.5.2. Delimitación Temporal

El desarrollo del proyecto, está orientado a una delimitación temporal que corresponde al presente año 2023, ya que el diseño de los instrumentos y validación serán aplicados en el contexto anual.

### 1.5.3. Delimitación espacial

El estudio se realizará en las instalaciones de Kentucky Fried Chicken, conocida oficialmente como KFC, es una cadena de restaurantes de comida rápida, que se especializa en pollo frito, fue fundado por el Coronel Sanders,

23

que pertenece al grupo Yum, el local se sitúa en KFC 134 Mega Plaza Cañete, San Vicente de Cañete código postal 15701.

24

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes: Internacional y nacional

#### Internacional

Valdamarín (2022) en su tesis "Causas y consecuencias de la rotación de personal: ¿cómo afrontar los desafíos que plantea este problema para el negocio?", el estudio se centra en una empresa de ropa, donde la Dirección ha solicitado a Recursos Humanos reducir los niveles de rotación de personal en sus tiendas. Para abordar este desafío, el departamento de Recursos Humanos se embarca en analizar las posibles "fricciones" o problemas que contribuyen a este fenómeno, con el objetivo de mejorar los niveles de compromiso de los empleados. Al explorar este problema, se identificaron diversos factores causales, que incluyen aspectos individuales relacionados con la motivación y conexión personal con el trabajo, factores sociológicos asociados a un nuevo paradigma productivo "flexible", consideraciones generacionales y aspectos organizacionales como el engagement, el liderazgo y la "experiencia empleado". El análisis de las causas y consecuencias de la rotación de personal resalta la importancia de colocar al empleado en el centro de la atención, comprendiendo sus motivaciones y experiencias a lo largo de su trayectoria en la organización. Se destaca el engagement como una condición esencial para generar valor tanto para la organización como para sus clientes. Recursos Humanos, actuando como socio estratégico del negocio, se propone

"lubricar" los mecanismos que facilitan el viaje del empleado, reduciendo las posibles "fricciones". En colaboración con los líderes, se desarrolla un plan de acciones de 7 etapas destinado a mejorar la experiencia del empleado y sus niveles de engagement, con la meta de disminuir la rotación y fomentar la satisfacción laboral, mediante la implementación de prácticas que fortalezcan el compromiso de los empleados tanto con sus responsabilidades laborales como con la organización en su conjunto. (Valdamarín, 2022)

Samban (2022) en su tesis "Satisfacción laboral en rotación de personal: su impacto para millennials de Córdoba", la investigación se enfocó en determinar si la satisfacción laboral es un factor crucial para la retención de los

25

millennials en sus lugares de trabajo y si este aspecto influye en los niveles de rotación de personal en empresas ubicadas en Córdoba. Se llevó a cabo una investigación con un enfoque mixto, utilizando un diseño no experimental de tipo descriptivo y exploratorio. La población de interés incluyó a trabajadores millennials de empresas en la Ciudad de Córdoba, así como a profesionales de Recursos Humanos de dichas empresas. Se emplearon entrevistas dirigidas a los referentes de Recursos Humanos y encuestas para los empleados. Los resultados revelaron que los millennials valoran más las oportunidades de desarrollo y los beneficios sociales que el salario al decidir permanecer en su empleo. Tienen preferencia por horarios flexibles que les proporcionen un equilibrio entre el trabajo y la vida personal, y aprecian un ambiente laboral positivo. En caso contrario, optan por abandonar sus puestos de trabajo en busca de nuevas oportunidades que se alineen mejor con sus intereses y necesidades. La conclusión principal es que mantener a los empleados satisfechos tiene un impacto directo en la rotación de personal, ya que la satisfacción contribuye a la retención; de lo contrario, los millennials tienden a cambiar a otras empresas, aumentando así la tasa de rotación. (Samban, 2022)

El artículo de (Cruz Medina, 2013) citado por (Silva-Treviño et al., 2021) destacan acertadamente la importancia fundamental de la calidad en el servicio al cliente para todas las empresas, independientemente de su tamaño o naturaleza operativa. Subraya acertadamente que este aspecto es la primera impresión que los clientes tienen de una empresa y, por lo tanto, juega un papel crucial en su preferencia continua. La advertencia sobre el riesgo de convertirse en una amenaza si se descuida la calidad del servicio es un recordatorio valioso de cómo la percepción del cliente puede influir directamente en el éxito o fracaso de una organización. La observación crítica sobre el uso incorrecto que algunas organizaciones hacen del servicio al cliente, afectando su desarrollo y crecimiento, es un punto esencial. Resalta la necesidad de comprender y definir adecuadamente la importancia del servicio

al cliente para estructurar prácticas óptimas. Este llamado a la reflexión destaca la necesidad de una estrategia cuidadosa y una comprensión profunda de la

26

función del servicio al cliente en el contexto más amplio de la relación empresa-cliente. En resumen, el comentario resalta la importancia estratégica de abordar el servicio al cliente de manera efectiva para el éxito sostenible de cualquier organización.

En la investigación de Latorre, Granados, Machado y Henao (2019)

denominado "Estudio

16

zona ignorada

cuantitativo de correlación entre la calidad del servicio y

la satisfacción del cliente en el Banco Falabella Colombia durante el primer

semestre de 2019"

, presentan un enfoque claro y estructurado en torno a una

17

zona ignorada

investigación sobre la percepción de los clientes del Banco Falabella Colombia

respecto a los servicios ofrecidos durante el primer semestre de 2019. El

objetivo de analizar la relación entre la satisfacción del cliente y la calidad del

servicio, tanto en las oficinas como en el call center, revela una preocupación legítima por entender y mejorar la experiencia del usuario. La elección de una metodología descriptiva, correlacional y cuantitativa sugiere un enfoque riguroso para identificar posibles áreas de mejora en la atención al cliente. La focalización en detectar las falencias que surgen al atender solicitudes, quejas y reclamos

18

thedatachools.com | ¿Qué es un KPI?

<https://thedatachools.com/que-es/kpi/#:~:text=KPI es el acrónimo de «Key Performance Indicator»,un individuo en el logro de objetivos específicos.>

proporciona información valiosa para la toma de decisiones y la

implementación de mejoras operativas. La utilización de encuestas a través de un método de doble vía con la aplicación MASIVIAN muestra un intento por capturar datos de manera eficiente y directa. La selección de una muestra probabilística de 42 personas puede proporcionar insights significativos, aunque sería interesante considerar la representatividad de esta muestra en relación con la base de clientes total del Banco Falabella. En resumen, el enfoque metodológico y la preocupación por la percepción del cliente demuestran un esfuerzo por comprender a fondo las necesidades y expectativas de los usuarios, ofreciendo así una base sólida para la implementación de mejoras en los servicios bancarios. (Latorre Martínez et al., 2019)

Nacional.

Trelles (2019) en su tesis titulado "Clima laboral y su relación con la

**19** zona ignorada

rotación de personal

**20** zona ignorada

del área de operaciones en un Call Center del Distrito de

El Agustino, 2018", señala que en los últimos años, se ha observado un aumento significativo en la rotación de personal en las empresas, lo que genera costos considerables al seleccionar nuevos candidatos para ocupar vacantes. El propósito principal de la investigación actual fue establecer la relación entre el clima laboral y la rotación de personal en el área de operaciones de un centro de llamadas en el distrito de El Agustino durante el año 2018. Para abordar este problema y contrastar las hipótesis planteadas, se empleó un diseño cuantitativo de tipo descriptivo correlacional. La aproximación cuantitativa se llevó a cabo mediante la técnica de encuestas y el uso de cuestionarios dirigidos a los trabajadores. En términos de metodología, se aplicó la técnica estadística de análisis cuantitativo conocida como R de Pearson, ya que evalúa la relación entre dos variables, en este caso, el clima laboral y la rotación de personal. La muestra consistió en ciento cincuenta y tres empleados del área de operaciones del centro de llamadas. La conclusión general indica

**21** Documento de otro usuario  
El documento proviene de otro grupo

que existe una relación entre el clima laboral y la rotación de

personal, con la recomendación de implementar medidas de control en el clima laboral para reducir la tasa de rotación de personal. (Trelles Tadeo, 2019) Guevara y Guevara (2020) prepararon una tesis con el título de "Rotación de personal y su relación con la satisfacción del cliente en Financiera CrediScotia Jaén - 2019", donde definen que la rotación de personal como la entrada y salida de colaboradores para reemplazar a otros en sus funciones laborales. El objetivo principal de la investigación fue determinar la conexión entre la rotación de

**22** repositorio.uss.edu.pe  
<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/20.500.12802/7031/6/Guevara%20Fern%20c3%a1ndez%20Karely%20%26%20Guevara%20Fern%20c3%a1ndez%20Norely.pdf>

personal y la satisfacción del cliente en la sucursal de la

Financiera CrediScotia en Jaén. La metodología empleada fue descriptiva

correlacional de corte transversal, con un diseño no experimental, utilizando

una muestra interna compuesta por 18 colaboradores y una muestra externa de 361 clientes de la entidad financiera. Los participantes fueron evaluados mediante un cuestionario estructurado. Los resultados revelan que el nivel de rotación de personal en la Financiera CrediScotia de Jaén en 2019 es del 50.56%, considerado alto al superar el parámetro de rotación de personal en

Perú, que oscila entre 5 y 10%. Se señala que el reclutamiento y selección de personal en la financiera no son adecuados, y el nivel de satisfacción del personal de la sucursal en Jaén es crítico, con un 50%. Esto se refleja en una conexión limitada con los clientes y en una falta de capacitación sobre los productos y servicios ofrecidos. La conclusión principal es que existe una



**zona ignorada**

relación inversa fuerte entre la rotación de personal y la satisfacción del cliente

en la Financiera CrediScotia, respaldada por la prueba del coeficiente de correlación del Rho de Spearman. (Guevara Fernández & Guevara Fernández, 2020)

En el estudio de Chilet (2021) mencionado "La calidad de servicio y su influencia en la atención del cliente mediante el uso del internet de un Banco líder en el Perú", plantea como finalidad de la investigación, examinar el impacto actual de internet en la mejora o deterioro de la calidad del servicio de atención al cliente en una entidad financiera destacada en Perú. Basándose en esta premisa, se formuló la pregunta central: ¿Cómo afecta la Calidad del Servicio a la Atención al Cliente a través del uso de internet en un banco líder en Perú? Para llevar a cabo este estudio, se optó por el método de investigación conocido como "Encuesta", mediante la aplicación de un cuestionario con once preguntas a cien clientes, tanto hombres como mujeres, con edades comprendidas entre los dieciocho y setenta años. Estos clientes utilizan diversos productos y/o servicios ofrecidos por la entidad bancaria mencionada. La investigación adopta un enfoque cuantitativo de tipo correlacional no experimental y emplea la prueba estadística de Chi cuadrado para establecer relaciones entre las variables. Los resultados revelan que la mayoría de las personas consideran que internet tiene una influencia significativa en la calidad del servicio de atención proporcionado por el "Banco Líder". Por lo tanto, se concluye que es pertinente que todas las entidades financieras destinen recursos financieros en diversos aspectos relacionados con internet, como el software bancario, sitios web, redes sociales, aplicaciones bancarias, entre otros. (Chilet Martínez, 2021)

En la tesis de Rojas (2018) con el título de "Gestión de calidad y servicio al cliente en la empresa Café Perú, Callao, 2018" en ella describe según los

resultados, se estima que las exportaciones mundiales de café en el ciclo 2016/17 fueron de 127.8 millones de sacos de 60 kg, lo que representa una disminución del 4.0% en comparación con el ciclo anterior. Además, se menciona que las exportaciones de café verde descendieron un 12% y

alcanzaron los 22.79 millones de sacos, lo que representó el 92% del total de exportaciones. Por otro lado, se destaca que México participa en el mercado cafetalero con el 1.5% del volumen de las exportaciones mundiales, ubicándose en el puesto 12 entre los países exportadores. Sin embargo, la información no proporciona un resumen específico de las exportaciones mundiales de café en el año 2016, ni menciona cifras o datos adicionales sobre dichas exportaciones. La industria cafetera en América Latina y el Caribe es una de las más grandes a nivel mundial, con aproximadamente una cuota del 61% de la producción global. El café representa más del 10% de las exportaciones totales de América Latina. Sin embargo, la información proporcionada no menciona específicamente las exportaciones de café en América Latina y el Caribe ni proporciona datos sobre los principales países exportadores o el valor de las exportaciones. Para obtener información más detallada sobre las exportaciones de café en la región, se requiere consultar fuentes adicionales.

## 2.2. Bases teóricas

### 2.2.1. Rotación de personal

#### Concepto

La rotación de personal según (Torres, 2023), es conocida también como tasa de rotación de empleados o índice de rotación, se refiere al fenómeno en el que los empleados abandonan una organización y son reemplazados por nuevos trabajadores en un período de tiempo determinado. Esta métrica se expresa como un porcentaje y



**dialaborable.com** | El índice de rotación de personal en empresas: una métrica esencial | Dia Laborable

<https://dialaborable.com/el-indice-de-rotacion-de-personal-en-empresas-una-metrica-esencial/>

se calcula dividiendo el número de empleados

que abandonaron la organización durante un período específico entre el

número total de empleados y multiplicando el resultado por 100.

La rotación de

personal puede darse en dos formas principales: Rotación Voluntaria, ocurre

30

cuando los empleados eligen abandonar la organización de forma voluntaria.

Las razones pueden variar, como oportunidades laborales más atractivas, insatisfacción con el trabajo actual, conflictos con la cultura organizacional, entre otros; y, la Rotación Involuntaria: implica que los empleados son despedidos o terminan su empleo debido a decisiones de la organización, como recortes de personal, cambios en la estructura organizativa, o desempeño insatisfactorio.

## Rotación y ausentismo



**blog.hubspot.es** | Rotación de personal: qué es, causas, consecuencias y soluciones

<https://blog.hubspot.es/sales/rotacion-personal>

La rotación de personal se refiere al número o porcentaje de la fuerza laboral que debe ser reemplazada debido a renuncias o despidos, mientras que el ausentismo de personal está relacionado con un patrón o hábito que tienen ciertos empleados de faltar al trabajo sin razón alguna. Para ello es importante analizar las condiciones en el lugar de trabajo y la perspectiva del empleado sobre esas condiciones que pueden influir tanto en el ausentismo como en la rotación.

## Tipos de rotación laboral

Para distinguir los tipos de rotación laboral que se dan en las organizaciones, (Torres, 2023) nos refiere:



blog.hubspot.es | Rotación de personal: qué es, causas, consecuencias y soluciones  
<https://blog.hubspot.es/sales/rotacion-personal>

### 1. Rotación no deseada

Este tipo de rotación afecta a los colaboradores más valiosos del equipo, aquellos que desempeñaban funciones críticas o que tenían una actitud altamente positiva hacia la organización. La pérdida de estos colaboradores puede tener un impacto significativo en el desempeño y la cultura de la empresa.

### 2. Rotación voluntaria e involuntaria

La rotación voluntaria ocurre cuando los colaboradores deciden dejar la empresa por diversas razones, como oportunidades de crecimiento,

31

insatisfacción laboral o mejores condiciones laborales en otro lugar. Por otro lado, la rotación involuntaria ocurre cuando la empresa toma la decisión de despedir o prescindir de los servicios de un colaborador.

### 3. Rotación inevitable y evitable

La rotación inevitable se produce debido a factores externos o circunstancias fuera del control de la empresa, como cambios económicos, fluctuaciones en el mercado laboral o movimientos geográficos. Por otro lado, la rotación evitable se puede prevenir o mitigar mediante acciones internas, como mejorar el clima laboral, ofrecer oportunidades de crecimiento o garantizar una remuneración justa por las funciones desempeñadas.

### 4. Rotación funcional y disfuncional

Esta clasificación permite evaluar el impacto de la rotación en el funcionamiento de la empresa. La rotación funcional se refiere a los cambios que ayudan a la empresa a renovar su plantilla y aportar nuevas ideas y perspectivas. Por el contrario, la rotación disfuncional se produce cuando la salida de colaboradores clave impide que la empresa alcance sus objetivos y

dificulta su eficiente funcionamiento.

## Causas de la rotación de personal

**Expectativas no cumplidas:** Muchos empleados abandonan debido a discrepancias entre las expectativas iniciales y la realidad del trabajo, a menudo causadas por una comunicación deficiente en Recursos Humanos o falta de transparencia en la descripción del puesto.

**Falta de entrenamiento y feedback:** La ausencia de retroalimentación regular y capacitación puede llevar a la insatisfacción de los empleados, quienes buscan mejorar constantemente y sentirse respaldados en su desarrollo profesional.

**Problemas con el jefe:** La relación con el supervisor es crucial; conflictos, falta de confianza o incomodidades pueden ser razones para la rotación, según la consultora Carly Guthrie.

32

**Escasez de oportunidades de crecimiento:** La falta de perspectivas de crecimiento interno puede desmotivar a los empleados más talentosos, quienes buscan desafíos y oportunidades para avanzar en sus carreras.

**Desequilibrio vida-trabajo:** La falta de flexibilidad en los horarios y la incapacidad para equilibrar la vida personal y laboral pueden contribuir a la insatisfacción y la búsqueda de empleo externo.

**Falta de apoyo y aprecio:** La ausencia de reconocimiento, apoyo o recursos necesarios puede hacer que los empleados no se sientan valorados, afectando su compromiso y rendimiento.

**Compensación insatisfactoria:** La percepción de un salario inadecuado en comparación con responsabilidades y habilidades puede ser un factor clave en la rotación de empleados, incluidos los vendedores.

## Costo de la rotación de personal

Ya sea que la empresa experimente una frecuente rotación de empleados o que los cambios en el personal sean eventos poco comunes, la finalización de relaciones laborales implica un considerable gasto de tiempo y dinero. Los costos asociados con la rotación de personal son variables y dependen de factores como la industria, la propia empresa y la naturaleza de los empleados que están dejando la organización (Worky, 2022). Por ejemplo, los costos pueden diferir según si los empleados que se van son de alto rendimiento ocupando roles de responsabilidad o si son empleados en puestos de nivel más bajo,



[www.qualtrics.com](https://www.qualtrics.com) | La rotación de personal: qué es y cómo evitarla | Qualtrics

<https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/empleados/rotacion-de-personal/#:~:text=Oportunidades de ascenso: La salida de personal clave,como posiblemente avanzar a un puesto más alto.>

otros factores que pueden afectar a los costes de rotación

de los empleados son los siguientes:

Reclutamiento (incluyendo anuncios de trabajo y personal de RR.HH.)

Incorporación (utilizando las capacidades de los empleados existentes)

Problemas jurídicos (por ejemplo, como resultado de un despido ilícito)

33

Ventajas de la rotación de empleados

En este apartado, se conoce que existen algunas ventajas que la organización puede capitalizar respecto a la rotación de personal. (Qualtrics, 2022)



[www.qualtrics.com](https://www.qualtrics.com) | La rotación de personal: qué es y cómo evitarla | Qualtrics

<https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/empleados/rotacion-de-personal/#:~:text=Oportunidades de ascenso: La salida de personal clave,como posiblemente avanzar a un puesto más alto.>

Nuevos impulsos: Los nuevos empleados que asumen las posiciones de sus predecesores traen consigo diferentes perspectivas e ideas. Esto puede tener un impacto positivo en el negocio.

Oportunidades de ascenso: La salida de personal clave puede crear oportunidades internas para los empleados que se quedan. Dependiendo de sus calificaciones, pueden asumir nuevas tareas y por lo tanto más responsabilidad, así como posiblemente avanzar a un puesto más alto.

Transferencia de conocimientos: Los empleados que trabajaron en otras industrias antes de ocupar su nuevo puesto pueden aportar sus conocimientos profesionales al trabajo. Junto con los empleados actuales, se pueden

desarrollar soluciones interdisciplinarias

### 2.2.2. Calidad de atención al cliente

Concepto de servicio al cliente



[www.zendesk.es](https://www.zendesk.es) | ¿Qué es atención al cliente? | Zendesk

<https://www.zendesk.es/blog/que-es-atencion-al-cliente/>

El servicio al cliente, conocido también como servicio de atención al

cliente es una herramienta de marketing, que se encarga de establecer puntos

de contacto con los clientes, a través de diferentes canales, para establecer



[www.zendesk.es](https://www.zendesk.es) | ¿Qué es atención al cliente? | Zendesk

<https://www.zendesk.es/blog/que-es-atencion-al-cliente/>

relaciones con ellos, antes, durante y después de la venta. Entre sus principales objetivos, se encuentran: garantizar que el producto o servicio llegue a su público objetivo, que sea usado de la forma correcta y que genere la satisfacción del cliente. Examinando la historia, antes de la existencia del marketing como disciplina, encontramos que se hablaba de las teorías de la administración a través de diferentes autores. Autores como Henry Fayol y Frederick Taylor, tenían como objetivo (cada uno desde su perspectiva)

34

incrementar la eficiencia de las empresas.

Bajo esa mirada, tenía sentido que

el objetivo de las empresas fuera producir al menor costo, el mayor número de unidades, en el menor tiempo posible. Pero esto tampoco sucedió de forma



#### zona ignorada

espontánea, surgió motivado por dos factores percibidos como amenaza: la

globalización y las tecnologías de la información  
(Da Silva, 2020).

Elementos del servicio al cliente

Raymond Joabar, vicepresidente ejecutivo de American Express, destacó que proporcionar un servicio de calidad se ha convertido en una ventaja competitiva crucial para empresas de todos los tamaños, subrayando la importancia de facilitar las transacciones comerciales y satisfacer las necesidades de los clientes. Este enfoque estratégico se respalda con estadísticas que indican que el 70% de los consumidores estadounidenses estarían dispuestos a gastar más dinero en compañías que ofrecen un servicio excepcional. Un estudio de la firma Temkin reveló que el 77% de los clientes recomendaría una empresa después de tener una experiencia positiva, subrayando la relevancia de brindar un servicio al cliente de calidad. Por otro lado, las consecuencias de una experiencia negativa pueden ser perjudiciales, ya que los clientes insatisfechos tienen una alta probabilidad de no volver a comprar y compartir sus malas experiencias en redes sociales, amplificando su impacto. Datos de Zendesk indican que incluso una sola mala experiencia podría llevar al 50% de los clientes a optar por un competidor, mientras que múltiples experiencias negativas aumentarían esta cifra al 80%. Un análisis de KPMG concluye que orientarse hacia el cliente es la principal estrategia para mejorar la competitividad y la rentabilidad, considerando los seis pilares de la experiencia del cliente. Además, Zendesk señala un cambio en la estructura organizativa, destacando el crecimiento del papel del director de servicio de atención al cliente (CCO) como responsable final de la experiencia del cliente, observando un aumento del 63% en las nuevas empresas que adoptan este rol en comparación con las empresas más antiguas. (Da Silva, 2020)

El cliente es un componente esencial para la prestación del servicio al cliente, aunque la empresa no tenga control directo sobre él internamente. Dado que

35

es la razón de ser de este proceso, resulta crucial que todas las acciones estén fundamentadas en un profundo entendimiento de sus necesidades y expectativas. En el contexto de las empresas de servicios, el cliente desempeña un papel de co-productor y comparte la responsabilidad del resultado. Según el estudio sobre tendencias globales de marketing de Deloitte, el cliente asume un rol más activo, liberando su poder como defensor de la marca y convirtiéndose en los principales "embajadores" de la misma. Deloitte propone un modelo gráfico que representa las etapas que las marcas

atraviesan al involucrar al cliente en sus negocios. Esta progresión va desde la

obtención de

 [www.zendesk.es](https://www.zendesk.es) | ¿Qué es atención al cliente? | Zendesk  
<https://www.zendesk.es/blog/que-es-atencion-al-cliente/>

información del cliente hasta la creación conjunta completa y el

concepto de "cliente como marca".

Figura 1

La marca

En la primera etapa, algunas empresas se centran en la recopilación de información para comprender a sus clientes, utilizando diversos medios como redes sociales, sitios web e interacciones directas con productos y servicios. La estrategia requiere software adecuado para la recolección de datos.

La segunda etapa, se relaciona con el compromiso, donde los clientes participan en nombre de la marca para informar y respaldar a otros usuarios en

36

diferentes fases del ciclo de vida del producto, a veces generando contenido por sí mismos.

La tercera etapa, la co-creación, implica que las marcas involucren al cliente desde las etapas de diseño y desarrollo del producto, superando la simple compartición de experiencias e ideas.

La cuarta etapa, denominada "cliente como marca", representa el nivel más alto del espectro, donde la participación es a gran escala, al punto de que el cliente actúa como parte integral de la marca. Un ejemplo mencionado es Airbnb, donde el cliente desempeña una doble función como marca y consumidor. En general, no existe una estrategia única que sea buena o mala; todo depende de las necesidades, objetivos y alcance específicos de la empresa. Es esencial comprenderlos y analizar la realidad de la empresa para determinar la mejor estrategia que maximice la participación del cliente en su trayectoria.

El componente del producto y servicio al cliente, relacionado con el producto o servicio se refiere a las características ofrecidas por la empresa, como calidad, precio, especificaciones técnicas, cantidad, entre otros. Aunque es esencial para la interacción, no necesariamente es el criterio más crucial para el cliente, ya que las expectativas han evolucionado y se espera que la empresa cumpla con estándares de buena calidad como mínimo.

El segundo elemento, los procedimientos, abarca todo lo que facilita el acceso del cliente a los productos o servicios, incluyendo canales de atención al cliente, métodos de pago, disponibilidad y tiempos de respuesta. Según Forrester, el 66% de los adultos considera que valorar su tiempo es lo más importante para brindar una buena experiencia en línea.

Las instalaciones abarcan todos los aspectos que influyen en el espacio físico o

virtual donde se presta el servicio, desde puntos de venta físicos hasta plataformas en línea. Incluye factores como accesibilidad, ubicación, iluminación, ventilación y otros elementos definidos por el marketing como Merchandising.

37

El componente tecnológico comprende las herramientas tecnológicas proporcionadas por la empresa para beneficio del cliente, facilitando el acceso, minimizando el esfuerzo y agilizando la gestión de trámites.

La información y comunicación se refieren a la calidad de la información proporcionada a los clientes, abordando aspectos como claridad, cantidad, veracidad, oportunidad y canales de comunicación. Según un estudio de Zendesk, el 64% de los consumidores espera asistencia en tiempo real, independientemente del canal utilizado.

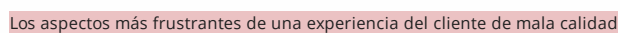
El prestador del servicio incluye a los empleados que interactúan con el cliente, no solo vendedores, sino cualquier representante de la empresa. Factores como amabilidad, respeto, responsabilidad, cumplimiento y presentación personal son esenciales. La imagen de la empresa, medida por la reputación, valores de la marca y propósito, también forma parte de este componente, para mejorar la experiencia del cliente y superar expectativas, las empresas deben invertir en fortalecer estos elementos, según una investigación reciente de Zendesk que revela las prioridades y frustraciones de los clientes en una experiencia de servicio.

Figura 2



38

Figura 3



### 2.3. Marco conceptual



La rotación de personal es un fenómeno que se da en algunas organizaciones cuando los empleados dejan la compañía por diversas razones. Se puede medir por el número o porcentaje de empleados que renuncian en un periodo determinado. Tiene que ver con la pérdida de talento en una empresa.


(Torres: 2023)

Calidad de atención al servicio

 **35** [www.zendesk.es](https://www.zendesk.es) | ¿Qué es atención al cliente? | Zendesk  
<https://www.zendesk.es/blog/que-es-atencion-al-cliente/>

El servicio al cliente, conocido también como servicio de atención al

cliente es una herramienta de marketing, que se encarga de establecer puntos de contacto con los clientes, a través de diferentes canales, para establecer

 **36** **zona ignorada**

relaciones con ellos, antes, durante y después de la venta.  
(Da Silva: 2020)

#### 2.4. Definición de términos

Cliente

Un cliente es una persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa. (Quiroa & López, 2019)

39

Costo de rotación de personal

COSTO: se define como coste o costo al valor que se da a un consumo de factores de producción dentro de la realización de un bien o un servicio como actividad económica, incluyendo la mano de obra. (Sánchez Galán & López, 2020)

ROTACIÓN DE PERSONAL: es el número o porcentaje de empleados que abandonan una organización durante un período determinado y son reemplazados por nuevos empleados. Una rotación de personal alta indica que se deben realizar cambios dentro de la organización. (Hrider, 2020)

Información

La información es el conjunto de datos que configuran un mensaje que emite un emisor y que se pretende llegue al receptor para que quede informado. Siempre se lleva a cabo a través de un canal que es el que uno a ambos interlocutores ha elegido. (Peiró, 2020)

Instalaciones

Las instalaciones se pueden definir como el conjunto de redes y equipos fijos que permiten el suministro y operación de los servicios que ayudan a los edificios a cumplir las funciones para las que han sido diseñados. (Weebly, 2022)

Procedimientos

Con carácter general, por procedimiento puede entenderse la secuencia o sucesión ordenada de actos o trámites necesarios para la consecución de un determinado fin. (Pereda, 2022)

## Producto y servicio

**PRODUCTO:** para la economía se define como el resultado que se obtiene del proceso de producción dentro de una empresa. (Quiroa & López, 2020)

40

**SERVICIO:** en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado. (Sánchez Galán & Coll Morales, 2020)

## Tecnologías

37

zona ignorada

La tecnología es el conjunto de conocimientos y técnicas que se aplican de manera ordenada para alcanzar un determinado objetivo o resolver un problema. (Roldán, 2020)

## Tipo de rotación de personal

TIPO:

38

zona ignorada

hace referencia a una clasificación, discriminación o diferenciación de diversos aspectos que forman parte de un todo. (DCW, 2008)

**ROTACIÓN DE PERSONAL:** es el número o porcentaje de empleados

39

zona ignorada

que abandonan una organización durante un período determinado y son reemplazados por nuevos empleados. Una rotación de personal alta indica que se deben realizar cambios dentro de la organización. (Hrider, 2020)

## Ventajas de rotación de personal

**VENTAJA:** es algo positivo, que pone a una cosa o a un ser en mejores condiciones que los otros para alcanzar un resultado, llegar a una meta, obtener más ganancias o beneficios, etcétera. (Fingermann, 2015)

**ROTACIÓN DE PERSONAL:** es el número o porcentaje de empleados

40

zona ignorada

que abandonan una organización durante un período determinado y son reemplazados por nuevos empleados. Una rotación de personal alta indica que se deben realizar cambios dentro de la organización. (Hrider, 2020)

41


### III. HIPÓTESIS Y VARIABLES

Las hipótesis según (Espinoza Freire, 2018), son afirmaciones o suposiciones tentativas que se formulan antes de llevar a cabo una investigación o experimento, estas afirmaciones se basan en el conocimiento previo del investigador o en la revisión de la literatura existente. Las hipótesis son declaraciones específicas y verificables que establecen una relación entre dos o más variables. Generalmente, se plantean dos tipos de hipótesis en una investigación: la hipótesis nula (H0), que sostiene que no hay efecto o relación significativa, y la hipótesis alternativa (H1), que propone la existencia de algún efecto o relación específica. El propósito de las hipótesis es proporcionar una guía para la recolección y análisis de datos, permitiendo al investigador probar y validar sus suposiciones para llegar a conclusiones respaldadas por evidencia empírica. (Martínez Ruíz, 2018)


#### 3.1. Hipótesis

La relación entre la rotación de personal y calidad de atención al cliente en KFC con enfoque correlacional es positiva y significativa.

Hipótesis específicas

 **41** [revistamedica.com](https://revistamedica.com) | ▶ El impacto de la rotación de personal en la calidad de la atención al paciente - Ocronos - Editorial Científico-Técnica  
[https://revistamedica.com/impacto-rotacion-personal-calidad-atencion-paciente/#:~:text=La rotación de personal en el sector de, eventos adversos para los pacientes. ... Éléments supplémentaires](https://revistamedica.com/impacto-rotacion-personal-calidad-atencion-paciente/#:~:text=La%20rotaci3n%20de%20personal%20en%20el%20sector%20de%20eventos%20adversos%20para%20los%20pacientes...)

La

 **42** [repositorio.ucv.edu.pe](https://repositorio.ucv.edu.pe)  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/20.500.12692/148072/1/Garcia\\_CMAM-Loayza\\_AVD-SD.pdf](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/20.500.12692/148072/1/Garcia_CMAM-Loayza_AVD-SD.pdf)

relación entre la rotación de personal y la calidad de atención al

cliente en KFC es positiva y significativa


La relación entre el tipo de rotación de personal y la calidad de atención

al cliente en KFC es positiva y significativa

La relación entre las ventajas de la rotación de personal y calidad de

atención al cliente en KFC es positiva y significativa

#### 3.1.1.

 **43** [www.espacioimasd.unach.mx](https://www.espacioimasd.unach.mx)  
[https://www.espacioimasd.unach.mx/index.php/Inicio/articulo/download/274/973/1683#:~:text=La operacionalización de variables consiste en un conjunto de técnicas](https://www.espacioimasd.unach.mx/index.php/Inicio/articulo/download/274/973/1683#:~:text=La%20operacionalizaci3n%20de%20variables%20consiste%20en%20un%20conjunto%20de%20t3cnicas)

Operacionalización de variables

VARIABLE 1  
(Definición conceptual)

DEFINICIÓN  
OPERACIONAL

DIMENSIONES INDICADORES  
ÍTEMES MÉTODO Y TÉCNICA

X: Rotación de personal

Es la movilización de ingreso y salida de personal que genera

un costo de rotación de

personal, se recurre a algún tipo de rotación que favorece y tiene

ventajas para la organización

X1: Costo de rotación de personal

Afectación del ánimo

ítem 1, 2, 3, 4

Estadístico, cuantitativo

Productividad



blog.hubspot.es | Rotación de personal: qué es, causas, consecuencias y soluciones

<https://blog.hubspot.es/sales/rotacion-personal>

La rotación de personal es un fenómeno que se da en algunas

organizaciones cuando los empleados dejan la compañía

por diversas razones. Se puede medir por el número o

porcentaje de empleados que renuncian en un periodo

determinado. Tiene que ver con la pérdida de talento en una

empresa.

(Torres: 2023)

Estrategias de rotación

Ambiente laboral

X2: Tipo de rotación de personal

Rotación voluntaria

ítem 5, 6, 7, 8

Rotación involuntaria

Rotación interna

Rotación externa

X3: Ventajas de rotación de personal

Potenciar y encontrar nuevos talentos

ítem 9, 10, 11, 12

Tasa de deserción

Igualar las competencias con los requerimientos

Retos nuevos y motivación

Identificar aptitudes, habilidades y conocimientos

VARIABLE 2

(Definición conceptual)

DEFINICIÓN

OPERACIONAL

DIMENSIONES INDICADORES ESCALA MÉTODO Y TÉCNICA

Y: Calidad de atención al servicio

Es la capacidad de disponer hacia el cliente,



los productos,

servicio, procedimientos,

instalaciones, tecnologías e

información con calidad.

Y1: Cliente

Necesidades e intereses

ítem 1, 2

Estadístico, cuantitativo

Expectativas

El servicio al cliente, conocido también como servicio de atención al cliente es una

herramienta de marketing, que se encarga



repositorio.uladech.edu.pe

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/20.500.13032/28518/1/SATISFACCION\\_AL\\_CLIENTE\\_RIVAS\\_%20MENDEZ\\_JUNIOR\\_NELSON.pdf](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/20.500.13032/28518/1/SATISFACCION_AL_CLIENTE_RIVAS_%20MENDEZ_JUNIOR_NELSON.pdf)

de establecer

puntos de contacto con los clientes, a través de diferentes

canales, para establecer relaciones con ellos, antes,

durante y después de la venta. (Da Silva: 2020)

Y2: Producto y servicio

Características del producto con calidad

ítem 3, 4

Características del servicio con calidad

Y3: Procedimientos

Canales de atención

ítem 5, 6

Proceso de interacción

Y4: Instalaciones

Espacio físico

ítem 7, 8

Vías de acceso físico

Y5: Tecnologías

Facilitar y agilizar la atención

ítem 9, 10

Aplicativos de redes sociales

Y6: Información

Claridad, veracidad y oportunidad de la información

ítem 11, 12

Canales de comunicación

#### IV. METODOLOGÍA DEL PROYECTO

##### 4.1. Diseño metodológico

El diseño metodológico de la investigación, es el plan detallado que

establece cómo se lleva a cabo el estudio. Incluye decisiones sobre la

selección de participantes, la recopilación y análisis de datos, así como los

procedimientos que se siguieron para responder a las preguntas de investigación. En esa medida, el diseño metodológico es la hoja de ruta que guía la ejecución de la investigación, proporcionando una estructura para garantizar la validez y la fiabilidad de los resultados, entonces, el presente estudio es de tipo básico porque aborda teóricamente las variables para analizar el comportamiento de sus agentes, es de diseño no experimental y de corte transversal; a la vez, es correlacional de variables dependientes.

#### 4.2. Método de investigación

El método de investigación se refiere al enfoque sistemático y estructurado que se utiliza para llevar a cabo el estudio, involucra una serie de pasos o procedimientos que guían la recolección, análisis e interpretación de datos con el objetivo de responder a las preguntas de investigación planteadas. Los métodos de investigación pueden variar según la disciplina y la naturaleza del estudio, abarcando desde enfoques cuantitativos que se centran en datos numéricos hasta enfoques cualitativos que exploran contextos y significados. En esencia, el método de investigación para la presente, es deductivo, porque proporciona la base metodológica para realizar una investigación de manera rigurosa y sistemática, como resultado de una propuesta de encontrar relación entre variables.

#### 4.3. Población muestra

La población con muestra censal en una investigación, es un conjunto completo de elementos o individuos que cumplen con ciertos criterios

44

específicos, y todos ellos son incluidos en el estudio, dado que es una población pequeña de 19 trabajadores de KFC Cañete. Este enfoque se utiliza cuando se busca analizar y examinar todos los elementos dentro de un grupo determinado para obtener resultados exhaustivos y representativos de la población total. (Galvanize, 2020)

#### 4.4. Lugar de estudio

El estudio se realizó en las instalaciones de la Empresa KFC Sede Cañete, Lima, abordando a los trabajadores de los diferentes turnos horarios que generan los servicios prestados.

#### 4.5. Técnicas e instrumentos para la recolección de la información

La técnica que se ha usado es la encuesta, incluye la recopilación de datos a través de preguntas estructuradas formuladas a la muestra-censal considerada, siendo representativa de individuos correspondiendo al

instrumento de cuestionario. Este método busca obtener información sobre opiniones, actitudes, comportamientos u otros aspectos específicos del grupo objetivo. Las encuestas se han realizado de manera presencial, y su diseño se centra en garantizar la objetividad, la validez y la fiabilidad de los datos recopilados. La técnica de encuesta es ampliamente utilizada en investigaciones cuantitativas y proporciona una herramienta eficaz para la obtención de datos estadísticamente significativos sobre una población.



#### 4.6. Análisis y procesamiento de datos

##### El análisis y procesamiento

de datos de la investigación, ha permitido la

revisión y manipulación de la información recopilada para identificar patrones,

tendencias y relaciones significativas. Este proceso aplicó técnicas

estadísticas, herramientas informáticas y métodos específicos para organizar,

resumir y analizar los datos según los objetivos de la investigación. El análisis y

45

procesamiento de datos es fundamental para llegar a conclusiones

significativas obtenidas y extraer inferencias válidas a partir de la información

recopilada, contribuyó así al logro de los objetivos de la investigación, para

cuyo efecto, se confeccionó una base de datos y se procesó estadísticamente

en el programa SPSS.

#### 4.7. Aspectos éticos en investigación

La parte ética de la investigación está referido al conjunto de principios y

normas que guían el comportamiento ético de los investigadores en el proceso

de diseño, ejecución y comunicación de los resultados del estudio.



Contiene

consideraciones de respeto hacia los derechos de bienestar

de los

participantes, la transparencia en la divulgación de la información, la claridad

en la presentación de los resultados y la integridad en la conducta de los

participantes de la investigación. La ética en la investigación buscó en todo

momento garantizar la equidad, la confidencialidad y la justicia, asegurando

que los beneficios de la investigación superen cualquier riesgo potencial para

los participantes y la sociedad en general.

46

Los resultados del estudio sobre la valoración aduanera de mercancías y su impacto en la rentabilidad de la Agencia de Aduanas Conexión Logística Integral son cruciales para optimizar sus operaciones y maximizar beneficios. Una correcta valoración aduanera asegura el cumplimiento de regulaciones legales, evitando sanciones y retrasos, mientras que una gestión eficiente puede reducir costos y mejorar tiempos de despacho. Al identificar áreas de mejora y aplicar estrategias basadas en datos, la agencia puede incrementar su competitividad en el mercado, ofreciendo servicios más confiables y rentables a sus clientes, lo que a su vez fortalece su posición y crecimiento en la industria logística.

### 5.1. Resultados descriptivos

Presentamos la prueba de confiabilidad de los datos, dado que es necesario conocer los niveles de fiabilidad.

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de

Cronbach N de elementos

,906 25

El Alfa de Cronbach como medida de consistencia interna de una escala o cuestionario, permite obtener el valor de 0.906 que indica una muy alta confiabilidad, esto significa que los 25 elementos del cuestionario son muy consistentes entre sí en la medición del constructo evaluado. En general, un Alfa de Cronbach superior a 0.70 se considera aceptable, por lo que un valor de 0.906 es excelente.

47

1. ¿La afectación del ánimo causada por la rotación de personal impacta negativamente en la calidad de atención al cliente en KFC?

Tabla 1

Afectación del ánimo

Frecuencia Porcentaje  
Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Casi siempre 10 52,6 52,6 52,6

Siempre 9 47,4 47,4 100,0

Total 19 100,0 100,0

Análisis

De los encuestados, el 52.6% considera que "Casi siempre" la afectación del ánimo causada por la rotación de personal impacta negativamente en la calidad de atención al cliente en KFC, mientras que el 47.4% opina que esto ocurre

"Siempre". Esto indica que una gran mayoría percibe un impacto negativo constante debido a la rotación de personal.

Figura 4

Afectación del ánimo

48

2. ¿En qué medida el costo asociado a la rotación de personal influye en la percepción de productividad en el servicio al cliente en KFC?

Tabla 2

Productividad

Frecuencia Porcentaje  
Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Casi siempre 5 26,3 26,3 26,3

Siempre 14 73,7 73,7 100,0

Total 19 100,0 100,0

Análisis

El 26.3% de los encuestados piensa que el costo asociado a la rotación de personal "Casi siempre" influye en la percepción de productividad, mientras que el 73.7% cree que esto ocurre "Siempre". Esto sugiere que los costos de rotación tienen una influencia significativa en la percepción de productividad en el servicio al cliente.

Figura 5

Productividad

49

3. ¿Las estrategias de rotación implementadas en KFC afectan de manera significativa la calidad de atención al cliente?

Tabla 3

Estrategias de rotación

Frecuencia Porcentaje  
Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Nunca 1 5,3 5,3 5,3

Casi siempre 6 31,6 31,6 36,8

Siempre 12 63,2 63,2 100,0

Total 19 100,0 100,0

#### Análisis

Según los resultados, el 5.3% cree que las estrategias de rotación "Nunca" afectan significativamente la calidad de atención, el 31.6% opina que esto ocurre "Casi siempre", y el 63.2% considera que "Siempre" hay un impacto significativo. La mayoría de los encuestados perciben una afectación considerable en la calidad de atención al cliente debido a estas estrategias.

#### Figura 6

Estrategias de rotación

50

4. ¿Los costos de la rotación de personal se reflejan en la percepción del buen ambiente laboral?

#### Tabla 4

Ambiente laboral

Frecuencia Porcentaje  
Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Casi nunca 2 10,5 10,5 10,5

A veces 2 10,5 10,5 21,1

Casi siempre 7 36,8 36,8 57,9

Siempre 8 42,1 42,1 100,0

Total 19 100,0 100,0

#### Análisis

Un 10.5% de los participantes considera que los costos de la rotación "Casi nunca" se reflejan en el ambiente laboral, otro 10.5% dice que esto ocurre "A veces", el 36.8% opina que "Casi siempre" y el 42.1% cree que "Siempre" hay un reflejo. Esto indica que la mayoría percibe un impacto en el ambiente laboral debido a los costos de la rotación de personal.

#### Figura 7

Ambiente laboral

51

5. ¿Crees que la rotación voluntaria de personal en KFC es siempre por razones personales ajenas a la empresa?

Tabla 5

Rotación voluntaria

Frecuencia Porcentaje  
Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Nunca 1 5,3 5,3 5,3

Casi nunca 3 15,8 15,8 21,1

A veces 3 15,8 15,8 36,8

Casi siempre 3 15,8 15,8 52,6

Siempre 9 47,4 47,4 100,0

Total 19 100,0 100,0

Análisis

El 5.3% de los encuestados cree que la rotación voluntaria "Nunca" es por razones personales, el 15.8% opina que esto ocurre "Casi nunca" y "A veces", el 15.8% dice que "Casi siempre", y el 47.4% cree que "Siempre" es por razones personales. Esto muestra una división de opiniones, aunque una mayoría percibe que las razones personales son la causa principal de la rotación voluntaria.

Figura 8

Rotación voluntaria

52

6. ¿Crees que la rotación involuntaria en KFC siempre es una consecuencia de alguna acción realizada por el personal en cuestión?

Tabla 6

Rotación involuntaria

Frecuencia Porcentaje  
Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Nunca 2 10,5 10,5 10,5

Casi nunca 1 5,3 5,3 15,8

A veces 3 15,8 15,8 31,6

Casi siempre 7 36,8 36,8 68,4

Siempre 6 31,6 31,6 100,0

Total 19 100,0 100,0

Análisis

Un 10.5% de los encuestados piensa que la rotación involuntaria "Nunca" es consecuencia de acciones del personal, el 5.3% opina que esto ocurre "Casi nunca", el 15.8% dice que "A veces", el 36.8% cree que "Casi siempre", y el

31.6% opina que "Siempre" es una consecuencia de acciones del personal.

Esto sugiere que la percepción está dividida, pero la mayoría cree que las acciones del personal son una causa frecuente de la rotación involuntaria.

Figura 9

Rotación involuntaria

53

7. ¿La rotación interna de personal en KFC suele aceptarse por la empresa y el empleado siempre?

Tabla 7

Rotación interna

Frecuencia Porcentaje  
Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Nunca 1 5,3 5,3 5,3

Casi nunca 4 21,1 21,1 26,3

A veces 3 15,8 15,8 42,1

Casi siempre 5 26,3 26,3 68,4

Siempre 6 31,6 31,6 100,0

Total 19 100,0 100,0

Análisis

El 5.3% de los encuestados considera que la rotación interna "Nunca" es aceptada por ambas partes, el 21.1% opina que esto ocurre "Casi nunca", el 15.8% dice que "A veces", el 26.3% cree que "Casi siempre", y el 31.6% opina que "Siempre" es aceptada. Esto sugiere que la rotación interna es mayormente aceptada por la empresa y el empleado.

Figura 10

Rotación interna

54

8. ¿La rotación externa de empleados en KFC es algo muy común y frecuente en la empresa?

Tabla 8

Rotación externa

Frecuencia Porcentaje  
Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Nunca 1 5,3 5,3 5,3

Casi nunca 5 26,3 26,3 31,6

A veces 1 5,3 5,3 36,8

Casi siempre 8 42,1 42,1 78,9

Siempre 4 21,1 21,1 100,0

Total 19 100,0 100,0

#### Análisis

Un 5.3% de los encuestados cree que la rotación externa "Nunca" es común, el 26.3% opina que esto ocurre "Casi nunca", el 5.3% dice que "A veces", el 42.1% cree que "Casi siempre", y el 21.1% opina que "Siempre" es común.

Esto muestra que la rotación externa es percibida como algo frecuente en KFC por una mayoría de los encuestados.

Figura 11

Rotación externa

55

9. ¿En qué medida potenciar y encontrar nuevos talentos a través de la rotación de personal es determinante en la rotación del personal?

Tabla 9

Potenciar y encontrar nuevos talentos

Frecuencia Porcentaje  
Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Nunca 3 15,8 15,8 15,8

A veces 7 36,8 36,8 52,6

Casi siempre 8 42,1 42,1 94,7

Siempre 1 5,3 5,3 100,0

Total 19 100,0 100,0

#### Análisis

El 15.8% de los encuestados piensa que potenciar y encontrar nuevos talentos "Nunca" es determinante, el 36.8% opina que esto ocurre "A veces", el 42.1% cree que "Casi siempre" es determinante, y el 5.3% opina que "Siempre" lo es. Esto indica que la percepción sobre la importancia de potenciar y encontrar nuevos talentos está dividida, aunque una mayoría considera que es una razón significativa.

Figura 12

Potenciar y encontrar nuevos talentos

56

10. ¿La tasa de deserción de los trabajadores del KFC afectan enormemente al área donde se desempeñaban dichos trabajadores?

Tabla 10

Tasa de deserción

Frecuencia Porcentaje  
Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Nunca 1 5,3 5,3 5,3

Casi nunca 2 10,5 10,5 15,8

A veces 7 36,8 36,8 52,6

Casi siempre 7 36,8 36,8 89,5

Siempre 2 10,5 10,5 100,0

Total 19 100,0 100,0

Análisis

Un 5.3% de los encuestados cree que la tasa de deserción "Nunca" afecta enormemente al área, el 10.5% opina que esto ocurre "Casi nunca", el 36.8% dice que "A veces" y "Casi siempre", y el 10.5% opina que "Siempre" afecta. Esto sugiere que la deserción de trabajadores es percibida como un problema significativo por una mayoría de los encuestados.

Figura 13

Tasa de deserción

57

11. ¿Igualar las competencias del personal con los requerimientos a través de la rotación de personal es la forma más común de que un personal salga de un puesto de trabajo en KFC?

Tabla 11

Igualar las competencias con los requerimientos

Frecuencia Porcentaje  
Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Casi nunca 3 15,8 15,8 15,8

A veces 7 36,8 36,8 52,6

Casi siempre 6 31,6 31,6 84,2

Siempre 3 15,8 15,8 100,0

Total 19 100,0 100,0

Análisis

El 15.8% de los encuestados considera que igualar las competencias del

personal "Casi nunca" es la forma más común de rotación, el 36.8% opina que esto ocurre "A veces", el 31.6% dice que "Casi siempre", y el 15.8% opina que "Siempre" es la forma más común. Esto muestra que la percepción está dividida, aunque una mayoría cree que igualar competencias es una razón significativa para la rotación.

Figura 14

Igualar las competencias con los requerimientos

58

12. ¿La introducción de retos nuevos y motivación por parte de la empresa KFC afectan siempre positivamente en el desempeño de los trabajadores?

Tabla 12

Retos nuevos y motivación

Frecuencia Porcentaje  
Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Nunca 1 5,3 5,3 5,3

A veces 6 31,6 31,6 36,8

Casi siempre 9 47,4 47,4 84,2

Siempre 3 15,8 15,8 100,0

Total 19 100,0 100,0

Análisis

Un 5.3% de los encuestados cree que la introducción de retos "Nunca" afecta positivamente, el 31.6% opina que esto ocurre "A veces", el 47.4% dice que "Casi siempre", y el 15.8% opina que "Siempre" afecta positivamente. Esto sugiere que la mayoría percibe una influencia positiva en el desempeño debido a la introducción de retos y motivación por parte de la empresa.

Figura 15

Retos nuevos y motivación

59

13. ¿La identificación de aptitudes, habilidades y conocimientos mediante la rotación de personal siempre contribuye de manera negativa a KFC?

Tabla 13

Identificar aptitudes, habilidades y conocimientos

Frecuencia Porcentaje  
Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Casi nunca 2 10,5 10,5 10,5

A veces 5 26,3 26,3 36,8

Casi siempre 10 52,6 52,6 89,5

Siempre 2 10,5 10,5 100,0

Total 19 100,0 100,0

Análisis

Un 10.5% de los encuestados cree que la identificación de aptitudes "Casi nunca" contribuye negativamente, el 26.3% opina que esto ocurre "A veces", el 52.6% dice que "Casi siempre", y el 10.5% opina que "Siempre" contribuye negativamente. Esto indica que la mayoría percibe una contribución negativa en la identificación de aptitudes, habilidades y conocimientos a través de la rotación de personal.

60

Figura 16

Identificar aptitudes, habilidades y conocimientos

14. ¿Las necesidades e intereses de los clientes son adecuadamente abordadas teniendo en cuenta la calidad de atención al cliente en KFC?

Tabla 14

Necesidades e intereses

Frecuencia Porcentaje  
Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Casi nunca 1 5,3 5,3 5,3

A veces 1 5,3 5,3 10,5

Casi siempre 9 47,4 47,4 57,9

Siempre 8 42,1 42,1 100,0

Total 19 100,0 100,0

Análisis

Un 5.3% de los encuestados cree que las necesidades e intereses de los clientes "Casi nunca" son adecuadamente abordadas, otro 5.3% opina que esto ocurre "A veces", el 47.4% dice que "Casi siempre", y el 42.1% opina que "Siempre" son adecuadamente abordadas. Esto muestra que una mayoría

61

percibe que las necesidades e intereses de los clientes son adecuadamente atendidos.

Figura 17

Necesidades e intereses

15. ¿En qué medida las expectativas de los clientes se ven satisfechas

mediante la calidad de atención al cliente en KFC?

Tabla 15

Expectativas

Frecuencia Porcentaje  
Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Casi nunca 2 10,5 10,5 10,5

A veces 5 26,3 26,3 36,8

Casi siempre 4 21,1 21,1 57,9

Siempre 8 42,1 42,1 100,0

Total 19 100,0 100,0

Análisis

El 10.5% de los encuestados cree que las expectativas de los clientes "Casi nunca" se ven satisfechas, el 26.3% opina que esto ocurre "A veces", el 21.1% dice que "Casi siempre", y el 42.1% opina que "Siempre" se ven satisfechas.

62

Esto sugiere que la calidad de atención al cliente en KFC satisface las expectativas de los clientes en una medida considerable.

Figura 18

Expectativas

16. ¿Las características del producto con calidad influyen de manera

positiva

48

Documento de otro usuario  
El documento proviene de otro grupo

en la percepción de los clientes sobre la calidad de atención

en KFC?

Tabla 16

Características del producto con calidad

Frecuencia Porcentaje  
Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Casi nunca 2 10,5 10,5 10,5

A veces 3 15,8 15,8 26,3

Casi siempre 5 26,3 26,3 52,6

Siempre 9 47,4 47,4 100,0

Total 19 100,0 100,0

Análisis

Un 10.5% de los encuestados cree que las características del producto "Casi nunca" influyen positivamente, el 15.8% opina que esto ocurre "A veces", el

63

26.3% dice que "Casi siempre", y el 47.4% opina que "Siempre" influyen positivamente. Esto muestra que la mayoría percibe una influencia positiva de las características del producto en la percepción de la calidad de atención.

Figura 19

Características del producto con calidad

17. ¿Las características del servicio con calidad tienen un impacto significativo en la satisfacción de los clientes respecto a la atención en KFC?

Tabla 17

Características del servicio con calidad

Frecuencia Porcentaje

Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Casi nunca 2 10,5 10,5 10,5

A veces 2 10,5 10,5 21,1

Casi siempre 6 31,6 31,6 52,6

Siempre 9 47,4 47,4 100,0

Total 19 100,0 100,0

Análisis

64

El 10.5% de los encuestados cree que las características del servicio "Casi nunca" tienen un impacto significativo, el 10.5% opina que esto ocurre "A veces", el 31.6% dice que "Casi siempre", y el 47.4% opina que "Siempre" tienen un impacto significativo. Esto sugiere que la mayoría percibe un impacto considerable de las características del servicio en la satisfacción de los clientes.

Figura 20

Características del servicio con calidad

18. ¿Los canales de atención utilizados en los procedimientos de servicio

en KFC son eficaces para satisfacer las necesidades de los clientes?

Tabla 18

Canales de atención

Frecuencia Porcentaje  
Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Casi nunca 4 21,1 21,1 21,1

A veces 1 5,3 5,3 26,3

Casi siempre 9 47,4 47,4 73,7

Siempre 5 26,3 26,3 100,0

Total 19 100,0 100,0

Análisis

65

Un 21.1% de los encuestados cree que los canales de atención "Casi nunca" son eficaces, el 5.3% opina que esto ocurre "A veces", el 47.4% dice que "Casi siempre", y el 26.3% opina que "Siempre" son eficaces. Esto muestra que la mayoría percibe los canales de atención como eficaces para satisfacer las necesidades de los clientes.

Figura 21

Canales de atención

19. ¿El proceso de interacción en el servicio al cliente de KFC es percibido como eficiente y satisfactorio por parte de los clientes?

Tabla 19

Proceso de interacción

Frecuencia Porcentaje  
Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Casi nunca 1 5,3 5,3 5,3

A veces 2 10,5 10,5 15,8

Casi siempre 7 36,8 36,8 52,6

Siempre 9 47,4 47,4 100,0

Total 19 100,0 100,0

Análisis

66

El 5.3% de los encuestados cree que el proceso de interacción "Casi nunca" es

percibido como eficiente, el 10.5% opina que esto ocurre "A veces", el 36.8% dice que "Casi siempre", y el 47.4% opina que "Siempre" es percibido como eficiente. Esto sugiere que la mayoría percibe el proceso de interacción en el servicio al cliente como eficiente y satisfactorio.

Figura 22

Proceso de interacción

20. ¿El espacio físico de las instalaciones de KFC afecta la calidad de atención al cliente de manera significativa?

Tabla 20

Espacio físico

Frecuencia Porcentaje

Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Nunca 1 5,3 5,3 5,3

Casi nunca 1 5,3 5,3 10,5

A veces 5 26,3 26,3 36,8

Casi siempre 4 21,1 21,1 57,9

Siempre 8 42,1 42,1 100,0

Total 19 100,0 100,0

Análisis

67

Un 5.3% de los encuestados cree que el espacio físico "Nunca" afecta significativamente, otro 5.3% opina que esto ocurre "Casi nunca", el 26.3% dice que "A veces", el 21.1% cree que "Casi siempre", y el 42.1% opina que "Siempre" afecta significativamente. Esto muestra que una mayoría percibe un impacto significativo del espacio físico en la calidad de atención al cliente.

Figura 23

Espacio físico

21. ¿Las vías de acceso físico a las instalaciones de KFC influyen en la percepción de los clientes sobre la calidad de atención?

Tabla 21

Vías de acceso físico

Frecuencia Porcentaje

Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Nunca 1 5,3 5,3 5,3

A veces 7 36,8 36,8 42,1

Casi siempre 3 15,8 15,8 57,9

Siempre 8 42,1 42,1 100,0

Total 19 100,0 100,0

Análisis

68

El 5.3% de los encuestados cree que las vías de acceso físico "Nunca" influyen, el 36.8% opina que esto ocurre "A veces", el 15.8% dice que "Casi siempre", y el 42.1% opina que "Siempre" influyen en la percepción de los clientes. Esto sugiere que una mayoría percibe una influencia de las vías de acceso en la calidad de atención.

Figura 24

Vías de acceso físico

22. ¿Las tecnologías utilizadas para facilitar y agilizar la atención al cliente en KFC contribuyen positivamente a la calidad del servicio?

Tabla 22

Facilitar y agilizar la atención

Frecuencia Porcentaje

Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Nunca 2 10,5 10,5 10,5

Casi nunca 1 5,3 5,3 15,8

A veces 5 26,3 26,3 42,1

Casi siempre 5 26,3 26,3 68,4

Siempre 6 31,6 31,6 100,0

Total 19 100,0 100,0

Análisis

69

Un 10.5% de los encuestados cree que las tecnologías "Nunca" contribuyen positivamente, el 5.3% opina que esto ocurre "Casi nunca", el 26.3% dice que "A veces" y "Casi siempre", y el 31.6% opina que "Siempre" contribuyen positivamente. Esto muestra que la mayoría percibe una contribución positiva de las tecnologías en la calidad del servicio.

Figura 25

Facilitar y agilizar la atención

23. ¿El uso de aplicativos de redes sociales como parte de las

tecnologías de atención al cliente en KFC mejora la percepción de los

clientes sobre la calidad del servicio?

Tabla 23

Aplicativos de redes sociales

Frecuencia Porcentaje  
Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

A veces 3 15,8 15,8 15,8

Casi siempre 7 36,8 36,8 52,6

Siempre 9 47,4 47,4 100,0

Total 19 100,0 100,0

Análisis

70

El 15.8% de los encuestados cree que el uso de aplicativos de redes sociales "A veces" mejora la percepción de los clientes, el 36.8% opina que esto ocurre "Casi siempre", y el 47.4% opina que "Siempre" mejora la percepción. Esto sugiere que la mayoría percibe una mejora en la percepción de la calidad del servicio debido al uso de aplicativos de redes sociales.

Figura 26

Aplicativos de redes sociales

24. ¿La claridad, veracidad y oportunidad de la información proporcionada afecta positivamente la calidad de atención al cliente en KFC?

Tabla 24

Claridad, veracidad y oportunidad de la información

Frecuencia Porcentaje  
Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Nunca 1 5,3 5,3 5,3

Casi nunca 2 10,5 10,5 15,8

A veces 5 26,3 26,3 42,1

Casi siempre 7 36,8 36,8 78,9

Siempre 4 21,1 21,1 100,0

71

Total 19 100,0 100,0

## Análisis

Un 5.3% de los encuestados cree que la información proporcionada "Nunca" afecta positivamente, el 10.5% opina que esto ocurre "Casi nunca", el 26.3% dice que "A veces", el 36.8% cree que "Casi siempre", y el 21.1% opina que "Siempre" afecta positivamente. Esto muestra que una mayoría percibe un impacto positivo en la calidad de atención debido a la claridad, veracidad y oportunidad de la información proporcionada.

Figura 27

Claridad, veracidad y oportunidad de la información

25. ¿Los canales de comunicación utilizados en el servicio al cliente de

KFC son eficientes para garantizar la calidad en la información

proporcionada a los clientes?

Tabla 25

Canales de comunicación

Frecuencia Porcentaje

Porcentaje

válido

Porcentaje

acumulado

Casi nunca 1 5,3 5,3 5,3

A veces 4 21,1 21,1 26,3

Casi siempre 5 26,3 26,3 52,6

72

Siempre 9 47,4 47,4 100,0

Total 19 100,0 100,0

## Análisis

Un 5.3% de los encuestados cree que los canales de comunicación "Casi nunca" son eficientes, el 21.1% opina que esto ocurre "A veces", el 26.3% dice que "Casi siempre", y el 47.4% opina que "Siempre" son eficientes. Esto sugiere que la mayoría percibe los canales de comunicación como eficientes para garantizar la calidad en la información proporcionada a los clientes.

Figura 28

Canales de comunicación

## 5.2. Resultados inferenciales

Los resultados inferenciales permiten extraer conclusiones sobre una población del estudio, basándose en la muestra-censal. Se utilizó técnicas estadísticas para probar la hipótesis, se interpreta la significancia y se determina si los resultados observados son debido al azar o representan una tendencia real. Estos resultados son esenciales para tomar decisiones informadas en diversas áreas, como investigación y negocios, por eso, se ha

calculado la distribución normal de los datos.

Pruebas de normalidad

73

Kolmogorov-Smirnov

a

Shapiro-Wilk

Estadístico gl Sig. Estadístico gl Sig.

Rotación de Personal ,169 19 ,157 ,951 19 ,404

Calidad de Atención al Servicio ,157 19 ,200

\*

,942 19 ,292

La prueba de normalidad de Shapiro-Wilk para Rotación de Personal tiene un estadístico de 0.951 con una significancia de 0.404, y para Calidad de Atención al Servicio un estadístico de 0.942 con una significancia de 0.292.

Figura 29

Niveles de Rotación de Personal

Interpretación: El gráfico muestra los porcentajes de diferentes niveles de rotación de personal. Un 31.58% corresponde a una Baja Rotación de Personal, un 47.37% a una Mediana Rotación de Personal, y un 21.05% a una Alta Rotación de Personal.

74

Figura 30

Niveles de Calidad de Atención al Servicio

Interpretación: El gráfico nos muestra los porcentajes de diferentes niveles de Calidad de Atención al Servicio. Un 36.84% corresponde a una Baja Calidad de Atención al Servicio, otro 36.84% a una Mediana Calidad de Atención al Servicio, y un 26.32% a una Alta Calidad de Atención al Servicio.

75

49

TESIS - HINOSTROZA\_ALARCON\_QUICHE.pdf | TESIS - HINOSTROZA\_ALARCON\_QUICHE

El documento proviene de mi biblioteca de referencias

## VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

### 6.1. Contrastación y demostración de la hipótesis con los resultados

6.1.1.

**Relación entre la Rotación de personal y la Calidad de**

Atención al

Servicio

Correlaciones

Rotación de

Personal

Calidad de Atención al

Servicio

Rotación de Personal Correlación de

Pearson

1 ,612

\*\*

Sig. (bilateral) ,005

N 19 19

Calidad de Atención al

Servicio

Correlación de

Pearson

,612

\*\*

1

Sig.



(bilateral) ,005

N 19 19

**Interpretación:**

La correlación de Pearson entre Rotación de Personal y Calidad

de Atención al Servicio es de 0.612, con una significancia bilateral de 0.005.

Esto sugiere una correlación positiva moderada entre ambas variables. Los

datos incluyen 19 observaciones para cada variable y permite aceptar la

hipótesis alterna (H1) y rechazar la hipótesis nula (H0).

**6.1.2. Relación entre el Costo de rotación de personal y Calidad de atención al**

Servicio

Correlaciones

Costo de rotación de

personal

Calidad de Atención al

Servicio

Costo de rotación de

personal

Correlación de

Pearson

1,614  
\*\*

Sig. (bilateral) ,005

N 19 19

Calidad de Atención al

Servicio

Correlación de

Pearson

,614  
\*\*  
1

Sig. (bilateral) ,005

76

N 19 19

51

TESIS - HINOSTROZA\_ALARCON\_QUICHE.pdf | TESIS - HINOSTROZA\_ALARCON\_QUICHE

El documento proviene de mi biblioteca de referencias

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

52

TESIS - GUILLERMO\_VALVERDE\_VENTOCILLA.pdf | TESIS - GUILLERMO\_VALVERDE\_VENTOCILLA

El documento proviene de mi biblioteca de referencias

#### Interpretación:

La correlación de Pearson entre el Costo de Rotación de

Personal y la Calidad de Atención al Servicio es de 0.614, con una significancia

bilateral de 0.005. Esto indica una correlación positiva moderada y significativa

al nivel 0.01 entre ambas variables, basada en 19 observaciones, permite

aceptar la hipótesis alterna (H1) y rechazar la hipótesis nula (H0).

6.1.3. Relación entre el Tipo de rotación de personal y Calidad de atención al

Servicio

Correlaciones

Tipo de rotación de

personal

Calidad de Atención al

Servicio

Tipo de rotación de

personal

Correlación de

Pearson

1,521  
\*

Sig. (bilateral) ,022

N 19 19

Calidad de Atención al

Servicio

Correlación de

Pearson

,521

\*

1

Sig. (bilateral) ,022

N 19 19



TESIS - GUILLERMO\_VALVERDE\_VENTOCILLA.pdf | TESIS - GUILLERMO\_VALVERDE\_VENTOCILLA

El documento proviene de mi biblioteca de referencias

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

**Interpretación:**

La correlación de Pearson entre el Tipo de Rotación de Personal

y la Calidad de Atención al Servicio es de 0.521, con una significancia bilateral

de 0.022. Esto indica una correlación positiva moderada y significativa al nivel

0.05 entre ambas variables, basada en 19 observaciones, permite aceptar la

hipótesis alterna (H1) y rechazar la hipótesis nula (H0).

6.1.4. Relación entre las Ventajas de rotación de personal y Calidad de

Atención al Servicio

Correlaciones

77

Ventajas de rotación de

personal

Calidad de Atención al

Servicio

Ventajas de rotación de

personal

Correlación de

Pearson

1 ,548

\*

Sig. (bilateral) ,015

N 19 19

Calidad de Atención al

Servicio

Correlación de

Pearson

,548

\*

1

Sig. (bilateral) ,015



\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

**Interpretación:**

La correlación de Pearson entre Ventajas de la Rotación de

Personal y Calidad de Atención al Servicio es de 0.548, con una significancia bilateral de 0.015. Esto indica una correlación positiva moderada y significativa al nivel 0.05 entre ambas variables, basada en 19 observaciones, permite aceptar la hipótesis alterna (H1) y rechazar la hipótesis nula (H0).

6.2. Contrastación de los resultados con otros estudios

El análisis de los resultados del presente estudio que investiga la rotación de personal y la calidad del servicio al cliente mediante correlaciones de Pearson. Los resultados muestran correlaciones positivas moderadas entre rotación de personal y calidad del servicio, así como entre el costo de rotación y la calidad del servicio, indicando que una alta rotación tiende a estar asociada con una menor calidad en el servicio al cliente. Mientras que para el caso de Valdamarín (2022): Este estudio se centra en la gestión de la rotación de personal y sus causas en una empresa de ropa. Identifica factores que afectan la rotación, como la motivación y el liderazgo, y propone un plan de siete etapas para mejorar el compromiso y reducir la rotación. Aunque no se enfoca directamente en la calidad del servicio, aborda la rotación de personal desde un ángulo de gestión y compromiso.

Respecto a la tesis de Samban (2022): Examina cómo la satisfacción laboral influye en la retención de millennials en Córdoba. Los hallazgos

78

destacan la importancia de factores como el desarrollo profesional y los beneficios sociales para reducir la rotación. Este estudio se enfoca en la satisfacción laboral como un predictor de la rotación, sin vincular directamente estos factores con la calidad del servicio; en el mismo sentido, con el trabajo de Cruz Medina (2013), citado por Silva-Treviño et al. (2021): Resalta la importancia de la calidad del servicio al cliente en el éxito de las empresas, sin importar su tamaño. Destaca que la calidad del servicio influye en la preferencia del cliente y advierte sobre los riesgos de descuidar este aspecto. Aunque el estudio se centra en la calidad del servicio, no explora la relación con la rotación de personal.

En el caso del estudio de Latorre et al. (2019): Analiza



la relación entre la



Utiliza encuestas y métodos cuantitativos para identificar áreas de mejora en la atención al cliente, similar al estudio original que examina cómo la calidad del servicio está relacionada con otros factores, incluyendo la rotación de personal; mientras que Trelles (2019): Examina cómo el clima laboral afecta la rotación de personal en un call center. Utiliza un enfoque cuantitativo correlacional para demostrar que un buen clima laboral puede reducir la rotación de personal. Aunque se enfoca en el clima laboral y no directamente en la calidad del servicio, ambos estudios abordan cómo factores internos afectan la rotación de personal.

Para Guevara y Guevara (2020): quienes estudian

la relación entre la

rotación de personal y la satisfacción del cliente en Financiera CrediScotia

Jaén, encontrando una alta rotación y baja satisfacción, lo que afecta negativamente la satisfacción del cliente. Este estudio refleja una relación inversa, mientras que el estudio original muestra correlaciones positivas entre la rotación de personal y la calidad del servicio. Asimismo, Chilet (2021): Investiga el impacto del uso del internet en la calidad del servicio al cliente en un banco en Perú. Aunque se centra en la tecnología y su efecto en la calidad del servicio, no aborda directamente la rotación de personal, pero se relaciona con el estudio original al evaluar cómo factores externos pueden influir en la percepción de la calidad del servicio.

79

En el análisis de su tesis Rojas (2018): Proporciona datos sobre las exportaciones de café y su relevancia para la industria, pero no está relacionado con la rotación de personal o la calidad del servicio. Su enfoque es más sobre el contexto económico y comercial, en lugar de la gestión interna de la calidad del servicio o la rotación de personal. Esto hace que en el estudio que hemos realizado, se enfoca en correlaciones entre rotación de personal y calidad del servicio, mientras que otros estudios proporcionan perspectivas adicionales sobre cómo factores como la satisfacción laboral, el clima laboral y el uso de tecnología influyen en la rotación de personal y la calidad del servicio.

### 6.3. Responsabilidad ética

En la investigación, la responsabilidad ética se centra en asegurar la integridad de los datos mediante la correcta recolección y análisis, respetando la confidencialidad de los participantes. Es indudable informar claramente a los

sujetos sobre los objetivos del estudio y obtener su consentimiento informado.

Además, la investigación evitó sesgos, garantizando que los resultados reflejen fielmente las relaciones entre variables, y utilizar los hallazgos de manera justa y transparente para beneficiar tanto a la organización como a los clientes.

80

## VII. CONCLUSIONES

Se ha determinado que la relación entre la rotación de personal y calidad de atención al cliente en KFC con enfoque correlacional es positiva y significativa. Los resultados revelan los porcentajes correspondientes a diversos niveles de rotación de personal, con un 31.58% atribuido a una Baja Rotación de Personal, un 47.37% a una Mediana Rotación de Personal y un 21.05% a una Alta Rotación de Personal. De igual manera, los porcentajes asociados a diferentes niveles de Calidad de Atención al Servicio, donde un 36.84% se relaciona tanto con una Baja como con una Mediana Calidad de Atención al Servicio, mientras que un 26.32% se corresponde con una Alta Calidad de Atención al Servicio, presenta una correlación de Pearson entre Rotación de Personal y Calidad de Atención al Servicio de 0.612, con una



**cienclatina.org**

<https://cienclatina.org/index.php/cienclatina/article/download/8749/13031?inline=1>

significancia bilateral de 0.005. Esto sugiere una correlación positiva moderada

entre ambas variables. Los datos incluyen 19 observaciones para cada variable y permite aceptar la hipótesis alterna (H1) y rechazar la hipótesis nula (H0).

Se ha establecido que la relación entre la rotación de personal y la calidad de atención al cliente en KFC es positiva y significativa. La correlación de Pearson entre el Costo de Rotación de Personal y la Calidad de Atención al Servicio es de 0.614, con una significancia bilateral de 0.005. Esto indica una correlación positiva moderada y significativa al nivel 0.01 entre ambas variables, basada en 19 observaciones, permite aceptar la hipótesis alterna (H1) y rechazar la hipótesis nula (H0).

Se ha establecido que la relación entre el tipo de rotación de personal y la calidad de atención al cliente en KFC es positiva y significativa. La correlación de Pearson entre el Tipo de Rotación de Personal y la Calidad de Atención al Servicio es de 0.521, con una significancia bilateral de 0.022. Esto indica una correlación positiva moderada y significativa al nivel 0.05 entre

81

ambas variables, basada en 19 observaciones, permite aceptar la hipótesis alterna (H1) y rechazar la hipótesis nula (H0).

Se ha establecido que la relación entre las ventajas de la rotación de personal y calidad de atención al cliente en KFC es positiva y significativa. La correlación de Pearson entre Ventajas de la Rotación de Personal y Calidad de Atención al Servicio es de 0,548, con una significancia bilateral de 0,015. Esto indica una correlación positiva moderada y significativa al nivel 0,05 entre ambas variables, basada en 19 observaciones, permite aceptar la hipótesis alterna (H1) y rechazar la hipótesis nula (H0).

82

#### VIII. RECOMENDACIONES

Dado que la rotación de personal está correlacionada positivamente con la calidad de atención al cliente, se recomienda implementar estrategias de retención para reducir la rotación. Esto podría incluir programas de desarrollo profesional y mejoras en el entorno laboral para mantener un personal motivado y comprometido, lo cual podría mejorar la calidad del servicio ofrecido.

La correlación positiva entre el costo de rotación y la calidad de atención sugiere que invertir en la reducción de costos asociados a la rotación podría mejorar el servicio. Se recomienda realizar inversiones en programas de capacitación y en estrategias para reducir la rotación, ya que esto podría ayudar a optimizar los costos y mejorar la atención al cliente.

La relación positiva entre el tipo de rotación y la calidad de atención indica que diferentes tipos de rotación pueden afectar la calidad del servicio. Se sugiere analizar los tipos de rotación predominantes y desarrollar políticas específicas para manejar cada tipo de rotación, con el fin de minimizar su impacto negativo en la calidad del servicio.

La correlación positiva entre las ventajas de la rotación y la calidad del servicio sugiere que, cuando se gestionan adecuadamente, las rotaciones pueden aportar beneficios. Se recomienda identificar y maximizar estas ventajas, como la introducción de nuevas ideas y enfoques por parte de los empleados rotativos, para potenciar la calidad del servicio al cliente.

83

#### IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Chilet Martínez, W. F. (2021). La calidad de servicio y su influencia en la

atención del cliente mediante el uso del internet de un Banco líder en el

Perú. Universidad Ricardo Palma.

Cruz Medina, I. R. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. Revista - El Buzón de Pacioli.

chrome-

extension://efaidnbmninnibpcjpcglclefindmkaj/https://www.itson.mx/publi


caciones/pacioli/documents/no82/pacioli-82.pdf

Da Silva, D. (2020, June 1). ¿Qué es atención al cliente? Conoce su

importancia y elementos. Web Content & SEO Associate, LATAM.

https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/

DCW, D. (2008).

 **60** zona ignorada

Tipos - Qué es, definición, en la biología y clasificación.

Definición.De. https://definicion.de/tipos/

 **61** zona ignorada

Espinoza Freire, E. E. (2018). La hipótesis en la investigación.

Revista de

Educación, 16(1), 1815-7696. chrome-

extension://efaidnbmninnibpcjpcglclefindmkaj/http://scielo.sld.cu/pdf/men

/v16n1/1815-7696-men-16-01-122.pdf

Fingermann, H. (2015, October 27). Concepto de ventaja - Definición en

DeConceptos.com. De.Conceptos. https://deconceptos.com/ciencias-

sociales/ventaja

Galvanize, A. (2020, July 20). Métodos de selección de muestras. ACL Services

Ltd. Dbá Galvanize.

https://help.highbond.com/helpdocs/analytics/142/user



guide/es/Content/analytics/data\_preparation/sampling\_data/sample\_sele

ction\_methods.htm

Guadarrama, J. de J. (2023,

Abril 25). México, con alta rotación de personal;

retención de talento, el reto. Excelsior.

84

https://www.excelsior.com.mx/nacional/mexico-con-alta-rotacion-de-

personal-retencion-de-talento-el-reto/1583446

Guevara Fernández, K., & Guevara Fernández, N. (2020). Rotación de

 **62** zona ignorada

personal y su relación con la satisfacción del cliente en Financiera

Crediscotia Jaén - 2019 [Universidad Señor de Sipán]. chrome-

extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uss.edu.



pe/bitstream/handle/20.500.12802/7031/Guevara%20Fern%C3%A1ndez

%20Karely%20&%20Guevara%20Fern%C3%A1ndez%20Norely.pdf?se

quence=6

Hrider. (2020).

Rotación de personal. Hrider.

<https://www.hrider.net/es/diccionario/rotacion-de-personal.html>

Latorre Martínez, J. A., Granados Suárez, A. P., Machado Henao, K., & Henao

Díaz, W. J. (2019).



zona ignorada

Estudio cuantitativo de correlación entre la calidad del

servicio



zona ignorada

y la satisfacción del cliente en el Banco Falabella Colombia

durante el primer semestre de 2019

[Universidad EAN]. chrome-

extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://repository.universid

adean.



edu.co/bitstream/handle/10882/9793/GranadosAngie2019.pdf?se

quence=1&isAllowed=y

Martínez Ruíz,

H. (2018). Metodología de la Investigación.

<https://latam.cengage.com/libros/metodologia-de-la-investigacion-2/>

Peiró, R. (2020, September 29). Información - Qué es, definición y concepto.

Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/informacion-2.html>

Pereda, A. I. (2022). Procedimiento. Expansión.

<https://www.expansion.com/diccionario-juridico/procedimiento.html>

Qualtrics, L. (2022). La rotación de personal: qué es y cómo evitarla.

EmployeeXM. <https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la>



experiencia/empleados/rotacion-de-personal/

85

Quiroa, M., & López, J. F. (2019, November 1).

Cliente, qué es, definición y

concepto. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>

Quiroa, M., & López, J. F. (2020, January 10). Producto - Qué es, definición y

concepto. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/producto.html>

Roldán, P. N. (2020, March 1). Tecnología - Qué es, definición y concepto.

Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/tecnologia.html>

Rose, K. (2018). Perú es el tercer país con la mayor rotación de personal en

Latam. Info Capital Humano. [https://infocapitalhumano.pe/recursos-](https://infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/noticias-y-movidas/peru-es-el-tercer-pais-con-la-mayor-rotacion-de-personal-en-latam/)

humanos/noticias-y-movidas/peru-es-el-tercer-pais-con-la-mayor-

rotacion-de-personal-en-latam/

Samban, N. (2022). Satisfacción laboral en rotación de personal: su impacto

para millennials de Córdoba. Universidad Empresarial Siglo 21.

Sánchez Galán, J., & Coll Morales, F. (2020, April 1). Servicio - Qué es,

definición y significado. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>

Sánchez Galán, J., & López, J. F. (2020, March 1). Coste - Costo - Qué es,

definición y concepto. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/coste-costo.html>



zona ignorada

[Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas,](#)

[J. G. \(2021\). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del](#)

[cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa](#)

[comercial en](#)

[México. CienciaUAT, 85-101.](#)

<https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>

Torres, D. (2023). Rotación de personal: qué es, causas, consecuencias y

soluciones. Hubspot. <https://blog.hubspot.es/sales/rotacion-personal>

Trelles Tadeo, E. L.



zona ignorada

[\(2019\). Clima laboral y su relación con la rotación de](#)

[personal del área de operaciones en un Call Center del Distrito de El](#)

86

Agustino, 2018 [Universidad de San Martín de Porres]. chrome-

extension://efaidnbmnnnibpajpglclefindmkaj/https://repositorio.usmp.ed

u.



[pe/bitstream/handle/20.500.12727/6420/trelles\\_tel.pdf?sequence=1&is](https://bitstream/handle/20.500.12727/6420/trelles_tel.pdf?sequence=1&is)

Allowed=y

[Valdamarín,](#)

[M. \(2022\). Causas y consecuencias de la rotación de personal:](#)

[¿cómo afrontar los desafíos que plantea este problema para el negocio?](#)



[\[Universidad de San Andrés\]. chrome-](#)

extension:

du.



ar/jspui/bitstream/10908/19654/1/%5bP%5d%5bW%5d%20T.%20M.

%20Rec.%20Hum.%20Valdamar%3%adn%2c%20Mariela.pdf

Weebly. (2022). Instalaciones. Arquite  
ctura y Educación.

<http://aducarte.weebly.com/instalaciones-i.html>

Worky, S. (2022, October 12). Rotación laboral: ¿sabes cuánto le cuesta a tu

empresa? Worky Blog. <https://blog.worky.mx/rotacion-laboral-costo>

87

## ANEXOS

Anexo 1

Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL OBJETIVO GENERAL HIPOTESIS GENERAL VARIABLES DIMENSIONES INDICADORES METODOLOGÍA

¿Cuál es



zona ignorada

la relación  
entre rotación de  
personal y calidad de  
atención al cliente en  
KFC con enfoque  
correlacional?

Determinar cuál es  
la relación entre  
rotación de personal

y  
calidad de  
atención al cliente  
en KFC con  
enfoque  
correlacional

La relación entre la rotación de personal y calidad de atención al cliente en KFC con enfoque correlacional es positiva y significativa

X:  
Rotación de personal

X1: Costo de rotación de personal

Afectación del ánimo Tipo

Productividad Investigación básica

Estrategias de rotación Nivel

Ambiente laboral Explicativo correlacional

X2: Tipo de rotación de personal

Rotación voluntaria Diseño

Específicos Específicos Específicos Rotación involuntaria No experimental, transversal

¿Cuál es la relación entre el costo de rotación de personal y la calidad de atención al cliente en KFC?

Establecer cuál es la relación entre rotación de personal y calidad de atención al cliente en KFC

 68 zona ignorada

La

 69 zona ignorada

relación entre la rotación de personal y la calidad de

atención al cliente en KFC es positiva y significativa

Rotación interna Método

Rotación externa Método deductivo

X3: Ventajas de rotación de personal

Potenciar y encontrar nuevos talentos Técnica

Tasa de deserción Encuesta

Igualar las competencias con los requerimientos Instrumento

Retos nuevos y motivación Cuestionario de encuesta

Identificar aptitudes, habilidades y conocimientos Población

¿Cuál es la relación entre el tipo de rotación de personal y la calidad de

atención al cliente en KFC?

Establecer cuál es la relación entre el tipo de rotación de personal y la calidad de atención al cliente en KFC

La relación entre el tipo de rotación de personal y la calidad de atención al cliente en KFC es positiva y significativa

Y: Calidad de atención al cliente

Y1: Cliente Necesidades e intereses 19 trabajadores de KFC

Expectativas Muestra

Y2: Producto y servicio

Características del producto con calidad 19 trabajadores de KFC

Características del servicio con calidad Enfoque

Y3: Procedimientos

Canales de atención Cuantitativo

¿Cuál es la relación Establecer cuál es La relación entre las Proceso de interacción Nivel de confianza y Error

89

entre las ventajas de la rotación de personal y la calidad de atención al cliente en KFC?

la relación entre las ventajas de la rotación de personal y calidad de atención al cliente en KFC

ventajas de la rotación de personal y calidad de atención al cliente en KFC es positiva y significativa

Y4: Instalaciones

Espacio físico Fiabilidad del 95% y error del 5%

Vías de acceso físico

Y5: Tecnologías Facilitar y agilizar la atención

Aplicativos de redes sociales

Y6: Información

Claridad, veracidad y oportunidad de la información

90

Anexo 2

Cuestionario de encuesta

Nº PREGUNTAS 5 4 3 2 1

VARIABLE: ROTACIÓN DE PERSONAL

1 ¿La afectación del ánimo causada por la rotación de personal impacta negativamente en la calidad de atención al cliente en KFC?

2 ¿En qué medida el costo asociado a la rotación de personal influye en la percepción de productividad en el servicio al cliente en KFC?

3 ¿Las estrategias de rotación implementadas en KFC afectan de manera significativa la calidad de atención al cliente?

4 ¿Los costos de la rotación de personal se reflejan en la percepción del buen ambiente laboral?

5 ¿Crees que la rotación voluntaria de personal en KFC es siempre por razones personales ajenas a la empresa?

6 ¿Crees que la rotación involuntaria en KFC siempre es una consecuencia de alguna acción realizada por el personal en cuestión?

7 ¿La rotación interna de personal en KFC suele aceptarse por la empresa y el empleado siempre?

8 ¿La rotación externa de empleados en KFC es algo muy común y frecuente en la empresa?

9 ¿En qué medida potenciar y encontrar nuevos talentos a través de la rotación de personal es determinante en la rotación del personal?

10 ¿La tasa de deserción de los trabajadores del KFC afectan enormemente al área donde se desempeñaban dichos trabajadores?

11

¿Igualar las competencias del personal con los requerimientos a través de la rotación de personal es la forma más común de que un personal salga de un puesto de trabajo en KFC?

12 ¿La introducción de retos nuevos y motivación por parte de la empresa KFC afectan siempre positivamente en el desempeño de los trabajadores?

13 ¿La identificación de aptitudes, habilidades y conocimientos mediante la rotación de personal, siempre contribuye de manera negativa a KFC?

Nº PREGUNTAS 5 4 3 2 1

VARIABLE CALIDAD DE ATENCIÓN DEL SERVICIO

14 ¿Las necesidades e intereses de los clientes son adecuadamente abordadas teniendo en cuenta la calidad de atención al cliente en KFC?

15 ¿En qué medida las expectativas de los clientes se ven satisfechas mediante la calidad de atención al cliente en KFC?

16 ¿Las características del producto con calidad influyen de manera positiva

70

zona ignorada

en la percepción de los clientes sobre la calidad de atención en KFC?

17 ¿Las características del servicio con calidad tienen un impacto significativo en la satisfacción de los clientes respecto a la atención en KFC?

18 ¿Los canales de atención utilizados en los procedimientos de servicio en KFC son eficaces para satisfacer las necesidades de los clientes?

19 ¿El proceso de interacción en el servicio al cliente de KFC es percibido como eficiente y satisfactorio por parte de los clientes?

20 ¿El espacio físico de las instalaciones de KFC afecta la calidad de atención al cliente de manera significativa?

21 ¿Las vías de acceso físico a las instalaciones de KFC influyen

71

zona ignorada

en la percepción de los clientes sobre la calidad de atención?

22 ¿Las tecnologías utilizadas para facilitar y agilizar la atención al cliente en KFC contribuyen positivamente a la calidad del servicio?

23

¿El uso de aplicativos de redes sociales como parte de las tecnologías de atención al cliente en KFC mejora la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio?

24 ¿La claridad, veracidad y oportunidad de la información proporcionada afecta positivamente la calidad de atención al cliente en KFC?

25

¿Los canales de comunicación utilizados en el servicio al cliente de KFC son eficientes para garantizar la calidad en la información proporcionada a los clientes?

91

Anexo 3

Base de datos

TÍTULO: ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE ROTACIÓN DE PERSONAL Y CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN KFC, UN ENFOQUE CORRELACIONAL

VARIABLE 1: ROTACION DE PERSONAL VARIABLE 2 CALIDAD DE ATENCION AL SERVICIO

DIM: Costo de rotación de personal

DIM2: Tipo de rotación de personal

DIM3: Ventajas de rotación de personal

DIM1: Cliente

DIM2: Producto y servicio

DIM 3: Procedimientos

DIM4: Instalaciones

DIM5: Tecnologías

DIM6: Información

A1 A2 A3 A4 A5 A6 A7 A8 A9 A10 A11 A12 A13 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B12

1 5 5 5 5 5 4 4 4 4 4 4 5 5 5 5 4 4 3 5 1 3 4 5

2 4 4 4 4 4 4 4 3 3 3 3 3 4 3 4 4 4 5 5 5 5 4 5

3 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 4 3 3 4 5 5 4

4 4 5 5 5 4 4 4 3 3 3 4 4 5 5 5 5 4 1 5 5 5 2 4

5 4 5 1 2 1 1 1 1 1 2 3 4 4 3 3 3 2 2 5 3 3 3 5 4

6 5 5 4 5 5 5 5 4 4 5 4 4 4 5 5 5 5 5 5 5 4 5 4

7 4 5 5 5 5 5 5 4 4 3 3 4 5 3 3 4 2 5 5 5 5 4 5

8 4 4 4 3 4 4 3 4 3 2 2 3 3 4 3 4 4 4 4 4 3 3 4 1 4

9 4 5 4 4 3 1 2 2 3 4 3 4 3 4 4 3 3 2 3 5 5 5 4 3

10 5 5 5 5 2 5 5 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 5 5 5 5 4 5

11 4 4 5 2 5 3 3 2 4 2 4 3 3 5 5 2 2 3 4 3 3 4 4 3 5

12 5 5 5 4 5 4 3 4 4 5 3 4 5 3 5 5 4 4 5 2 1 1 4 2 5

13 4 4 4 4 3 4 2 2 4 3 3 4 2 4 2 4 4 4 5 3 5 3 4 4 5

144555235433454455545533435

15444333221331222223333433

165555222213243545544544533

1755555554444454455432333

18554454443343455545444555

1955544444455443554444542

85 90 85 78 73 71 68 66 61 64 66 70 69 81 75 78 79 72 81 74 74 69 82 68 79

ERIELSA  
Texto tecleado  
ANTHONY BRAYAN TUMES MOLINA

ERIELSA  
Texto tecleado  
Asistente Administrativo

ERIELSA  
Texto tecleado  
Hospital regional cañete

#### INSTRUMENTO DE OPINIÓN DE EXPERTOS

##### DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del Informante  
Cargo e Institución

donde labora  
Nombre del  
Instrumento

Autor (es) del Instrumento

Rosselyn del Pilar Arias Portugués

Alicorp / área de finanzas  
y contabilidad

Opinión de  
experto

JOSE BRYAN JUAREZ LEVANO  
ERIKA ELSA SÁNCHEZ LUYO  
JHONHAR GERARDO DE LA CRUZ TARAZONA

Título del Estudio: "ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE ROTACIÓN DE PERSONAL Y CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN KFC, UN ENFOQUE CORRELACIONAL"

##### ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Coloque X el porcentaje, según intervalo

##### INDICADORES CRITERIOS

###### DEFICIENTE

00-20%  
REGULAR

21-40%  
BUENA

41-60%  
MUY BUENA

61-80%  
EXCELENTE

81-100%

SU  
B

O  
TA

L

 72

zona ignorada

0 6 11 16 21 26 31 36 41 46 51 56 61 66 71 76 81 86 91 96

5 10 15 20 25 30 35 40 45 50 55 60 65 70 75 80 85 90 95 100

1. CLARIDAD

Está formulado con lenguaje  
apropiado

2. OBJETIVIDAD

Está expresado en conductas o

 73

zona ignorada

actividades, observables en  
una organización

3.

 74

zona ignorada

ACTUALIDAD

Adecuado al avance de la  
ciencia y la tecnología

4. ORGANIZACIÓN

Existe una organización lógica  
coherente

5. SUFICIENCIA

Comprende los aspectos  
(indicadores, sub escalas,  
dimensiones en cantidad y  
calidad)

 75

zona ignorada

6. INTENCIONALIDAD

Adecuado para valorar

 76

zona ignorada

la

 77

zona ignorada

influencia de la VI en la VD o la  
relación entre

78

zona ignorada

ambas, con  
determinados sujetos y

contexto

79

zona ignorada

#### 7. CONSISTENCIA

Basado en aspectos teórico -  
científicos

#### 8. COHERENCIA

Entre los índices, indicadores y  
las dimensiones

#### 9. METODOLOGÍA

La estrategia responde al  
propósito del diagnóstico

#### 10. PERTINENCIA

Es asertivo y funcional para la  
ciencia

PROMEDIO

OPINIÓN DE  
APLICABILIDAD:

Procede su Aplicación

80

zona ignorada

Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan

No procede su aplicación

18/09/2024 71436217 920 399 644

Lugar y Fecha DNI N° Firma del experto Teléfono

ERIELSA  
Texto tecleado  
x

OBSERVACIONES

1.

2.

3.

4.

5.

6.

FECHA:

---

Firma de Experto